

ANALISIS EKOSISTEM HALAL *VALUE CHAIN* PADA UMKM KABUPATEN KOLAKA (Studi Kasus Usaha Kuliner Ayam Geprek Jackpot)

Isnilu Sepria Azis¹ M. Askari Zakariah² Muhammad Akbar³

¹²³Universitas Sains Islam Al Mawaddah Warrahmah Kolaka, Indonesia

e-mail: isnilu.azis30@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan ekosistem halal *value chain* pada UMKM Kabupaten Kolaka studi usaha kuliner Ayam Geprek Jackpot? Dan Bagaimana penerapan ekosistem halal *value chain* memberi nilai tambah pada usaha kuliner? Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui apakah telah diterapkan ekosistem halal *value chain* pada usaha kuliner Ayam Geprek Jackpot dan untuk mengetahui apakah penerapan ekosistem halal *value chain* dapat memberi nilai tambah pada produk.

Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian studi kasus dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang mana sumber datanya adalah pemilik usaha kuliner Ayam Geprek Jackpot dan konsumennya sebagai data primer dan data sekunder berupa dokumen jaminan halal bahan baku, dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis data *fishbone analysis* serta menggunakan aplikasi analisis data kualitatif Nvivo yang kemudian data disesuaikan dengan analisis sesuai halal *value chain* dan ditarik kesimpulannya.

Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa usaha kuliner Ayam Geprek jackpot yang belum terdaftar sertifikasi halal tetap menjamin halal produknya dengan menerapkan ekosistem halal *value chain*, yang mana menjamin sumber bahan baku (input), menjaga proses pengelolaan produk (produksi) dan menjamin produk hingga ke tangan konsumen (pemasaran). Sedangkan dari perspektif konsumen dengan menerapkan halal *value chain* dapat memberi nilai tambah pada produk, sehingga memiliki keunggulan kompetitif.

Kata Kunci: *Ekosistem Halal, Value Chain, UMKM*

PENDAHULUAN

Kemajuan perekonomian suatu bangsa, industri halal tidak lagi menjadi pelengkap namun merupakan bagian penting untuk pembangunan ekonomi negara, dengan melihat tingkat permintaan produk halal semakin meningkat bukan hanya dari masyarakat muslim tetapi juga masyarakat non-muslim yang membutuhkan produk halal untuk keperluan tertentu ikut memperhatikan kehalalan suatu produk.

Salah satu strategi yang digunakan untuk mewujudkan tujuan Indonesia sebagai pusat perekonomian syariah dunia adalah dengan menguatkan rantai nilai. Value chain atau rantai nilai merupakan rangkaian aktivitas yang dilaksanakan suatu perusahaan dengan tujuan menghasilkan produk atau jasa. Strategi value chain membutuhkan integrasi antara input, pembuatan, penyaluran, marketing dan konsumsi sebagai hasil akhir produk. Semua itu tentunya harus memperlihatkan nilai syariah dalam prosesnya. Halal value chain merupakan konsep yang mengelolah ekosistem bisnis, tidak hanya pada sektor perdagangan, namun juga mengakses pada pariwisata halal dan juga finansial

Kabupaten Kolaka dengan jumlah penduduk 236,447 jiwa, memiliki sekitar 11.000 UMKM dengan unit usaha yang didominasi usaha kuliner, sedangkan UMKM yang terdaftar sertifikasi halal dan dibawah pengawasan salah seorang pihak pengawas dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Kolaka hanya berjumlah 24 UMKM hingga saat ini. Kabupaten Kolaka yang didominasi umat muslim. Tentunya menjadi tantangan bagi UMKM untuk menyajikan makanan minuman yang halal, dengan begitu dapat menjadi nilai tambah bagi UMKM itu sendiri dengan terjaminnya konsumen dalam mengonsumsi makanan halal. Kabupaten Kolaka juga dijuluki Kota Tahfidz karena menjamurnya Pondok Pesantren dan Rumah Tahfidz. Hal ini semakin memberi tantangan bagi UMKM di Kabupaten Kolaka untuk menjamin kehalalan produk.

Ayam Geprek Jackpot merupakan salah satu UMKM yang menggeluti bidang kuliner dan menawarkan produk makanan yang saat ini telah menjamur yakni ayam geprek. Mendirikan *outlet*nya di Jalan Rambutan, Kelurahan Watuliandu, Kecamatan Kolaka dan beberapa enam cabang lainnya di Kabupaten Kolaka. Karena kualitas produk yang ditawarkan terbilang baik dan cocok dikebanyakan lidah konsumen sehingga banyak digemari. Walaupun UMKM ini telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) tetapi belum terdaftar sertifikasi halal, sehingga kehalalan produk dan penerapan ekosistem halal *value chain* masih menjadi pertanyaan. Menjamin telah diterapkannya ekosistem halal *value chain* akan meminimalisir kekhawatiran konsumen yang sebagian besar adalah umat muslim sesuai dominasi terbesar agama yang dianut masyarakat Kabupaten Kolaka. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*Analisis Ekosistem Halal Value Chain Pada UMKM Kabupaten Kolaka (Studi Kasus Usaha Kuliner Ayam Geprek Jackpot)*”.

METODE

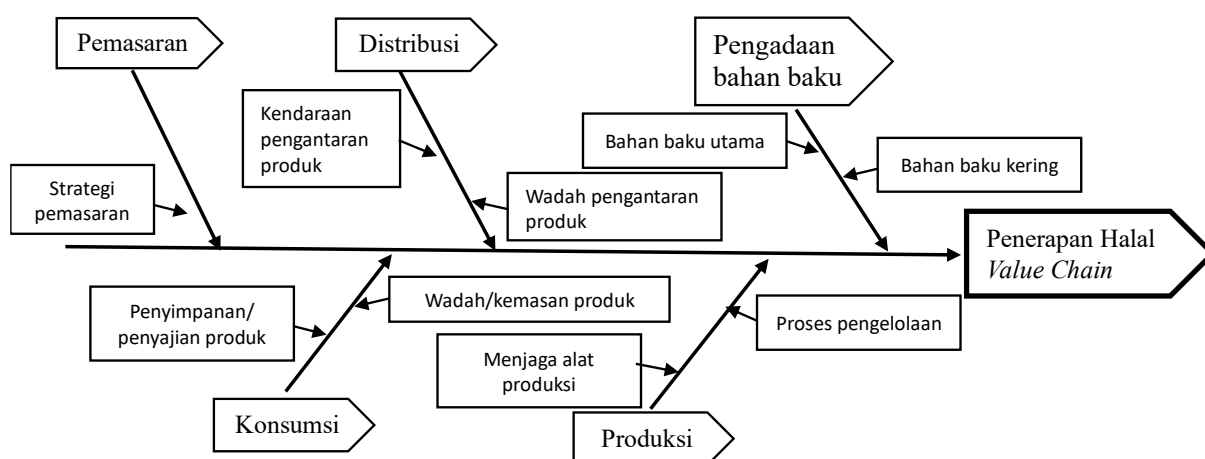
Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan jenis penelitian pada penelitian ini yakni penelitian studi kasus yang tujuannya untuk menganalisis dan mengamati suatu kasus hingga tuntas. Penelitian ini dilakukan dalam konteks setting alami. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menyelidiki dan memahami fenomena, termasuk apa yang terjadi, mengapa terjadi,

dan bagaimana terjadinya. Oleh karena itu, riset kualitatif berfokus pada eksplorasi yang mendalam dan studi kasus yang mendalam atau terfokus pada satu kasus atau beberapa kasus secara detail.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Penerapan Ekosistem Halal Value Chain Pada Usaha Kuliner Ayam Geprek Jackpot

Berdasarkan hasil wawancara kepada pemilik, manajer dan karyawan usaha kuliner ayam geprek jackpot, maka dapat ditarik kesimpulan terhadap sebab-sebab yang mempengaruhi parameter atau indikator penerapan ekosistem halal value chain untuk produksi makanan dan minuman yang halal. Berikut fishbone diagram hasil analisis proses produksi ayam geprek jackpot:



Sumber: Hasil Analisis Peneliti

Berdasarkan Diagram *Fishbone* diatas dapat diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi kehalalan produk Usaha Kuliner Ayam Geprek Jackpot dengan beberapa elemen sebagai berikut:

a. Pengadaan Bahan Baku

1) Bahan Baku Utama

Hasil wawancara dari pemilik usaha kuliner ayam geprek jackpot tentang bahan baku utam yang digunakan: *“awalnya kami masih menggunakan ayam potong yang di pasar, tapi karena saya rasa kurang steril jadi saya memilih daging ayam beku saja. Selain lebih steril dan halal, daging ayam beku juga lebih praktis dan tahan kalau saya ingin menyetok ayam”*

Bahan baku utama yang digunakan Usaha Kuliner Ayam Geprek Jackpot yakni ayam segar beku yang diambil dari perusahaan yang terpercaya untuk menjaga kualitas dan kebersihan daging ayam, menurut pemilik Usaha Kuliner Ayam Geprek Jackpot bahwa ayam beku lebih steril dari ayam potong yang biasa di jual di rumah potong ayam di pasar tradisional pada umumnya dan juga lebih

tahan lama sehingga sangat membantu usahanya yang sewaktu-waktu perlu menyetok bahan baku. Kehalalan produk perusahaan daging ayam segar beku terjamin karena telah bersertifikasi halal.

“untuk sambel ayam geprek disini kami ambil cabainya dari supplier langsung, tidak melalui pasar karena kita ambil jumlah banyak sehingga bisa lebih murah. Namun terkadang juga kami beli di pasar kalau persediaan habis.”

Bahan baku utama yang digunakan pada produksi ayam geprek, selain daging ayam yakni menggunakan cabai karena ayam geprek identik dengan sambel olahan langsung bukan sambel kemasan. Cabai yang digunakan pada ayam geprek jackpot diperoleh dari *supplier* cabai langsung karena pemesanan cabai dalam jumlah yang banyak sehingga jarang membeli melalui pasar tradisional.

2) Bahan Baku Kering

Hasil wawancara produsen ayam geprek jackpot tentang bahan baku kering yang digunakan pada produknya:

“Menu makanan yang kita sediakan memang lengkap dengan nasi dan es teh, masalah kualitas bahan dan juga halalnya kami perhatikan juga, seperti menggunakan bahan-bahan kemasan yang berlabel halal mulai dari garam, Roico, minyak Kita atau minyak Sedap, merica Ladaku, kunyit dan ketumbar Desaku.”

Bahan baku kering merupakan bahan-bahan yang digunakan produsen dalam mengelolah produk mentah sehingga bisa dikonsumsi, dari daging ayam mentah menjadi ayam geprek memerlukan bahan-bahan tambahan, pada Usaha Kuliner Ayam Geprek Jackpot menggunakan bahan-bahan berikut: Tepung Terigu Kompas, Vetsin Ajinomoto, Garam, Penyedap Rasa Roico, Minyak Goreng Minya Kita (terkadang juga pakai merek Sabrina), Merica Bubuk Ladaku, kunyit Bubuk Desaku, Ketumbar BuBuk Desaku

“Bahkan untuk berasnya kami beli di tempat yang memang terjamin karena banyak diminati orang lain juga jadi saya peroleh dari toko sembako Cahaya Ujung di Jln. Sunu dan untuk buat es teh saya pakai teh sari wangi. Cara masak nasinya saya masak manual karena jumlah banyak dan tehnya juga sama, saya buat manual setelah di press baru saya simpan dilemari pendingin.”

Pada menu Ayam Geprek Jackpot menyediakan paket makanan lengkap berupa paket ayam geprek, nasi dan es teh. Beras yang digunakan adalah beras karungan yang dibeli pada pedagang sembako Cahaya Telur yang berlokasi di Jln. Sunu, pedagang sembako ini merupakan salah satu pedagang yang ramai pembeli. Sedangkan teh yang digunakan merek Sari Wangi.

b. Produksi

1) Proses Pengelolaan

(a) Pengelolaan Ayam Geprek

Hasil wawancara tentang proses pengelolaan ayam geprek jackpot yang dilakukan tanpa melanggar syariat dan memperhatikan kualitas:

“untuk proses pengelolaan ayam geprek kami lakukan seperti pada umumnya tapi ada juga teknik tersendiri untuk menjaga kualitas agar bisa bersaing. Jadi kami mencairkan daging yang masih beku, kemudian dipotong, dimarinasi dan disimpan di freezer, dan kami goreng ayamnya saat akan membuka warung. Untuk bahan kering kami langsung campurkan sesuai resep dan digoreng dengan teknik tertentu agar kualitas ayamnya baik dan tidak hangus.”

Proses pengelolaan dilakukan secara umum pembuatan ayam geprek yang mana dilakukan dengan teknik tertentu dan tidak pernah berubah untuk mempertahankan kualitas dan cita rasa produk Ayam Geprek Jackpot. Adapun langkah-langkah pembuatan Ayam Geprek Jackpot:

- (1) Mencairkan daging ayam segar yang masih beku
 - (2) Pemotongan daging ayam
 - (3) Membersihkan daging ayam hingga bersih dan tidak amis
 - (4) Marinasi daging ayam untuk kualitas rasa yang lebih baik
 - (5) Meracik bumbu kering dengan menggunakan bahan-bahan yang aman dan halal
 - (6) Menggoreng daging ayam untuk siap disajikan pada etalase penjualan
 - (7) Menyajikan ayam geprek untuk siap dijual pada etalase khusus ayam geprek.
- (b) Proses Pengolahan Sambel Ayam Geprek

Hasil wawancara produsen tentang pembuatan sambel ayam geprek jackpot dengan cara yang lebih praktis:

“kalau cara masak sambelnya kami biasanya haluskan dulu baru kami bekukan karena kalau sambel biasanya cepat habis, tapi kalau dibuat banyak juga takutnya bisa rusak, jadi kami haluskan terus dibekukan kalau butuh kami tinggal masak langsung tinggal tambah penyedap rasa dan bumbu lainnya”

Sambel ayam geprek jackpot memiliki khas cita rasa yang berbeda dan menyediakan dua pilihan sambel yakni sambel merah dan sambel ijo sehingga konsumen bisa menyesuaikan dengan selera, ayam geprek jackpot yang ramai pembeli tentu harus berjaga-jaga ketersediaan sambel, sehingga produsen membekukan stok sambel agar lebih mudah diolah dalam keadaan yang tidak terduga, proses pengelolaan sambel ayam geprek jackpot sebagai berikut:

- (1) Membersihkan dan mencuci bersih bahan- bahan sambel
- (2) Menghaluskan bahan dengan mesin blander
- (3) Membekukan bahan yang telah dihaluskan (untuk persediaan)
- (4) Memanaskan minyak goreng dan memasukkan sambel halus yang telah dibekukan
- (5) Menambahkan penyedap rasa dan bumbum-bumbu lainnya

(c) Proses Pengelolaan Nasi

Hasil wawancara tentang pembuatan nasi dan es teh dengan cara pengelolaan yang manual dan tidak melanggar syariat:

“Cara masak nasinya saya masak manual karena jumlah banyak dan tehnya juga sama, saya buat manual setelah di press baru saya simpan dilemari pendingin.”

Beras yang digunakan produsen ayam geprek jackpot dalam usahanya yakni beras karungan yang dijual secara tradisional di toko sembako yang ramai pembeli karena kualitas yang baik, sedangkan proses pengelolaan nasi di usaha kuliner ayam geprek jackpot ini tidak berbeda dengan cara masak nasi pada umumnya. Walaupun jumlah yang cukup besar, namun produsen tetap menjaga kualitas nasi. Cara pengelolaan nya sebagai berikut:

- (1) Mencuci beras sesuai kebutuhan
- (2) Menyiapkan panci khusus memasak nasi
- (3) Memasukkan beras yang telah bersih
- (4) Menunggu nasi hingga setengah matang dan diaduk agar masak merata
- (5) Setelah matang diaduk kembali untuk menghilangkan uap
- (6) Dan setelah dingin dibungkus dengan kertas pembungkus khusus nasi

(d) Proses Pengelolaan Es Teh

Teh yang digunakan produsen ayam geprek jackpot merupakan teh kemasan yang banyak digunakan masyarakat pada umumnya, yakni teh sari wangi yang mana pembuatan teh dilakukan seperti pada umumnya, sebagai berikut:

- (1) Mendidihkan air
- (2) Mencampurkan teh, gula pasir dan air panas dalam wadah yang besar (jumbo)
- (3) Air panas diberikan setengah untuk melarutkan gula dan the, kemudian selebihnya air biasa
- (4) Memindahkan teh ke wadah gelas plastik dan dipress
- (5) Kemudian dimasukkan

2) Menjaga Alat Produksi

Dalam proses penjagaan alat produksi yang tujuannya untuk menjaga kualitas produk. Untuk mempertahankan kebersihan dan juga cita rasa, tentunya menjaga alat produksi agar tidak terkontaminasi dengan zat-zat haram dan tetap steril bukanlah hal yang dikesampingkan. Namun, pemilik Usaha Kuliner Ayam Geprek Jackpot yakin akan terjaganya alat produksi dari zat-zat haram karena tidak ada faktor yang mengakibatkan adanya zat-zat haram tersebut dalam rumah produksi, baik dari segi bahan-bahan kering, daging ayam dan makanan yang dikonsumsi keluarga produsen sehari-hari terhindar dari zat-zat haram.

“kami tidak pernah mengelolah zat-zat yang haram dan juga menyimpan bahan-bahan yang haram. Sehingga seluruh alat produksi yang kami gunakan dan juga tempat penyimpanan bahan-bahan kami bersih dari zat-zat yang akan mempengaruhi kehalalan produk kami.”

Alat produksi dibersihkan setelah pemakaian sehingga tidak menumpuk bakteri dan selalu terjaga. Namun, penyimpanan alat produksi dan bahan-bahan berdasarkan hasil observasi ditata dengan kurang rapi dan sesuai tempat sehingga belum terbilang steril.

c. Distribusi

Hasil wawancara tentang cara pendistribusian produk ayam geprek jackpot pada outlet cabang yang dilakukan dengan cara sederhana namun tetap menjaga kebersihan dan kehalalan produk.

“untuk pengantaran Ayam Geprek Jackpot ke outlet menggunakan kendaraan dan box yang sama, dan box yang digunakan khusus sehingga tidak tercampur dengan bahan-bahan lainnya.”

1) Kendaraan Pengantaran Produk

Kendaraan yang digunakan untuk mengantarkan produk ayam geprek jackpot pada cabang outlet yakni menggunakan sepeda motor yang sama untuk setiap cabang outlet yang dilakukan secara bertahap dari outlet satu dan lainnya.

2) Wadah Pengantaran Produk

Wadah yang digunakan oleh kurir pengantar produk ayam geprek jackpot yakni box khusus ayam yang sama karena dilakukan secara bertahap, box yang digunakan tidak bercampur dengan produk apapun untuk menjaga kualitas ayam.

d. Pemasaran

1) Strategi Pemasaran

Hasil wawancara yang membahas tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh produsen ayam geprek jackpot:

“proses pemasaran saya saat ini dengan membuka banyak outlet yang tujuannya agar mudah dijangkau konsumen jauh dan banyak dikenal orang. Tapi sebelumnya, awal saya membuka usaha ini saya sendiri yang mengantarkan ketempat konsumen dengan *free* ongkir walaupun jauh, itu juga termaksud strategi pemasaran saya sehingga produk saya banyak dikenal orang.”

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Usaha Kuliner Ayam Geprek Jackpot ada beberapa. Yang pertama melakukan strategi pemasaran sistem online karna mengingat awal buka usaha tersebut pada saat Covid-19. Yang kedua memberlakukan sistem Jackpot karna pada saat itu banyak kurir yang menjadi konsumen Ayam Geprek Jackpot sehingga setiap kelipatan 10 kali kurir mengambil pesanan maka diberikan free satu paket Ayam Geprek Jackpot, tidak hanya untuk kurir namun juga untuk konsumen biasa dengan kelipatan 15 kali pembelian Ayam Geprek Jackpot. Yang ketiga memberikan

voucher makan gratis bagi orang yang tidak mampu secara random, selain bertujuan sedekah hal tersebut juga untuk promosi Ayam Geprek Jackpot. Dan yang terakhir yakni dengan berperan sebagai sponsorship pada kegiatan-kegiatan perlombaan dengan memberi voucher makan gratis selama satu bulan penuh.

e. Konsumsi

1) Penyimpanan/penyajian Produk

Hasil wawancara pada produsen membahas tempat penyimpanan produk dan bahan yang digunakan pada pengolahan produk:

“Untuk disetiap cabang outlet semua menggunakan etalase penyimpanan khusus ayam dan tidak dicampur makanan lainnya, adapun disediakan nasi pada etalase tersebut tetapi tidak bersentuhan karena nasinya juga dibungkus, sehingga aman untuk penyajiannya.”

Tempat penyimpanan/penyajian ayam geprek yang telah siap untuk dijual diletakkan langsung pada etalase penjualan, yang mana etalase tersebut di khususkan untuk ayam geprek dan tidak terkontaminasi zat-zat haram dan selalu bersih setiap kali digunakan. Sedangkan untuk outlet lainnya perlu melalui proses pengantaran terlebih dahulu, yang mana menggunakan box khusus ayam geprek dan juga tidak terkontaminasi dan dijaga kebersihannya.

Sedangkan tempat penyimpanan bahan baku berupa daging ayam apabila produsen menyetok dibekukan pada freezer khusus daging ayam yang telah mereka sediakan, yang mana freezer daging ayam tidak digunakan untuk membekukan bahan makanan lainnya sehingga bersih dari zat-zat yang mungkin akan merusak kehalalan produk. Sedangkan bahan baku kering disimpan pada dapur tempat produksi.

2) Wadah/kemasan Produk

Hasil wawancara membahas wadah yang digunakan sebagai kemasan produk bagi konsumen:

“Kemasannya kami masih menggunakan plastik tetapi bukan yang abal-abal, semua kemasan yang kita gunakan khusus untuk makanan, baik dari kemasan yang bersentuhan langsung dengan produk makanan hingga kemasan kresek sebagai wadah untuk membawa produk semua kami gunakan yang khusus untuk makanan.”

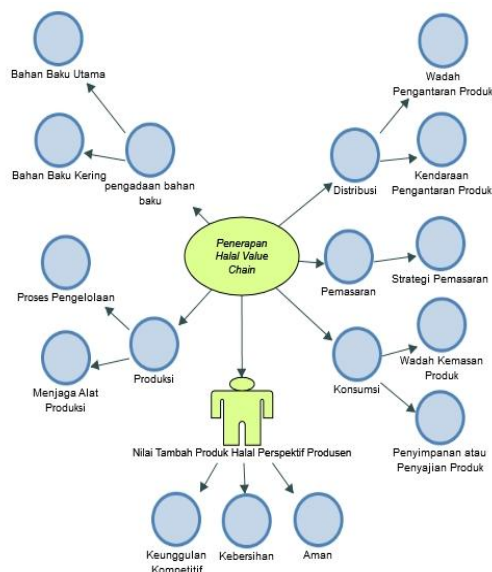
Wadah/kemasan yang digunakan yakni kemasan satu kali pakai. Walaupun masih menggunakan wadah plastik namun tetap memilih plastik khusus makanan yang tahan panas. Sehingga tidak menggunakan plastik barang berwarna yang tidak aman untuk makanan. Wadah yang digunakan sebagai berikut:

- (a) Pembungkus nasi khusus
- (b) Gelas plastik khusus minuman
- (c) Plastik press khusus minuman

- (d) Kertas makanan digunakan untuk mengalas pada kresek makanan dan styrofoam
- (e) Styrofoam Khusus makanan
- (f) Kresek khusus makanan

Dari hasil wawancara bersama pemilik Usaha Kuliner Ayam Geprek Jackpot dengan menggunakan analisis fishbone untuk memudahkan peneliti menganalisis sesuai indikator ekosistem halal value chain dapat ditarik kesimpulan bahwa Usaha Kuliner Ayam Geprek Jackpot menjalankan usahanya dengan memelihara dan menjaga rantai pasok produknya mulai dari tempat pengadaan bahan baku, proses pengelolaan, distribusi, strategi pemasaran hingga konsumsi yang dilakukan tanpa melanggar syariat Islam. Namun, dari keseluruhan proses produksi dari ayam geprek jackpot belum menjaga kesterilan produk terkhusus pada proses menjaga alat produksi dan juga penyimpanan bahan-bahan baku.

Usaha Kuliner Ayam Geprek Jackpot walaupun belum mendaftarkan usahanya sertifikasi halal dengan alasan belum siap menangani pendanaan daftar sertifikasi halal dan juga pemasaran produk dengan brand halal. Namun tetap menjaga kehalalan produk. Hasil analisis data wawancara bersama produsen yang diolah menggunakan alat analisis data Nvivo dapat menjabarkan penerapan ekosistem halal value chain pada Usaha Kuliner Ayam Geprek Jackpot, sebagai berikut:



Sumber: Hasil Analisis peneliti menggunakan Aplikasi NVivo

Dari hasil analisis menggunakan alat bantu analisis data penelitian kualitatif Nvivo dapat dijabarkan bahwa usaha kuliner Ayam Geprek Jackpot telah menerapkan ekosistem halal value chain. Yang mana lima faktor yakni pengadaan bahan baku, produksi, distribusi, pemasaran dan

konsumsi dapat mempengaruhi penerapan ekosistem halal value chain pada usaha Kuliner Ayam Geprek jackpot dengan telah menjalankan tanpa melanggar syariat Islam. Sementara menurut produsen bahwa dampak dari penerapan ekosistem halal value chain dapat membuat konsumen merasa aman, memberi keunggulan pada produk, dan konsumen akan melakukan pembelian berulang/berlangganan serta produk akan terjaga kebersihannya. Namun, pemilik Usaha Kuliner Ayam Geprek Jackpot belum dapat memasarkan produknya dengan brand halal karena merasa terkendala pada dana.

Analisis Nilai Tambah dari Sertifikasi Halal Produk pada Usaha kuliner

Usaha Kuliner Ayam Geprek Jackpot yang dalam proses pengelolaan produknya telah menerapkan ekosistem halal value chain. Yang dari kepatuhan terhadap proses produksinya menghasilkan produk yang banyak diminati konsumen, sehingga berdampak pada jumlah produksi yang baik untuk pengembangan usaha.

“biasanya ayam geprek kami laku mulai dari 167 – 200 potong, itu kita pake 18 ekor atau lebih karena di potong 12 ayamnya. Kami ambil ayam yang harga Rp43.000, untuk semua outlet jadi kami punya 5 karyawan termaksud dengan kurir pengantar, masuk pagi sampai malam kami tanggung makan dan perbulan kami gaji Rp1.500.000. untuk nasi 3-5liter dimasak, es teh 4 jumbo isi 5liter tapi tidak penuh cabainya kami siapkan biasanya 2kg, biasa lebih biasa juga kurang. Begitu juga es the dan nasi”.

Ayam geprek jackpot dalam sehari memproduksi 200 potong ayam dari 18 ekor daging ayam beku yang harga Rp43.000, menggunakan 5 karyawan yang berkerja melayani konsumen mulai dari pukul 08:00 - 21:00, ayam geprek jackpot dalam seporsi lengkap dijual Rp15.000 dan khusus ayam geprek saja mulai dari Rp10.000 - Rp13.000, produsen ayam geprek jackpot memberikan upah kepada karyawannya Rp1.500.000/bulan dan ditanggung makan dua kali, sehingga perharinya senilai Rp80.000. yang mana sehari memasak tiga sampai lima liter beras, es teh 15liter dan cabai yang 2kg.

No	Variabel	Koefisien	Hasil
	Output, Input dan Harga		Ayam Geprek Jackpot
1	Output (produksi)	A	216 potong
2	Bahan Baku (kg)	B	18 kg
3	Tenaga Kerja (HOK)	C	6,25
4	Faktor Konversi	$D=A/B$	12
5	Koefiensi Tenaga Kerja	$E=C/B$	0,34
6	Harga Output (Rp/porsi)	F	15.000
7	Upah Rata-rata Tenaga Kerja (Rp/hari)	G	80.000

	Pendapatan dan Keuntungan		
8	Harga Bahan Baku (Rp/kg)	H	43.000
9	Sumbangan Input Lain (Rp/kg)	I	60.000
10	Nilai Output (Rp)	$J = D \times F$	180.000
11	a. Nilai Tambah (Rp)	$K = J - I - H$	77.000
	b. Rasio Nilai Tambah	$L = (K/J) \times 100 (\%)$	0,42%
12	a. Imbalan Tenaga Kerja (Rp)	$M = E \times G$	27.200
	b. Bagian Tenaga Kerja	$N = (M/K) \times 100 (\%)$	0,35%
13	a. Keuntungan (Rp)	$O = K - M$	49.800
	b. Tingkat Keuntungan	$P = O/K \times 100 (\%)$	0,64%

Perhitungan nilai tambah Analisis Hayami menyajikan lengkap nilai tambah dan keuntungan dari hasil produksi. Dalam hal ini nilai tambah yang diperoleh dalam sekali produksi di satu ekor ayam atau sama dengan satu kilo yakni senilai Rp77.000 dengan rasio nilai tambah 0,42%. Sedangkan keuntungannya senilai Rp49.000 dengan rasio tingkat keuntungan 0,64%.

Sementara, dari hasil penelitian yang telah penulis lakukan tentang nilai tambah yang akan didapatkan oleh pelaku usaha kuliner pada produk sertifikasi halal dalam peningkatan kualitas dan daya saing. Yang mana produk yang telah bersertifikasi halal besar kecilnya tentu akan berdampak pada usaha produksi makanan. Masyarakat dalam memandang dan menilai makanan halal tentunya berbeda-beda. Namun, pilihan yang paling dominan akan berpengaruh besar terhadap sertifikasi halal produk makanan dalam memberi nilai tambah pada usaha kuliner.

Kehalalan makanan siap saji dari perspektif konsumen. Penilaian konsumen terhadap cara pandang dalam memastikan makanan siap saji yang halal dikonsumsi akan mempengaruhi dampak sertifikasi halal produk. Sehingga pandangan dari konsumen dalam menilai makanan siap saji diperlukan untuk mengetahui seberapa penting sertifikasi halal pada produk makanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, Arabiatul, dkk. 2023. Analisis *Value Chain* Dan Penerapannya Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Bagi Perusahaan (Studi Kasus: Rotte Bakery). *Indonesian Journal of Informatic Research and Software Engineering*, Vol. III No. 2.
- Anugerah, Widiensyah. 2023. *Apa Itu Nilai Tambah, Pentingnya Memahami Nilai Tambah*. Online. <https://www.localstartupfest.id/faq/apa-itu-nilai-tambah/>. Akses 10 Agustus 2023.
- Ashari, Ria. 2019. Analisis Nilai Tambah Pemasaran Ayam Broiler Di Kabupaten Lombok Utara. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, Vol.III, Nomor. 1.
- Djuniardi, Dede, dkk. 2022. *Kewirausahaan UMKM*. Cet. I: Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Dwiyono, Kisroh. 2019. *Agroindustri*. Cet. II: Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional.

- Effendi, Kharisya Ayu. 2023. Analisis Transformasi Halal Awareness dan Teknologi Blockchain Terhadap Penguatan Halal Value Chain di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Vol. IX No. 3.
- Fadli, Muhammad Rijal. 2021. Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika:Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, Vol. 21. No. 1.
- Kusuma, Ekawati Wahyu, dkk. 2020. Analisis Pengadaan Bahan Baku Dan Nilai Tambah Agroindustri Keripik Ubi Kayu Di Kecamatan Way Jepara Kabupaten Lampung Timur. *JIIA*. Vol.VIII, No. 1.
- Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Medan Area, *Value Added: Definisi, Manfaat dan Contoh Penerapannya*, (Online). <https://lp2m.uma.ac.id>. Akses: 08 Agustus 2022.
- Liaqat, Iman Ali. 2023. *State of the Global Islamic Economy Report*. <https://www.dinarstandard.com/post/state-of-the-global-islamic-economy-report-2023>. Akses: 26 Desember 2023
- Muhlisin, dkk. 2022. Analisis Literasi Ekonomi Syariah dan Ekosistem Halal Value Chain Terhadap Perkembangan Ekonomi Syariah Pondok Pesantren di Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. VIII No. 3.
- Nasih, Ahmad Munjin, dkk. 2022. *Fikih Biomassa: Hukum Limbah Kotoran Hewan dan Pemanfaatannya*. Cet. I: Surabaya: Arti Bumi Intaran.
- Nisa, Siti Maemanatun & Muhammad Alif. 2020. *Pengembangan Ekonomi Syariah Melalui Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkh) Di Desa Tanjung Anom Kecamatan Mauk*. Cet. I: Banten: Penerbit 3M Media Karya Serang.
- Nurlaela, dkk. 2021. *Produk Halal: Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*. Cet. I: Makassar: Pusaka Almaida.
- Pahlepi, Reza. 2022. *Konsumsi Produk Halal Tiap Sektor Indonesia Diproyeksikan Meningkat pada 2025*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/15/konsumsi-produk-halal-tiap-sektor-indonesia-diproyeksikan-meningkat-pada-2025>. Akses 15 Maret 2022.
- Sriwana, Iphov K, dkk. 2022. Analisis Nilai Tambah Untuk Meningkatkan Keberlanjutan Rantai Pasok Agroindustri Kopi Menggunakan Hayami. *Jurnal Integrasi Sistem Industri*. Vol. IX, No. 2.
- Sukoso, dkk. *Ekosistem Industri Halal*. Cet. I: Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia.
- Surur, Achmad Tubagus. 2022. *Perkembangan Industri Halal Indonesia*. Cet. I: Pekalongan: Scientist Publishing.
- Suseno, Agustin, dkk. 2020. Analisis Value Chain Management Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia. *Jurnal Teknik Sistem dan Industri*. Vol. I. No. 1.
- Yulia, Lady. 2020. Strategi Pengembangan Industri Produk Halal. *Jurnal Bimas Islam*. Vol. VIII, No. 1.
- Zakiyah, dkk. 2023. Analisis Halal Value Chain Pada Pengembangan Produk Wisata Halal Makam Habib Basirih Di Kota Banjarmasin. *Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah*. Vol IX. No. 1.