

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori Terkait Judul

1. Usaha

a. Pengertian Usaha

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, usaha merupakan suatu kegiatan yang mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai sesuatu yang dituju.¹ Menurut Harmaizar Z. usaha yaitu kegiatan yang dilakukan secara terus-menerus untuk mencapai sebuah tujuan dan memperoleh keuntungan.²

Dalam ajaran agama Islam, usaha adalah kegiatan manusia untuk meraih keuntungan dan untuk memenuhi kehidupannya. Manusia yang melakukan usaha seharusnya didasari oleh aturan-aturan Islam, dan taqwa kepada Allah, seperti yang sudah diajarkan oleh Rasulullah SAW yang ada pada Al-Qur'an dan As-Sunnah.³ Islam juga mengajarkan kepada kita agar bisa ikhlas dalam bekerja dan berusaha. Jika kita melakukan pekerjaan dengan ikhlas maka akan bernilai ibadah dan mendapatkan pahala.

Usaha merupakan kegiatan ekonomi yang memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan manusia, salah satunya seperti jual beli, produksi dan pemasaran, dan interaksi antara manusia satu dengan manusia lainnya.⁴ Usaha dapat memberikan berbagai manfaat, khususnya bagi orang yang melakukan usaha atau pemilik usaha. Selain itu, usaha dapat juga memberi manfaat bagi masyarakat luas, misalnya bagi orang yang ikut menjalankan dalam usaha maupun orang yang ada disekitarnya. Usaha dalam Islam dapat dikategorikan

¹Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ke-3 (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 1254.

²Harmaizar Z, *Menangkap Peluang Usaha*, Edisi 2 (Bekasi: CV Dian Anugrah Prakasa, 2008), 14.

³Ariyadi, "Bisnis dalam Islam," *Jurnal Hadratul Madaniyah* 5, no. 1 (2018): 13–26.

⁴Norvadewi, "Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif) Norvadewi," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 1, no. 1 (2015): 33–46.

sebagai suatu kelompok bisnis dalam berbagai banyak bentuk yang tidak dibatasi kuantitasnya dalam suatu barang atau jasa dan juga keuntungannya, namun dalam sebuah cara yang diperoleh dan penggunaannya ini dibatasi dengan hartanya.

Dalam usaha kita juga dapat melatih diri kita menjadi pribadi yang lebih baik, dengan berusaha kita juga dapat memberikan peluang bagi seseorang untuk memberi lapangan pekerjaan dan juga dapat membantu orang banyak. Seseorang yang menjalankan usahanya dengan bersungguh-sungguh, konsentrasi, tekun, dan juga komitmen maka kesuksesan dapat diraihinya.

Hal yang paling penting dalam berusaha yaitu harus pasti dengan kata lain kita harus dapat memprediksi baik dalam langkah operasionalnya dan yang paling penting yaitu keuntungan yang akan didapatkan. Jika kita mengoperasionalkannya dengan baik maka kita dapat melengkapi dan mencari langkah-langkah yang belum kita terapkan dalam sebuah usaha tersebut.

b. Macam-macam Usaha

Macam-macam usaha digolongkan menjadi beberapa golongan :

1) Usaha Mikro

Usaha mikro adalah suatu usaha yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha perorangan yang sudah diatur dalam undang-undang. Usaha mikro adalah usaha yang berukuran kecil, bersifat tradisional dan belum terdaftar dalam badan hukum.⁵

2) Usaha Makro

Usaha makro yaitu usaha yang dilakukan oleh badan usaha atau perusahaan dengan jumlah hasil penjualan tahunannya lebih besar dari usaha menengah. Misalnya usaha nasional milik Negara atau swasta, usaha asing yang melakukan kerjasama di Indonesia, dan juga usaha patungan (*joint venture*).⁶

⁵Tulus Tambulan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia (Isu-Isu Penting)* (Jakarta: LP3ES, 2012), 12.

⁶Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, *Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*, 2.

c. Tujuan Usaha

Nilai-nilai dalam berusaha yang berhubungan dengan perilaku usaha terdapat beberapa unsur diantaranya yaitu kreatifitas, pengambilan risiko, inovasi, dan inovatif. Nilai yang terkandung dalam bisnis merupakan bentuk gagasan-gagasan yang mempertimbangan terhadap seseorang yang dipilih dalam menjalankan usaha.⁷ Nilai-nilai tersebut mempunyai tujuan yang penting, diantaranya adalah:

1) Untuk memenuhi kebutuhan hidup

Dalam ajaran syariat islam, seorang muslim dituntut agar bekerja dan berusaha untuk mencapai tujuan, diantaranya adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup yang halal. Kebutuhan hidup dikelompokkan menjadi beberapa golongan yaitu, pertama kebutuhan yang secara resmi tidak dapat dihindari atau kebutuhan primer, kedua yaitu kebutuhan sekunder yaitu kebutuhan yang dipenuhi setelah kebutuhan primer terpenuhi, dan yang ketiga kebutuhan tersier atau pelengkap.⁸

Perekonomian sangatlah penting dalam memenuhi kebutuhan manusia sehari-hari. Maka usaha itu menyangkut perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup, usaha juga harus dilakukan dengan konsisten dan terus menerus agar dapat menghasilkan hasil yang baik. Lebih baik berusaha daripada meminta-minta kepada orang lain, karena proses tidak akan mengkhianati hasil. Sebab, sebaik-baik pekerjaan adalah hasil dari usaha kita sendiri.

2) Untuk memenuhi kebutuhan sosial

Dalam kebutuhan ini manusia berkesempatan untuk memenuhi kebutuhannya yang belum terpenuhi. Manusia juga bisa berkesempatan dalam memecahkan suatu masalah tertentu yang sedang dihadapi bersama-sama atau gotong royong.

⁷Sukirman Sukirman, "Jiwa Kewirausahaan dan Nilai Kewirausahaan Meningkatkan Kemandirian Usaha Melalui Perilaku Kewirausahaan," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 20, no. 1 (2017): 117.

⁸Muh. Said HM, *Pengantar Ekonomi Islam: Dasar-Dasar dan Pengembangan* (Pekanbaru: SUSKA Press, 2008), 75.

3) Untuk kemaslahatan keluarga

Berusaha dan bekerja sangatlah penting bagi keluarga dengan tujuan agar mendapatkan hasil yang bisa dimanfaatkan dan juga dapat menjadi salah satu cara untuk mendekatkan diri kita kepada Allah SWT. Dalam Islam memerintahkan kepada umat muslim agar terus berusaha dan bekerja dalam bidangnya masing-masing.⁹

d. Cara Melakukan Usaha dalam Islam

Sebagai umat muslim dalam melakukan usaha atau bisnis tentunya tidak terlepas dari syariat Islam dan juga nilai-nilai etika dan moral yang tidak bertentangan dengan Islam. Untuk menciptakan suatu bisnis kita perlu memasarkan suatu produk yang baik dan halal, sehingga terlahir bisnis yang sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh perusahaan. Nabi Muhammad telah mengajarkan umatnya bagaimana cara untuk menjalankan bisnis yang baik. Nabi Muhammad juga berpegang teguh terhadap nilai-nilai yang ada pada Al-Qur'an, nilai-nilai tersebut menjadi suatu landasan dalam menjalankan bisnis.

1) Siddiq

Siddiq artinya berkata benar atau jujur. Seseorang yang melaksanakan usaha seharusnya mempunyai sifat yang jujur, seperti yang telah dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW. Rasul telah mencotohkan bagaimana umatnya agar bersikap jujur dalam berusaha, dan Rasul pun telah melarang seseorang berbuat tidak adil dalam melaksanakan jual beli. Sehingga dengan bersikap jujur akan dicintai oleh Allah Swt. Oleh sebab itu, hendaklah kita mengutamakan sikap jujur di setiap rutinitas setiap harinya agar terhindar dari sifat tercela yang akan menghilangkan keberhakan disetiap aktifitasnya.¹⁰

2) Amanah (Dapat Dipercaya)

Sifat Amanah ini artinya dapat dipercaya. Pada kondisi saat ini sifat amanah ini sangat diperlukan dalam dunia usaha bisnis. Nabi Muhammad SAW ini

⁹Muh. Said HM, *Pengantar Ekonomi Islam: Dasar-Dasar dan Pengembangan*, 75.

¹⁰Firman Menne, *Nilai-Nilai Spiritual dalam Entitas Bisnis Syariah* (Makassar: Celebes Media Perkasa, 2017), 31.

telah diajarkan sejak Nabi hidup pada zaman jahiliyah, tetapi sifat amanah Nabi Muhammad sudah menjadi aset, oleh karena itu Nabi diberi gelar dengan sebutan *Al-Amin*.¹¹

Amanah yaitu pedoman dasar setiap manusia. Jika sikap amanah tidak ditanamkan dalam kehidupan diri setiap manusia akan rusak. Sikap amanah ini dapat membangun suatu hubungan individual maupun kelompok. Amanah dapat diartikan dalam tiga dimensi, yaitu pertama berkaitan dengan hubungan Allah, kedua berhubungan dengan antar manusia, ketiga untuk diri kita sendiri. Amanah ini bisa diberikan kepada seseorang kepada orang yang berhak untuk melaksanakan suatu tugas tersebut, karena sikap amanah ini diartikan sebagai kepercayaan.¹²

3) Tabligh

Tabligh adalah kemampuan untuk menyampaikan informasi atau komunikasi yang secara efektif. Dalam setiap melakukan usaha kita harus membiasakan diri dalam menyampaikan ide. Seseorang yang melakukan usaha atau bisnis secara islam dapat menyampaikan kelebihan dari produk yang sedang dijalankan dengan baik dan benar dan juga jujur.

Kemampuan dalam menyampiakan komunikasi dapat meningkatkan pengetahuan yang telah diberikan kepada nilai tabligh. Seseorang dalam melakukan bisnis sebaiknya tidak boleh menyembunyikan kemampuannya, sebaiknya kemampuan yang dimilikinya itu dibagikan kepada orang lain, sehingga dapat bermanfaat, karena itu merupakan cerminan pada sifat tabligh.¹³

¹¹Ashadi Zein, *Jejak Bisnis Khadijah* (Jakarta: PT Mizan Publika, 2010).122

¹² Ivan Muhammad Agung and Desma Husni, "Pengukuran Konsep Amanah dalam Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif," *Jurnal Psikologi* 43, no. 3 (2016): 194–206, <https://doi.org/10.22146/jpsi.11233>.

¹³Bahri, "Kewirausahaan Islam □: Penerapan Konsep Berwirausaha dan Bertransaksi Syariah dengan Metode Dimensi Vertikal (Hablumminallah) dan Dimensi Horizontal (Hablumminannas) Islamic Entrepreneurship □: Implementation of The Concept of Entrepreneurship And Shari," *Moro, Jurnal*

4) Fatonah

Fatonah artinya cerdas atau bijaksana, seseorang yang cerdas dalam melakukan usaha itu harus mengetahui, mengerti, dan tanggung jawab dengan baik. Allah SWT telah memberikan kepada manusia sifat yang cerdas dan bijaksana dalam menjalani kehidupan di dunia, sehingga manusia harus cerdas dalam memanfaatkan dan memenuhi kebutuhannya.

Sifat fatonah diperlukan dalam melakukan suatu usaha, dengan kecerdasan seseorang dapat melihat, mendengar, membaca dan belajar. Semakin menekuni suatu usaha maka semakin luas ilmu yang didapatkan.¹⁴

2. Halal Value Chain

a. Pengertian Halal

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia halal berarti diizinkan (tidak dilarang oleh syariat). Secara istilah, halal merupakan sesuatu yang diizinkan untuk digunakan maupun dilaksanakan dalam ajaran agama Islam, baik hidangan atau minuman yang dikonsumsi setiap hari khususnya buat umat Islam. Suatu makanan dan minuman tidak juga halal, tetapi harus *thayyib* (benar-benar layak dan bagus), apakah produk makanan tersebut baik untuk dikonsumsi atau tidak, maupun bermanfaat bagi kesehatan.

Pada Undang-Undang Jaminan Produk Halal (JPH) menjelaskan bahwa untuk memperoleh sertifikat halal harus sesuai dengan syari'at Islam dan ketentuan hukum terhadap kehalalan produknya. Pada Undang - Undang No. 33 Tahun 2014 yang terdapat 68 pasal terkait jaminan produk halal (JPH) dijelaskan bahwa produk yang beredar dan masuk serta diperdagangkan di Indonesia diwajibkan bersertifikat halal. Sesuai dengan Undang - Undang tersebut bertujuan :

Ekonomi Syariah dan Bisnis 1, no. 2 (2018): 67–87, <http://jurnal.unma.ac.id/index.php/Mr/index>.

¹⁴Titik Wijayanti, *Clear Teamwork dalam Bisnis Leading and Managing Field Operation Team* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo Gramedia, 2015). 159

- 1) *Pertama*, memberikan pandangan mengenai produk halal kepada pengusaha agar produk halal yang dihasilkan lebih memiliki nilai jual.
- 2) *Kedua*, memberikan kenyamanan terhadap masyarakat yang menggunakan dan memakai produk tersebut, khususnya bagi umat muslim.

Dengan adanya penerapan Undang - Undang tersebut dapat memberikan keuntungan kepada dua belah pihak, yaitu pembeli sebagai pemakai produk dan pembuat barang sebagai penyedia produk halal.¹⁵

Konsumsi produk halal ialah kewajiban untuk masyarakat Islam. Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, serta Kosmetika Majelis Ulama Indonesia ataupun yang diucap LPPOM MUI merupakan lembaga yang bertugas kokoh untuk mempelajari, mengkaji, menganalisis serta memutuskan apakah bahan- bahan baik pangan serta turunannya, obat- obatan serta produk kosmetik, apakah produk tersebut nyaman dikonsumsi dengan layak dan baik atau tidak, dengan melihat dari sisi kesehatan serta dari sisi aturan dalam agama Islam. Jika produk yang dikonsumsi halal serta baik buat disantap untuk umat Muslim khususnya di daerah Indonesia, tidak hanya itu membagikan saran, memberikan syarat serta tutorial kepada layanan warga. Lembaga berdiri untuk menunjang Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang bersumber pada pesan mengenai keputusan perizinan no 018/ MUI/ 1989, pada bertepatan pada 26 Jumadil Awal 1409 Hijriah ataupun 6 Januari 1989.¹⁶

Dengan lebih meningkatnya jumlah permintaan Produk halal oleh umat Muslim di seluruh dunia akan berdampak pada industri halal. Dengan prinsip-prinsip Islam yang mengedepankan produk halal, konsumen akan merasa aman dengan produk yang berkualitas. Selain itu, untuk mempertahankan nilai halal dari suatu produk, harus bisa menjaga enam nilai dasar dalam Islam yaitu hidup, kehormatan, martabat, kecerdasan, garis keturunan dan

¹⁵Achmad Fawaid, Aminatuz Zahrah, “Halal Food di Era Revolusi Industri 4.0: Prospek dan Tantangan Aminatuz,” *Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies* 3, no. 2 (2019): 121–38.

¹⁶Majelis Ulama Indonesia, *LPPOM MUI*, https://id.wikipedia.org/wiki/LPPOM_MUI, diakses pada tanggal 12 Agustus 2021 pukul 20:15

harta.¹⁷ Halal *food* sudah menjadi suatu "trend" di Indonesia beberapa tahun ini, hal ini ditandai dengan meningkatnya minat masyarakat akan produk halal. Dikarenakan penduduk Indonesia kebanyakan beragama islam menjadikan produk halal sebagai salah satu faktor meningkatnya permintaan produk halal, tidak hanya oleh orang tua saja, pengaruh terhadap anak muda juga besar untuk menerapkan *halal food* dalam kehidupan sehari - hari. Oleh sebab itu generasi Indonesia sekarang sudah familiar dengan makanan halal.

Imam Ghazali dalam kitabnya *mauidhah al mukminin* memberi penjelasan tentang halal menjadi dua definisi yaitu:

- 1) Penjelasan yang pertama menunjukkan bahwa kata halal itu berhubungan dengan suatu kebolehan dalam penggunaan benda sebagai alat bantu dalam kehidupan sehari – hari.
- 2) Pengertian yang kedua kata halal membolehkan serta memanfaatkan, memakan, meminum, dan mengerjakan sesuatu yang semuanya sudah sesuai dalil atau nash.¹⁸

Firman Allah dalam QS.Al-Baqarah ayat 168:

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا

تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya : “Hai sekalian manusia, makanlah yang **halal** lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; Karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”¹⁹

¹⁷Muslihati, “Milenial Sebagai Penggerak Ekosistem Halal Value Chain di Indoneisa,” *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)* 1, no. 2 (2020): 45–55.

¹⁸Sucipto, *Halal dan Haram Menurut Al-Ghazali dalam Kitab Mau'idhotul Mukminin*, <https://media.neliti.com/media/publications/178128-ID-none.pdf>, di akses pada tanggal 18 Agustus 2021

¹⁹Al-Baqarah: 168, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, Departemen Agama RI.

b. Macam dan Penggolongan Benda Tidak Halal dalam Islam

Sebagai umat Islam, kita tentu harus berhati-hati dalam memilih sesuatu untuk dikonsumsi. Dalam Al-Qur'an dan Hadits sudah banyak sekali penjelasan mengenai macam-macam benda yang digolongkan dalam kategorikan halal. Berikut ini adalah rincian benda-benda yang dikategorikan tidak halal (haram):

1) Hasil tambang

Hasil tambang yang dimaksud disini adalah sesuatu yang diperoleh dari dalam bumi yang berwujud benda mati. Benda-benda seperti ini tidak diharamkan untuk dikonsumsi, jika hasil tambang tersebut membahayakan tubuh manusia itu sendiri.

2) Tumbuh - tumbuhan (benda nabati)

Tumbuhan yang di perbolehkan untuk dimakan, kecuali tumbuhan itu membahayakan bagi tubuh manusia, misalnya seperti ganja, khamr, opium, dan segala tumbuhan yang memabukkan, dapat menghilangkan akal sehat serta dapat merusak kesehatan bagi manusia, tumbuhan jenis tersebut masih bisa digunakan untuk keperluan pengobatan, tetapi harus sesuai dengan anjuran yang diberikan, jika digunakan tidak sesuai anjuran akan menyebabkan overdosis dan hal terburuknya dapat menyebabkan kematian.

3) Binatang (benda hayawani)

Benda hayawani digolongkan menjadi dua, yaitu halal untuk dimakan dan haram untuk dimakan. Hewan yang digolongkan halal akan tetap menjadi halal jika cara penyembelihannya dilakukan dengan cara sesuai syariat Islam yang didalamnya wajib menjaga syarat penyembelihan, alat penyembelihan dan juga tempat penyembelihannya. Jika menyembelih hewan tidak mengikuti aturan syariat Islam maka hewan tersebut hukumnya menjadi haram untuk dimakan kecuali ikan dan belalang.²⁰

²⁰Sucipto, *Halal dan Haram Menurut Al-Ghazali dalam Kitab Mau'idhotul Mukminin*, <https://media.neliti.com/media/publications/178128-ID-none.pdf>,

c. Pengertian *Value Chain*

Para ahli memberikan beberapa pengertian terkait value chain, antara lain:

- 1) Menurut Porter (1985), dalam bukunya yang berjudul "*The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*". Analisis rantai nilai membagikan perlengkapan yang bisa digunakan oleh industri untuk memastikan sumber keunggulan yang kompetitif mereka (baik sumber yang terdapat disaat ini ataupun yang masih berbentuk kemampuan). Porter melaporkan jika sumber- sumber keunggulan kompetitif tidak bisa ditemukan hanya dengan memandang totalitas dari industri tersebut, namun wajib dijelaskan sebagai serangkaian aktivitas serta keunggulan daya saing yang hendak ditemui dalam satu ataupun lebih dari aktivitas tersebut.²¹

Mengenai pendekatan untuk melakukan diferensiasi dari beberapa produk yang dikemukakan oleh Porter (2007), yaitu:

- a) Citra merek : kesan konsumen terhadap sebuah produk yang memuat kepercayaan konsumen dan selalu di ingat di benak konsumen bahwa produk atau merek yang digunakan.
- b) Teknologi : dalam sebuah usaha, teknologi yaitu tempat untuk menyediakan sebuah bahan atau barang yang di perlukan saat menjalankan sebuah usaha.
- c) Pelayanan pelanggan : dalam sebuah usaha pelayanan pelanggan atau customer service saat di perhatikan, karena sebagai bentuk pelayanan bagi konsumen atau pelanggan dengan baik, sehingga konsumen yang akan membeli atau menggunakan jasa di suatu perusahaan merasa nyaman dan puas.
- d) Tahan lama : artinya yaitu awet, barang yang di produksi itu tidak mudah rusak.
- e) Berkualitas : produk yang di berikan harus benar-benar berkualitas, yang sudah melalui proses yang efektif dan efisien.

²¹Arief Daryanto, *Daya Saing dan Rantai Nilai Inklusif Industri Peternakan* (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2017), xii.

Apabila pengusaha mampu melakukan diferensiasi pada produknya seperti yang telah diungkapkan diatas, maka akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar sehingga menguntungkan bagi suatu industri, sehingga industri tersebut memiliki nilai lebih terutama bagi seorang pengusaha itu sendiri.

- 2) Dalam bukunya Wahyudi (1996), membedakan analisis *value chain* menjadi 2 bagian yaitu :
 - a) Aktivitas utama yaitu, aktivitas yang berhubungan dengan proses produksi, pemasaran, penjualan, dan pelayanan.
 - b) Aktivitas pendukung yaitu, aktivitas yang berhubungan dengan pemilihan bahan baku, pengembangan teknologi, pemilihan SDM yang unggul, serta penyedia insfrastruktur organisasi usaha.

Nilai tambah yang dihasilkan aktivitas tersebut akan menambah peningkatan dalam *margin* usaha. Sumber tersebut bisa terwujud melalui bagaimana organisasi tersebut dapat melakukan aktivitas yang baik di berbagai rantai nilai (*value chain*).²²

Menurut Porter ada beberapa aktivitas yang terdapat pada rantai nilai (*value chain*) dalam sebuah perusahaan:

- 1) *Primary Activities* (Aktifitas Utama)
 - a) *Inbound Logistic* : sebuah aktivitas yang berhubungan dengan input produksi.
 - b) *Operations* : sebuah aktivitas yang berhubungan dengan pengubahan bahan baku mentah menjadi bahan atau barang jadi.
 - c) *Outbound Logistic* : sebuah aktivitas yang berhubungan dengan pendistribusian produk kepada konsumen.
 - d) *Marketing and Sales* : sebuah aktivitas yang berhubungan dengan penyediaan tempat yang bisa digunakan oleh pembeli dalam memilih sebuah produk.

²²Manahati Zebua, *Pemasaran Produk Jasa Kesehatan* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), 285.

- e) *Service* : sebuah aktivitas yang berhubungan dengan penyediaan jasa dalam meningkatkan sebuah nilai produk.
- 2) *Support Activities* (Aktifitas Pendukung)
 - a) *Procurement* : aktivitas yang berfungsi pembelian dari input yang digunakan pada rantai nilai perusahaan, pembelian yang baik akan dilakukan oleh perusahaan dalam mempengaruhi biaya dan kualitas produk yang dibeli dan aktivitas yang berhubungan dengan penerimaan dan pemakaian input, dan juga interaksi dengan pemasok atau *supply*.
 - b) *Technology Development* : aktivitas yang terdiri dari sekelompok teknologi yang digunakan dalam menyiapkan sebuah barang jadi sampai dengan teknologi yang terkait dengan produk yang dihasilkan.
 - c) *Human Resource Management* : sebuah aktivitas yang berkaitan dengan manajemen sumber daya yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing dengan menentukan sebuah ketrampilan dalam meningkatkan motivasi karyawan dan pelatihan.
 - d) *Firm Infrastructure* : aktivitas pendukung yang mendukung penuh rantai nilai dan tidak bergantung pada perusahaan.²³

Dari paparan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *Halal Value Chain* (HVC) adalah urutan teratas dari sebuah rantai nilai produk dalam sebuah industri, rantai nilai produk sendiri meliputi bagian *input*, produksi, distribusi, pemasaran, dan konsumsi. Zaman sekarang teknologi berperan penting dalam menghasilkan sebuah produk terutama produk halal, selain membantu dalam menghasilkan produk halal yang lebih higienis proses produksi yang dikerjakan akan lebih efisien. Dengan sebuah teknologi juga pengemasan produk halal akan lebih mudah sehingga terjamin kebersihan dan lebih terjaga kehalalannya hingga produk halal tersebut sampai ditangan konsumen.

²³Amelia Setiawan and Ria Satyarini, “*Laporan Identifikasi dan Analisis Value Chain Pada Usaha Kecil*,” 2015, 1–22.

Proses distribusi dan pemasaran produk halal, terutama makanan dan minuman halal harus sesuai dengan nilai syariah, makanan dan minuman yang tidak halal harus dipisahkan agar tidak tercampur dengan makanan dan minuman halal. Rantai nilai dari *Halal Value Chain* tidak hanya tertuju pada pendistribusian dan pemasaran produk halal saja, melainkan juga harus adanya pengaturan keuangan yang terorganisir dari lembaga keuangan syariah, serta diterapkannya regulasi dan harus adanya pengembangan riset.²⁴

Perbedaan status halal menjadi tantangan bagi umat muslim khususnya bagi negara kita, yang membedakannya adalah adanya sertifikasi halal dari lembaga MUI, baik berupa produk makanan maupun barang dan jasa. Oleh karena itu bagi negara-negara yang lain perlu menyepakati satu standar global. Sehingga produsen bisa memilih produk mana yang layak dikonsumsi bagi mereka.

Produk-produk yang didesain dengan mempertimbangkan komponen-komponen yang dihasilkan oleh pemasok, tentu dapat mencapai struktur biaya dan kualitas produk yang lebih tinggi dibandingkan produk yang sama, maka komponen tersebut harus dibuat khusus. Sebuah produksi yang matang akan dapat memberikan waktu yang cukup bagi para pemasok untuk memproduksi komponen tersebut dengan meminimalisir biaya produk tetapi masih tetap terjaga kualitasnya, dibandingkan bila permintaan dilakukan bila permintaan dilakukan dengan *lead-time* sangat pendek. *Value chain* ini dapat dilihat sebagai gabungan dari dua buah jaringan yang lebih kecil, yaitu: jaringan *supply chain* dan jaringan *demand chain*. Untuk menciptakan sinergi yang baik di seluruh *value chain*, kedua jaringan tersebut perlu dikelola dengan baik.²⁵

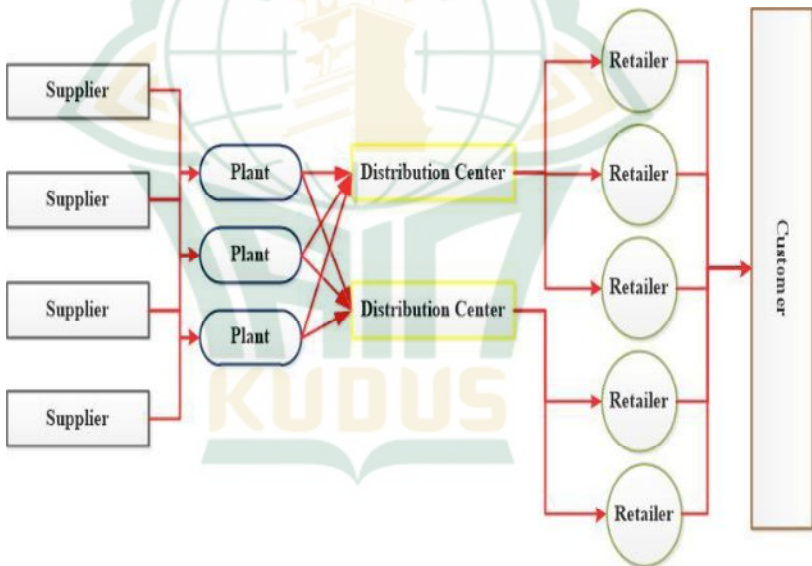
Menurut Chopra dan Meindl (2016), rantai pasok didefinisikan sebagai berikut: rantai pasokan terdiri dari semua pihak yang secara langsung atau tidak langsung

²⁴Pratiwi Subianto, "Rantai Nilai dan Perspektif Kesadaran Masyarakat Muslim Akan Makanan Halal," *Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMA) Proceeding 2* (2019): 141–46.

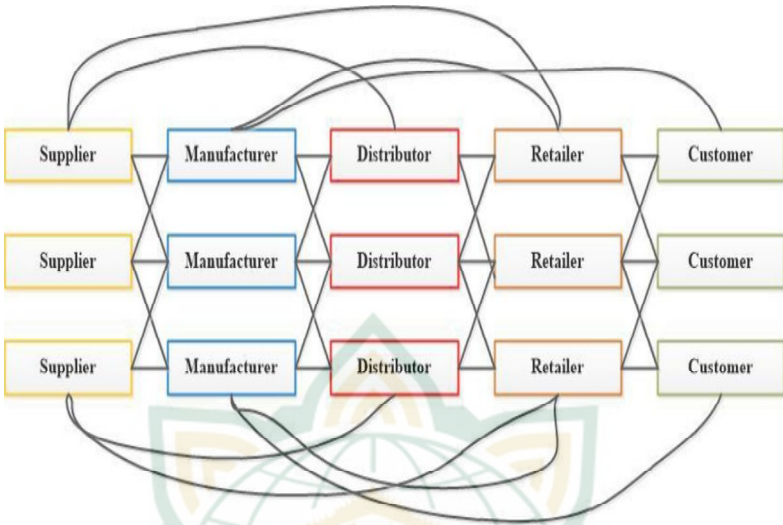
²⁵Jacky Mussry, *Markplus On Marketing The Second Generation* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007), 55–56.

terlibat dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Rantai pasokan tidak hanya mencakup produsen dan pemasok, tetapi juga operator, pergudangan, pengecer, dan bahkan pelanggan itu sendiri. Chopra dan Meindl (2016) berkaitan dengan menerima dan memenuhi pertanyaan pelanggan dalam rantai pasokan organisasi seperti produsen.

Menurut Ravindran (2016) juga menyatakan bahwa jaringan rantai pasok terdiri dari pemasok, perusahaan, pusat distribusi, pemasaran dan pelanggan (Gambar 2.1). Rantai pasokan mirip dengan yang deskripsikan oleh Chopra dan Meindl (2016) bahwa itu adalah jaringan tingkat yang berbeda, termasuk pelanggan, pemasaran, distributor, perusahaan, komponen dan pemasok bahan baku. Hal ini seperti ditunjukkan (Gambar 2.2).



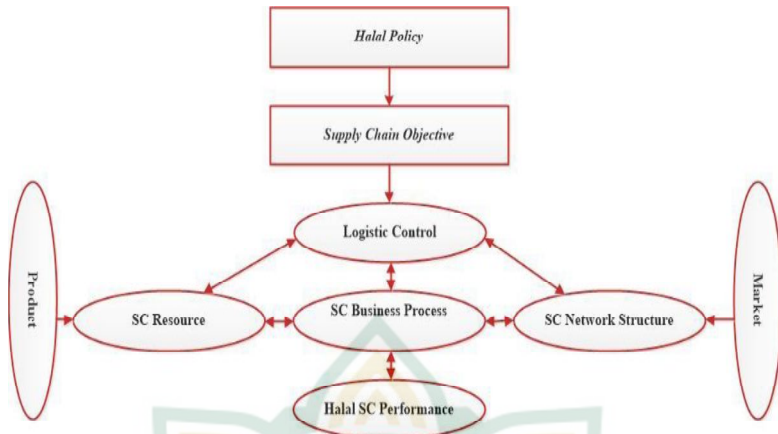
Gambar 2.1
Jaringan Rantai Pasok



Gambar 2.2
Tahapan Rantai Pasok

Manajemen rantai nilai halal diartikan sebagai manajemen jaringan halal dengan tujuan untuk menanggihkan mutu halal dari awal hingga ke titik pembelian konsumen. Hal tersebut untuk memastikan bahwa produk benar-benar halal dari pembelian konsumen. Logistik halal dan manajemen rantai nilai halal merupakan sesuatu hal yang penting bagi industri halal dalam memperluas integritas atau mutu halal dari awal hingga ke titik pembelian konsumen. Tieman (2011) berpendapat bahwa manajemen rantai nilai halal ditentukan oleh tiga faktor, yaitu: berhubungan dengan haram (dilarang), risiko penyemaran, dan persepsi atau pandangan konsumen Muslim. Lebih rinci terkait dengan model rantai pasok halal dapat dilihat pada Gambar 2. 3.²⁶

²⁶Yeni Rohaeni and Ahmad Hidayat Sutawidjaya, "Pengembangan Model Konseptual Manajemen Rantai Pasok Halal Studi Kasus Indonesia," *Jurnal Teknik Industri* 15, no. 29 (2020): 177–88.



Gambar 2.3
Model Rantai Pasok Halal

d. Halal Value Chain Dalam Produk Barang

Perkembangan saat ini prinsip halal menjadi sebuah patokan yang menjamin kualitas dari sebuah produk tersebut aman dan layak untuk dikonsumsi, khususnya bagi umat Islam. Dalam hal ini sektor usaha industri produk halal berperan penting dalam mencukupi kebutuhan masyarakat muslim dalam memperoleh produk halal dan layak untuk dikonsumsi, meskipun permintaan mengenai produk halal meningkat, sektor industri tetap harus menjaga kualitas produk yang dihasilkannya sesuai dengan syariat halal dalam islam agar mendapatkan produk halal yang terjamin kehalalannya bagi konsumen.

Syarat kehalalan produk makanan dan minuman pada sektor industri yang dipastikan melalui manajemen rantai nilai persediaan barang halal (*Halal Value Chain*). *Halal Value Chain* merupakan proses pengolahan bahan baku mentah yang diolah menjadi barang jadi kemudian di distribusikan kepada konsumen. Hal tersebut bertujuan untuk efisiensi biaya produksi serta menjaga dan mempertahankan kehalalan produk sampai ditangan konsumen. *Halal Value Chain* juga membutuhkan kebijakan halal untuk mengontrol logistik halal, struktur jaringan rantai nilai produk halal, dan sumber daya halal yang dikelola.

Halal Value Chain menjadi bagian yang integral. Setiap proses dalam produksi makanan dan minuman halal, itu dibuktikan dengan diterapkannya aturan-aturan sesuai syariat islam untuk seperti, untuk memastikan pemisahan antara produk halal dan non halal mulai dari proses perencanaan, pengimplementa-sian, dan juga pengendalian terkait proses penyimpanan barang agar dapat memenuhi kebutuhan para konsumen. Proses penjagaan setiap nilai halal produk (*halal value chain*) ini sekaligus menjadi nilai lebih dan keunggulan yang kompetitif untuk bersaing bagi industri produk halal dengan industri makanan dan minuman lainnya.²⁷

Salah satu strategi untuk mewujudkan visi Indonesia sebagai pusat Ekonomi Syariah terkemuka dunia adalah dengan memperkuat rantai nilai halal. Ada banyak industri yang terkait dengan kebutuhan umat Islam, terbagi dalam berbagai kelompok, yaitu makanan dan minuman halal, pariwisata halal, busana muslim, media dan hiburan halal, obat dan kosmetik halal, serta energi terbarukan.²⁸

e. *Halal Value Chain* Dalam Produk Jasa

Jasa adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen untuk memebantu memasarkan suatu produk yang memiliki nilai jual. Jasa juga disebut dengan pelayanan personal dari suatu produk yang mimiliki nilai jual untuk ditawarkan kepada satu pihak ke pihak lainnya, jasa yang ditawarkan tidak memiliki wujud nyata sehingga kepemilikan dari jasa tersebut tidak didasarkan kepada satu pihak.²⁹

Value chain dalam produk atau jasa ini sangat penting bagi suatu industri makanan dan minuman, rantai nilai makanan ini menjalankan peran penting dalam kelompok pertanian yang akan mengubah produk mentah

²⁷Arna Asna Annisa, “Kopontren dan Ekosistem Halal Value Chain,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 5, no. 01 (2019): 1–8.

²⁸Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024, <http://www.halalmui.org/mui14/main/detail/pentingnya-integrasi-rantai-nilai-makanan-dan-minuman-halal>, diakses pada tanggal 20 Agustus 2021 pukul 18:20

²⁹Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013), 93.

tersebut ke produk yang siap untuk dikonsumsi guna keberlangsungan hidup manusia.

Strategi yang dilakukan dalam rantai nilai (*value chain*) ini adalah dengan adanya integrasi dari input, produksi, distributor, pemasaran dan konsumsi hasil akhir produk. Semuanya harus terjaga dari kehalalannya dari bahan baku hingga menjadi siap dikonsumsi. Selain itu, untuk meminimalisir resiko usaha dalam hal pembiayaan setiap industri harus menerapkan prinsip keuangan syariah. Hal itu dilakukan agar kestabilan keuangan akan tetap terjaga.

B. Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian yang berjudul **“Implementasi Halal Value Chain Dalam Usaha Rumah Makan (Studi Pada Usaha Rumah Makan H. Ismun)”**. Maka diperlukan sebuah dasar acuan yang bersumber dari temuan - temuan maupun teori - teori yang sudah ada sebelumnya dari berbagai penelitian yang berkaitan dengan permasalahan penelitian ini. Hal itu dapat menjadikan data pendukung bagi peneliti ini. Adapun penelitian sebelumnya yang sesuai dengan penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi Subianto seorang mahasiswa dari fakultas Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nahdlatul Ulama Kalimantan Selatan pada tahun 2018 dengan judul *“Rantai Nilai Dan Perspektif Kesadaran Masyarakat Muslim Akan Makanan Halal”*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengumpulkan dan menganalisa jurnal yang berhubungan dengan value chain dan perspektif kesadaran masyarakat terhadap makanan halal. Metode penelitian bersifat kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *Halal Value Chain (HVC)*, membangun kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi makanan dan minuman halal, Sertifikasi halal perlu distandarisasikan guna menjamin produk yang sudah bersertifikat halal benar-benar halal sesuai dengan syariat islam.

Penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi Subianto yang telah dipaparkan di atas memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu tentang **“Implementasi Halal Value Chain Dalam Usaha Rumah Makan (Studi Pada Usaha Rumah Makan H. Ismun)”**. Dari

segi persamaan, penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama mengkaji terkait dengan implementasi *halal value chain*. Sedangkan dari segi perbedaan, penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu dimana dalam penelitian terdahulu tidak hanya mengkaji tentang *halal value chain* tetapi peneliti juga mengkaji bagaimana cara kesadaran masyarakat terhadap makanan halal. Dan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti juga mengkaji tentang makanan yang halal di RM. H. Ismun.

2. Penelitian yang dilakukan Arna Asna Annisa seorang mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga pada tahun 2019 dengan judul *Kopontren dan Ekosistem Halal Value Chain*. Dalam penelitian ini menjelaskan mengenai perubahan gaya hidup yang dilakukan di lingkungan pondok pesantren dalam menerapkan nilai-nilai islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif deskriptif. Berdasarkan hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa koperasi pondok pesantren (kopontren), berperan sebagai motor penggerak perekonomian pondok pesantren yang berpengaruh terhadap keberlangsungan *halal value chain* (rantai nilai halal) pada setiap bagian lingkungan dalam ekosistem pondok pesantren dengan diterapkannya nilai-nilai halal dalam aktivitas produksi, distribusi hingga aktivitas konsumsi santri baik berupa barang ataupun jasa.

Penelitian yang dilakukan oleh Arna Asna Annisa yang telah dipaparkan di atas memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu tentang **“Implementasi Halal Value Chain Dalam Usaha Rumah Makan (Studi Pada Usaha Rumah Makan H. Ismun)”**. Dari segi persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama mengkaji terkait dengan implementasi *halal value chain*. Sedangkan dari segi perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu dimana dalam penelitian terdahulu tidak hanya mengkaji tentang *halal value chain* tetapi peneliti juga mengkaji bagaimana ekosistem dalam pondok pesantren terhadap perubahan gaya hidup anggotanya untuk menerapkan nilai-nilai Islam. Dan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti juga mengkaji tentang makanan yang halal di RM. H. Ismun.

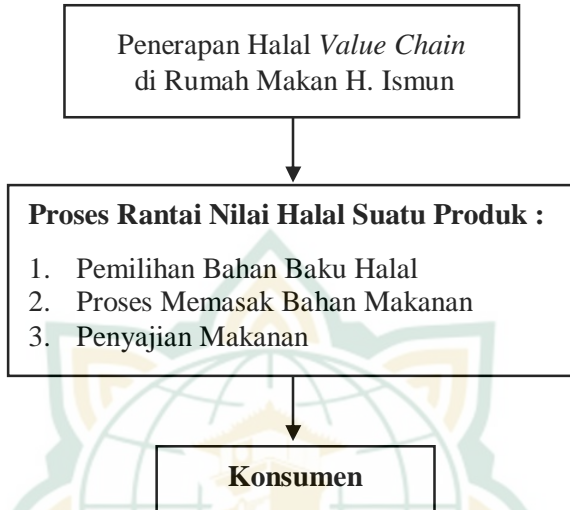
3. Penelitian yang dilakukan Aisya Isnaeni seorang mahasiswa Ekonomi Islam, Universitas Islam Indonesia, tahun 2020 dengan judul *Implementasi Halal Supply Chain management pada Industri Pengolahan Makanan (Studi Kasus : Restoran Taman Pringsewu Yogyakarta)*, Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan manajemen *halal supply chain* yang diterapkan di Restoran Taman Pringsewu Yogyakarta. Hasil dari penelitian tersebut guna mengetahui pelaksanaan manajemen *halal supply chain* dikelola di Restoran Taman Pringsewu Yogyakarta. Manajemen rantai nilai halal atau *halal supply chain management* adalah suatu kunci dari penerapan *halal supply chain* pada sebuah produk makanan dan minuman, proses yang dilakukan harus sesuai dengan syariat islam, untuk memperoleh makanan dan minuman yang benar-benar halal.

Penelitian yang dilakukan oleh Aisya Isnaeni yang telah dipaparkan di atas memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu tentang **“Implementasi Halal Value Chain Dalam Usaha Rumah Makan (Studi Pada Usaha Rumah Makan H. Ismun)”**. Dari segi persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama mengkaji terkait dengan implementasi *halal value chain*. Sedangkan dari segi perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu dimana dalam penelitian terdahulu tidak hanya mengkaji tentang *halal supply chain* tetapi peneliti juga mengkaji bagaimana dilaksanakannya manajemen *halal supply chain* yang ada di Restoran Taman Pringsewu Yogyakarta. Dan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti sekarang juga mengkaji tentang makanan yang halal di RM. H. Ismun.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan hubungan antara berbagai teori yang sudah dideskripsikan, setelah itu dianalisis sesuai dengan latar belakang masalah, kajian pustaka, dan penelitian sebelumnya. Dalam kerangka berfikir berisi penjelasan mengenai konsep secara teoritis dalam masalah yang akan diteliti. Kerangka berpikir tersebut berisi batasan terhadap kajian teori Mengenai Implementasi *Halal Value Chain* Dalam Usaha Rumah Makan

(Studi Pada Usaha Rumah Makan H. Ismun). Berikut skema kerangka berpikir tersebut:



Gambar 2.4
Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam penelitian ini dijelaskan agar mengetahui bagaimana Implementasi *Halal Value Chain* dalam Usaha Rumah Makan. Penerapan *Halal Value Chain* (HVC) merupakan aspek penting dalam suatu industri karena proses yang dilakukan harus sesuai dengan syariat islam mulai dari input, produksi, distribusi, pemasaran, dan konsumsi, sehingga suatu usaha rumah makan membutuhkan *Halal Value Chain* untuk mendapatkan citra baik usaha dimata konsumen melalui proses pemilihan bahan baku halal, proses memasak bahan makanan hingga Penyajian Makanan. Dengan adanya *Halal Value Chain* konsumen merasa nyaman dan aman terhadap produk yang dikonsumsinya.

Dalam proses rantai nilai halal di Rumah Makan H. Ismun meliputi tiga hal yaitu: *pertama*, Pemilihan bahan baku, pada Rumah Makan H. Ismun, bahan baku yang dipilih sudah bersertifikasi halal sehingga terjamin kehalalannya, *kedua*, proses memasak bahan makanan, setiap proses pengolahan bahan baku makanan mentah sampai ke makanan siap saji bagi konsumen, Rumah Makan H. Ismun selalu menjaga kebersihannya agar makanan yang sudah jadi tetap terjaga kebersihan dan

kehalalannya, *ketiga*, penyajian makanan, pada Rumah Makan H. Ismun mengungkap konsep prasmanan, yaitu konsumen bebas memilih makanan yang sudah tersedia di meja menu. Meja menyantap sendiri tertata rapi dan bersih, sehingga memudahkan konsumen dalam memilih makanan yang sudah disediakan.

Konsumen merupakan prioritas utama pada Rumah Makan H. Ismun, kebersihan, kenyamanan, terjaminannya makanan halal ditunjukkan kepada konsumen agar konsumen merasa apa yang sudah disajikan aman dan halal. Penilaian yang konsumen untuk Rumah Makan H. Ismun juga sangat berpengaruh terhadap kinerja yang sudah ada, setiap penilaian yang kurang baik akan menjadi bahan evaluasi untuk membenahi bagian yang kurang baik agar kedepannya bisa lebih baik lagi, untuk penilaian positif yang diberikan konsumen Rumah Makan H. Ismun memberikan semangat dan rasa bangga untuk semua yang telah bekerja dengan semaksimal mungkin. Rumah Makan H. Ismun akan selalu memberikan pelayanan terbaik mereka untuk para konsumen.

D. Pertanyaan Penelitian

Transkrip wawancara untuk pemilik Rumah Makan H. Ismun:

1. Identitas Informan
 - Nama :
 - Status Jabatan :
 - Alamat :
 - Waktu pelaksanaan wawancara :
2. Daftar Pertanyaan Wawancara
 - a. Bagaimana sejarah berdirinya Rumah Makan H. Ismun?
 - b. Ada berapa cabang Rumah Makan H. Ismun?
 - c. Bagaimana indikator yang digunakan dalam menilai tolak ukur dalam pelayanan yang diberikan di Rumah Makan H. Ismun?
 - d. Apa saja kegiatan operasional yang ada di Rumah Makan H. Ismun?
 - e. Bagaimana cara yang dilakukan Rumah Makan H. Ismun dalam mengawasi kegiatan operasional tersebut?
 - f. Bagaimana kondisi rantai nilai halal dalam Rumah Makan H. Ismun?

- g. Bagaimana hubungan halal food dengan rantai nilai halal dalam Rumah Makan H. Ismun?
- h. Seberapa pentingnya penerapan rantai nilai halal ini dalam usaha Rumah Makan H. Ismun?

