

PERAN IMPLEMENTASI SUSTAINABLE HALAL VALUE CHAIN PADA SATE KLATAK PAK PONG

Rian¹, Rusny Istiqomah Sujono², Abdul Salam³, Febrian Wahyu Wibowo⁴

Universitas Alma Ata

*Penulis Korespondensi: r14n130703@gmail.com

Abstract. *This study analyzes the implementation of the Sustainable Halal Value Chain at Sate Klatak Pak Pong, a goat-based micro, small, and medium culinary enterprise in Bantul, Yogyakarta. The study used a qualitative case study approach to understand how halal principles are maintained from raw material procurement to the development of consumer experiences. Data were collected through in-depth interviews, direct observation, and supporting documents. Four informants participated in this study: the operational manager, kitchen staff, quality control officers, and consumers. Interview data were analyzed using ATLAS.ti 9 through open coding, axial coding, selective coding, and network visualization. The analysis resulted in five interrelated themes: Halal Procurement, Halal Production, Halal Assurance, Sustainability, and Customer Trust. The results show that halal procurement is supported by control of goat meat sources, sharia-compliant slaughtering practices, and raw material selection. Halal production is reflected in the use of fresh ingredients, standardized measurements, and routine sanitation of cooking utensils. Halal assurance is strengthened through halal certification, daily quality control, and regular employee briefings. Sustainability is implemented through stock control, optimal utilization of goat parts, and efforts to reduce food waste. These practices build consumer trust, encourage repeat purchase intentions, and increase consumer willingness to recommend the business. This study concludes that the Sustainable Halal Value Chain at Sate Klatak Pak Pong serves not only as formal halal compliance but also as an integrated operational strategy that strengthens product quality, business sustainability, and consumer trust.*

Keywords: *Sustainable Halal Value Chain; halal procurement; halal assurance; sustainability; consumer trust*

Abstrak. Penelitian ini menganalisis implementasi Sustainable Halal Value Chain pada Sate Klatak Pak Pong, sebuah usaha mikro, kecil, dan menengah kuliner berbahan dasar daging kambing di Bantul, Yogyakarta. Penelitian menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif untuk memahami bagaimana prinsip halal dijaga sejak pengadaan bahan baku hingga terbentuknya pengalaman konsumen. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumen pendukung. Empat informan terlibat dalam penelitian ini, yaitu manajer operasional, karyawan dapur, petugas quality control, dan konsumen. Data wawancara dianalisis menggunakan ATLAS.ti 9 melalui tahap open coding, axial coding, selective coding, dan visualisasi network. Analisis menghasilkan lima tema yang saling berkaitan, yaitu Halal Procurement, Halal Production, Halal Assurance, Sustainability, dan Customer Trust. Hasil penelitian menunjukkan bahwa halal procurement didukung oleh pengendalian sumber daging kambing, praktik penyembelihan yang sesuai syariat, dan seleksi bahan baku. Halal production tercermin pada penggunaan bahan segar, standarisasi takaran, serta sanitasi peralatan masak secara rutin. Halal assurance diperkuat melalui sertifikasi halal, quality control harian, dan briefing karyawan secara berkala. Sustainability diterapkan melalui pengendalian stok, pemanfaatan bagian kambing secara optimal, dan upaya mengurangi sisa makanan. Praktik tersebut membentuk kepercayaan konsumen, mendorong niat pembelian ulang, dan meningkatkan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan usaha. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Sustainable Halal Value Chain pada Sate Klatak Pak Pong tidak hanya berfungsi sebagai kepatuhan halal formal, tetapi juga sebagai strategi operasional terpadu yang memperkuat mutu produk, keberlanjutan usaha, dan kepercayaan konsumen.

Kata kunci: Sustainable Halal Value Chain; halal procurement; halal assurance; keberlanjutan; kepercayaan konsumen

1. LATAR BELAKANG

Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan industri halal karena konsumsi produk halal tidak hanya berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan umat Muslim, tetapi juga dengan meningkatnya perhatian terhadap keamanan, kualitas, dan etika produk. Dalam konteks tersebut, sektor makanan dan minuman menjadi salah satu sektor yang paling strategis karena berhubungan langsung dengan konsumsi sehari-hari serta memiliki pasar yang luas. Perkembangan industri halal juga menempatkan Indonesia pada posisi penting dalam penguatan ekonomi berbasis syariah, terutama melalui pengembangan produk dan layanan yang mampu memberi nilai tambah bagi konsumen. (Rosana, 2024; Maulana & Zulfahmi, 2022)

Meningkatnya perhatian konsumen Muslim terhadap makanan halal menunjukkan bahwa keputusan konsumsi tidak lagi semata-mata dipengaruhi oleh rasa atau harga. Konsumen juga mempertimbangkan kejelasan status halal, penggunaan bahan, keamanan pangan, dan kredibilitas pelaku usaha. Logo atau sertifikat halal dipersepsikan sebagai bentuk kepastian bahwa produk telah memenuhi ketentuan syariah, sedangkan kualitas pelayanan dan pengalaman konsumsi turut membentuk penilaian konsumen terhadap suatu usaha kuliner. (Rohman & Ulinnuha, 2022; Fitri et al., 2022)

Konsep halal dalam bisnis kuliner perlu dipahami sebagai suatu proses yang berlangsung dari hulu sampai hilir. Halal Value Chain mengintegrasikan pengadaan bahan, pengolahan, penyimpanan, distribusi, dan pelayanan agar integritas halal tetap terjaga pada seluruh aliran nilai. Penguatan ekosistem tersebut penting bagi usaha kuliner karena ketidaksesuaian pada satu tahapan dapat memengaruhi mutu, keamanan, dan kepercayaan terhadap produk akhir. (Asri & Ilyas, 2022; Effendi et al., 2023)

Dalam industri makanan, prinsip halal juga tidak dapat dipisahkan dari konsep *thayyib*. Produk harus bebas dari bahan yang dilarang, tetapi pada saat yang sama harus bersih, aman, layak konsumsi, dan diproduksi melalui proses yang bertanggung jawab. Oleh karena itu, pemilihan bahan, cara penyembelihan, kebersihan fasilitas, dan pengendalian alat produksi merupakan bagian yang saling melengkapi dalam menjaga mutu produk halal. (Saputro et al., 2022; Zulfikri, 2023)

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan Halal Supply Chain Management dan Halal Value Chain pada usaha makanan dapat memperkuat kepatuhan syariah sekaligus memperbaiki pengelolaan proses operasional. Pada rumah makan, rantai pasok yang halal tidak berhenti pada status bahan, tetapi mencakup pengawasan selama proses produksi dan penyajian. Sementara itu, penerapan Halal Value Chain pada produk unggulan UMKM dapat membentuk ekosistem halal yang lebih tertata dan konsisten. (Maisaroh et al., 2023; Hasanah et al., 2023)

Bagi UMKM, pengelolaan rantai nilai yang terintegrasi penting untuk mempertahankan kualitas, mengurangi pemborosan, dan meningkatkan daya saing. Aktivitas utama seperti pengadaan, produksi, pelayanan, serta aktivitas pendukung seperti pengendalian kualitas dan pengelolaan sumber daya perlu dirancang sebagai satu sistem. Pendekatan tersebut relevan bagi usaha kuliner tradisional yang menghadapi permintaan tinggi, bahan mudah rusak, dan tuntutan konsumen terhadap konsistensi rasa serta layanan. (Suseno et al., 2020; Asri & Ilyas, 2022)

Sate Klatak Pak Pong merupakan salah satu ikon kuliner kambing di Bantul, Yogyakarta, yang berkembang dari usaha kuliner lokal menjadi destinasi yang dikenal luas. Keunikan produk, skala operasional, dan kebutuhan untuk menjaga kepercayaan konsumen menjadikan usaha ini relevan sebagai studi kasus implementasi Sustainable Halal Value Chain. Penelitian ini bertujuan menganalisis implementasi rantai nilai halal berkelanjutan pada Sate Klatak Pak Pong melalui lima indikator, yaitu Halal Procurement, Halal Production, Halal Assurance, Sustainability, dan Customer Trust. (Surendra et al., 2022; Hasanah et al., 2023).

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Pendekatan tersebut dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman yang mendalam mengenai praktik, pengalaman, dan makna yang dibangun oleh pelaku usaha dalam penerapan Sustainable Halal Value Chain pada konteks alamiah. Melalui desain ini, penelitian dapat menjelaskan keterhubungan antara pengadaan bahan, proses produksi, jaminan halal, keberlanjutan operasional, dan kepercayaan konsumen secara kontekstual. (Creswell, 2014)

Penelitian dilakukan di Sate Klatak Pak Pong, Jalan Imogiri Timur, Wonokromo, Pleret, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Informan dipilih secara purposive karena memiliki pengalaman langsung terhadap operasional usaha dan konsumsi produk. Empat informan yang terlibat terdiri atas manajer operasional, karyawan dapur, petugas quality control, dan konsumen. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen usaha, literatur ilmiah, serta materi pendukung yang relevan. (Murdiyanto, 2020)

Analisis data dilakukan secara bertahap dengan bantuan ATLAS.ti 9. Transkrip wawancara terlebih dahulu dikodekan melalui open coding untuk mengidentifikasi unit makna, kemudian dikelompokkan melalui axial coding untuk melihat hubungan antarkode, dan disintesiskan melalui selective coding untuk menentukan tema utama. Hasil analisis selanjutnya divisualisasikan dalam network untuk memperlihatkan hubungan antara kutipan informan, subtema, dan lima tema utama penelitian. Proses ini digunakan untuk memperkuat ketertelusuran interpretasi dari data lapangan menuju temuan penelitian. (Creswell, 2014; Murdiyanto, 2020)

Tabel 1. Informan Penelitian

Kode	Nama	Jabatan	Peran dalam Data
R1	Muhammad Ustadz	Manajer Operasional	Informan kunci operasional
R2	Salman	Karyawan Dapur	Informan proses produksi
R3	Utos Antoso	Quality Control	Informan pengawasan mutu
R4	Aditya Kurniawan	Konsumen	Informan pengalaman konsumen

Sumber: Data primer yang diolah, 2026.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

4. Gambaran Umum Sate Klatak Pak Pong

Sate klatak merupakan kuliner khas Bantul yang berbahan dasar daging kambing dan dikenal melalui penggunaan jeruji besi sebagai tusuk sate. Penggunaan jeruji membantu menghantarkan panas ke bagian dalam daging sehingga proses pematangan

berlangsung lebih merata. Karakter tersebut membedakan sate klatak dari sate pada umumnya dan sekaligus membentuk identitas kuliner lokal yang kuat. (Surendra et al., 2022).

Ciri lain dari sate klatak adalah penggunaan bumbu yang relatif sederhana, seperti garam, bawang putih, dan kemiri, dengan penekanan pada rasa alami daging kambing muda. Penyajian produk juga lazim dipadukan dengan kuah gulai atau tongseng. Karakter rasa yang khas tersebut menunjukkan bahwa nilai produk tidak hanya berada pada bahan baku, tetapi juga pada teknik pengolahan dan konsistensi cita rasa yang dipertahankan. (Surendra et al., 2022)

Konteks lokal Pleret dan Jejeran turut mendukung perkembangan usaha sate klatak karena masyarakat sekitar memiliki keterkaitan dengan aktivitas peternakan kambing. Ketersediaan bahan baku dari lingkungan sekitar memberi peluang bagi pelaku usaha untuk membangun rantai pasok yang lebih dekat dengan sumber bahan. Kondisi ini penting karena kedekatan dengan sumber bahan dapat mempermudah pengawasan mutu serta ketertelusuran bahan baku. (Surendra et al., 2022)

Sate Klatak Pak Pong dirintis oleh Zakiron, yang dikenal sebagai Pak Pong, pada tahun 1997. Pengalaman bekerja di usaha sate keluarga dan keinginan untuk mandiri menjadi latar awal berdirinya usaha tersebut. Seiring waktu, usaha ini berkembang menjadi salah satu pionir sate klatak di Bantul dengan daya tarik yang tidak hanya berasal dari menu utamanya, tetapi juga dari konsistensi pengelolaan usaha. (Surendra et al., 2022; Wawancara, 3 Juni 2026)

Secara hukum, usaha ini berkembang sebagai usaha dagang berbasis kepemilikan perorangan atau keluarga. Bentuk ini menempatkan Sate Klatak Pak Pong dalam kategori UMKM, tetapi skala aktivitasnya telah menunjukkan karakter usaha menengah melalui jumlah tenaga kerja, pengelolaan operasional, serta kemampuan menjaga aktivitas usaha secara berkelanjutan. Perkembangan tersebut mencerminkan pentingnya manajemen rantai nilai bagi UMKM yang ingin mempertahankan kinerja di tengah persaingan. (Suseno et al., 2020)

Pada tahun 2026, informasi lapangan menunjukkan bahwa Sate Klatak Pak Pong memiliki lebih dari seratus tenaga kerja dan mengelola tiga titik operasional di wilayah

Bantul. Pengembangan unit usaha dilakukan tanpa melepas pengendalian standar rasa kepada pihak waralaba, sehingga pemilik tetap dapat menjaga konsistensi produk dan layanan. Strategi pengendalian tersebut relevan dengan prinsip value chain yang menekankan koordinasi aktivitas utama dan pendukung. (Wawancara, 3 Juni 2026; Suseno et al., 2020).

Struktur organisasi Sate Pak Pong menunjukkan pembagian fungsi yang jelas antara pemilik, accounting, quality control, manajer operasional, dan human resources development. Fungsi tersebut didukung oleh supervisor cabang, kasir, staf administrasi, serta karyawan operasional. Pembagian kerja ini memperlihatkan bahwa konsistensi usaha tidak hanya ditentukan oleh pemilik, tetapi juga oleh koordinasi lintasfungsi yang memungkinkan pengawasan mutu dan pelayanan dilaksanakan secara lebih sistematis. (Data primer yang diolah, 2026; Suseno et al., 2020)

Pemilik usaha, Zakiron, berada pada posisi tertinggi sebagai pengarah keputusan strategis. Pada tingkat manajerial, Muhammad Ustadz menjalankan fungsi koordinasi operasional, sedangkan Utos Antoso menangani quality control. Fungsi accounting dipegang oleh Rabertie A. S. dan fungsi HRD oleh Riza Noor Laila, dengan dukungan supervisor pada setiap unit operasional. Susunan ini memperlihatkan adanya penanggung jawab yang dapat ditelusuri pada setiap bagian kerja. (Data primer yang diolah, 2026; Suseno et al., 2020)

Produk utama Sate Klatak Pak Pong adalah sate klatak, tetapi usaha ini juga menawarkan berbagai olahan kambing seperti tongseng, gulai, tengkleng, krengsengan, dan nasi goreng kambing. Keragaman menu tersebut memungkinkan pemanfaatan bahan secara lebih luas sekaligus memberi pilihan kepada konsumen dengan preferensi yang berbeda. Dalam usaha kuliner halal, variasi produk tetap perlu disertai dengan pengendalian bahan dan proses agar konsistensi halal serta kualitas produk dapat dipertahankan. (Zulfikri, 2023)

Keunikan produk dan reputasi kuliner lokal membuat Sate Klatak Pak Pong menjadi bagian dari pengalaman wisata di Yogyakarta. Pariwisata budaya Yogyakarta tidak hanya didukung oleh atraksi dan situs budaya, tetapi juga oleh kuliner tradisional yang memberi pengalaman khas bagi wisatawan. Dengan demikian, pengelolaan mutu

produk dan layanan Sate Klatak Pak Pong memiliki arti penting bukan hanya bagi usaha itu sendiri, tetapi juga bagi citra kuliner daerah. (Nugraha et al., 2023)

Eksistensi usaha selama puluhan tahun menunjukkan bahwa konsistensi cita rasa, pengalaman konsumen, dan reputasi usaha merupakan modal penting dalam persaingan kuliner. Reputasi halal juga perlu dibangun melalui kesesuaian nyata antara klaim usaha dan praktik operasional, mulai dari bahan baku sampai pelayanan. Ketika konsumen memperoleh bukti yang konsisten, reputasi tersebut dapat memperkuat kepercayaan dan kecenderungan pembelian ulang. (Tieman, 2020; Bashir, 2020)

Usaha kuliner berbahan baku segar menghadapi tantangan berupa fluktuasi permintaan, pengendalian persediaan, dan kebutuhan untuk menjaga ketepatan proses produksi. Oleh sebab itu, kemampuan mengatur pembelian, persediaan, tenaga kerja, serta pelayanan menjadi bagian penting dari keberlangsungan usaha. Pengelolaan rantai nilai yang tertata dapat membantu UMKM menyeimbangkan efisiensi operasional dengan kualitas yang diterima konsumen. (Suseno et al., 2020)

Secara keseluruhan, gambaran Sate Klatak Pak Pong menunjukkan keterkaitan antara identitas kuliner lokal, pengelolaan organisasi, pemanfaatan bahan baku, dan kualitas pelayanan. Karakter tersebut menjadikan usaha ini relevan sebagai objek penelitian Sustainable Halal Value Chain karena proses halal dapat dianalisis tidak hanya sebagai kepatuhan formal, tetapi juga sebagai bagian dari tata kelola nilai yang membentuk keberlanjutan dan kepercayaan konsumen. (Hasanah et al., 2023; Asri & Ilyas, 2022)

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara dengan empat informan dan analisis menggunakan ATLAS.ti 9, ditemukan lima tema utama yang menunjukkan peran implementasi Sustainable Halal Value Chain pada Sate Klatak Pak Pong, yaitu Halal Procurement, Halal Production, Halal Assurance, Sustainability, dan Customer Trust. Kelima tema tersebut membentuk alur yang menghubungkan pengendalian bahan, proses operasional, keberlanjutan, dan persepsi konsumen.

1. Halal Procurement

Halal Procurement merupakan tahap awal yang menentukan integritas rantai nilai halal. Pada usaha kuliner berbahan dasar daging kambing, pengadaan tidak hanya

berkaitan dengan tersedianya bahan, tetapi juga dengan kejelasan sumber, cara penyembelihan, kondisi pengiriman, dan seleksi bahan sebelum diproses. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Sate Klatak Pak Pong mengendalikan pengadaan melalui sumber yang dikenal, tempat penyembelihan sendiri, pasokan pendukung, serta pemeriksaan bahan yang diterima. Pola tersebut sejalan dengan penelitian yang menempatkan pengendalian hulu sebagai dasar penerapan Halal Supply Chain Management pada usaha makanan. (Maisaroh et al., 2023; Hasanah et al., 2023)

“Kami punya tempat penyembelihan sendiri.”

(R1 - Manajer Operasional)

“Ketika stok daging mulai menipis, kami langsung menghubungi tempat jagal untuk menyembelih kambing, lalu daging fresh langsung dikirim ke sini.”

(R1 - Manajer Operasional)

“Sejak awal penyembelihan memang sudah diarahkan sesuai syariat yang benar.”

(R3 - Quality Control)

“Untuk kambing, sejak masuk kandang sudah disortir sesuai spesifikasi kami, misalnya kambing harus muda dan memenuhi kriteria tertentu. Jika tidak sesuai standar, tidak akan diterima.”

(R1 - Manajer Operasional)

Kutipan tersebut memperlihatkan bahwa status halal bahan utama dijaga sebelum memasuki dapur. Tempat penyembelihan sendiri memberikan ruang kontrol yang lebih besar terhadap tahapan kritis, sedangkan seleksi kambing muda dan bahan yang sesuai standar menjaga kualitas produk. Dengan demikian, Halal Procurement di Sate Klatak Pak Pong bukan sekadar aktivitas membeli bahan, tetapi mekanisme pengendalian awal yang menyatukan prinsip kehalalan, kesegaran, dan kelayakan bahan. Praktik tersebut relevan dengan pemahaman bahwa rantai nilai halal harus menjaga integritas produk sejak tahap hulu. (Maisaroh et al., 2023; Zulfikri, 2023)

2. Halal Production

Halal Production menggambarkan pengendalian proses pengolahan setelah bahan diterima. Hasil analisis menunjukkan bahwa penerapan indikator ini ditandai oleh

penggunaan bahan segar, standardisasi takaran, serta sanitasi alat produksi. Ketiga unsur tersebut memastikan bahwa bahan yang telah memenuhi syarat halal tetap diolah dalam proses yang bersih, konsisten, dan aman. Dalam industri makanan halal, proses produksi menjadi titik kritis karena kualitas produk dapat menurun apabila kebersihan, ketepatan takaran, dan pencegahan kontaminasi tidak dijalankan secara disiplin (Saputro et al., 2022; Zulfikri, 2023)

“Semua bahan di Sate Pak Pong menggunakan bahan fresh.”

(R1 - Manajer Operasional)

“Kami sudah memiliki takaran yang paten.”

(R1 - Manajer Operasional)

3. Halal Assurance

Halal Assurance merupakan mekanisme yang memastikan penerapan halal berjalan secara konsisten dalam praktik harian. Pada Sate Klatak Pak Pong, tema ini terbentuk melalui sertifikasi halal, quality control, pemeriksaan rutin terhadap area kerja, serta briefing karyawan. Sistem tersebut menunjukkan bahwa jaminan halal dipahami sebagai gabungan antara bukti formal dan disiplin internal, bukan hanya sebagai dokumen administratif. Pendekatan ini sejalan dengan kajian yang menempatkan standar halal sebagai bagian dari penguatan kebersihan, kontrol mutu, dan keamanan produk makanan dan minuman. (Zulfikri, 2023; Usman et al., 2022)

“Kami sudah memiliki sertifikasi halal.”

(R1 - Manajer Operasional)

“Saat proses sertifikasi semua diperiksa, mulai dari bahan baku, tempat penyembelihan, cara memasak, hingga alat-alat yang digunakan.”

(R1 - Manajer Operasional)

“Kami memiliki quality control yang bertugas mengecek semuanya setiap hari.”

(R1 - Manajer Operasional)

“Setiap pagi kami keliling mengecek kondisi meja, alat, dan area kerja.”

(R3 - Quality Control)

“Setiap lima hari sekali biasanya ada briefing dari Mas Ustadz mengenai kualitas barang, kebersihan, dan kehalalan.”

(R2 - Karyawan Dapur)

Bukti lapangan tersebut menunjukkan bahwa sertifikasi halal menjadi pintu masuk, sedangkan pemeriksaan harian dan briefing merupakan mekanisme yang menjaga konsistensi setelah sertifikat diperoleh. Quality control menjalankan fungsi deteksi awal terhadap kondisi alat dan area kerja, sementara briefing memperkuat pemahaman karyawan terhadap standar yang harus dijalankan. Oleh karena itu, Halal Assurance di Sate Klatak Pak Pong membentuk sistem yang menghubungkan regulasi, pengawasan operasional, dan komitmen sumber daya manusia. (Zulfikri, 2023; Tieman, 2020)

4. Sustainability

Sustainability dalam penelitian ini merujuk pada kemampuan usaha menjaga keberlanjutan operasional melalui pemanfaatan bahan secara optimal, pengendalian persediaan, dan pengurangan sisa makanan. Hasil pengodean menunjukkan bahwa keberlanjutan bukan diposisikan sebagai isu yang terpisah dari halal, melainkan sebagai bagian dari tanggung jawab dalam mengelola sumber daya secara efisien. Pada usaha kuliner, pengelolaan bahan yang mudah rusak dan pengendalian pembelian yang tepat dapat membantu menjaga kualitas produk sekaligus menekan pemborosan. (Suseno et al., 2020; Asri & Ilyas, 2022)

“Tulang, kepala, dan bagian lainnya juga langsung diolah hari itu juga. Jadi tanpa penyimpanan dan langsung disajikan kepada pelanggan.”

(R1 - Manajer Operasional)

“Jika masih ada stok berlebih di gudang, beliau akan memberi arahan untuk menghentikan pembelian sementara.”

(R1 - Manajer Operasional)

“Biasanya tidak ada sisa, karena jumlah bahan sudah diperhitungkan sesuai kebutuhan.”

(R2 - Karyawan Dapur)

Pemanfaatan tulang, kepala, dan bagian kambing lainnya untuk menu yang sesuai menunjukkan bahwa bahan tidak dibiarkan menjadi limbah selama masih memiliki nilai guna. Selain itu, keputusan menghentikan pembelian saat stok berlebih memperlihatkan adanya pengendalian yang berbasis kebutuhan aktual. Praktik tersebut mendukung keberlanjutan karena mengurangi risiko bahan rusak, menekan pemborosan, dan menjaga keseimbangan antara ketersediaan bahan serta volume produksi. (Suseno et al., 2020; Hasanah et al., 2023)

5. Customer Trust

Customer Trust merupakan hasil yang dirasakan konsumen dari konsistensi implementasi rantai nilai halal. Pada Sate Klatak Pak Pong, kepercayaan konsumen berkaitan dengan keyakinan terhadap status halal makanan, mutu rasa, kebersihan, pengalaman pelayanan, dan kesediaan untuk merekomendasikan usaha. Temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak muncul hanya dari satu atribut, tetapi terbentuk dari akumulasi bukti yang dialami konsumen sepanjang proses pembelian dan konsumsi. (Bashir, 2020; Usman et al., 2022)

“Di sini sudah ada sertifikasi halal, jadi saya percaya kalau makanan di sini halal.”

(R4 - Konsumen)

“Pelayanannya baik, cepat, dan tidak perlu menunggu terlalu lama.”

(R4 - Konsumen)

“Bersedia sekali, terutama kepada orang-orang yang sedang mencari tempat makan yang halal dan enak.”

(R4 - Konsumen)

Sertifikasi halal berfungsi sebagai bukti yang memudahkan konsumen membangun keyakinan terhadap produk. Namun, kutipan mengenai pelayanan yang cepat menunjukkan bahwa kepercayaan juga dipengaruhi oleh pengalaman langsung di tempat usaha. Ketika keyakinan terhadap halal bertemu dengan kualitas pelayanan yang baik, konsumen memiliki alasan untuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan usaha kepada orang lain. Dengan demikian, Customer Trust merupakan keluaran strategis

dari praktik halal yang dijalankan secara konsisten pada seluruh rantai nilai. (Bashir, 2020; Tieman, 2020)

PEMBAHASAN

Secara keseluruhan, lima indikator penelitian membentuk alur yang saling menguatkan. Halal Procurement dan Halal Production memastikan bahwa bahan dan proses pengolahan berjalan sesuai prinsip halal serta standar kebersihan, sedangkan Halal Assurance menjaga konsistensi pelaksanaannya melalui sertifikasi, quality control, dan briefing. Pola ini menunjukkan bahwa Sustainable Halal Value Chain pada Sate Klatak Pak Pong tidak bersifat parsial, tetapi menjadi sistem pengelolaan yang menghubungkan tahapan hulu, proses internal, dan pengalaman konsumen. Temuan ini selaras dengan studi sebelumnya yang menekankan pentingnya penerapan rantai pasok halal secara menyeluruh pada usaha makanan. (Maisaroh et al., 2023; Hasanah et al., 2023)

Hasil penelitian juga memperlihatkan bahwa sertifikasi halal akan lebih bermakna ketika didukung oleh mekanisme internal yang berjalan rutin. Kepemilikan sertifikat memberikan pengakuan formal, tetapi pengawasan terhadap alat, area kerja, bahan, dan perilaku karyawan menentukan apakah standar tersebut benar-benar hadir dalam kegiatan sehari-hari. Dengan kata lain, jaminan halal memerlukan komitmen organisasi dan kontrol proses agar tidak berhenti sebagai simbol. Hal ini sejalan dengan kajian yang mengaitkan standar halal dengan perbaikan kebersihan, higienitas, dan kontrol mutu pada produk makanan. (Zulfikri, 2023; Usman et al., 2022)

Dimensi sustainability menunjukkan bahwa keberlanjutan usaha dapat dibangun dari keputusan operasional sederhana namun konsisten, seperti memanfaatkan bahan secara optimal, menghitung kebutuhan produksi, dan mengendalikan pembelian ketika persediaan masih tersedia. Praktik tersebut mengurangi potensi kehilangan bahan serta membantu menjaga bahan tetap segar. Dalam konteks UMKM, efisiensi semacam ini memiliki nilai strategis karena langsung memengaruhi biaya, mutu produk, dan ketahanan usaha terhadap perubahan permintaan. (Suseno et al., 2020)

Pada sisi hilir, Customer Trust memperlihatkan bahwa konsumen menilai proses yang tidak seluruhnya dapat mereka lihat melalui indikator yang mudah dikenali, seperti sertifikasi halal, rasa produk, kebersihan, dan pelayanan. Ketika indikator tersebut

konsisten, konsumen tidak hanya merasa aman untuk membeli, tetapi juga terdorong untuk merekomendasikan usaha kepada orang lain. Karena itu, kepercayaan konsumen dapat dipahami sebagai jembatan antara integritas operasional internal dan daya saing eksternal usaha. (Bashir, 2020; Tieman, 2020)

Implikasi penelitian ini adalah bahwa UMKM kuliner dapat menjadikan Sustainable Halal Value Chain sebagai strategi manajerial, bukan sekadar kewajiban kepatuhan. Penerapan yang terintegrasi membantu usaha menjaga kehalalan produk, meningkatkan disiplin proses, mengurangi pemborosan, dan membangun reputasi yang lebih kredibel. Bagi Sate Klatak Pak Pong, kekuatan utama terletak pada keterhubungan antara kontrol bahan, produksi yang higienis, pengawasan internal, efisiensi, dan pelayanan yang membentuk pengalaman konsumen secara utuh. (Asri & Ilyas, 2022; Hasanah et al., 2023)

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Implementasi Sustainable Halal Value Chain pada Sate Klatak Pak Pong telah berlangsung sebagai sistem operasional yang saling terhubung dari hulu hingga hilir. Halal Procurement diterapkan melalui pengendalian sumber bahan, penyembelihan sesuai syariat, dan seleksi kambing sesuai standar. Halal Production diwujudkan melalui penggunaan bahan segar, standardisasi takaran, serta sanitasi peralatan. Halal Assurance diperkuat oleh sertifikasi halal, quality control harian, dan briefing karyawan. Sustainability terlihat dari pengendalian stok, pemanfaatan bahan secara optimal, dan pengurangan sisa makanan. Selanjutnya, Customer Trust terbentuk melalui keyakinan konsumen terhadap halal, kualitas layanan, serta kesediaan untuk merekomendasikan usaha.

Temuan tersebut menegaskan bahwa kehalalan tidak cukup diperlakukan sebagai label pada produk akhir. Kehalalan perlu dikelola melalui proses yang dapat diawasi, dijalankan oleh karyawan, dan dibuktikan secara konsisten dalam pengalaman konsumen. Pada Sate Klatak Pak Pong, integrasi lima indikator tersebut memberi nilai tambah berupa mutu produk yang lebih terjaga, operasional yang lebih efisien, dan kepercayaan konsumen yang semakin kuat. Oleh karena itu, Sustainable Halal Value Chain dapat diposisikan sebagai strategi penting bagi UMKM kuliner untuk memperkuat keberlanjutan dan daya saing usaha berbasis nilai halal.

DAFTAR REFERENSI

- Asri, K. H., & Ilyas, A. (2022). Penguatan ekosistem halal value chain sebagai pengembangan industri halal menuju era 5.0. *Alif*, 1(1), 37–47. <https://doi.org/10.37010/alif.v1i1.712>
- Bashir, A. M. (2020). Effect of halal awareness, halal logo and attitude on foreign consumers' purchase intention. *British Food Journal*, 121(9), 1998–2015. <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2019-0011>
- Creswell, J. W. (2014). *Penelitian kualitatif & desain riset*. Pustaka Pelajar
- Effendi, K. A., Mukhlis, T. I., Padmanegara, O. H., & Widajatun, V. W. (2023). Analisis transformasi halal awareness dan teknologi blockchain terhadap penguatan halal value chain di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 3275. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10383>
- Fitri, Y. Y., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2022). Pengaruh kepuasan konsumen terhadap laju perkembangan industri produk makanan dan minuman halal Indonesia. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1). <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.128>
- Hasanah, M., Istikomah, & Syafii, M. (2023). Implementasi halal value chain dalam mewujudkan ekosistem halal pada produk unggulan UD Mitra Jamur Jember. *At-Tasharruf: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 5(2), 98–107. <https://doi.org/10.32528/at.v5i2.1131>
- Maisaroh, A. F., Mundir, A., & Maghfur, I. (2023). Analisis halal supply chain management dengan menggunakan model supply chain operation reference (SCOR) pada Rumah Makan D'Kreezpee Purwosari, Pasuruan. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 4.
- Maulana, N., & Zulfahmi. (2022). Potensi pengembangan industri halal Indonesia di tengah persaingan halal global. *Jurnal Iqtisaduna*, 8(2). <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v8i2.32465>
- Murdiyanto, E. (2020). *Penelitian kualitatif (Edisi I)*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat. Nugraha, M. H. M., Putra, E. S., Alamsyah, A. A., & Jhanufa, A. B. I. (2023). *Keberagaman budaya Yogyakarta sebagai destinasi wisata budaya unggulan*. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(25).
- Rohman, M. F., & Ulinnuha, R. (2022). Halal influencers: A representation of the trend of halal-food consumption among the Indonesian Muslim middle class. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 17(1). <https://doi.org/10.14421/jsr.v17i1.2554>
- Rosana. (2024). Prospects of the development of the halal products industry towards Indonesia's economic growth. <https://doi.org/10.192501/JHPR.Vol.7-Issue.1.67-75>
- Saputro, A. R., Nuraini, F., Alfian, & Mohammad. (2022). Strategi pemasaran kuliner halal: Studi kasus UMKM Kota Surabaya. *Journal of Manufacturing in Industrial Engineering and Technology (MIND-TECH)*, 1(2).

- Surendra, M. S. J., Kusumastuti, A. E., & Azizah, S. (2022). Motivasi usaha pemilik usaha sate klatak di Kecamatan Pleret Kabupaten Bantul. *Jurnal Ilmu Ternak Universitas Padjadjaran*, 22(2), 145. <https://doi.org/10.24198/jit.v22i2.40544>
- Suseno, A., Arifin, J., & Sutrisno, S. (2020). Analisis value chain management pada usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia. *Go-Integratif: Jurnal Teknik Sistem dan Industri*, 1(1), 24–33. <https://doi.org/10.35261/gijtsi.v1i01.4294>
- Tieman, M. (2020). Measuring corporate halal reputation: A corporate halal reputation index and research propositions. *Journal of Islamic Marketing*, 11(3), 591–601. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2018-0095>
- Usman, H., Chairy, C., & Projo, N. W. K. (2022). Impact of Muslim decision-making style and religiosity on intention to purchasing certified halal food. *Journal of Islamic Marketing*, 13(11), 2268–2289. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2021-0027>
- Zulfikri. (2023). Keterkaitan antara jaminan halal terhadap kualitas dan keamanan produk makanan dan minuman. *Jurnal Ekonomi Syariah*