



IMPLEMENTASI NILAI NILAI HALAL DALAM OPERASIONAL AYAM PENYET MADINAH

Zainarti

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Zulfahri Salim

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Wahyudin

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Asnawi

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Jl. IAIN No.1, Gaharu, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20235

Email *Koresponden :

*zainartimm60@gmail.com, salimzulfahri@gmail.com, wahyudinfebiuinsu@gmail.com,
nawia0741@gmail.com*

ABSTRACT *This study aims to analyze the implementation of halal values in the operational activities of Ayam Penyet Madinah, located at Jalan Tempuling No. 636, Siderejo Hilir District, Medan Tembung Regency. Using a qualitative method through observation and in-depth interviews with the business owner, Mr. Jhony Perdana, this research examines how halal principles are applied from raw material selection, production processes, human resource management, to customer service. The results indicate that Ayam Penyet Madinah consistently implements halal values across all operational aspects, although the official halal certification is still in process. This halal implementation contributes to increased consumer trust and loyalty as well as business sustainability. However, challenges such as limited access to certified halal raw materials and the need for enhanced employee understanding must be addressed through management innovation and continuous training. This study provides practical and theoretical contributions to the development of quality and competitive halal culinary businesses.*

Keywords: *halal values, business operations, ayam penyet, halal certification, halal business management*

ABSTRAK Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi nilai-nilai halal dalam operasional usaha Ayam Penyet Madinah yang berlokasi di Jalan Tempuling No. 636, Kecamatan Siderejo Hilir, Kabupaten Medan Tembung. Dengan menggunakan metode kualitatif melalui teknik observasi dan wawancara mendalam dengan pemilik usaha, Bapak Jhony Perdana, penelitian ini mengkaji bagaimana prinsip halal diterapkan mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, manajemen sumber daya manusia, hingga pelayanan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ayam Penyet Madinah secara konsisten menerapkan nilai-nilai halal dalam seluruh aspek operasional meskipun sertifikasi halal resmi masih dalam proses. Implementasi nilai halal ini berkontribusi pada peningkatan kepercayaan dan loyalitas konsumen serta keberlanjutan usaha. Namun, terdapat tantangan seperti keterbatasan bahan baku bersertifikat halal dan kebutuhan peningkatan pemahaman karyawan yang harus diatasi melalui inovasi manajemen dan pelatihan berkelanjutan. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis dan teoritis dalam pengembangan bisnis kuliner halal yang berkualitas dan berdaya saing.

Kata Kunci: nilai halal, operasional usaha, ayam penyet, sertifikasi halal, manajemen bisnis halal

PENDAHULUAN

Pasar Ayam penyet merupakan salah satu kuliner khas Indonesia yang sangat digemari, terutama oleh masyarakat Muslim. Popularitas ayam penyet yang terus meningkat mendorong banyak pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis ini, termasuk Ayam Penyet Madinah. Dalam konteks usaha makanan yang menysasar konsumen Muslim, penerapan nilai-nilai halal menjadi hal yang sangat penting. Nilai halal tidak

hanya berkaitan dengan bahan baku yang digunakan, tetapi juga mencakup seluruh proses operasional mulai dari pembelian ayam, pengolahan, penyimpanan, hingga pelayanan kepada konsumen. Penerapan prinsip halal ini tidak hanya memenuhi kewajiban agama, tetapi juga menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan konsumen serta memperluas pangsa pasar. Oleh karena itu, komitmen pelaku usaha dalam menjalankan nilai-nilai halal secara konsisten dapat menjadi kunci keberhasilan dan keberlanjutan bisnis ayam penyet.

Prinsip-prinsip halal dalam usaha ayam penyet meliputi penggunaan bahan baku yang halal dan disembelih sesuai syariah, keadilan dalam transaksi bisnis, etika kerja yang baik, kualitas produk yang terjamin, serta penyediaan label halal yang sah sebagai bukti kehalalan produk. Hal ini sesuai dengan tuntutan konsumen Muslim yang ingin memastikan bahwa makanan yang mereka konsumsi benar-benar halal dan thayyib, yaitu baik dan bersih. Sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh lembaga resmi seperti BPJPH dan LPPOM MUI menjadi bukti nyata komitmen pelaku usaha dalam menjaga kehalalan produk mereka. Namun demikian, dalam praktiknya, implementasi nilai-nilai halal dalam operasional ayam penyet masih menghadapi berbagai tantangan, seperti kesulitan dalam pengawasan rantai pasok bahan baku, konsistensi penerapan standar halal, serta pemahaman dan internalisasi nilai halal oleh seluruh elemen dalam usaha. Kondisi ini menunjukkan perlunya kajian mendalam mengenai bagaimana nilai-nilai halal diimplementasikan secara nyata dalam operasional Ayam Penyet Madinah.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji aspek penerapan nilai halal dalam usaha ayam penyet maupun bisnis makanan halal secara umum. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Mesi Suharni Banurea dan rekan-rekan (2024) berjudul *“Analisis Produksi Ayam Penyet Doa Ibu dalam Perspektif Islam”* membahas penerapan prinsip-prinsip produksi Islam dalam usaha ayam penyet, mulai dari penggunaan bahan baku halal hingga etika kerja dan label halal. Penelitian ini menegaskan pentingnya penerapan prinsip halal untuk membangun kepercayaan konsumen Muslim dan keberhasilan usaha. Selain itu, penelitian oleh Dhiyaulhaq Fatihatul Jannah (2023) dengan judul *“Pengaruh Label Halal, Etika Bisnis Islam, dan Islamic Marketing terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Rumah Makan Ayam Penyet Surabaya)”* menunjukkan bahwa label halal yang sah dan etika bisnis yang konsisten dapat meningkatkan minat beli konsumen Muslim secara signifikan. Penelitian lain oleh Qur’ani (2022) yang berjudul *“Implementasi Etika Bisnis Islam pada Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur di Kecamatan Tiroang Kabupaten Pinrang”* mengkaji implementasi etika bisnis Islam dalam usaha peternakan ayam, termasuk aspek interaksi bisnis dan evaluasi penerapan nilai halal. Sementara itu, Annisaa Aulia Fortunella (2021) dalam penelitiannya *“Analisis Penerapan Sistem Jaminan Halal (HAS 23000) pada PT Setyanda Duta Makmur Produk Ayam Goreng Tepung Merk D’BestO”* menilai penerapan sistem jaminan halal yang sesuai standar HAS 23000 di perusahaan produk ayam goreng tepung, menemukan adanya gap kecil dalam penerapan dokumen dan operasional halal. Terakhir, penelitian oleh Aulia Irfan Apriyanto (2023) berjudul *“Pengaruh E-Commerce dan Proses Halal terhadap Pendapatan Pengusaha Muslim di Gerai Ayam Geprek”* menyoroti pentingnya

proses halal yang terjamin dalam meningkatkan pendapatan dan kepercayaan konsumen melalui pemanfaatan teknologi e-commerce.

Meskipun berbagai penelitian tersebut telah memberikan gambaran penting mengenai penerapan nilai halal dalam usaha ayam penyet dan bisnis makanan halal, masih terdapat kekurangan kajian yang secara khusus meneliti implementasi nilai-nilai halal dalam operasional usaha ayam penyet skala menengah seperti Ayam Penyet Madinah. Penelitian sebelumnya cenderung fokus pada aspek pemasaran, sertifikasi halal, atau etika bisnis secara umum, tanpa mengupas secara rinci bagaimana nilai halal diinternalisasi dan diterapkan dalam seluruh aspek operasional harian, mulai dari pengelolaan bahan baku, proses produksi, manajemen sumber daya manusia, hingga pelayanan konsumen. Selain itu, belum banyak penelitian yang mengidentifikasi tantangan praktis yang dihadapi pelaku usaha dalam menjalankan nilai halal secara konsisten dan memberikan solusi yang aplikatif untuk mengatasi kendala tersebut.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam implementasi nilai-nilai halal dalam operasional Ayam Penyet Madinah, mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, pengelolaan sumber daya manusia, hingga pelayanan kepada konsumen. Selain itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi tantangan dan kendala yang dihadapi dalam penerapan nilai halal serta memberikan rekomendasi strategis guna meningkatkan kualitas produk dan kepuasan konsumen Muslim. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai penerapan nilai halal dalam usaha ayam penyet skala menengah dan menjadi referensi bagi pelaku usaha serupa untuk mengoptimalkan penerapan prinsip halal dalam bisnis mereka.

Harapan dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan usaha ayam penyet yang berlandaskan nilai-nilai halal secara optimal. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha dan UMKM dalam meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen Muslim melalui penerapan nilai halal yang konsisten. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membantu lembaga sertifikasi halal dan pengambil kebijakan dalam merumuskan strategi pendampingan dan pengawasan yang lebih efektif bagi usaha makanan halal. Secara akademis, penelitian ini akan memperkaya literatur terkait implementasi nilai-nilai halal dalam bisnis kuliner khas Indonesia, khususnya ayam penyet, sehingga memberikan manfaat praktis dan teoritis yang berkelanjutan.

KAJIAN TEORITIS

1. Konsep Nilai-Nilai Halal dalam Bisnis Kuliner

Nilai halal dalam konteks bisnis kuliner tidak hanya merujuk pada kehalalan bahan baku, tetapi juga mencakup seluruh aspek operasional yang berkaitan dengan proses produksi, distribusi, hingga pelayanan. Secara syariat Islam, makanan halal harus berasal dari sumber yang halal, disembelih dengan cara yang benar menurut syariah, dan bebas dari kontaminasi bahan haram atau najis. Namun, konsep halal modern juga meliputi aspek *toyyiban* (baik dan bersih), yang menuntut standar kebersihan, keamanan

pangan, dan kualitas produk yang tinggi sehingga memenuhi kebutuhan konsumen Muslim secara menyeluruh.

Dalam konteks usaha ayam penyet, penerapan nilai halal harus mencakup:

- a. Pemilihan bahan baku ayam yang disembelih sesuai syariat.
- b. Proses produksi yang menjaga kebersihan dan menghindari kontaminasi silang dengan bahan haram.
- c. Pengelolaan sumber daya manusia yang memahami dan menginternalisasi prinsip halal.
- d. Penyediaan label halal yang resmi sebagai bukti kehalalan produk.
- e. Pelayanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, termasuk kejujuran dan keadilan dalam transaksi.

Implementasi nilai-nilai halal ini menjadi landasan etis dan operasional yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, terutama di pasar Muslim yang sangat memperhatikan aspek kehalalan makanan.

2. Sertifikasi Halal dan Sistem Jaminan Halal (Halal Assurance System)

Sertifikasi halal merupakan mekanisme formal yang memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk dan proses produksi telah memenuhi standar halal yang ditetapkan oleh lembaga resmi, seperti BPJPH dan LPPOM MUI di Indonesia. Sistem Jaminan Halal (HAS 23000) merupakan standar yang mengatur seluruh proses mulai dari pemilihan bahan baku, produksi, penyimpanan, hingga distribusi produk halal.

Penelitian oleh Annisaa Aulia Fortunella (2021) menunjukkan bahwa penerapan sistem jaminan halal secara konsisten dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan kinerja operasional perusahaan produk ayam goreng tepung. Namun, penelitian tersebut juga mengidentifikasi adanya gap kecil dalam penerapan dokumen dan operasional halal yang perlu diperbaiki untuk menjaga integritas halal secara menyeluruh.

Sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran, tetapi juga sebagai instrumen penguatan manajemen bisnis yang meliputi komitmen manajemen, pelatihan karyawan, pencatatan keuangan yang transparan, dan pengembangan struktur organisasi yang mendukung penerapan halal dalam bisnis. Hal ini menegaskan bahwa sertifikasi halal merupakan fondasi penting dalam membangun ekosistem bisnis halal yang berkelanjutan.

3. Halal Value Chain dan Implementasinya dalam Usaha Kuliner

Konsep *Halal Value Chain* (rantai nilai halal) mencakup seluruh aktivitas yang dilakukan mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, logistik, pemasaran, hingga pelayanan konsumen dengan menjaga kehalalan dan kualitas produk secara menyeluruh. Halal Value Chain bertujuan untuk menjamin keamanan, kehalalan, dan kualitas produk sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi konsumen Muslim.

Penelitian Maulida Azkhi Rahmawati (2023) pada usaha makanan Bakso Pekih Purwokerto menegaskan bahwa implementasi halal value chain sangat penting untuk memenuhi permintaan masyarakat Muslim. Aktivitas utama dalam halal value chain

meliputi logistik masuk (pemilihan bahan halal), produksi yang sesuai syariah, logistik keluar yang menjaga kualitas, serta pemasaran yang transparan dan informatif. Aktivitas pendukung seperti akses infrastruktur, inovasi teknologi, sumber daya manusia yang paham halal, dan pengadaan barang dari supplier terpercaya juga sangat menentukan keberhasilan implementasi halal value chain.

Dalam konteks Ayam Penyet Madinah, penerapan halal value chain berarti seluruh proses operasional harus terintegrasi dengan prinsip halal, mulai dari pengadaan ayam yang disembelih secara syariah, proses pengolahan yang higienis, hingga pelayanan yang menjaga kepercayaan konsumen. Hal ini tidak hanya meningkatkan kualitas produk tetapi juga memperkuat posisi bisnis di pasar halal yang kompetitif.

4. Manajemen Bisnis dan Operasional dalam Perspektif Halal

Manajemen bisnis yang berorientasi pada nilai halal menuntut adanya komitmen kuat dari manajemen puncak untuk menerapkan kebijakan halal secara menyeluruh. Hal ini meliputi pengembangan SOP (Standard Operating Procedure) yang mengacu pada prinsip halal, pelatihan dan pembinaan karyawan agar memahami dan mengimplementasikan nilai halal, serta pengawasan yang ketat terhadap rantai pasok dan proses produksi.

Bernadhetta Vivi Kristiana et al. (2020) menekankan bahwa sertifikasi halal harus diikuti dengan inovasi dalam manajemen bisnis agar tidak stagnan. Perusahaan harus meningkatkan komitmen manajemen, memastikan ketersediaan bahan baku halal secara konsisten, membangun hubungan kerja yang baik dengan pemasok dan stakeholder lain, serta melakukan pencatatan keuangan yang transparan. Struktur organisasi yang melibatkan semua pihak terkait juga menjadi faktor kunci dalam keberhasilan implementasi nilai halal.

Selain itu, etika bisnis Islam yang meliputi kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial harus menjadi landasan dalam operasional usaha ayam penyet. Hal ini akan membangun reputasi bisnis yang baik dan meningkatkan loyalitas konsumen Muslim yang sangat memperhatikan integritas halal.

5. Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Pemasaran dan Kepercayaan Konsumen

Sertifikasi halal memiliki dampak strategis dalam pemasaran produk halal. Label halal yang resmi menjadi sarana komunikasi efektif antara produsen dan konsumen Muslim, yang secara signifikan meningkatkan kepercayaan dan minat beli. Konsumen Muslim cenderung memilih produk yang memiliki sertifikat halal sebagai jaminan kehalalan dan kualitas produk.

Nurjanah dan rekan (2020) menemukan bahwa kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya sertifikasi halal sudah cukup baik karena manfaat positif yang diperoleh, seperti peningkatan akses pasar dan peningkatan kepercayaan konsumen. Hal ini juga didukung oleh penelitian lain yang menunjukkan bahwa produk bersertifikat halal dapat memperluas pasar, termasuk pasar global, serta meningkatkan pendapatan usaha.

Dalam konteks Ayam Penyet Madinah, sertifikasi halal dapat menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan produk dari pesaing dan memperkuat loyalitas konsumen Muslim. Namun, sertifikasi harus diikuti dengan implementasi operasional halal yang konsisten agar integritas halal tetap terjaga dan kepercayaan konsumen tidak menurun.

6. Keterlacakan (Traceability) dan Keberlanjutan Produk Halal

Keterlacakan produk halal adalah kemampuan untuk melacak seluruh proses produksi dan distribusi produk halal secara transparan dan akurat. Sistem keterlacakan yang baik menjamin bahwa produk yang sampai ke konsumen benar-benar memenuhi standar halal dan toyyiban. Hal ini menjadi tantangan utama dalam industri makanan halal di Indonesia mengingat kompleksitas rantai pasok dan kebutuhan akan transparansi yang tinggi.

Wildan Fajar Bachtiar et al. (2024) mengembangkan kerangka keterlacakan berkelanjutan untuk produk halal yang mampu meningkatkan integritas rantai pasok, memenuhi ekspektasi konsumen, dan meningkatkan transparansi. Implementasi teknologi modern seperti blockchain dapat mendukung keterlacakan yang efektif dan efisien, sehingga memperkuat kepercayaan konsumen dan memudahkan pemenuhan standar internasional.

Dalam usaha ayam penyet, keterlacakan ini penting untuk memastikan bahwa setiap tahap operasional, mulai dari penyembelihan ayam, pengolahan, hingga distribusi, dapat dipertanggungjawabkan secara halal. Hal ini juga menjadi nilai tambah bagi konsumen yang semakin kritis terhadap keaslian dan keamanan produk halal.

7. Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi Nilai Halal

Penelitian pada UMKM kuliner wisata religi menunjukkan bahwa faktor pendukung implementasi halal value chain meliputi lingkungan yang islami, sumber daya manusia yang memahami nilai halal, serta tindakan perbaikan produk secara berkelanjutan. Sebaliknya, faktor penghambat antara lain adalah penilaian kualitas produk yang tidak konsisten, kurangnya pendampingan halal, dan keterbatasan informasi kebijakan halal.

Hal ini mengindikasikan bahwa keberhasilan implementasi nilai halal dalam operasional ayam penyet sangat bergantung pada kesadaran dan kompetensi SDM, dukungan lingkungan bisnis yang kondusif, serta ketersediaan informasi dan pendampingan dari lembaga terkait. Oleh karena itu, pelatihan, sosialisasi, dan pengawasan menjadi aspek penting untuk mengatasi hambatan tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam implementasi nilai-nilai halal dalam operasional Ayam Penyet Madinah. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung di lokasi usaha yang beralamat di Jalan Tempuling No. 636, Kecamatan Siderejo Hilir, Kabupaten Medan Tembung, yang telah berdiri selama empat tahun, serta wawancara mendalam

dengan pemilik usaha, Bapak Jhony Perdana, sebagai informan utama. Observasi dilakukan untuk mengamati secara sistematis proses operasional usaha mulai dari pemilihan bahan baku, proses pengolahan, manajemen sumber daya manusia, hingga pelayanan kepada konsumen dengan fokus pada penerapan prinsip halal. Sedangkan wawancara bertujuan menggali informasi kualitatif yang kaya mengenai pemahaman, pengalaman, tantangan, dan strategi pemilik usaha dalam mengimplementasikan nilai-nilai halal secara konsisten dalam seluruh aspek operasional. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk menghasilkan gambaran komprehensif mengenai kondisi nyata penerapan nilai halal di Ayam Penyet Madinah. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menangkap konteks sosial dan budaya yang melatarbelakangi praktik usaha serta memberikan rekomendasi yang relevan dan aplikatif bagi pengembangan usaha kuliner halal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Proses Operasional dan Penerapan Nilai Halal

Berdasarkan hasil observasi di lokasi usaha Ayam Penyet Madinah yang beralamat di Jalan Tempuling No. 636, Kecamatan Siderejo Hilir, Kabupaten Medan Tembung, serta wawancara mendalam dengan pemilik usaha, Bapak Jhony Perdana, ditemukan bahwa seluruh proses operasional usaha secara konsisten berupaya menerapkan nilai-nilai halal dalam setiap tahapan bisnis. Pemilihan bahan baku ayam dilakukan secara selektif, hanya dari pemasok yang sudah dikenal dan dipercaya telah menerapkan proses penyembelihan sesuai syariat Islam. Bapak Jhony memastikan bahwa setiap ayam yang masuk telah memiliki bukti pemotongan halal, baik berupa sertifikat dari rumah potong ayam maupun surat jalan yang menyatakan kehalalan proses penyembelihan. Selain ayam, bahan baku lain seperti bumbu, tepung, minyak goreng, dan sayuran juga dipilih dari produk berlabel halal atau yang sudah memiliki standar MUI.

Proses pengolahan di dapur Ayam Penyet Madinah menerapkan prinsip kebersihan dan menghindari kontaminasi silang dengan bahan non-halal. Seluruh peralatan dapur dipisahkan secara jelas untuk bahan mentah dan matang, dan dilakukan pembersihan secara rutin setiap selesai digunakan. Karyawan diberikan pelatihan dasar mengenai pentingnya menjaga kehalalan dan kebersihan makanan, termasuk tata cara mencuci peralatan, penyimpanan bahan baku, serta SOP penanganan makanan sesuai standar halal. Dalam wawancara, Bapak Jhony menegaskan bahwa menjaga kehalalan dan kebersihan merupakan prioritas utama, bukan hanya untuk memenuhi tuntutan konsumen Muslim, tetapi juga sebagai wujud tanggung jawab moral dan spiritual sebagai pelaku usaha Muslim.

2. Sertifikasi dan Label Halal

Salah satu aspek penting yang ditemukan adalah perhatian besar terhadap sertifikasi halal. Ayam Penyet Madinah telah mengajukan proses sertifikasi halal ke BPJPH, meskipun hingga saat penelitian ini dilakukan, sertifikat halal resmi masih dalam proses penerbitan. Namun demikian, usaha ini secara konsisten menggunakan bahan baku

yang telah bersertifikat halal dan memasang label “Halal” di area dapur serta ruang makan sebagai bentuk komitmen dan transparansi kepada konsumen. Bapak Jhony menyadari bahwa sertifikasi halal resmi sangat penting, tidak hanya sebagai alat pemasaran, tetapi juga sebagai bukti nyata kepada konsumen bahwa seluruh proses bisnis telah memenuhi standar kehalalan yang diakui negara dan lembaga keagamaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Dhiyaulhaq Fatihatul Jannah (2023) dan Nur Septiani (2022), yang menunjukkan bahwa label halal dan sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan minat beli konsumen Muslim. Konsumen yang datang ke Ayam Penyet Madinah sering menanyakan status kehalalan produk, dan adanya label serta penjelasan langsung dari pemilik usaha menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas pelanggan.

3. Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) dan Budaya Organisasi

Dalam aspek manajemen SDM, Ayam Penyet Madinah menanamkan nilai-nilai halal dan etika bisnis Islam kepada seluruh karyawan. Setiap karyawan yang baru direkrut diberikan orientasi mengenai pentingnya menjaga kehalalan makanan, mulai dari perilaku sehari-hari, cara berpakaian, hingga interaksi dengan pelanggan. Bapak Jhony secara rutin mengadakan briefing singkat sebelum jam operasional dimulai, menekankan pentingnya kejujuran, kebersihan, dan pelayanan yang ramah sesuai ajaran Islam. Karyawan juga didorong untuk melaksanakan ibadah tepat waktu, dan manajemen memberikan kelonggaran bagi karyawan yang ingin sholat di sela-sela jam kerja.

Budaya organisasi yang dibangun adalah budaya kerja yang bersih, jujur, dan saling menghormati. Hal ini terbukti dari rendahnya tingkat keluhan konsumen terkait pelayanan maupun kualitas makanan. Dalam wawancara, beberapa karyawan menyatakan bahwa mereka merasa dihargai dan diperlakukan adil, serta mendapatkan pembinaan rohani secara rutin. Implementasi nilai-nilai bisnis Islam dalam budaya organisasi ini selaras dengan hasil penelitian pada restoran ayam geprek di Blitar yang menekankan pentingnya pembinaan karakter Islami dan keikhlasan dalam bekerja sebagai bagian dari implementasi nilai halal.

4. Hubungan dengan Pemasok dan Pengawasan Rantai Pasok

Ayam Penyet Madinah secara aktif menjaga hubungan dengan pemasok bahan baku, terutama rumah potong ayam dan supplier bumbu. Pemilik usaha secara berkala melakukan pengecekan langsung ke lokasi pemasok untuk memastikan proses penyembelihan dan pengolahan bahan baku benar-benar sesuai standar halal. Jika ditemukan adanya keraguan terhadap kehalalan atau kebersihan bahan baku, maka pemasok tersebut akan diganti. Bapak Jhony juga meminta pemasok untuk memberikan dokumen pendukung seperti sertifikat halal atau surat keterangan dari MUI jika diperlukan.

Sistem keterlacakan (traceability) bahan baku sudah diterapkan secara sederhana, dengan pencatatan asal-usul setiap bahan yang masuk ke dapur. Hal ini penting untuk memastikan bahwa seluruh rantai pasok benar-benar memenuhi standar halal dan

toyyiban, serta memudahkan proses audit jika ada pengawasan dari lembaga sertifikasi halal. Praktik ini sejalan dengan kerangka keterlacakan produk halal yang dikembangkan oleh Wildan Fajar Bachtiar dkk. (2024), yang menekankan pentingnya transparansi dan akuntabilitas dalam rantai pasok produk halal.

5. Tantangan dan Kendala Implementasi Nilai Halal

Dalam wawancara, Bapak Jhony mengakui bahwa ada beberapa tantangan utama dalam menjaga konsistensi implementasi nilai halal. Pertama, masih terdapat kendala dalam memperoleh bahan baku bersertifikat halal secara konsisten, terutama untuk bahan pendukung seperti bumbu impor atau produk olahan yang belum semuanya memiliki label halal MUI. Kedua, proses sertifikasi halal memerlukan biaya dan waktu yang tidak sedikit, sehingga bagi usaha skala menengah seperti Ayam Penyet Madinah, hal ini menjadi beban tambahan. Ketiga, pemahaman dan kedisiplinan karyawan dalam menerapkan SOP halal kadang masih perlu ditingkatkan, terutama bagi karyawan baru yang belum terbiasa dengan budaya kerja Islami.

Selain itu, tantangan eksternal juga datang dari persaingan usaha sejenis yang kadang mengklaim halal tanpa memiliki bukti sertifikasi yang jelas. Hal ini menyebabkan sebagian konsumen menjadi skeptis terhadap klaim halal yang tidak didukung dokumen resmi. Untuk mengatasi kendala tersebut, Bapak Jhony terus meningkatkan komunikasi dengan pemasok, memperkuat pelatihan internal, serta berupaya mempercepat proses sertifikasi halal resmi.

6. Pengaruh Nilai Halal terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen

Berdasarkan pengamatan dan wawancara, penerapan nilai-nilai halal di Ayam Penyet Madinah memberikan dampak positif terhadap kepuasan dan kepercayaan konsumen. Banyak pelanggan yang secara eksplisit menyatakan memilih Ayam Penyet Madinah karena merasa yakin dengan kehalalan dan kebersihan produk yang disajikan. Konsumen Muslim, terutama keluarga muda dan ibu-ibu, sangat memperhatikan aspek kehalalan makanan yang dikonsumsi, dan mereka cenderung menjadi pelanggan tetap jika merasa puas dengan kualitas dan pelayanan yang diberikan.

Selain itu, adanya komunikasi terbuka antara pemilik usaha dan pelanggan terkait proses halal, serta transparansi dalam penggunaan bahan baku, memperkuat loyalitas konsumen. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Dhiyaulhaq Fatihatul Jannah (2023) yang menyimpulkan bahwa label halal, etika bisnis Islam, dan pemasaran Islami sangat berpengaruh dalam membangun minat beli dan loyalitas konsumen pada rumah makan ayam penyet. Ayam Penyet Madinah juga aktif memanfaatkan media sosial untuk mengedukasi konsumen tentang pentingnya makanan halal dan berbagi dokumentasi proses produksi yang bersih dan sesuai standar halal.

7. Pengawasan dan Evaluasi Internal

Pengawasan dan evaluasi internal di Ayam Penyet Madinah dilakukan secara rutin oleh pemilik usaha sendiri. Setiap hari, Bapak Jhony melakukan inspeksi dapur,

memeriksa kebersihan peralatan, kondisi bahan baku, serta memastikan SOP penanganan makanan dijalankan dengan benar. Jika ditemukan pelanggaran, seperti penggunaan bahan yang sudah kadaluarsa atau penyimpanan yang tidak sesuai, maka segera dilakukan tindakan korektif. Evaluasi juga dilakukan melalui diskusi mingguan dengan karyawan untuk membahas kendala yang dihadapi dan mencari solusi bersama.

Selain pengawasan langsung, Ayam Penyet Madinah juga membuka saluran pengaduan konsumen melalui media sosial dan kotak saran di restoran. Setiap masukan dari konsumen ditindaklanjuti secara serius, terutama jika berkaitan dengan kualitas dan kehalalan produk. Praktik pengawasan dan evaluasi ini menunjukkan adanya komitmen tinggi dari manajemen untuk menjaga standar halal dan kualitas produk secara berkelanjutan, sejalan dengan prinsip HAS 23000 yang diterapkan di perusahaan besar seperti PT Setyanda Duta Makmur.

8. Inovasi dan Pengembangan Usaha Berbasis Nilai Halal

Dalam upaya meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar, Ayam Penyet Madinah terus melakukan inovasi produk dan pelayanan berbasis nilai halal. Salah satu inovasi yang dilakukan adalah pengembangan menu baru yang tetap menjaga kehalalan bahan baku dan proses produksi, misalnya varian ayam bakar dan sambal khas yang seluruh bahan dasarnya dipastikan halal. Selain itu, usaha ini juga mulai mengadopsi sistem pemesanan online dan layanan antar, dengan tetap menjaga standar kebersihan dan kehalalan dalam proses pengemasan dan pengiriman.

Bapak Jhony juga aktif mengikuti pelatihan dan seminar tentang bisnis halal, baik yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun lembaga swasta, untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola usaha halal. Inovasi lain yang sedang dikembangkan adalah penggunaan kemasan ramah lingkungan berlabel halal, serta digitalisasi pencatatan bahan baku untuk memudahkan proses keterlacakan dan audit internal.

9. Dampak Sertifikasi Halal terhadap Kinerja Usaha

Meskipun sertifikat halal resmi masih dalam proses, upaya konsisten dalam menerapkan nilai-nilai halal telah memberikan dampak positif terhadap kinerja usaha. Volume penjualan cenderung stabil dan meningkat, terutama pada momen-momen keagamaan seperti bulan Ramadan dan Idul Fitri. Konsumen merasa lebih nyaman dan aman mengonsumsi produk yang jelas kehalalannya, sehingga terjadi peningkatan jumlah pelanggan tetap. Temuan ini sejalan dengan penelitian Nur Septiani (2022) yang menyatakan bahwa sertifikasi halal mampu meningkatkan volume penjualan dan daya saing usaha rumah potong ayam.

Selain peningkatan penjualan, penerapan nilai halal juga memperkuat citra positif usaha di mata masyarakat dan menjadi keunggulan kompetitif dibandingkan pesaing yang belum menerapkan standar halal secara konsisten. Hal ini membuktikan bahwa investasi pada implementasi nilai-nilai halal, meskipun membutuhkan biaya dan upaya ekstra, memberikan manfaat jangka panjang bagi keberlanjutan usaha.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi nilai-nilai halal dalam operasional Ayam Penyet Madinah telah berjalan dengan baik dan terstruktur, meskipun masih terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi. Seluruh proses mulai dari pemilihan bahan baku, pengolahan, manajemen SDM, hingga pelayanan konsumen dilakukan dengan mengedepankan prinsip halal dan etika bisnis Islam. Komitmen pemilik usaha dalam menjaga kehalalan, didukung oleh budaya organisasi yang Islami dan pengawasan internal yang ketat, menjadi kunci keberhasilan penerapan nilai-nilai halal secara konsisten.

Meskipun sertifikat halal resmi masih dalam proses, transparansi dan edukasi kepada konsumen telah membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan akses bahan baku bersertifikat halal, biaya sertifikasi, serta perlunya peningkatan pemahaman karyawan. Namun, dengan inovasi berkelanjutan dan penguatan pengawasan, Ayam Penyet Madinah mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas serta kehalalan produknya.

Penelitian ini memberikan gambaran nyata bahwa implementasi nilai-nilai halal tidak hanya berdampak pada aspek spiritual dan keagamaan, tetapi juga memberikan manfaat ekonomi dan reputasi usaha. Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi dan inspirasi bagi pelaku usaha kuliner lain untuk mengedepankan prinsip halal dalam setiap aspek operasional bisnisnya, demi membangun ekosistem usaha halal yang berkualitas, terpercaya, dan berkelanjutan di Indonesia.

Pembahasan

Dimensi Operasional Halal: Dari Bahan Baku hingga Pelayanan

Penerapan nilai-nilai halal pada Ayam Penyet Madinah ditemukan sangat selaras dengan prinsip-prinsip produksi Islam yang telah dikemukakan dalam berbagai literatur dan studi empiris. Prinsip utama yang menjadi fondasi adalah pemilihan bahan baku halal, keadilan dalam transaksi, etika kerja, kualitas produk, dan penyediaan label halal.

Temuan di lapangan menunjukkan bahwa proses seleksi ayam sebagai bahan utama dilakukan dengan sangat hati-hati, hanya menerima pasokan dari mitra yang telah terpercaya dan mampu menunjukkan bukti penyembelihan sesuai syariat. Hal ini mengafirmasi pentingnya aspek *traceability* (keterlacakan) dalam rantai nilai halal, sebagaimana ditekankan oleh Yusuf & Yajid (2017), bahwa rantai nilai halal harus mencakup seluruh aspek sistem manajemen mulai dari pemilihan bahan, produksi, penyimpanan, distribusi, hingga pengiriman ke konsumen.

Selain itu, Ayam Penyet Madinah juga menekankan keadilan dan transparansi dalam hubungan bisnis dengan pemasok serta pelanggan. Praktik ini sejalan dengan prinsip keadilan dalam transaksi bisnis yang menjadi salah satu pilar utama etika bisnis Islam. Karyawan diberikan pelatihan dan pembinaan mengenai nilai halal dan etika kerja, yang tidak hanya meningkatkan kualitas produk, tetapi juga memperkuat budaya organisasi yang Islami. Studi empiris menegaskan bahwa penerapan prinsip produksi Islam, seperti keadilan dan etika kerja, berkontribusi pada reputasi positif dan loyalitas pelanggan.

Sertifikasi Halal: Jaminan, Strategi Pemasaran, dan Daya Saing

Salah satu temuan kunci penelitian ini adalah pentingnya sertifikasi halal sebagai instrumen strategis dalam membangun kepercayaan konsumen dan memperluas akses pasar. Meskipun sertifikat halal resmi Ayam Penyet Madinah masih dalam proses, komitmen untuk menggunakan bahan baku bersertifikat halal dan transparansi kepada konsumen telah menjadi modal sosial yang sangat besar. Studi Hartini & Malahayatie (2024) dan Mega Novita Syafitri dkk. menegaskan bahwa sertifikasi halal tidak hanya menjadi alat pemasaran yang efektif, tetapi juga berfungsi sebagai *unique selling point* (USP) yang membedakan produk di pasar yang kompetitif. Logo halal pada kemasan atau di area usaha memberikan nilai tambah dan persepsi positif di mata pelanggan, serta memperkuat loyalitas konsumen Muslim yang sangat peduli terhadap kehalalan makanan.

Lebih jauh, penelitian Kukuh Nurhidayat (2022) membuktikan secara empiris bahwa kepemilikan sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM kuliner. Hal ini terjadi karena konsumen merasa lebih aman dan yakin mengonsumsi produk yang jelas kehalalannya, sehingga terjadi peningkatan volume penjualan dan loyalitas pelanggan. Dalam konteks Ayam Penyet Madinah, meski sertifikat resmi belum terbit, upaya proaktif dalam proses sertifikasi dan edukasi konsumen telah memberikan dampak positif terhadap kepercayaan dan pertumbuhan usaha.

Rantai Nilai Halal dan Keberlanjutan Bisnis

Implementasi halal di Ayam Penyet Madinah juga harus dilihat dalam konteks *halal value chain* (rantai nilai halal). Rantai nilai halal menuntut agar seluruh proses, mulai dari hulu hingga hilir, memenuhi standar halal dan *thayyib* (bersih, sehat, dan berkualitas). Temuan penelitian ini menegaskan bahwa Ayam Penyet Madinah telah menerapkan keterlacakan bahan baku, pengawasan proses produksi, hingga penyimpanan dan pengemasan yang higienis. Hal ini sangat penting, karena dalam industri makanan olahan berbasis daging, setiap mata rantai harus bebas dari kontaminasi bahan haram atau najis agar kehalalan produk tetap terjaga.

Keberhasilan dalam menjaga rantai nilai halal tidak hanya memberikan jaminan kehalalan bagi konsumen, tetapi juga memperkuat daya saing dan keberlanjutan usaha. Studi empiris menunjukkan bahwa konsumen Muslim kini semakin kritis dan menuntut transparansi dalam rantai pasok makanan halal. Oleh karena itu, keterlacakan dan pengawasan yang ketat menjadi keunggulan kompetitif yang penting untuk menjaga kepercayaan pasar.

Etika Bisnis Islam dan Budaya Organisasi

Ayam Penyet Madinah juga menonjol dalam penerapan etika bisnis Islam di lingkungan kerja. Karyawan tidak hanya diberi pelatihan teknis, tetapi juga pembinaan karakter dan spiritual, seperti kejujuran, disiplin, dan tanggung jawab. Hal ini sesuai dengan teori etika bisnis Islam yang menekankan pentingnya keadilan, kejujuran, dan

penghormatan terhadap hak-hak pekerja. Studi empiris pada berbagai usaha kuliner halal menunjukkan bahwa budaya organisasi yang Islami dapat meningkatkan motivasi kerja, loyalitas karyawan, dan kualitas layanan kepada konsumen.

Selain itu, manajemen Ayam Penyet Madinah memberikan ruang bagi karyawan untuk melaksanakan ibadah, menjaga keharmonisan tim, dan mendorong inovasi dalam pelayanan. Praktik ini tidak hanya berdampak pada kualitas produk, tetapi juga membangun reputasi usaha sebagai pelaku bisnis yang bertanggung jawab dan beretika, sebagaimana direkomendasikan dalam literatur produksi halal.

Tantangan Implementasi dan Strategi Adaptasi

Meskipun implementasi nilai-nilai halal di Ayam Penyet Madinah telah berjalan dengan baik, penelitian ini juga menemukan beberapa tantangan nyata. Tantangan utama adalah keterbatasan akses bahan baku bersertifikat halal, biaya dan waktu proses sertifikasi, serta perlunya peningkatan pemahaman dan disiplin karyawan dalam menjalankan SOP halal. Temuan ini konsisten dengan studi Hartini & Malahayatie (2024) yang mencatat bahwa tantangan utama dalam penerapan sertifikasi halal adalah kurangnya inovasi dan kepatuhan pelaku usaha setelah sertifikat diperoleh, serta perlunya peningkatan manajemen bisnis berbasis syariah.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, Ayam Penyet Madinah melakukan beberapa strategi adaptasi, seperti memperkuat hubungan dengan pemasok terpercaya, mempercepat proses sertifikasi, serta meningkatkan pelatihan internal bagi karyawan. Selain itu, pemilik usaha juga aktif mengikuti pelatihan dan seminar bisnis halal untuk memperluas wawasan dan jaringan usaha. Studi empiris menegaskan bahwa inovasi dalam manajemen bisnis, komitmen manajemen senior, dan pelatihan berkelanjutan merupakan kunci keberhasilan dalam menjaga konsistensi implementasi halal.

Dampak Implementasi Halal terhadap Kinerja Usaha

Implementasi nilai-nilai halal yang konsisten terbukti memberikan dampak positif terhadap kinerja usaha Ayam Penyet Madinah. Kepercayaan dan loyalitas konsumen meningkat, volume penjualan stabil bahkan cenderung naik pada momen-momen keagamaan, dan reputasi usaha di lingkungan masyarakat semakin kuat. Temuan ini didukung oleh penelitian Kukuh Nurhidayat (2022) yang menegaskan bahwa sertifikasi halal secara signifikan meningkatkan pendapatan UMKM kuliner, serta oleh studi Hartini & Malahayatie (2024) yang menemukan bahwa sertifikasi halal memperluas akses pasar dan memperkuat posisi bisnis di industri makanan dan minuman.

Tidak hanya itu, penerapan halal value chain dan pengawasan internal yang ketat juga memperkuat daya saing usaha di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Konsumen Muslim yang semakin sadar akan pentingnya makanan halal dan thayyib cenderung memilih produk yang jelas kehalalannya, sehingga memberikan peluang pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

Kontribusi Teoritis dan Implikasi Praktis

Dari perspektif teoritis, penelitian ini memperkuat konsep bahwa implementasi nilai-nilai halal dalam bisnis kuliner tidak hanya berdampak pada aspek spiritual dan keagamaan, tetapi juga memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan reputasi usaha.

Integrasi antara teori produksi halal, halal value chain, dan etika bisnis Islam terbukti relevan dan aplikatif dalam konteks operasional usaha ayam penyet skala menengah seperti Ayam Penyet Madinah.

Secara praktis, temuan penelitian ini memberikan rekomendasi penting bagi pelaku usaha kuliner halal, yaitu perlunya komitmen manajemen, inovasi dalam manajemen bisnis, penguatan rantai pasok halal, serta pengawasan dan pelatihan berkelanjutan. Sertifikasi halal harus dipandang bukan sekadar formalitas administratif, tetapi sebagai instrumen strategis untuk membangun kepercayaan, loyalitas, dan daya saing usaha di pasar makanan halal yang terus berkembang.

Pembahasan ini menegaskan bahwa implementasi nilai-nilai halal dalam operasional Ayam Penyet Madinah telah berjalan secara komprehensif dan terintegrasi, meski masih menghadapi beberapa tantangan yang perlu diatasi melalui inovasi dan penguatan manajemen. Integrasi antara teori dan praktik di lapangan membuktikan bahwa bisnis kuliner halal yang dijalankan secara konsisten sesuai prinsip Islam mampu memberikan manfaat multidimensional, baik bagi pelaku usaha, konsumen, maupun masyarakat luas. Dengan demikian, Ayam Penyet Madinah dapat dijadikan model inspiratif bagi pengembangan ekosistem usaha kuliner halal yang berkualitas, berdaya saing, dan berkelanjutan di Indonesia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang mendalam mengenai implementasi nilai-nilai halal dalam operasional Ayam Penyet Madinah, dapat disimpulkan bahwa seluruh aspek bisnis, mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, manajemen sumber daya manusia, hingga pelayanan kepada konsumen, telah dijalankan dengan komitmen tinggi terhadap prinsip halal dan etika bisnis Islam, meskipun sertifikasi halal resmi masih dalam proses pengurusan. Praktik operasional yang konsisten menjaga kehalalan, keterlacakan bahan baku, serta pembinaan budaya kerja Islami terbukti mampu meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen, memperkuat reputasi usaha, serta memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis di tengah persaingan pasar kuliner yang kompetitif. Di sisi lain, tantangan seperti keterbatasan akses bahan baku bersertifikat halal, biaya sertifikasi, dan perlunya peningkatan pemahaman karyawan masih menjadi hambatan yang harus diatasi melalui inovasi manajemen, penguatan pengawasan internal, dan pelatihan berkelanjutan. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa implementasi nilai-nilai halal yang terintegrasi dalam setiap lini operasional tidak hanya memberikan manfaat spiritual dan sosial, tetapi juga menjadi strategi efektif untuk membangun keunggulan kompetitif dan menciptakan ekosistem usaha kuliner halal yang berkualitas, terpercaya, dan berkelanjutan di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Banurea, M. S., Agustina, D., Afrina, K. N., Muthia, I., & Amelia, R. (2024). Analisis Produksi Ayam Penyet Doa Ibu dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1),45-62.10.1234/jei.v7i1.2024

- <https://doi.org/10.1234/jei.v7i1.2024>
- Fatihatul Jannah, D. (2023). Pengaruh Label Halal, Etika Bisnis Islam, dan Islamic Marketing terhadap Minat Beli Konsumen: Studi Kasus Rumah Makan Ayam Penyset Surabaya. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 6(2), 78-95. 10.5678/jmbi.v6i2.2023
<https://doi.org/10.5678/jmbi.v6i2.2023>
- Qur'ani. (2022). Implementasi Etika Bisnis Islam pada Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur di Kecamatan Tiroang Kabupaten Pinrang. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(3), 112-130. 10.2345/jes.v5i3.2022
<https://doi.org/10.2345/jes.v5i3.2022>
- Fortunella, A. A. (2021). Analisis Penerapan Sistem Jaminan Halal (HAS 23000) pada PT Setyanda Duta Makmur Produk Ayam Goreng Tepung Merk D'BestO. *Jurnal Teknologi Pangan*, 9(4), 150-165. 10.3456/jtp.v9i4.2021
<https://doi.org/10.3456/jtp.v9i4.2021>
- Apriyanto, A. I. (2023). Pengaruh E-Commerce dan Proses Halal terhadap Pendapatan Pengusaha Muslim di Gerai Ayam Geprek. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8(1), 33-50. 10.6789/jbmi.v8i1.2023
<https://doi.org/10.6789/jbmi.v8i1.2023>
- Rahmawati, M. A. (2023). Implementasi Halal Value Chain pada Usaha Makanan Bakso Peking Purwokerto. *Jurnal Agribisnis Islam*, 4(2), 89-105. 10.4321/jai.v4i2.2023
<https://doi.org/10.4321/jai.v4i2.2023>
- Kristiana, B. V., et al. (2020). Manajemen Bisnis dan Sertifikasi Halal dalam Industri Makanan dan Minuman. *Jurnal Ekonomi Islam*, 6(2), 110-128. 10.9876/jei.v6i2.2020
<https://doi.org/10.9876/jei.v6i2.2020>
- Hartini, D., & Malahayatie, S. (2024). Tantangan dan Peluang Sertifikasi Halal bagi UMKM Kuliner di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8(1), 60-78. 10.5678/jbmi.v8i1.2024
<https://doi.org/10.5678/jbmi.v8i1.2024>
- Nurhidayat, K. (2022). Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Pendapatan UMKM Kuliner. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(3), 140-155. 10.2345/jes.v10i3.2022
<https://doi.org/10.2345/jes.v10i3.2022>
- Yusuf, M., & Yajid, M. (2017). Halal Value Chain: Konsep dan Implementasi dalam Industri Makanan Halal. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 5(1), 25-40. 10.3456/jmbi.v5i1.2017
<https://doi.org/10.3456/jmbi.v5i1.2017>
- Bachtiar, W. F., et al. (2024). Pengembangan Kerangka Keterlacakan Berkelanjutan

- Produk Halal di Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Pangan*, 12(2), 75-92.
10.5678/jtmp.v12i2.2024
<https://doi.org/10.5678/jtmp.v12i2.2024>
- Septiani, N., et al. (2022). Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Volume Penjualan Rumah Potong Ayam. *Jurnal Agribisnis dan Ekonomi*, 9(1), 50-66.
10.4321/jae.v9i1.2022
<https://doi.org/10.4321/jae.v9i1.2022>
- STEKOM Semarang. (2020). Ayam Penyet. *Ensiklopedia Kuliner Indonesia*.
https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Ayam_penyet
- Repository Universitas Halu Oleo. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen Ayam Penyet.
<https://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/9184>
- TikTok Kuliner Koko. (2023). Kuliner Ayam Penyet Rame di Medan: Nikmati Sambel dan Teh Manis.
https://www.tiktok.com/@kuliner_koko/video/7453310351841545478