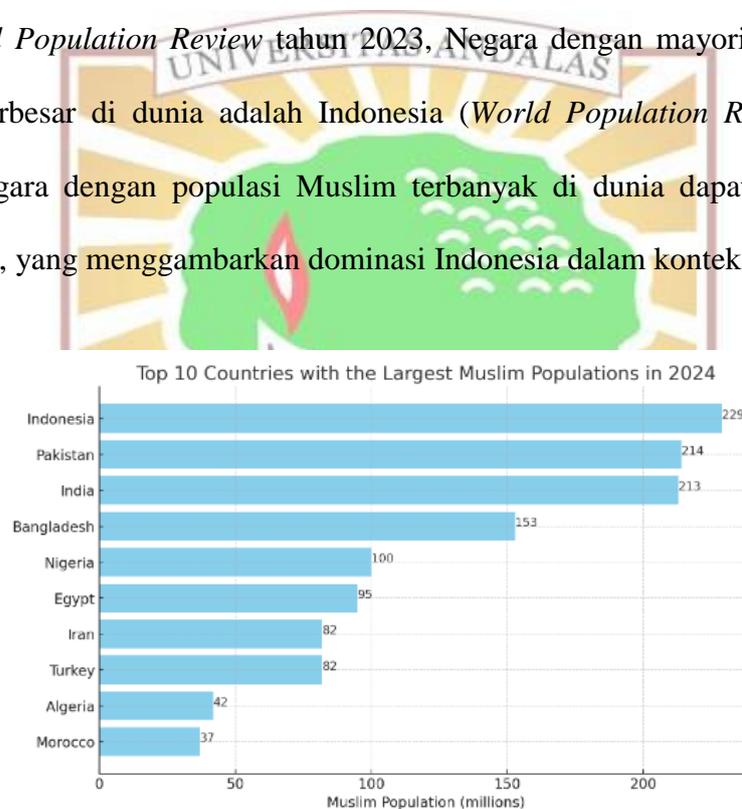


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memainkan peran penting dalam membangun industri halal global. Menurut data dari *World Population Review* tahun 2023, Negara dengan mayoritas penduduk Muslim terbesar di dunia adalah Indonesia (*World Population Review*, 2023). Urutan negara dengan populasi Muslim terbanyak di dunia dapat dilihat pada **Gambar 1**, yang menggambarkan dominasi Indonesia dalam konteks global.



**Gambar 1 Populasi Muslim di Dunia**

(Sumber : *World Population Review*, 2023)

Laporan yang dikeluarkan Dirjen Dukcapil Republik Indonesia pada semester 1 tahun 2024 juga mencatat bahwa Islam merupakan agama dengan pemeluk sebesar 87,08% atau sebanyak 245.973.915 jiwa dari total populasi

Indonesia (Kumparan, 2024). Kondisi ini menjadi faktor pendukung terhadap tingginya permintaan akan produk halal di negeri ini.

Kementrian Keuangan memproyeksikan total pengeluaran Muslim Indonesia untuk produk dan layanan halal pada tahun 2025 akan mencapai sekitar USD 3 triliun seiring dengan pertumbuhan serta peningkatan kesadaran akan produk halal. Hal ini akan terus berkembang karena prinsip halal bukan lagi hanya sebagai patokan agama, tetapi juga merupakan standar kesehatan, kebersihan, dan keselamatan (Kemenkeu, 2023).

Industri halal ternyata memainkan peran penting dalam meningkatkan perekonomian di Indonesia, sehingga sudah seharusnya industri halal ini dikembangkan. Menurut data dari *The Halal Times* (2023), industri halal berpotensi memberikan kontribusi sebesar USD 5,1 miliar per tahun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Potensi ini dapat dicapai melalui peningkatan industri dan peluang investasi dalam berbagai industri halal seperti makanan dan minuman halal, farmasi, kosmetik, keuangan syariah dan pariwisata halal. Kementerian Perindustrian juga menyatakan bahwa upaya yang dilakukan untuk menjadikan Indonesia sebagai pemain kunci dalam industri halal global adalah dengan mendorong pertumbuhan Industri, Kecil dan Menengah (IKM) produk halal dan mendukung upaya pemerintah untuk menjadikan Indonesia sebagai produsen produk halal terbesar di dunia (Antara News, 2021).

Salah satu daerah yang dianggap memiliki iklim yang ideal untuk menyemai bibit dan mendorong pertumbuhan bisnis industri halal adalah provinsi Sumatera Barat. Jumlah Muslim di Sumatera Barat pada tahun 2023 mencapai 5,6 juta Jiwa

atau berkisar 98% (BPS Sumatera Barat). Hal ini menjadikan konsep halal sebagai aspek penting yang sesuai dengan ajaran agama Islam. Jumlah populasi Muslim yang banyak, menjadikan Sumatera Barat sebagai potensi pasar yang besar untuk mengembangkan industri halal dan menciptakan dominasi yang signifikan akan permintaan produk halal.

Tak hanya itu, provinsi Sumatera Barat mempunyai ciri khas adat serta budaya Minangkabau yang berlandaskan nilai falsafah yaitu *adat basandi syara', syara' basandi kitabullah*, yang memiliki makna adat bersendi agama, agama bersendi Al-Qur'an. Hal ini dapat diartikan bahwa adat dan budaya di Minangkabau berlandaskan agama Islam yang didasari oleh ajaran Al-Qur'an. Ini mencerminkan sifat religius dan tingginya adat istiadat budaya masyarakat Sumatera Barat sebagai umat Muslim.

Hal ini menjadikan konsep halal dipandang sebagai aspek penting bagi masyarakat Indonesia di daerah Sumatera Barat sesuai dalam ajaran agama Islam. Sebagai daerah dengan populasi muslim yang banyak, Sumatera Barat memiliki potensi besar untuk mengembangkan industri halal. Salah satu sektor industri yang memanfaatkan peluang dari meningkatnya permintaan produk halal adalah industri makanan dan minuman (CRIF, 2024; Halal Fokus, 2024). Sebagai kebutuhan pokok sehari-hari, perhatian akan jaminan halal pada produk makanan dan minuman harus terus diperhatikan dan dipastikan sesuai dengan prinsip syariah. Pelaku Industri Kecil dan Menengah (IKM) yang memproduksi makanan dan minuman menjadi salah satu fokus utama dalam upaya penyediaan produk halal.

Definisi IKM menurut Peraturan Kementerian Perindustrian No. 64 tahun 2016 merupakan jenis aktivitas ekonomi yang mengubah bahan baku mentah menjadi suatu produk yang lebih bernilai dan mempunyai manfaat yang lebih tinggi. Industri kecil memiliki paling banyak 20 orang tenaga kerja dan memiliki total investasi kurang dari Rp1 miliar (tidak termasuk tanah dan bangunan). Sedangkan industri menengah memiliki nilai investasi yang mencapai Rp1 miliar – 15 miliar (termasuk tanah dan bangunan) atau di bawah Rp1 miliar namun memperkerjakan 20 orang tenaga kerja atau lebih (Online, 2023).

Bagi IKM yang memproduksi makanan dan minuman halal, penerapan manajemen rantai pasok halal atau *Halal Supply Chain Management* (HSCM) merupakan faktor kunci untuk memastikan bahwa setiap produk yang dihasilkan mengikuti aturan syariah (Khan et al., 2021). Tujuan utama dari penerapan HSCM adalah untuk menjaga dan memastikan integritas halal hingga titik konsumsi, yang mencakup integritas bahan, kegiatan produksi, proses penyaluran informasi, dan modal yang terkait dengan produk (Haleem et al., 2020; Islami, 2023; M. I. Khan et al., 2021; Rohaeni & Sutawijaya, 2020). Dalam artikel penelitian yang ditulis oleh Basri & Kurniawati (2019) dan Khan et al. (2021), menjelaskan bahwa untuk memastikan dan menjamin kehalalan suatu produk, harus didistribusikan dengan menggunakan konsep rantai pasok halal. Konsep rantai pasok halal dapat diartikan sebagai keseluruhan kegiatan distribusi produk halal di sepanjang rantai pasok untuk mencegah terjadinya kontaminasi dan mematuhi hukum Islam. mulai dari produksi dan distribusi, hingga akhirnya sampai ke tangan konsumen. Oleh karena itu, perlunya IKM di sektor makanan dan minuman untuk menjadikan pengelolaan

*halal supply chain management* (HSCM) yang efektif sebagai fokus utama. Hal ini dikarenakan proses pengolahan produk mereka sudah mengedepankan aspek kesehatan, kesegaran, kebersihan, dan keamanan produk (Desriyenti et al., 2023).

Selain itu, perubahan gaya hidup konsumen serta regulasi lingkungan yang semakin ketat merupakan faktor-faktor yang berdampak signifikan terhadap IKM dan menimbulkan perhatian khusus terhadap daya saing sektor pangan ini (Mesic et al., 2018). Agar dapat bertahan di pasar, industri makanan dan minuman ini harus mencari peluang baru untuk meningkatkan daya saing mereka sendiri. Agar dapat memperoleh keunggulan kompetitif dan mengungguli para pesaingnya, IKM harus beroperasi dengan memberikan manfaat yang lebih baik dari pada pesaingnya (Mesic et al., 2018). Cara untuk dapat melakukannya yaitu dengan menjamin produk mereka diolah dengan proses yang halal, yang tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim, tetapi juga menarik perhatian konsumen non-Muslim yang menghargai standar kebersihan dan kualitas. Dengan demikian, IKM makanan dan minuman dituntut untuk menghasilkan produk berkualitas tinggi dan bersertifikasi halal agar tetap sesuai dengan syariah Islam kompetitif dan unggul dalam persaingan. Logo halal tidak hanya sekedar keterangan atau sertifikat, namun menunjukkan bagaimana prinsip-prinsip kehalalan diterapkan dari hulu ke hilir. Ini dilakukan untuk mendorong industri halal di Indonesia, khususnya IKM makanan minuman halal, dan memberikan keamanan dan kenyamanan kepada para pelanggan (G. Khan & Khan, 2018).

Meskipun Provinsi Sumatera Barat dikenal sebagai provinsi yang memegang teguh nilai agama, perhatian terhadap kehalalan produk masih perlu

ditingkatkan. Hal ini disebabkan oleh proses manajemen rantai pasok pada IKM yang mungkin belum sepenuhnya memenuhi standar yang ditetapkan untuk sertifikasi halal dan belum tentu berjalan dengan efektif. Selain itu, kekhawatiran akan keaslian label halal pada produk serta proses pembuatan produk perlu ditinjau bahkan di daerah dengan mayoritas Muslim. Oleh karena itu, penting untuk melakukan kajian lebih lanjut mengenai bagaimana manajemen rantai pasok halal diterapkan di kalangan IKM makanan dan minuman di Sumatera Barat.



Pelaku Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Sumatera Barat perlu memenuhi persyaratan sertifikasi halal untuk menjamin kehalalan produk makanan dan minuman mereka. Hal ini sesuai dengan peraturan Sistem Jaminan Halal (SJH), peraturan ini diatur melalui Undang-undang RI Nomor. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang mengamanatkan bahwa seluruh produk yang dipasarkan dan diedarkan di Indonesia harus memiliki sertifikasi halal. Berdasarkan regulasi Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), terdapat tiga jenis kelompok produk yang harus memiliki bersertifikat halal hingga tanggal 17 Oktober 2024. Tiga kelompok tersebut ialah produk makanan dan minuman, kemudian bahan baku, bahan tambahan pangan, dan bahan penolong untuk produk makanan dan minuman, dan yang terakhir adalah produk hasil sembelihan dan jasa penyembelihan. Sertifikasi Halal dapat diartikan sebagai bentuk pengakuan kehalalan suatu produk yang diterbitkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh MUI.

Menurut data dari Kementerian Agama provinsi Sumatera Barat, total industri makanan dan minuman yang telah memperoleh sertifikat halal pada tahun

2024 mencapai 44.096 unit pada mikro kecil dan menengah. Jenis makanan dan minuman yang disertifikasi halal mencakup berbagai jenis makanan dan minuman, seperti roti dan kue, makanan ringan siap santap, es siap untuk dimakan, minuman yang diolah, layanan katering, olahan coklat, selai, dan jelly. Selain itu, produk sereal dan turunannya, yang berasal dari biji sereal, akar dan umbi, kacang-kacangan, dan empulur yang diproses dengan bahan pangan lainnya, produk olahan daging, es krim, dan produk olahan susu serta masih banyak lagi jenis produk makanan dan minuman.

Berdasarkan pengumpulan data awal yang dilakukan secara langsung pada IKM di beberapa daerah di Sumatera Barat, peneliti menemukan beberapa masalah yang perlu diperhatikan. Realita yang ditemukan peneliti di lapangan masih banyak pelaku IKM yang belum sepenuhnya memahami dan menerapkan prinsip-prinsip HSCM secara menyeluruh. Meskipun mereka sudah memiliki sertifikasi halal, ternyata penerapan praktik HSCM yang efektif masih kurang optimal. Sertifikasi halal sering kali dianggap sebagai formalitas, sementara penerapan HSCM yang lebih komprehensif, termasuk pemantauan dan pengendalian kualitas sepanjang rantai pasok, belum sepenuhnya di implementasikan. Ketidapahaman ini dapat mengurangi efektivitas sertifikasi halal dan mempengaruhi pemasaran produk secara efektif. Hal ini tentunya menyoroti kesenjangan antara kepemilikan sertifikasi halal dengan pemahaman dalam implementasi manajemen rantai pasok halal yang efektif.

Implementasi HSCM yang efektif tentunya akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap durabilitas dan keberlanjutan sebuah usaha. Konsep

keberlanjutan atau *sustainable* mempunyai 3 dimensi, yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan. Jika ditinjau dari perspektif ekonomi, implementasi HSCM dapat memperluas akses pasar. Ketersediaan akses pasar yang luas juga tentunya berdampak kepada permintaan produk halal atau *demand for the halal product* yang semakin meningkat (Khan et al, 2021). Produk halal kini dianggap sebagai tanda kualitas, integritas, dan kebersihan, karena proses produksinya yang lebih manusiawi dan ramah lingkungan (Rejeb et al., 2021). Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan industri halal tidak hanya terpusat pada umat muslim saja, tetapi juga pada kalangan non- Muslim. Oleh karena itu, *demand for halal product* menjadi salah satu faktor kunci dalam pengelolaan HSCM yang efektif agar IKM dapat tetap *sustainable*.

Sebagai provinsi dengan penduduk sebanyak 98% adalah Muslim, permintaan akan produk halal di Sumatera Barat semakin mendesak pelaku usaha untuk memenuhi ekspektasi konsumen terkait integritas dan transparansi produk. Meningkatnya permintaan terhadap produk halal menjadi indikator keberhasilan yang mewakili kemajuan menuju dampak dari pengelolaan HSCM yang diinginkan (Haleem et al., 2021).

Di Sumatera Barat, khususnya di daerah nagari atau desa, kondisi tempat produksi sering kali belum pasti memenuhi standar kebersihan dan keamanan yang diharapkan. Oleh karena itu, untuk menjamin bahwa proses produksi IKM makanan dan minuman di Sumatera Barat benar bersih sesuai dengan standar halal Islam sangat penting untuk memenuhi permintaan konsumen akan produk halal. Hal ini

juga penting untuk menciptakan HSCM yang efektif, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan usaha.

Keterlibatan IKM dan lembaga sertifikasi halal sangat krusial dalam memastikan status halal produk dan menjamin integrasi yang baik dalam rantai pasok. Salah satu faktor kunci yang penting dalam penerapan rantai pasok halal yang efektif adalah peran lembaga sertifikasi halal atau *Role of halal certifying bodies*. Sertifikasi halal memegang peran yang krusial sebagai alat verifikasi yang menjamin setiap tahapan dalam rantai pasok, mulai dari pengadaan bahan baku hingga produk akhir yang telah memenuhi kriteria halal yang ketat (Khan et al. 2021).

Dalam mendukung percepatan pemenuhan standar halal, pemerintah provinsi Sumatera Barat berperan sebagai fasilitator dan regulator untuk membangun sistem pengelolaan yang efektif. Salah satu upayanya adalah dengan memberikan insentif kepada industri kecil dan menengah untuk membantu proses sertifikasi halal. Pemerintah Provinsi juga bekerja sama dengan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dalam inisiatif ini. Di Sumatera Barat terdapat 3 (tiga) Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) dan 2 (dua) Lembaga Pendamping Proses Produk Halal (LP3H). LPH bertugas dalam pemeriksaan dan/atau pengujian kehalalan produk IKM untuk pengurusan sertifikat halal secara regular. LP3H bertugas mendampingi IKM dalam pengurusan sertifikat halal dengan skema *self declare* melalui program Sertifikat Halal Gratis (SEHATI) yang difasilitasi oleh Kementerian Agama RI.

Pemerintah Provinsi Sumatera Barat secara aktif mendorong IKM untuk segera mendapatkan sertifikasi halal. Upaya ini dilakukan untuk memastikan bahwa produk yang mampu bersaing di pasar domestik maupun internasional. Pemprov Sumatera Barat menetapkan target ambisius, yaitu sebanyak 100 ribu unit pelaku usaha diharapkan dapat memperoleh sertifikasi halal hingga akhir 2024. Namun, hingga awal tahun 2024, hanya ada 44.096 unit pelaku usaha di Sumatera Barat yang telah berhasil mendapatkan Sertifikasi Halal (BPJPH, 2024). Meskipun jumlah ini masih jauh di bawah target, pencapaian ini tetap menunjukkan kemajuan besar dalam langkah untuk memenuhi standar halal dan meningkatkan daya saing produk lokal di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Hal ini menunjukkan bahwa dalam praktik HSCM, peran lembaga sertifikasi halal sangat penting dalam menetapkan *Standard Operating Procedure* (SOP) dan mengawasi pelaksanaan praktik halal.

IKM makanan dan minuman halal di Indonesia telah menjadi sektor utama dalam pasar ekonomi Islam, di mana Indonesia menempati posisi kedua di dunia dalam industri makanan dan minuman halal (Halal Fokus, 2024). Hal ini berarti, pengembangan perekonomian syariah seperti produk halal dapat memberi masa depan cerah dan keuntungan bagi para pelaku usaha. Dengan adanya penerapan halal ini, mengakibatkan semakin tingginya *competitive pressure* atau tekanan persaingan bagi para pelaku IKM makanan dan minuman.

Untuk mempertahankan kelangsungan usaha di tengah persaingan yang sangat ketat, konsep halal semakin menjadi inti dari strategi operasional bisnis yang

kompetitif dan bernilai tinggi. Hal ini berkaitan dengan salah satu faktor kunci dalam menjalankan HSCM yang efektif yaitu *competitive pressure* atau tekanan persaingan. Menurut studi Khan et al. (2021), *competitive pressure* atau tekanan persaingan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengelolaan rantai pasok halal yang efektif.

Sebagai provinsi dengan potensi pasar halal yang besar, pelaku IKM di Sumatera Barat memiliki kesempatan untuk memanfaatkan sertifikasi halal sebagai keunggulan kompetitif yang signifikan. Sistem halal menunjukkan bahwa terdapat peluang besar bagi IKM untuk memperkuat posisi mereka melalui pengelolaan rantai pasok halal yang terintegrasi dan strategi pemasaran berbasis halal. Dengan pendekatan ini, pelaku IKM dapat meningkatkan daya saing mereka dan merespons tuntutan konsumen secara efektif di pasar yang dinamis.

Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan peneliti, para pelaku IKM makanan dan minuman di Sumatera Barat mengaku bahwa produk halal lebih unggul dan diminati oleh para konsumen. Hal ini mendorong pelaku IKM makanan dan minuman untuk terpacu dalam mengembangkan produk halal agar tetap kompetitif dan memenuhi permintaan pasar yang semakin tinggi akan produk halal.

Untuk mendapatkan keuntungan dalam proses pemasaran, diperlukan juga faktor kritis dalam mengembangkan strategi *Halal Marketing*. Agar tetap mematuhi prinsip-prinsip dalam perdagangan halal, strategi pemasaran juga harus dirancang dengan baik (Mabkhot, 2023). Menempatkan merek/produk perusahaan di benak konsumen atau *brand positioning* merupakan strategi pemasaran penting yang

harus diterapkan begitu produk memasuki pasar. Produk halal dapat diposisikan secara spesifik sebagai sesuatu yang islami dan halal di benak konsumen (Shah et al., 2020). Mengidentifikasi karakteristik produk halal yang perlu ditonjolkan akan membantu perusahaan mencapai posisi yang sukses untuk produk mereka di pasar (Arifin et al., 2023).

Beberapa strategi pemasaran halal dapat diidentifikasi dengan melihat format penamaan produk atau *brand*, yang mungkin termasuk halal (bahasa Arab untuk “diizinkan” atau “diperbolehkan”) dan logo atau simbol Al-Quran atau pohon Hanifah (Adel et al., 2021). Dari hasil wawancara awal yang dilakukan peneliti kepada pelaku usaha IKM makanan dan minuman di Sumatera Barat, terlihat adanya kemajuan signifikan dalam penerapan *halal marketing*. Banyak pelaku usaha yang telah aktif mengadopsi berbagai praktik pemasaran halal, seperti penempatan logo halal pada banner, spanduk, serta kemasan produk. Beberapa juga telah memberikan nama *brand* yang secara jelas menggambarkan karakteristik produk halal, yang bertujuan untuk memperkuat citra halal di benak konsumen. Beberapa pelaku usaha mengatakan bahwa konsumen lebih ingin membeli produk yang memiliki logo halal, hal ini membuktikan bahwa halal dapat dimanfaatkan sebagai *branding*.

Langkah-langkah ini mencerminkan upaya serius pelaku usaha untuk memenuhi tuntutan pasar dan meningkatkan daya tarik produk mereka di mata konsumen Muslim. Selain itu, penerapan strategi ini menunjukkan komitmen untuk

tidak hanya mematuhi standar halal, tetapi juga untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip HSCM dalam praktik usaha.

Di Sumatera Barat, untuk dapat memasuki pasar yang lebih luas, diperlukan integrasi yang kuat dan jelas antar mitra dalam rantai pasokan, terutama bagi Industri Kecil dan Menengah (IKM) yang bergerak di sektor makanan dan minuman. Tentunya hal ini terkait *integration of supply chain partner* atau integrasi mitra rantai pasokan juga menjadi salah satu faktor kunci dalam praktik HSCM yang efektif. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh IKM adalah persyaratan kehalalan produk, terutama ketika ingin memasuki jaringan distribusi modern seperti supermarket dan swalayan. Beberapa rantai distribusi modern ini mewajibkan agar produk yang dipasarkan telah memiliki sertifikasi halal sebagai jaminan kepada konsumen bahwa produk tersebut memenuhi standar kualitas dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Integrasi ini menjadi semakin penting mengingat persyaratan sertifikasi halal yang wajib dipenuhi untuk dapat memasuki pasar yang lebih luas. Dengan integrasi yang baik, HSCM dapat beroperasi secara efisien dan mendukung keberlanjutan, yang pada akhirnya meningkatkan daya saing produk halal di pasar.

Penelitian yang dilakukan oleh Khan et al. (2021) menjelaskan ada 11 faktor kunci keberhasilan manajemen rantai pasok halal yang efektif, namun pada penelitian ini peneliti hanya akan fokus pada beberapa variabel yang diduga sesuai dengan objek penelitian IKM makanan dan minuman halal di Sumatera Barat yaitu *Demand for the halal products, Role of halal certifying bodies, Competitive*

*pressure, Halal marketing, dan Integration of supply chain partners.* Penelitian ini dilakukan untuk meninjau pengembangan dan validitas faktor-faktor kritis dalam konteks IKM makanan dan minuman yang ada di Sumatera Barat. Penelitian ini juga didasari oleh saran penelitian terdahulu untuk lebih fokus kepada jenis produk halal yang lebih spesifik seperti makanan dan minuman serta melakukan ekstrapolasi terkait kuesioner atau indikator penelitian. Dengan mengacu pada saran penelitian terdahulu dan menindaklanjuti keterbatasan penelitian tersebut, peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul **Analisis Faktor Keberhasilan Manajemen Rantai Pasok Halal melalui Aktivitas Pemasaran pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) makanan dan minuman di Sumatera Barat.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah maka penelitian ini memiliki rumusan masalah yaitu bagaimana pengembangan dan penilaian validasi faktor-faktor kritis terhadap Keberhasilan Manajemen Rantai Pasok Halal yang efektif dalam Aktivitas Pemasaran pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) makanan dan minuman Halal di Sumatera Barat?

## **1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah maka penelitian ini memiliki tujuan untuk mengembangkan dan menilai validasi faktor-faktor kritis terhadap Keberhasilan Manajemen Rantai Pasok Halal yang efektif dalam Aktivitas

Pemasaran pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) makanan dan minuman Halal di Sumatera Barat

### 1.3.2 Manfaat Penelitian

#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini akan memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori manajemen rantai pasok halal dengan mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor kritis yang mendukung keberhasilan implementasi manajemen rantai pasok halal dalam konteks IKM makanan dan minuman. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur akademik mengenai manajemen rantai pasok halal, terutama dalam konteks industri kecil dan menengah.

#### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi pemilik dan manajer IKM makanan dan minuman dalam mengelola rantai pasok halal mereka. Rekomendasi yang dihasilkan dapat membantu IKM dalam meningkatkan efektivitas operasional, memastikan kepatuhan terhadap standar halal, dan meningkatkan kualitas produk. Penelitian ini diharapkan dapat menjembatani kesenjangan antara sertifikasi halal yang ada dengan implementasi praktis di lapangan, serta untuk memberikan rekomendasi yang dapat membantu IKM dalam mengatasi tantangan-tantangan tersebut dan memanfaatkan sertifikasi halal secara efektif. Temuan dari penelitian ini akan menunjukkan bagaimana sertifikasi halal dapat membuka peluang baru, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memperluas pasar.

## 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini tertuju pada analisis faktor keberhasilan manajemen rantai pasok halal yang diterapkan pada IKM makanan dan minuman di Provinsi Sumatera Barat. Ruang lingkup penelitian ini mencakup beberapa aspek, yaitu:

1. **Lokasi Penelitian:** Penelitian akan dilakukan di Provinsi Sumatera Barat, yang merupakan salah satu daerah dengan potensi produk makanan dan minuman yang beragam. Fokus utama akan diberikan pada IKM makanan dan minuman yang sudah bersertifikasi halal di daerah ini.
2. **Subjek Penelitian:** Subjek utama dalam penelitian ini adalah IKM makanan dan minuman di Sumatera Barat yang telah mendapatkan sertifikasi halal.

## 1.6 Sistematika Penelitian

Secara umum, pembahasan ini akan dibagi ke dalam lima bab, dengan sistematika sebagai berikut:

### BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan ditutup dengan sistematika penulisan.

### BAB II : TINJAUAN LITERATUR

Bab ini mengulas teori-teori yang relevan dengan topik berdasarkan literatur, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis serta kerangka penelitian.

### BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan, termasuk populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data, skala pengukuran, pengukuran variabel serta teknik analisis data yang digunakan untuk membuktikan hipotesis.

### Bab IV : Hasil dan Pembahasan

Bagian ini menyajikan analisis data serta pembahasannya meliputi analisis deskriptif, hasil analisis data, pengujian hipotesis serta implikasi penelitian.

### BAB V : PENUTUP

Bab terakhir merangkum hasil penelitian, memberikan kesimpulan, implikasi, serta rekomendasi untuk penelitian di masa mendatang.

