



Implementasi Konsep Halal dalam Operasional UMKM: Studi Kasus Cafeteria Cake di Krueng Geukuh, Dewantara, Aceh Utara

Nurul Wahdini^{*)} & Malahayatie

Febi, UIN Sultanah Nahrasiyah

^{*)}Corresponding author: nurulwahdini025@gmail.com

(Received: December 15, 2025; Accepted: January 7, 2026)

Abstrak

Studi kasus ini meneliti Cafeteria Cake di Krueng Geukuh, Kecamatan Dewantara, Kabupaten Aceh Utara. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari bagaimana konsep halal dapat diterapkan dalam operasi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Konsep halal tidak hanya mencakup bahan baku makanan, tetapi juga semua proses yang terlibat dalam proses produksi, penyimpanan, distribusi dan penyajian makanan. Dengan menggunakan metodologi studi kasus, pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara mendalam dengan pemilik dan karyawan, serta dokumentasi operasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Cafeteria Cake telah mengikuti prinsip halal di setiap langkah bisnisnya, meskipun belum sepenuhnya disertifikasi secara halal oleh lembaga yang berwenang. Sangat penting bagi bisnis untuk menyadari pentingnya produk halal, terutama di Aceh, di mana mayoritas orang beragama Islam. Menurut penelitian ini, pelaku UMKM harus mendapatkan bimbingan dan pelatihan agar mereka dapat memenuhi standar halal secara menyeluruh, termasuk proses sertifikasi, sehingga mereka lebih kompetitif dan mendapatkan kepercayaan konsumen.

Kata Kunci: usaha kecil dan menengah (UMKM), gagasan halal, operasi bisnis, Cafeteria Cake, Aceh Utara

Abstract

IMPLEMENTATION OF THE HALAL CONCEPT IN MSME OPERATIONS: A CASE STUDY OF CAFETERIA CAKE IN KRUENG GEUKUH, DEWANTARA, NORTH ACEH.

This case study examines Cafeteria Cake in Krueng Geukuh, Dewantara District, North Aceh Regency. The purpose of this research is to examine how the halal concept can be applied in the operations of micro, small, and medium enterprises (MSMEs). The halal concept encompasses not only raw food ingredients but also all processes involved in the production, storage, distribution, and serving of food. Using a case study methodology, a qualitative approach was employed in this research. Data were collected through direct observation, in-depth interviews with the owner and employees, and operational documentation. The results show that Cafeteria Cake has followed halal principles in every step of its business, even though it has not yet been fully certified as halal by an authorized institution. It is crucial for businesses to recognize the importance of halal products, especially in Aceh, where the majority of the population is Muslim. According to this study, MSMEs should receive guidance and training to ensure they comply with halal standards comprehensively, including the certification process, to become more competitive and gain consumer trust.

Keywords: *small and medium enterprises (SMEs), halal ideas, business operations, Cafetaria Cake, North Aceh*

How to Cite This Article: Wahdini, N., & Malahayatie, M. (2026). Implementasi Konsep Halal dalam Operasional UMKM: Studi Kasus Cafetaria Cake di Krueng Geukuh, Dewantara, Aceh Utara. *Indonesian Journal of Halal*, 8(2), 11-17, DOI: <https://doi.org/10.14710/halal.v8i2.28620>

PENDAHULUAN

Produk halal merupakan bagian penting dari kehidupan umat Islam. Dalam ajaran Islam, mengonsumsi makanan dan minuman yang halal dan *thayyib* (baik) adalah perintah agama yang harus dipenuhi.

Bisnis pada industri makanan dan minuman, harus mempertimbangkan aspek halal dalam seluruh rantai produksinya karena konsumen muslim semakin menyadari pentingnya kehalalan produk. Konsep halal tidak hanya mencakup bahan baku yang digunakan, tetapi juga proses pengolahan, penyimpanan, distribusi dan penyajian produk kepada konsumen. Akibatnya, bisnis harus memahami dan menerapkan standar halal dalam operasi sehari-hari mereka.

Sebagai negara dengan mayoritas muslim di dunia, Indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan industri halal secara nasional dan internasional. Untuk mendukung sertifikasi halal bagi pelaku usaha, pemerintah telah membentuk lembaga seperti Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Namun, faktanya banyak UMKM yang belum tersentuh oleh sistem sertifikasi halal. Ini terjadi karena mereka tidak memiliki cukup informasi, tidak memiliki cukup sumber daya, atau tidak memahami seberapa penting sertifikasi halal untuk keberlangsungan bisnis (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, 2023).

Ekonomi Indonesia sangat bergantung pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Bisnis kecil dan menengah (UMKM) tidak hanya memberikan kontribusi yang signifikan terhadap PDB, tetapi mereka juga menyerap banyak tenaga kerja dan berperan penting dalam pembangunan ekonomi lokal. Di Aceh, sebagai negara Islam, aspek halal sangat penting untuk beroperasi setiap bisnis. Konsumen di wilayah ini biasanya sangat sadar dan peka terhadap kualitas produk, sehingga UMKM harus dapat

memenuhi kebutuhan ini dengan produk yang terjamin kualitasnya (Sari & Hasanah, 2024).

Salah satu UMKM kuliner berlokasi di Krueng Geukuh, Kecamatan Dewantara, Kabupaten Aceh Utara. Namanya Cafetaria Cake. Bisnis ini dikenal karena menyediakan berbagai kue dan makanan ringan yang cukup populer di masyarakat setempat. Cafetaria Cake berusaha membangun identitas bisnis yang selaras dengan nilai-nilai syariah dengan mengusung konsep "*cake* halal buatan rumah". Namun, tidak jelas sejauh mana prinsip halal diterapkan secara menyeluruh dalam operasi bisnisnya, baik dari segi bahan, peralatan, proses produksi, hingga manajemen perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan menganalisis penerapan konsep halal dalam operasi UMKM, dengan studi kasus Cafetaria Cake. Fokus utama penelitian adalah untuk menilai pemahaman pelaku usaha tentang konsep halal, bagaimana konsep tersebut diterapkan, serta masalah dan hambatan yang dihadapi dalam menerapkan standar halal secara menyeluruh. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang kondisi penerapan halal pada skala UMKM. Selain itu, hasilnya akan menjadi referensi untuk kebijakan yang akan datang dan pembentukan UMKM halal (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, 2023).

Produk halal telah berkembang menjadi gaya hidup halal yang memerhatikan agama dan kesehatan, kebersihan, keamanan dan kualitas produk, serta telah menjadi bagian penting dari ekonomi dunia. Bisnis di seluruh dunia, termasuk di Indonesia, semakin terdorong untuk memasukkan standar halal ke dalam rencana operasi mereka. Ini disebabkan oleh tren globalisasi dan peningkatan pengetahuan konsumen muslim tentang produk yang mereka konsumsi (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, 2023).

Dalam Islam, istilah "halal" memiliki arti yang sangat luas. Dalam industri makanan dan minuman, "halal" tidak hanya berarti tidak mengandung bahan yang dilarang oleh agama, seperti babi atau alkohol, tetapi juga bagaimana produk diproses, dibuat, disimpan, dikemas, diangkut dan disajikan. Bahkan, alat dan lingkungan kerja, kejujuran dalam bisnis dan sumber keuangan yang digunakan adalah semua faktor yang memengaruhi kualitas suatu bisnis atau produk. Oleh karena itu, penerapan konsep halal dalam dunia usaha membutuhkan pemahaman yang mendalam tentang prinsip syariah dan komitmen untuk menerapkannya secara menyeluruh.

Indonesia, sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, memiliki potensi yang sangat besar untuk pasar halal. Melalui regulasi, program sertifikasi dan lembaga resmi seperti Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), pemerintah telah menunjukkan komitmennya untuk mendukung ekosistem industri halal. Namun demikian, banyak tantangan yang masih ada, terutama yang berkaitan dengan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Sebagian besar pelaku UMKM tidak memahami konsep halal secara menyeluruh dan mereka bahkan tidak dapat mengakses proses sertifikasi halal, yang kadang-kadang dianggap mahal dan rumit oleh para UMKM. Padahal, usaha kecil dan menengah (UMKM) adalah inti perekonomian Indonesia. Lebih dari 99% pelaku usaha di Indonesia bekerja di sektor UMKM dan UMKM memainkan peran penting dalam pemenuhan kebutuhan harian masyarakat di sektor pangan, menurut data Kementerian Koperasi dan UKM. Karena itu, jika sektor ini tidak disesuaikan dengan prinsip halal, pelanggaran syariah dan kehilangan kepercayaan konsumen dapat menjadi masalah besar, terutama di daerah dengan nilai keislaman yang kuat (Sari & Hasanah, 2024).

Sebagai daerah yang secara formal menerapkan syariat Islam melalui *Qanun-Qanun Syariah*, Aceh memiliki karakteristik sosial-keagamaan yang sangat khas. Masyarakat Aceh sangat sadar akan isu halal-haram, tidak hanya dalam konsumsi pribadi tetapi juga dalam kegiatan ekonomi. Oleh

karena itu, bisnis di Aceh didorong untuk menghormati aspek halal sebagai komponen kepatuhan terhadap hukum Islam dan etika bisnis. Penerapan prinsip halal dapat berdampak negatif pada kepercayaan konsumen dan bisnis lokal.

Salah satu bisnis UMKM di Aceh Utara adalah Cafeteria Cake, sebuah bisnis yang bergerak di bidang kuliner, khususnya memproduksi dan menjual berbagai jenis makanan dan minuman ringan. Usaha ini berlokasi di Krueng Geukuh, Kecamatan Dewantara, sebuah wilayah yang dikenal dengan UMKM dan ekonomi lokalnya. Sebagai kasat mata berusaha, Cafeteria Cake menampilkan diri sebagai usaha kuliner yang "halal dan *homemade*", namun bagaimana konsep halal diterapkan secara holistik dari segi bahan, alat produksi, kebersihan dan bahkan manajemen internalnya masih menjadi pertanyaan yang sulit dijawab (Nasution & Putri, 2023).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan contoh spesifik tentang bagaimana praktisi UMKM menerapkan prinsip halal di tingkat praktis. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat mengidentifikasi beberapa masalah yang dihadapi UMKM ketika menerapkan standar halal, baik yang terkait dengan pengetahuan, sumber daya, maupun peraturan. Melalui studi kasus ini, penulis juga berharap dapat memberikan rekomendasi yang berguna bagi UMKM lain yang memiliki kemampuan untuk menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip halal, namun masih menghadapi berbagai kesulitan (Sari & Wibowo, 2024).

Studi yang berfokus pada Cafeteria Cake ini bermaksud untuk menyelidiki motivasi para pelaku usaha dalam menerapkan standar halal serta pengetahuan agama, etika bisnis dan elemen teknis operasional mereka. Diharapkan studi ini dapat memperkuat lingkungan halal di sektor UMKM, khususnya di daerah berbasis syariah seperti Aceh (Sari & Wibowo, 2024).

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai implementasi sertifikasi halal pada UMKM, termasuk persepsi pelaku usaha, strategi penerapan, serta kendala yang dihadapi dalam proses sertifikasi halal.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada UMKM sektor kuliner di Cafetaria Cake, Jalan Ramai Kota Krueng Geukueh, Kecamatan Dewantara, Aceh Utara, dengan waktu pelaksanaan penelitian pada tanggal 11 Juni 2025.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui beberapa teknik berikut:

1. Wawancara mendalam (*in-depth interview*)

Dilakukan secara semi-terstruktur kepada pelaku UMKM dan pihak terkait untuk menggali informasi mengenai pengalaman, pemahaman, dan tantangan dalam penerapan sertifikasi halal.

2. Observasi

Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung praktik produksi, pengelolaan bahan baku dan penerapan prinsip kehalalan di lokasi usaha.

3. Studi dokumentasi

Meliputi pengumpulan data dari dokumen resmi seperti peraturan perundang-undangan, laporan BPJPH, panduan sertifikasi halal, serta dokumen pendukung dari UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Observasi

Hasil observasi langsung dan wawancara yang dilakukan di Cafetaria Cake, Jalan Ramai Kota Krueng Geukueh, Kecamatan Dewantara, Aceh Utara, pada tanggal 11 Juni 2025, menghasilkan informasi berikut:

1. Profil Usaha Cafetaria Cake: Cafetaria Cake adalah UMKM kuliner yang didirikan pada tahun 2000 oleh Ibu

Halimah dan sekarang dikelola oleh putrinya, Bella Risky. Memiliki 5 orang karyawan, perusahaan ini membuat berbagai jenis kue, termasuk bolu panggang, bolu ulang tahun, donat dan risol. Produk ini dipasarkan secara langsung di toko, melalui kampanye dari mulut ke mulut, dan melalui pemesanan terlebih dahulu. Bisnis ini memiliki sertifikasi halal dan telah menerima izin dari Dinas Kesehatan Lhokseumawe.

2. Proses Produksi: Prinsip syariah diterapkan dalam proses produksi, mulai dari pemilihan bahan baku halal dan ber-BPOM hingga penggunaan teknik pembuatan yang menjaga kualitas dan kebersihan. Bahan-bahan seperti emulsifier, margarin, telur dan tepung digunakan dengan pengawasan kualitas yang ketat.
3. Promosi saat ini berkonsentrasi pada pemasaran langsung dan *pre-order*, dan hingga tahun 2024 akan dilakukan melalui media sosial. Produk ini telah sampai ke konsumen di daerah Matang Geulumpang Dua, Kabupaten Bireuen. Selain itu, sebagai bentuk kontribusi sosial, usaha ini mengadakan pelatihan pembuatan kue.
4. Cafetaria Cake memberikan kontribusi ekonomi dan sosial yang signifikan kepada ekonomi lokal: memberi pekerjaan kepada warga sekitar, menggunakan bahan baku lokal, dapat menjadi inspirasi bagi masyarakat untuk berwirausaha dan ikut serta dalam aktivitas sosial dan keagamaan.

Pembahasan

- a. Menjalankan Prinsip Halal dalam Operasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Cafetaria Cake menerapkan prinsip halal sepenuhnya dalam operasinya. Mulai dari pilihan bahan baku yang bersertifikat halal dan ber-BPOM hingga proses produksi yang aman dan sesuai syariah. Ini sesuai dengan gagasan nilai rantai halal, yang menekankan bahwa nilai-nilai halal harus dimasukkan ke

dalam seluruh rantai produksi.(Hasanah & Sholikhah, 2024).

Kepatuhan terhadap peraturan halal nasional terutama UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal ditunjukkan dengan memiliki sertifikat halal dan menyadari pentingnya kehalalan produk. Keberhasilan implementasi ini juga didorong oleh dukungan BPJPH dan Kementerian Agama melalui program halal UMK gratis pada tahun 2024–2025 (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, 2024).

b. Strategi Bertahan di Tengah Persaingan Cafetaria Cake menunjukkan ketahanan bisnis yang baik meskipun berskala kecil dengan memanfaatkan lokasi strategis, produk berkualitas, harga kompetitif dan pelayanan ramah. Metode berbasis komunitas, seperti melakukan pelatihan dan menghubungi warga di pemukiman, memberikan nilai tambahan yang memperkuat hubungan sosial dengan pelanggan (Harahap & Maulidya, 2024).

Hingga 2024, TikTok dan Instagram sempat menggunakan strategi pemasaran digital. Namun, promosi saat ini kembali ke metode konvensional karena keterbatasan tenaga dan waktu. Sebagaimana didorong oleh KemenKop UKM dalam program transformasi digital UMKM 2025, hal ini menjadi perhatian penting untuk meningkatkan kapasitas digital UMKM di masa mendatang.

c. Tantangan dan Rekomendasi

Salah satu masalah utama Cafetaria Cake adalah kekurangan dana dan tenaga kerja. Karena itu, manajemen harus ditingkatkan dan dilatih secara berkelanjutan. Keberlanjutan bisnis kecil halal seperti Cafetaria Cake membutuhkan dukungan dari lembaga pendamping halal, pembiayaan syariah mikro dan pelatihan marketing digital.

Data LPPOM MUI (2024) menunjukkan bahwa UMKM dengan pendampingan halal lebih mudah mempertahankan bisnis mereka dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Oleh karena itu, Cafetaria Cake dapat menjadi model pengembangan UMKM halal lokal yang berbasis komunitas.

d. Implementasi *Maqasid Syariah* dalam Praktik Bisnis

Prinsip *Maqasid Syariah*, atau 5 tujuan utama syariat Islam, yaitu menjaga agama (*hifzh ad-din*), jiwa (*hifzh an-nafs*), akal (*hifzh al-'aql*), keturunan (*hifzh an-nasl*), dan harta (*hifzh al-mal*) telah secara tidak langsung mencerminkan Cafetaria Cake.

- *Hifzh ad-din*: Dilaksanakan melalui komitmen untuk bahan dan proses yang halal, yang menunjukkan kepatuhan terhadap perintah agama.
- *Hifzh an-nafs*: Terdiri dari kebersihan, keamanan makanan, dan penggunaan bahan yang disertifikasi BPOM.
- *Hifzh al-mal*: Pemilik usaha menjaga transaksi yang jujur, harga sesuai pasar dan tidak menggunakan bahan murahan demi keuntungan, sesuai prinsip etika muamalah Islam.

Prinsip etika muamalah Islam mewajibkan pemilik usaha untuk menjaga transaksi yang jujur, menetapkan harga yang sesuai dengan pasar dan menghindari penggunaan barang palsu untuk mendapatkan keuntungan. Menurut penelitian Arifin & Rahman (2024), UMKM yang menerapkan nilai-nilai *Maqasid Syariah* cenderung memiliki loyalitas konsumen yang lebih besar karena mereka percaya pada integritas pelaku usahanya.

e. Ketahanan Bisnis Mikro, Kecil dan Menengah Berbasis Nilai Sosial

Selain faktor keuangan, Cafetaria Cake meningkatkan stabilitas bisnis melalui hubungan sosial dan tanggung jawab sosial. Sebagai contoh: menciptakan lapangan kerja bagi penduduk setempat, pelatihan pembuatan kue untuk ibu rumah tangga, serta aktif memberikan makanan dalam kegiatan sosial dan keagamaan lokal. Karena memiliki dukungan sosial yang kuat dari komunitas sekitar, model UMKM berbasis partisipasi sosial ini terbukti lebih tahan terhadap guncangan ekonomi, menurut Badan Riset dan Inovasi Nasional (2024).

f. Masalah Keberlanjutan dan Penumbuhan Usaha

Cafetaria Cake adalah contoh usaha kecil menengah (UMKM) yang berusaha membangun bisnis yang dapat bertahan dari

ibu ke anak (Bella Risky). Banyak usaha kecil di Indonesia gagal berlanjut ke generasi berikutnya karena kurangnya dokumentasi, manajemen usaha dan transfer keterampilan, regenerasi bisnis ini sangat penting untuk UMKM (Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 2024).

Cafetaria Cake dapat menjadi model regenerasi bisnis berbasis nilai keluarga dan sosial dengan adanya keterlibatan keluarga dan pelatihan keterampilan yang diberikan pemilik kepada masyarakat.

g. Peluang untuk Membangun Model Bisnis Halal Lokal

Melalui penerapan model *branding* halal lokal, bisnis seperti Cafetaria Cake dapat berkembang ke skala yang lebih besar. Untuk menjangkau pasar yang lebih besar, produk yang sudah populer di wilayah Dewantara dan sekitarnya dapat dikemas dengan narasi lokal dan sentuhan konten kreatif (foto, testimoni, cerita Islami). Bisnis kecil dan menengah (UMKM) yang sebanding di Aceh Besar dan Banda Aceh telah mencoba menggunakan strategi ini (Nurliana & Azka, 2025), yang menggunakan cerita lokal dan halal sebagai daya tarik produk di pasar *online*.

Sistem jaminan produk halal (SJPH) di UMKM seperti Cafetaria Cake dapat dibandingkan. Memilih bahan baku halal, menjunjung tinggi kebersihan produksi dan memastikan tidak ada kontaminasi silang adalah langkah pertama dalam keduanya. Amin & Muthiadin (2024) menyatakan bahwa SJPH meningkatkan kualitas produk, memperluas pasar dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Hal ini juga telah dibuktikan dengan meningkatnya permintaan pesanan Cafetaria Cake, reputasi lokal dan pelanggan setia.

Namun, seperti halnya UMKM lainnya, hambatan terbesar adalah kurangnya pelatihan halal untuk staf, biaya sertifikasi dan sumber daya yang langka. Oleh karena itu, baik dalam jurnal maupun dalam kaitannya dengan Cafetaria Cake, taktik seperti pelatihan yang sering dilakukan, kerja sama dengan organisasi halal (seperti BPJPH/LPPOM MUI) dan audit internal sangat disarankan (Amin & Muthiadin, 2024).

KESIMPULAN

Ide halal dapat diterapkan secara realistis dalam operasi bisnis skala kecil diberikan oleh penelitian dan pengamatan yang dilakukan pada UMKM Cafetaria Cake di Krueng Geukuh, Kecamatan Dewantara, Aceh Utara. Cafetaria Cake telah berupaya menerapkan prinsip-prinsip halal secara konsisten dan menyeluruh, meskipun terdapat beberapa kendala yang masih harus dibenahi untuk meningkatkan kualitas dan keberlanjutan usaha. Kesimpulan ini dapat diambil dari berbagai aspek yang telah diamati, termasuk proses produksi, pemilihan bahan baku, strategi pemasaran dan kontribusi sosial.

Pertama, Cafetaria Cake menunjukkan kepatuhan terhadap prinsip halal melalui proses produksi dan bahan baku yang digunakan. Setiap bahan yang digunakan, termasuk tepung terigu, telur, gula, margarin, emulsifier dan bahan lain, telah diuji halal dan menerima izin kesehatan dari dinas yang relevan. Kue dibuat dengan cara yang bersih dan mengikuti standar keamanan pangan. Ini menunjukkan betapa pentingnya bagi pemilik bisnis untuk menyediakan produk yang tidak hanya enak dan murah, tetapi juga aman dan sesuai dengan hukum Islam.

Kedua, Cafetaria Cake menggunakan konsep kewirausahaan keluarga dan komunitas dalam manajemen bisnisnya. Selain memberi pemilik sumber penghasilan utama, bisnis ini membuka lapangan kerja bagi warga sekitar, termasuk ibu rumah tangga dan pemuda setempat. Hal ini menunjukkan prinsip-prinsip *Maqasid Syariah*, terutama yang berkaitan dengan menjaga harta (*hifzh al-mal*) dan menjaga jiwa (*hifzh an-nafs*), dengan memberikan pasokan makanan yang aman dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

Ketiga, dalam hal pemasaran dan komunikasi dengan pelanggan, Cafetaria Cake menggunakan lokasi strategis dan pendekatan personal untuk mempromosikan dari mulut ke mulut, *pre-order* dan layanan antar. Karena hubungan yang dekat antara produsen dan konsumen lokal, strategi *offline* masih sangat efektif, meskipun pemasaran digital telah menurun dalam beberapa tahun

terakhir. Peningkatan kapasitas digital tetap diperlukan untuk ekspansi pasar ke depan.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa baik pemilik maupun karyawan memahami prinsip halal dengan baik. Mereka tahu betapa pentingnya menjaga kebersihan proses produksi dan menggunakan bahan bersertifikasi halal. Namun demikian, pelatihan formal tentang Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) masih belum dilakukan secara terstruktur, yang sebenarnya dapat sangat penting untuk meningkatkan standar kualitas dan daya saing produk mereka. Penelitian Amin & Muthiadin (2024) pada Roti Q-Ta menunjukkan bahwa pelatihan dan kerja sama dengan lembaga halal sangat penting untuk implementasi SJPH secara optimal, bahkan pada skala UMKM.

Cafetaria Cake adalah contoh nyata dari UMKM yang secara bertahap dan sederhana menerapkan konsep halal. Bisnis ini telah meningkatkan etika bisnis Islami dan sektor ekonomi lokal. Terbukti bahwa penerapan konsep halal tidak hanya merupakan kewajiban religius tetapi juga merupakan cara untuk berbisnis, yang berdampak pada kesetiaan pelanggan, reputasi perusahaan dan stabilitas ekonomi.

Cafetaria Cake dan UMKM sejenis lainnya di Aceh harus terus memperkuat sistem produksi dan manajemen bisnis halal agar dapat berkembang lebih jauh. Mewujudkan ekosistem UMKM halal yang unggul, berkelanjutan dan memberdayakan masyarakat dapat dicapai melalui keterlibatan aktif dalam program sertifikasi halal nasional, pelatihan digital dan inovasi produk. Selain itu, mereka dapat bekerja sama dengan komunitas dan lembaga terkait.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, A. R. M., & Muthiadin, C. (2024). Implementasi Sistem Jaminan Produk Halal Pada Usaha Mikro Kecil dan Mengengah (UMKM) Roti Q-Ta. *Indonesia Journal of Halal*, 7(2).
- Arifin, Z., & Rahman, F. (2024). Maqasid Syariah as business ethics in halal SMEs: A case from Sumatra. *Journal of Islamic Business and Management*, 14(1), 22.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2023). *Laporan tahunan BPJPH 2023: Perkembangan sertifikasi halal di Indonesia*.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2024). *Data sertifikasi halal UMK 2023–2024*.
- Badan Riset dan Inovasi Nasional. (2024). *Ketahanan UMKM berbasis nilai sosial dan lokalitas budaya*. BRIN Press.
- Harahap, M., & Maulidya, D. (2024). Strategi UMKM kuliner halal berbasis komunitas: Studi kasus di wilayah Sumatera. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 6(1), 45–57.
- Hasanah, U., & Sholikhah, L. (2024). Halal value chain dalam UMKM kuliner: Studi penerapan di Provinsi Aceh. *Jurnal Halal dan Thayyib*, 3(2), 90–100.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2024). *Roadmap regenerasi UMKM berkelanjutan 2024–2030*.
- LPPOM MUI. (n.d.). *Pendampingan sertifikasi halal untuk UMKM Indonesia: Laporan tahunan*.
- Nasution, H., & Putri, S. (2023). Pemahaman dan implementasi prinsip syariah dalam bisnis halal di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Islam dan Bisnis*, 3(8), 78–89.
- Nurliana, S., & Azka, H. (2025). Strategi branding halal lokal UMKM Aceh: Studi komparatif Banda Aceh dan Aceh Besar. *Jurnal Syariah dan Kewirausahaan Halal*, 2(1), 55–68.
- Sari, D. P., & Wibowo, A. (2024). Sertifikasi halal dan daya saing UMKM di Indonesia: Tinjauan systematic literature review. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11(1), 23–33.
- Sari, R. N., & Hasanah, U. (2024). Persepsi konsumen terhadap produk halal di Aceh. *Jurnal Halal dan Thayyib*, 9(9), 34–44.