

Pengaruh Rantai Pasok Halal dan Inovasi Produk terhadap Kinerja UMKM Makanan Minuman Dimediasi Sertifikasi Halal

Sartika Dewi^{1*}, Umi Kaltum²

¹⁻² Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran, Indonesia

sartika21001@mail.unpad.ac.id¹, umi.kaltum@mail.unpad.ac.id²

Alamat : Jl. Ir. Soekarno KM. 21, Jatinangor, Kab. Sumedang, Jawa Barat 45363

Korespondensi penulis: sartika21001@mail.unpad.ac.id^{*}

Abstract. This study examines the effect of halal supply chain management and product innovation on micro business performance with halal certification as a mediating variable. The background of this study is based on the low performance of micro businesses, lack of product innovation, and minimal halal certification in Bandung City, although Bandung City has great potential in developing the halal industry. This study uses a descriptive quantitative approach with data collection through questionnaires on 260 micro business actors in the halal food and beverage sector in Bandung City, which were analyzed using PLS-SEM with path analysis methods to test direct and indirect relationships between variables. The results of the study indicate that halal supply chain management has a significant effect on halal certification, but Halal Supply Chain Management does not have a significant direct effect on Micro Business Performance. Meanwhile, product innovation does not have a significant effect on business performance and halal certification. Halal Certification is proven to have a significant effect on Micro Business Performance. Halal certification is proven to mediate the relationship between halal supply chain management and business performance, but does not mediate the effect of product innovation on business performance. These findings provide implications for business actors and the government in formulating strategies to increase the competitiveness of halal micro businesses by strengthening supply chain management and facilitating halal certification.

Keywords: Halal Supply Chain Management, Product Innovation, Business Performance, Halal Certification

Abstrak. Penelitian ini mengkaji pengaruh manajemen rantai pasok halal dan inovasi produk terhadap kinerja usaha mikro dengan sertifikasi halal sebagai variabel mediasi. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada rendahnya kinerja usaha mikro, kurangnya inovasi produk, serta minimnya sertifikasi halal di Kota Bandung, meskipun Kota Bandung memiliki potensi besar dalam pengembangan industri halal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui kuesioner pada 260 pelaku usaha mikro di sektor makanan dan minuman halal di Kota Bandung, yang dianalisis menggunakan PLS-SEM dengan metode analisis jalur (path analysis) untuk menguji hubungan langsung dan tidak langsung antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen rantai pasok halal berpengaruh signifikan terhadap sertifikasi halal, namun Manajemen Rantai Pasok Halal tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Kinerja Usaha Mikro. Sementara itu, inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha dan sertifikasi halal. Sertifikasi Halal terbukti berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha Mikro. Sertifikasi halal terbukti memediasi hubungan antara manajemen rantai pasok halal terhadap kinerja usaha, namun tidak memediasi pengaruh inovasi produk terhadap kinerja usaha. Temuan ini memberikan implikasi bagi pelaku usaha dan pemerintah dalam merumuskan strategi peningkatan daya saing usaha mikro halal melalui penguatan manajemen rantai pasok dan fasilitasi sertifikasi halal.

Kata kunci: Manajemen Rantai Pasok Halal, Inovasi Produk, Kinerja Usaha, Sertifikasi Halal

1. LATAR BELAKANG

Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia memiliki peluang besar dalam pengembangan sektor makanan dan minuman halal (BPS, 2024). Kota Bandung sebagai salah satu pusat pertumbuhan usaha mikro di sektor ini menunjukkan dinamika yang kompleks. Permintaan terhadap produk halal terus mengalami peningkatan seiring dengan

pertumbuhan populasi Muslim, menjadikan Indonesia sebagai pasar strategis dalam pengembangan sektor makanan dan minuman halal (KNEKS, 2021).

Kota Bandung memiliki jumlah usaha mikro yang cukup besar di sektor ini. Namun, data dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandung (2024) menunjukkan bahwa kinerja usaha mikro masih fluktuatif, tercermin dari naik turunnya omset selama periode 2016–2024 sebagaimana terlihat pada tabel di bawah ini. Penurunan drastis pada 2020 disebabkan pandemi COVID-19, diikuti pemulihan pada 2021–2023, namun kembali turun pada 2024 akibat pendataan yang belum rampung.

Tabel 1. Jumlah Omset UMKM Kota Bandung

| Tahun | Jumlah Omset (Rp) |
|-------|-------------------|
| 2016 | 537.425.396.910 |
| 2017 | 16.627.750.086 |
| 2018 | 37.085.371.274 |
| 2019 | 101.576.091.870 |
| 2020 | 24.798.313.637 |
| 2021 | 186.849.363.928 |
| 2022 | 164.840.556.908 |
| 2023 | 249.336.642.166 |
| 2024 | 6.206.257.001 |

Sumber : Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Kota Bandung, 2024

Di sisi lain, tingkat legalitas usaha mikro pada sektor makanan dan minuman halal masih tergolong rendah, khususnya dalam hal kepemilikan sertifikasi halal. Data menunjukkan bahwa hanya sekitar 5,38% usaha mikro yang telah memiliki sertifikasi halal, angka ini tertinggal jauh dibandingkan dengan kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB) sebesar 14,57% dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) sebesar 19,77%, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2. Sertifikasi halal merupakan aspek krusial dalam menjamin kepatuhan terhadap prinsip syariah, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta memperluas akses pasar, termasuk untuk ekspor ke negara-negara dengan populasi Muslim yang besar.

Tabel 2. Data Legalitas pada Kelompok Usaha Mikro di Kota Bandung

| | NIB | NPWP | HAKI | HALAL | PIRT | BPOM |
|-------------------|------------|-------------|-------------|--------------|-------------|-------------|
| Total | 1.484 | 2.014 | 454 | 548 | 473 | 309 |
| Persentase | 14.57% | 19.77% | 4.46% | 5.38% | 4.64% | 3.03% |

Sumber: Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Kota Bandung, 2024

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji pengaruh manajemen rantai pasok halal dan inovasi produk terhadap kinerja usaha mikro. Namun, mayoritas studi tersebut masih berfokus pada hubungan langsung antar variabel tanpa melibatkan peran sertifikasi halal sebagai variabel mediasi yang potensial (Sinaga et al., 2021; Meisna, 2024). Minimnya

perhatian terhadap variabel mediasi ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian yang perlu diisi. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian yang lebih mendalam untuk mengeksplorasi bagaimana sertifikasi halal dapat berperan strategis dalam memperkuat kinerja usaha mikro melalui optimalisasi pengelolaan rantai pasok dan inovasi produk (Maisaroh et al., 2022; Aziz et al., 2021).

Kurangnya optimalisasi manajemen rantai pasok halal dan minimnya inovasi produk menjadi hambatan utama dalam peningkatan kinerja usaha mikro pada sektor makanan dan minuman halal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kedua faktor tersebut terhadap kinerja usaha mikro di Kota Bandung, dengan mempertimbangkan sertifikasi halal sebagai variabel mediasi. Temuan penelitian diharapkan memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu manajemen halal, sekaligus kontribusi praktis dalam penyusunan kebijakan dan strategi pemberdayaan UMKM halal di Indonesia.

2. KAJIAN TEORITIS

Produk Makanan dan Minuman Halal

Produk merupakan segala bentuk barang atau jasa yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, seperti makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, dan produk bioteknologi (Menteri Hukum dan HAM, 2014). Dalam konteks bisnis, produk dipahami sebagai persepsi konsumen yang diwujudkan oleh produsen untuk memenuhi kebutuhan pasar melalui proses produksi yang bernilai (Rahayu, 2023; Widiana, 2018).

Istilah “halal” berasal dari bahasa Arab yang berarti diperbolehkan secara syariat (Asrina & Bulutoding, 2016), dan menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014, produk halal adalah produk yang memenuhi ketentuan syariah dan memberikan jaminan keamanan serta kenyamanan bagi konsumen (Astuti Mirsa, 2020). Makanan dan minuman halal merujuk pada konsumsi yang terbebas dari unsur haram, najis, dan membahayakan, serta dinilai baik (thayyib) karena memberikan manfaat bagi kesehatan fisik dan mental (Hasanah et al., 2021; Izzuddin, 2016; Maulana & Ibrahim, 2020).

Manajemen Rantai Pasok Halal

Manajemen Rantai Pasok (*Supply Chain Management*) merupakan bagian dari ilmu manajemen logistik yang berperan sebagai sistem terpadu dalam mengoordinasikan seluruh proses penyediaan dan distribusi barang kepada konsumen (Martono, 2019). SCM mencakup aktivitas mulai dari pengadaan bahan mentah, proses produksi, hingga distribusi produk akhir kepada pelanggan (Hadiguna, 2015). Bagi usaha kecil, SCM menjadi metode penting dalam

mengelola sumber daya secara efisien untuk meningkatkan ketepatan waktu, fleksibilitas, dan efisiensi biaya (Li et al., 2006).

Secara umum, SCM melibatkan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian seluruh alur logistik, mulai dari bahan baku hingga produk jadi (Mentzer et al., 2001). Dalam konteks syariah, Manajemen Rantai Pasok Halal mengintegrasikan seluruh proses tersebut dengan prinsip-prinsip Islam, mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, penyimpanan, hingga distribusi ke konsumen (Yulinda et al., 2023). Implementasi Halal SCM tidak hanya menjamin kepatuhan terhadap standar kehalalan, tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk halal (Hidayat & Sulistyawati, 2022).

Inovasi Produk

Inovasi merupakan gagasan, nilai, atau praktik baru yang dianggap sebagai pembaruan oleh individu maupun masyarakat, mencakup aspek produk, teknologi, struktur, maupun perilaku (Maisaroh et al., 2022). Dalam konteks bisnis, inovasi dipandang sebagai kemajuan fungsional yang memberikan nilai tambah dan daya saing di pasar (Ribek et al., 2020). Inovasi produk tidak hanya menciptakan barang baru, tetapi juga meningkatkan daya tarik produk yang sudah ada melalui desain, teknologi, atau bahan baru guna meningkatkan kinerja perusahaan (Calantone et al., 2002; Damanpour & Aravind, 2012).

Dalam perspektif Islam, inovasi produk harus selaras dengan prinsip syariah dan maqashid Al-Shariah, serta berkontribusi terhadap proses sertifikasi halal melalui penyesuaian bahan baku, proses produksi, dan distribusi (Ali et al., 2023; Ab Talib & Johan, 2012). Dengan demikian, inovasi menjadi sumber keunggulan bersaing bagi UMKM halal, terutama ketika dikombinasikan dengan pemanfaatan teknologi dan kemitraan strategis (Maisaroh et al., 2022).

Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal merupakan pengakuan resmi terhadap kehalalan suatu produk yang diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), dan menjadi dasar hukum pencantuman label halal pada kemasan produk (Sarifah, 2021; Salam & Makhtum, 2022). Sertifikasi ini tidak hanya menjamin kepatuhan terhadap ketentuan syariat, tetapi juga mengharuskan pelaku usaha mengintegrasikan Sistem Jaminan Halal (SJH) dalam seluruh proses produksi (Izzuddin, 2016).

Sertifikat halal memberikan rasa aman dan keyakinan terhadap kehalalan produk yang dikonsumsi, sedangkan bagi pelaku usaha, sertifikasi ini berfungsi sebagai instrumen strategis

dalam meningkatkan kredibilitas produk, memperluas pangsa pasar, serta memperkuat keunggulan bersaing, baik di pasar domestik maupun internasional (Ahmadiyah et al., 2022).

Usaha Mikro

Usaha mikro merupakan entitas usaha produktif dan mandiri yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perseorangan dan beroperasi dalam berbagai sektor ekonomi, khususnya perdagangan (Maisaroh et al., 2022; Salam & Makhtum, 2022). Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021, usaha mikro memiliki kriteria tertentu yang ditetapkan secara hukum dan berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional (Pemerintah Indonesia, 2021). Selain memberikan kontribusi signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB), usaha mikro juga berperan dalam perluasan lapangan kerja, terutama bagi pekerja rumah tangga, sehingga berkontribusi dalam mengurangi tingkat pengangguran (Lia Ariani et al., 2023). Sebagai pelaku ekonomi terbesar di Indonesia, keberadaan usaha mikro menjadi fondasi penting dalam struktur perekonomian nasional.

Kinerja Usaha Mikro

Kinerja atau *performance* merupakan sistem yang mencerminkan aktivitas serta hasil yang dicapai dari pelaksanaan tugas dalam suatu organisasi atau unit usaha (Harini et al., 2022; Mutegi et al., 2015). Dalam konteks UMKM, kinerja diartikan sebagai pencapaian kerja individu atau kelompok dalam kurun waktu tertentu, yang diukur berdasarkan standar atau indikator keberhasilan yang telah ditetapkan oleh organisasi (Dewi et al., 2022; Siagian et al., 2019).

Kinerja usaha mencerminkan efektivitas aktivitas produksi dan pemasaran dalam mencapai target pasar, sekaligus menjadi ukuran keberhasilan pengelolaan usaha mikro (Hendrawan et al., 2019). Dari perspektif Islam, kinerja tidak hanya dilihat dari sisi dunia, tetapi juga mencakup tanggung jawab ukhrawi, sehingga setiap aktivitas usaha dituntut untuk memenuhi prinsip kebaikan (ihsan) dan kebenaran syariat (haq) secara bersamaan (Nuri Aslami et al., 2023).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk mengkaji pengaruh manajemen rantai pasok halal dan inovasi produk terhadap kinerja usaha mikro, dengan sertifikasi halal sebagai variabel mediasi. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner tertutup kepada 260 pelaku usaha mikro di sektor makanan dan minuman halal di Kota Bandung, yang telah memenuhi kriteria usaha berdiri minimal satu tahun. Teknik *probabilitas sampling* digunakan sebagai metode pemilihan sampel, mengacu pada metode dimana setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai bagian dari sampel. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert 1–5 untuk mengukur persepsi responden terhadap indikator variabel penelitian.

Selain data primer, penelitian ini juga memanfaatkan data sekunder dari Badan Pusat Statistik (BPS), Dinas Koperasi dan UKM, serta Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kota Bandung. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode *Partial Least Square–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) yang dijalankan melalui perangkat lunak SmartPLS, serta Microsoft Excel untuk pengolahan awal data.

Pengujian instrumen penelitian meliputi uji validitas konvergen, dengan kriteria loading factor $\geq 0,7$ dan AVE $\geq 0,5$, serta validitas diskriminan melalui analisis *cross-loading*, *Fornell-Larcker*, dan nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT). Uji reliabilitas dilakukan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*, dengan kriteria keduanya $\geq 0,7$. Pengujian model struktural mencakup evaluasi koefisien determinasi (R^2), *predictive relevance* (Q^2) melalui metode *blindfolding*, serta pengujian koefisien jalur (*path coefficient*). Pengujian hipotesis dilakukan dengan *bootstrapping*, menggunakan kriteria statistik $t \geq 1,96$ dan $p\text{-value} \leq 0,05$.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pada bagian ini, akan dijabarkan hasil penelitian yang telah diperoleh melalui perhitungan statistic dan pembahasan yang dianalisis dengan teori dan penelitian terdahulu.

Model Pengukuran (Outer Model)

Dalam pengujian ini, akan dilakukan pengujian validitas konvergen, diskriminan, dan uji reliabilitas pada data yang sudah dikumpulkan.

Validitas Konvergen

Tabel 3. Hasil *Loading Factor*

| | Manajemen Rantai Pasok Halal | Inovasi Produk | Sertifikasi Halal | Kinerja Usaha |
|------|------------------------------------|-------------------|----------------------|---------------|
| X1.2 | 0,892 | | | |
| X1.3 | 0,818 | | | |
| X1.4 | 0,815 | | | |
| X1.5 | 0,893 | | | |
| X1.6 | 0,866 | | | |
| X1.7 | 0,747 | | | |
| X1.8 | 0,920 | | | |
| X1.9 | 0,902 | | | |
| X2.1 | | 0,713 | | |
| X2.2 | | 0,757 | | |
| X2.3 | | 0,758 | | |
| X2.4 | | 0,858 | | |
| X2.5 | | 0,738 | | |
| X2.6 | | 0,761 | | |
| X2.7 | | 0,787 | | |
| X2.8 | | 0,747 | | |
| X2.9 | | 0,736 | | |
| M.1 | | | 0,883 | |
| M.2 | | | 0,835 | |
| M.3 | | | 0,835 | |
| M.4 | | | 0,722 | |
| M.6 | | | 0,870 | |
| M.11 | | | 0,940 | |
| M.12 | | | 0,859 | |
| M.13 | | | 0,976 | |
| M.14 | | | 0,740 | |
| Y.1 | | | | 0,798 |
| Y.2 | | | | 0,776 |
| Y.3 | | | | 0,800 |
| Y.4 | | | | 0,791 |
| Y.5 | | | | 0,786 |
| Y.6 | | | | 0,850 |

Sumber: Olah Data SmartPLS 4, 2025

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa indikator pengukuran pada seluruh variabel yang terdapat pada penelitian ini dapat dikatakan valid sesuai dengan ketentuan dengan nilai $> 0,7$.

Tabel 4. Hasil Average Variance Extracted (AVE)

| Variabel | Average Variance Extracted (AVE) | Standar | Kriteria |
|------------------------------|---|----------------|-----------------|
| Manajemen Rantai Pasok Halal | 0,737 | > 0,50 | Valid |
| Inovasi Produk | 0,582 | > 0,50 | Valid |
| Sertifikasi Halal | 0,727 | > 0,50 | Valid |
| Kinerja Usaha | 0,641 | > 0,50 | Valid |

Sumber: Olah Data SmartPLS 4, 2025

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai AVE masing-masing variabel melebihi 0,5, yang berarti data penelitian ini dapat dikatakan valid secara konvergen.

Validitas Diskriminan

Tabel 5. Hasil Cross Loading

| | Sertifikat Halal | Manajemen Rantai Pasok Halal | Inovasi Produk | Kinerja Usaha |
|------|-------------------------|-------------------------------------|-----------------------|----------------------|
| M.1 | 0,883 | 0,646 | 0,051 | 0,295 |
| M.11 | 0,835 | 0,354 | 0,053 | 0,576 |
| M.12 | 0,835 | 0,354 | 0,053 | 0,576 |
| M.13 | 0,835 | 0,354 | 0,053 | 0,576 |
| M.14 | 0,722 | 0,875 | -0,099 | 0,349 |
| M.2 | 0,870 | 0,649 | -0,047 | 0,244 |
| M.3 | 0,940 | 0,689 | -0,069 | 0,276 |
| M.4 | 0,859 | 0,643 | 0,106 | 0,327 |
| M.6 | 0,976 | 0,759 | -0,038 | 0,533 |
| M.9 | 0,740 | 0,550 | -0,061 | 0,255 |
| X1.2 | 0,755 | 0,892 | -0,132 | 0,135 |
| X1.3 | 0,494 | 0,818 | -0,094 | -0,051 |
| X1.4 | 0,532 | 0,815 | -0,082 | 0,282 |
| X1.5 | 0,603 | 0,893 | 0,023 | 0,413 |
| X1.6 | 0,574 | 0,866 | -0,123 | 0,301 |
| X1.7 | 0,517 | 0,747 | -0,145 | 0,125 |
| X1.8 | 0,708 | 0,920 | -0,136 | 0,444 |
| X1.9 | 0,660 | 0,902 | -0,107 | 0,488 |
| X2.1 | -0,140 | -0,167 | 0,713 | 0,046 |
| X2.2 | 0,038 | -0,105 | 0,757 | 0,159 |
| X2.3 | -0,237 | -0,148 | 0,758 | 0,223 |
| X2.4 | 0,057 | 0,023 | 0,858 | 0,376 |
| X2.5 | 0,066 | 0,030 | 0,738 | 0,174 |
| X2.6 | -0,099 | -0,101 | 0,761 | 0,243 |
| X2.7 | -0,135 | -0,243 | 0,787 | 0,148 |
| X2.8 | 0,071 | -0,133 | 0,747 | 0,281 |
| X2.9 | 0,142 | -0,101 | 0,736 | 0,272 |
| Y.1 | 0,325 | 0,348 | 0,363 | 0,798 |

| | Sertifikat Halal | Manajemen Rantai Pasok Halal Halal | Inovasi Produk | Kinerja Usaha |
|-----|-------------------------|---|-----------------------|----------------------|
| Y.2 | 0,242 | 0,277 | 0,238 | 0,776 |
| Y.3 | 0,272 | 0,200 | 0,535 | 0,800 |
| Y.4 | 0,446 | 0,185 | 0,096 | 0,791 |
| Y.5 | 0,402 | 0,205 | 0,239 | 0,786 |
| Y.6 | 0,560 | 0,422 | 0,014 | 0,850 |

Sumber: Olah Data SmartPLS 4, 2025

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai *Cross Loading Score* seluruh indikator dalam penelitian ini lebih dari 0,7, dan setiap item indikator memiliki korelasi yang baik terhadap konstruknya dibandingkan dengan nilai korelasi antara indikator tersebut dengan konstruk lainnya. Terlihat bahwa setiap indikator memiliki nilai *cross loading* melebihi 0,7, yang mengindikasikan bahwa semua indikator termasuk valid.

Tabel 6. Hasil Fornell Larcker Value

| | Inovasi Produk | Kinerja Usaha | Manajemen Rantai Pasok Halal | Sertifikasi Halal |
|------------------------------|-----------------------|----------------------|-------------------------------------|--------------------------|
| Inovasi Produk | 0.763 | | | |
| Kinerja Usaha | 0.324 | 0.800 | | |
| Manajemen Rantai Pasok Halal | -0.114 | 0.342 | 0.858 | |
| Sertifikasi Halal | -0.005 | 0.468 | 0.717 | 0.853 |

Sumber: Olah Data SmartPLS 4, 2025

Berdasarkan hasil pada tabel, nilai akar kuadrat AVE untuk variabel Inovasi Produk (0.763), Kinerja Usaha (0.800), Manajemen Rantai Pasok Halal (0.858), dan Sertifikasi Halal (0.853) lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi mereka terhadap variabel lain. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini memiliki validitas diskriminan yang baik, karena konstruk lebih berkorelasi dengan indikatornya sendiri dibandingkan dengan variabel lainnya dalam model.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

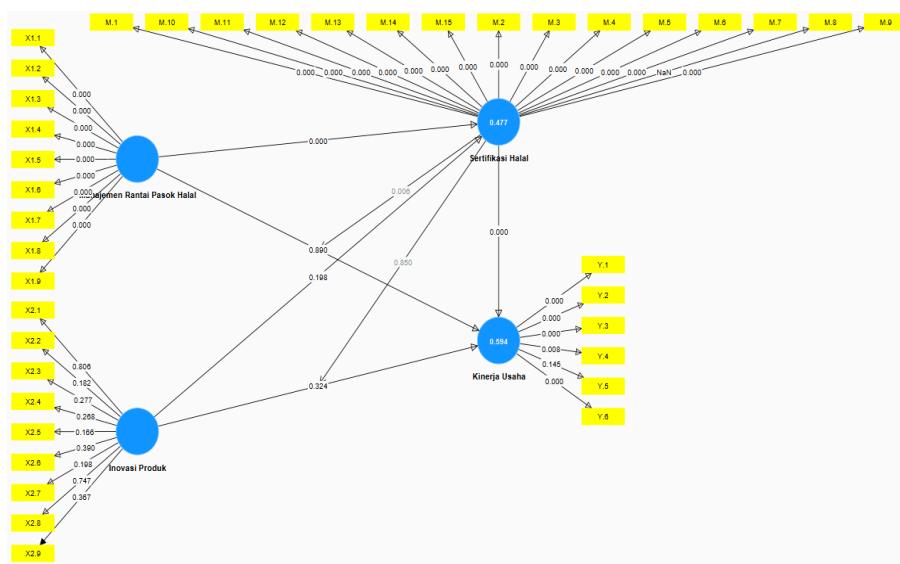
| | Cronbach's alpha | Composite Reability | Kriteria |
|------------------------------|-------------------------|----------------------------|-----------------|
| Manajemen Rantai Pasok Halal | 0,949 | 0,963 | Reliabel |
| Inovasi Produk | 0,914 | 0,941 | Reliabel |
| Kinerja Usaha | 0,888 | 0,895 | Reliabel |
| Sertifikasi Halal | 0,958 | 0,895 | Reliabel |

Sumber: Olah Data SmartPLS 4, 2025

Berdasarkan hasil pada tabel tersebut, terlihat bahwa seluruh variabel menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik, karena nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* melebihi nilai ambang batas 0,7. Ini menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam penelitian ini memiliki konsistensi yang tinggi.

Pengujian Model Struktural

Koefisien jalur menggambarkan seberapa besar pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain. Nilai koefisien jalur ini digunakan untuk mengukur signifikan atau tidaknya hubungan dalam uji hipotesis.



Gambar 1. Hasil Pengujian Model Struktural

Sumber: Olah Data SmartPLS 4, 2025

Berdasarkan model struktural di atas, Manajemen Rantai Pasok Halal terhadap Kinerja Usaha dengan koefisien sebesar 0.890. Pengaruh Manajemen Rantai Pasok Halal terhadap Sertifikasi Halal sebesar 0.000, dan pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Kinerja Usaha sebesar 0.000. Pengaruh tidak langsung Manajemen Rantai Pasok Halal terhadap Kinerja Usaha melalui Sertifikasi Halal ditunjukkan oleh nilai 0.006.

Sementara itu, pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha sebesar 0.324, dan pengaruh Inovasi Produk terhadap Sertifikasi Halal sebesar 0.198. Pengaruh tidak langsung Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha melalui Sertifikasi Halal sebesar 0.850.

Tabel 8. Hasil Uji R-Square

| | R-Square | Adjusted R-Square | Keterangan |
|-------------------|-----------------|--------------------------|-------------------|
| Kinerja Usaha | 0,594 | 0,586 | Cukup Baik |
| Sertifikasi Halal | 0,477 | 0,473 | Cukup Baik |

Nilai R^2 sebesar 0,477 pada variabel Sertifikasi Halal menunjukkan bahwa 47,7% variabilitasnya dijelaskan oleh Manajemen Rantai Pasok dan Inovasi Produk. Sementara itu, nilai R^2 sebesar 0,594 pada variabel Kinerja Usaha menunjukkan bahwa 59,4% variasinya dijelaskan oleh variabel independen dan mediasi. Kedua nilai ini termasuk kategori cukup baik, yang mengindikasikan bahwa model memiliki daya jelas yang memadai dan bahwa Sertifikasi Halal berperan sebagai mediasi yang efektif.

Tabel 9. Hasil Uji Q-Square

| | SSO | SSE | $Q^2 (=1-SSE/SSO)$ |
|------------------------------|---------|---------|--------------------|
| Inovasi Produk | 270,000 | 270,000 | |
| Kinerja Usaha | 180,000 | 148,883 | 0,173 |
| Manajemen Rantai Pasok Halal | 240,000 | 240,000 | |
| Sertifikasi Halal | 300,000 | 199,175 | 0,336 |

Sumber: Olah Data SmartPLS 4, 2025

Nilai Q-Square (Q^2) digunakan untuk menilai relevansi prediktif model terhadap variabel dependen. Nilai $Q^2 > 0$ menandakan adanya relevansi, dengan kategori lemah (0,02–0,15), cukup (0,15–0,35), dan kuat (>0,35). Variabel Sertifikasi Halal memiliki Q^2 sebesar 0,336, termasuk kategori cukup. Adapun variabel Kinerja Usaha memperoleh nilai Q^2 sebesar 0,173, juga dalam kategori cukup meskipun mendekati batas bawah. Hal ini menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang memadai terhadap kedua variabel tersebut.

Uji Hipotesis

Tabel 10. Pengaruh Langsung

| | t-statistik | t-tabel | p-values |
|--|-------------|---------|----------|
| Manajemen Rantai Pasok Halal > Kinerja Usaha | 0.138 | 1.969 | 0.890 |
| Manajemen Rantai Pasok Halal > Sertifikasi Halal | 7.516 | 1.969 | 0.000 |
| Inovasi Produk > Kinerja Usaha | 0.986 | 1.969 | 0.324 |
| Inovasi Produk > Sertifikasi Halal | 1.286 | 1.969 | 0.198 |
| Sertifikasi Halal > Kinerja Usaha | 4.137 | 1.969 | 0.000 |

Sumber: Olah Data SmartPLS 4, 2025

Berdasarkan tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa:

- Manajemen Rantai Pasok Halal terhadap Kinerja Usaha menunjukkan t-statistic sebesar 0,138 dan p-value sebesar 0,890. Karena t-statistic < t-tabel (1,969) dan p-value > 0,05, maka Manajemen Rantai Pasok Halal tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha.
- Manajemen Rantai Pasok Halal terhadap Sertifikasi Halal menunjukkan t-statistic sebesar 7,516 dan p-value sebesar 0,000. Karena t-statistic > t-tabel (1,969) dan p-value

- $< 0,05$, maka Manajemen Rantai Pasok Halal berpengaruh signifikan terhadap Sertifikasi Halal.
- c. Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha menunjukkan t-statistic sebesar 0,986 dan p-value sebesar 0,324. Karena t-statistic $<$ t-tabel (1,969) dan p-value $>$ 0,05, maka Inovasi Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha.
 - d. Inovasi Produk terhadap Sertifikasi Halal menunjukkan t-statistic sebesar 1,286 dan p-value sebesar 0,198. Karena t-statistic $<$ t-tabel (1,969) dan p-value $>$ 0,05, maka Inovasi Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Sertifikasi Halal.
 - e. Sertifikasi Halal terhadap Kinerja Usaha menunjukkan t-statistic sebesar 4,137 dan p-value sebesar 0,000. Karena t-statistic $>$ t-tabel (1,969) dan p-value $<$ 0,05, maka Sertifikasi Halal berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha.

Tabel 11. Pengaruh Tidak Langsung

| | t-statistik | t-tabel | p-values |
|--|--------------------|----------------|-----------------|
| Sertifikasi Halal x Manajemen Rantai Pasok Halal $>$ Kinerja Usaha | 2.748 | 1.969 | 0.006 |
| Sertifikasi Halal x Inovasi Produk $>$ Kinerja Usaha | 0.189 | 1.969 | 0.850 |

Sumber: Olah Data SmartPLS 4, 2025

Berdasarkan hasil pengujian, variabel Manajemen Rantai Pasok Halal terbukti memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap Kinerja Usaha melalui variabel mediasi Sertifikasi Halal. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-statistic sebesar 2,748 yang lebih besar dari t-tabel 1,969, dan p-value sebesar 0,006 yang lebih kecil dari 0,05. Artinya, Sertifikasi Halal mampu memediasi hubungan antara Manajemen Rantai Pasok Halal dengan Kinerja Usaha. Sebaliknya, Inovasi Produk tidak menunjukkan pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap Kinerja Usaha melalui Sertifikasi Halal, dengan nilai t-statistic sebesar 0,189 dan p-value sebesar 0,850.

Berdasarkan klasifikasi mediasi menurut Hair et al. (2017), hubungan antara Manajemen Rantai Pasok Halal, Sertifikasi Halal, dan Kinerja Usaha termasuk dalam kategori mediasi penuh (*full mediation*), karena pengaruh tidak langsung signifikan, sedangkan pengaruh langsungnya tidak signifikan ($t = 0,138$; $p = 0,890$). Sementara itu, hubungan antara Inovasi Produk, Sertifikasi Halal, dan Kinerja Usaha dikategorikan sebagai tidak terjadi mediasi (*no mediation*), karena baik pengaruh langsung ($t = 0,986$; $p = 0,324$) maupun tidak langsung ($t = 0,189$; $p = 0,850$) keduanya tidak signifikan.

Pembahasan

- Pengaruh Manajemen Rantai Pasok Halal terhadap Sertifikasi Halal

Hasil uji menunjukkan bahwa Manajemen Rantai Pasok Halal berpengaruh signifikan terhadap Sertifikasi Halal ($t = 7,516$; $p = 0,000$), sehingga H01 ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa keterlacakkan bahan baku, pemilihan pemasok bersertifikat, dan prosedur produksi yang higienis mendukung kelayakan memperoleh sertifikasi halal. Hasil ini sejalan dengan penelitian Zainuddin et al. (2021) yang menegaskan bahwa manajemen rantai pasok halal meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses sertifikasi.

- Pengaruh Inovasi Produk terhadap Sertifikasi Halal

Hasil uji menunjukkan bahwa Inovasi Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Sertifikasi Halal ($t = 1,286$; $p = 0,198$), sehingga H02 diterima. Inovasi yang dilakukan pelaku UMKM belum memperhatikan aspek kehalalan bahan baku maupun prosedur produksi. Hal ini diperkuat oleh Khairawati et al. (2024) yang menyebutkan bahwa inovasi UMKM masih minim integrasi dengan prinsip halal akibat rendahnya literasi dan persepsi keliru terhadap pentingnya sertifikasi.

- Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Kinerja Usaha

Hasil uji menunjukkan bahwa Sertifikasi Halal berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha ($t = 4,137$; $p = 0,000$), sehingga H03 ditolak. Sertifikat halal meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas akses pasar, serta memperkuat citra produk. Hasil ini sejalan dengan Raisa (2024) dan Said et al. (2019) yang menunjukkan bahwa sertifikasi halal berkontribusi langsung terhadap peningkatan omzet dan menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian.

- Pengaruh Manajemen Rantai Pasok Halal terhadap Kinerja Usaha

Hasil uji menunjukkan bahwa Manajemen Rantai Pasok Halal tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha ($t = 0,138$; $p = 0,890$), sehingga H04 diterima. Pelaku UMKM masih menghadapi kendala dalam pengelolaan produksi dan distribusi secara efisien. Temuan ini sejalan dengan Nainggolan (2018) yang menyatakan bahwa manajemen rantai pasok UMKM masih sederhana dan belum sepenuhnya terintegrasi secara digital maupun strategis.

- Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha

Hasil uji menunjukkan bahwa Inovasi Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha ($t = 0,986$; $p = 0,324$), sehingga H05 diterima. Inovasi yang dilakukan belum diarahkan pada efisiensi proses dan peningkatan mutu yang berdampak langsung

pada performa usaha. Cahyani et al. (2022) menunjukkan bahwa inovasi yang tidak terarah tidak otomatis meningkatkan kinerja, sebagaimana dialami UKM Seruputan.

- Sertifikasi Halal sebagai Mediasi Manajemen Rantai Pasok Halal terhadap Kinerja Usaha Hasil uji menunjukkan bahwa Sertifikasi Halal memediasi secara signifikan pengaruh Manajemen Rantai Pasok Halal terhadap Kinerja Usaha ($t = 2,748$; $p = 0,006$), sehingga H06 ditolak. Ini menunjukkan adanya mediasi penuh, di mana manajemen rantai pasok halal hanya berdampak terhadap kinerja usaha apabila diikuti dengan perolehan sertifikasi halal. Temuan ini diperkuat oleh Hartini & Mahalayatie (2020) dan Khazaini et al. (2024) yang menekankan pentingnya sertifikasi dalam menyalurkan dampak strategis rantai pasok terhadap performa usaha.
- Sertifikasi Halal sebagai Mediasi Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha Hasil uji menunjukkan bahwa Sertifikasi Halal tidak memediasi pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha ($t = 0,189$; $p = 0,850$), sehingga H07 diterima. Inovasi produk belum diarahkan pada pemenuhan standar halal sehingga tidak berdampak terhadap kinerja usaha. Hal ini diperkuat oleh Khairawati et al. (2025) yang menyebutkan bahwa keterbatasan literasi dan infrastruktur menyebabkan inovasi belum terintegrasi dengan prinsip kehalalan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan penelitian ini menyatakan bahwa manajemen rantai pasok halal berpengaruh signifikan terhadap sertifikasi halal, dan sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha mikro. Sertifikasi halal juga terbukti memediasi pengaruh manajemen rantai pasok halal terhadap kinerja usaha. Sebaliknya, inovasi produk tidak berpengaruh signifikan, baik secara langsung maupun melalui sertifikasi halal.

Saran penelitian ini ditujukan bagi pelaku usaha untuk memperkuat penerapan rantai pasok halal dan segera mengurus sertifikasi halal sebagai nilai jual. Inovasi produk perlu diarahkan agar sesuai dengan prinsip halal. Peneliti selanjutnya disarankan menambah variabel lain seperti literasi halal atau strategi distribusi, serta memperluas wilayah penelitian agar hasil lebih representatif.

DAFTAR REFERENSI

- Ahmadiyah, A. S., Sarno, R., Anggraini, R. N. E., Ariyani, N. F., Munif, A., & Hidayati, S. C. (2022). Pendampingan Pengurusan Ijin Edar dan Sertifikasi Halal Produk Usaha Mikro dan Kecil. *Sewagati*, 6(3). <https://doi.org/10.12962/j26139960.v6i3.248>
- Ali, A., Zulkifli, R., & Aisyah, N. (2023). Inovasi Produk Halal Berbasis Maqashid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 22–35.
- Astuti Mirsa. (2020). Pengembangan Produk Halal dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah*, 12(1), 40–51.
- Aziz, F., Setyorini, R., & Hasanah, Y. N. (2021). Analisis Halal Supply Chain pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Makanan di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 293. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1936>
- Badan Pusat Statistik. (2024). Jumlah Penduduk Indonesia Pertengahan Tahun (Ribu Jiwa), 2022-2024. <https://www.bps.go.id/>
- Cahyani, A. I., Wibowo, S., & Arifin, M. (2022). Strategi Inovasi UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Makanan. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 102–112.
- Damanpour, F., & Aravind, D. (2012). Managerial Innovation: Conceptions, Processes, and Antecedents. *Management and Organization Review*, 8(2), 423–454. <https://doi.org/10.1111/j.1740-8784.2011.00233.x>
- Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandung. (2024). Data Usaha Mikro dan Sertifikasi Halal Tahun 2024. Bandung: Diskop UKM.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Hidayat, R., & Sulistyawati, L. (2022). Manajemen Rantai Pasok Halal dalam Industri Pangan: Antara Teori dan Praktik. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 5(1), 1–10.
- Izzuddin, A. (2016). *Standar Halal: Panduan Praktis Sertifikasi dan Implementasi di Industri Makanan*. Jakarta: MUI Press.
- Khairawati, S., Hamid, A., & Nursyam, H. (2024). Literasi Halal UMKM dan Pengaruhnya terhadap Kesiapan Sertifikasi Halal. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(1), 56–68.
- Maisaroh, S., Hilal, S., & Hanif, H. (2022). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Provinsi Lampung dengan Halal Supply Chain sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3442. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6593>
- Martono, R. V. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Rantai Pasok*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Meisna, M. F., & Anjani, R. (2024). Kualitas Inovasi dan Kinerja UMKM: Perspektif Manajemen Strategis. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 6(1), 45–56.
- Nainggolan, E. (2018). Analisis Kesiapan UMKM Menghadapi Revolusi Industri 4.0 dalam Perspektif Rantai Pasok. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 6(1), 23–30.

- Raisa, F., & Ananda, A. A. (2024). Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Konsumen. *JPRO: Jurnal Progres Ekonomi*, 5(2), 324–336.
- Ribek, P. K., Purnawati, N. L. G. P., & Widyawati, S. R. (2020). Strategi Keunggulan Bersaing dengan Analisis SWOT dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Bean Sprouts di Masa Pandemi Covid 19 di Bali. Prosiding Webinar Nasional, 1(1), 97–108.
- Sarifah, F. (2021). Kewajiban Sertifikasi Halal menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. *Jurnal Hukum dan Syariah Islam*, 4(2), 66–77.
- Sinaga, J., Anggraeni, E., & Slamet, A. S. (2021). The Effect of Supply Chain Management Practices and ICT on Competitive Advantage and Firm Performance (Case Study: SMEs of Processed Food in Jakarta). *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 7(1), 91–101. <https://doi.org/10.17358/ijbe.7.1.91>
- Widyana, F. S., & Nugroho, D. A. (2018). Analisis Kualitas Operasional Produksi (Studi pada PT Aerofood Indonesia). *Jurnal Sistem Produksi*, 9(2), 88–97.
- Yulinda, D. S., Nurbaiti, & Harahap, M. I. (2023). Uji Kelayakan Halal Supply Chain Management untuk Memperoleh Sertifikasi Halal pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Studi Kasus Cafe Bakso Rosso. *Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen dan Keuangan Syariah*, 4(2), 40–53.