



PENGEMBANGAN USAHA SAMBAL ANDALIMAN (KHAS BATAK) PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Rahmat Hidayat^{1*}, Muhammad Ikhsan Harahap², & Imsar³

^{*1-3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

*e-mail : rhmt98092@gmail.com

Submit Tgl: 16-Agustus-2026

Diterima Tgl: 17-Agustus-2026

Diterbitkan Tgl: 19-Agustus-2026

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan usaha Sambal Andaliman (Khas Batak) pada UMKM Sambal Andaliman Sapo Sapo berdasarkan perspektif ekonomi Islam. Fokus penelitian meliputi pemahaman dan penerapan prinsip halal, manfaat sertifikasi halal, pengalaman pelaku usaha dalam mempersiapkan sertifikasi halal, serta strategi pengembangan bisnis melalui analisis SWOT. Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan utama dalam penelitian ini adalah pemilik UMKM Sambal Andaliman Sapo Sapo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Sambal Andaliman Sapo Sapo belum memiliki sertifikat halal, namun telah menerapkan prinsip halal melalui penggunaan bahan baku yang halal, proses produksi yang higienis, serta transaksi yang dilakukan secara jujur dan transparan sesuai dengan nilai-nilai ekonomi Islam. Pemilik usaha juga memahami bahwa sertifikasi halal memiliki manfaat dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat citra usaha, dan memperluas peluang pemasaran, meskipun sertifikasi tersebut belum diajukan karena usaha masih berfokus pada pengembangan operasional dan menghadapi kendala dalam perekrutan tenaga kerja. Berdasarkan hasil analisis SWOT diperoleh nilai X sebesar 1,18 yang berasal dari selisih *Strengths* (S) dan *Weaknesses* (W) serta nilai Y sebesar 1,02 yang berasal dari selisih *Opportunities* (O) dan *Threats* (T). Posisi tersebut menempatkan usaha pada Kuadran I (*Growth Strategy*), yang menunjukkan bahwa UMKM memiliki kekuatan internal dan peluang eksternal yang baik untuk berkembang. Strategi yang direkomendasikan adalah mempertahankan kualitas produk, memanfaatkan pemasaran digital, memperluas jaringan distribusi, serta mempersiapkan sertifikasi halal sebagai strategi pengembangan usaha yang berkelanjutan sesuai dengan perspektif ekonomi Islam.

Kata Kunci: Pengembangan Usaha; Sambal Andaliman; UMKM; Sertifikasi Halal; Analisis SWOT

Abstract: This study aims to analyze the business development of Sambal Andaliman (a Batak specialty) at the MSME "Sambal Andaliman Sapo Sapo" from an Islamic economic perspective. The research focuses on the understanding and application of halal principles, the benefits of halal certification, the business owner's experience regarding halal certification, and business development strategies using SWOT analysis. A qualitative research method with a descriptive approach was employed. Data were collected through interviews, observation, and documentation. The primary informant was the owner of the "Sambal Andaliman Sapo Sapo" MSME. The results indicate that while the business does not yet possess halal certification, it has implemented halal principles through the use of halal raw materials, hygienic production processes, and honest, transparent transactions aligned with Islamic economic values. The owner recognizes the benefits of halal certification such as increased consumer trust, a strengthened business image, and expanded marketing opportunities but has not yet obtained it due to a focus on operational development and constraints regarding a shortage of manpower. SWOT analysis yielded an X-value of 1.18 (derived from the difference between Strengths and Weaknesses) and a Y-value of 1.02 (derived from the difference between Opportunities and Threats).

Threats). This positioning places the business in Quadrant I (Growth Strategy), indicating that the MSME possesses strong internal capabilities and favorable external opportunities for growth. Recommended strategies include maintaining product quality, leveraging digital marketing, expanding distribution networks, and preparing for halal certification as part of a sustainable business development strategy aligned with Islamic economic principles.

Keywords: *Business Development; Sambal Andaliman; MSMEs; Halal Certification; SWOT Analysis*

Cara mengutip Hidayat, R., Harahap, M. I., & Imsar. (2026). Pengembangan Usaha Sambal Andaliman (Khas Batak) Perspektif Ekonomi Islam. *JIS: Journal Islamic Studies*, 4(2), 739–755. <https://doi.org/10.71456/jis.v4i2.2543>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Keberadaan UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga menjadi penyedia lapangan pekerjaan terbesar bagi masyarakat. Di tengah perkembangan ekonomi digital dan persaingan global, UMKM mampu menunjukkan daya tahan yang tinggi dalam menghadapi berbagai tantangan ekonomi, sehingga keberadaannya menjadi salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi nasional. Pemerintah terus mendorong pengembangan UMKM melalui berbagai program pembiayaan, digitalisasi usaha, peningkatan kualitas produk, serta perluasan akses pasar agar mampu meningkatkan daya saing produk lokal di tingkat nasional maupun internasional. Berdasarkan berbagai publikasi pemerintah, jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 56 juta unit usaha, dengan sektor makanan dan minuman menjadi salah satu sektor yang mendominasi perkembangan UMKM nasional. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sektor kuliner memiliki peluang yang sangat besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus memperkuat perekonomian daerah (Piliang, 2024).

Kota Medan sebagai ibu kota Provinsi Sumatera Utara merupakan salah satu pusat perdagangan dan jasa terbesar di Pulau Sumatera yang memiliki perkembangan UMKM cukup pesat. Pertumbuhan jumlah penduduk, meningkatnya aktivitas ekonomi, serta berkembangnya sektor pariwisata memberikan peluang besar bagi masyarakat untuk mengembangkan berbagai jenis usaha, khususnya di bidang kuliner. Berdasarkan berbagai publikasi pemerintah daerah, jumlah pelaku UMKM di Kota Medan diperkirakan telah mencapai lebih dari 150.000 unit usaha yang bergerak pada berbagai sektor ekonomi, mulai dari perdagangan, jasa, industri kreatif hingga usaha makanan dan minuman. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa UMKM telah menjadi penggerak utama perekonomian masyarakat Kota Medan melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pengembangan potensi ekonomi lokal. Oleh karena itu, penguatan daya saing UMKM menjadi salah satu prioritas pembangunan ekonomi daerah agar mampu bertahan di tengah persaingan usaha yang semakin kompetitif (Pemko Medan, 2022).

Di antara berbagai sektor UMKM yang berkembang di Kota Medan, sektor makanan dan minuman merupakan sektor yang mengalami perkembangan paling signifikan. Diperkirakan terdapat sekitar 30.000–40.000 UMKM yang bergerak pada bidang kuliner, mulai dari makanan tradisional, makanan siap saji, oleh-oleh khas daerah, hingga produk

makanan olahan dalam kemasan. Tingginya jumlah pelaku usaha kuliner menunjukkan bahwa kebutuhan masyarakat terhadap produk makanan terus meningkat seiring dengan perubahan gaya hidup, perkembangan teknologi pemasaran digital, serta meningkatnya minat wisatawan terhadap kuliner khas daerah. Kondisi tersebut mendorong pelaku UMKM untuk terus berinovasi dalam menghasilkan produk yang memiliki cita rasa khas, kualitas yang baik, serta kemasan yang menarik sehingga mampu bersaing di pasar lokal maupun nasional. Salah satu produk yang memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan adalah makanan khas Batak yang menjadi identitas budaya masyarakat Sumatera Utara (Kaswinata et al., 2023).

Provinsi Sumatera Utara dikenal sebagai salah satu daerah yang memiliki keragaman kuliner tradisional dengan cita rasa yang khas dan telah menjadi bagian dari identitas budaya masyarakat Batak. Berbagai makanan khas Batak seperti naniura, saksang, arsik, ikan mas arsik, dengke na niura, serta berbagai jenis sambal tradisional masih banyak diminati oleh masyarakat lokal maupun wisatawan. Keunikan cita rasa kuliner Batak berasal dari penggunaan rempah-rempah tradisional yang memberikan aroma dan rasa yang berbeda dibandingkan kuliner daerah lainnya. Salah satu rempah yang menjadi ciri khas masakan Batak adalah andaliman (*Zanthoxylum acanthopodium*), yaitu rempah endemik yang memiliki sensasi rasa pedas, getir, serta memberikan efek kebas pada lidah. Keunikan tersebut menjadikan andaliman sebagai salah satu komoditas lokal yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan berpotensi dikembangkan menjadi berbagai produk olahan, termasuk sambal kemasan yang memiliki nilai tambah serta daya saing tinggi di pasar kuliner Indonesia (Utomo, 2022).

Andaliman merupakan rempah khas yang banyak tumbuh di wilayah dataran tinggi Sumatera Utara, seperti Kabupaten Toba, Samosir, Humbang Hasundutan, Tapanuli Utara, dan Dairi. Rempah ini telah lama digunakan sebagai bumbu utama dalam berbagai masakan tradisional Batak karena memiliki aroma citrus yang khas dan sensasi pedas yang berbeda dengan cabai pada umumnya. Seiring berkembangnya industri kuliner, andaliman tidak hanya dimanfaatkan sebagai bumbu masakan, tetapi juga diolah menjadi berbagai produk bernilai tambah seperti sambal andaliman kemasan, bumbu instan, hingga produk oleh-oleh khas Sumatera Utara. Pengolahan andaliman menjadi sambal kemasan memberikan peluang yang besar bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan nilai jual produk sekaligus memperluas jangkauan pemasaran. Selain memiliki cita rasa yang unik, sambal andaliman juga menjadi salah satu produk yang diminati wisatawan sebagai buah tangan khas daerah. Oleh karena itu, inovasi produk dan strategi pengembangan usaha sangat diperlukan agar sambal andaliman mampu bersaing dengan produk sambal kemasan lainnya di pasar nasional (Kholisdinuka, 2023).

Dalam perspektif ekonomi Islam, pengembangan usaha makanan merupakan aktivitas ekonomi yang diperbolehkan selama memenuhi prinsip-prinsip syariah, seperti kehalalan produk, kebersihan, keamanan pangan, kejujuran dalam bertransaksi, serta tidak mengandung unsur gharar, maysir, maupun riba (Khairawati et al., 2025). Islam juga mendorong umatnya untuk bekerja, berwirausaha, dan mengembangkan potensi ekonomi sebagai bentuk ikhtiar dalam memperoleh rezeki yang halal. Pelaku UMKM dituntut untuk menjaga kualitas produk, memberikan informasi yang benar kepada konsumen, menetapkan harga secara adil, serta menjalankan usaha dengan penuh tanggung jawab (Nurhalita & Imsar, 2022). Dengan demikian, pengembangan usaha sambal andaliman tidak hanya

berorientasi pada peningkatan keuntungan, tetapi juga harus memperhatikan nilai-nilai etika bisnis Islam sehingga mampu memberikan kemaslahatan bagi produsen maupun konsumen. Prinsip tersebut menjadi landasan penting dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap produk makanan yang dipasarkan.

Salah satu UMKM kuliner yang memanfaatkan andaliman sebagai produk unggulan adalah Ayam Andaliman Sapo Sapo yang berlokasi di Kota Medan. Usaha ini menawarkan berbagai menu olahan ayam dengan sambal andaliman sebagai ciri khas utama. Selain menyajikan makanan siap santap, usaha ini juga mengembangkan produk sambal andaliman dalam kemasan botol yang dipasarkan dengan harga sekitar Rp25.000 per botol. Produk tersebut dipasarkan secara langsung kepada konsumen yang datang ke rumah makan maupun melalui media sosial dan layanan pemesanan daring. Kehadiran sambal andaliman kemasan menjadi bentuk inovasi usaha karena memungkinkan konsumen menikmati cita rasa khas Batak tanpa harus datang langsung ke rumah makan. Inovasi ini juga membuka peluang peningkatan pendapatan usaha melalui diversifikasi produk serta memperluas pangsa pasar hingga luar Kota Medan.

Menariknya, konsumen sambal andaliman di Ayam Andaliman Sapo Sapo tidak hanya berasal dari masyarakat Batak, tetapi juga banyak berasal dari kalangan masyarakat Muslim. Kondisi ini menunjukkan bahwa makanan khas Batak mulai diterima oleh berbagai kalangan tanpa memandang latar belakang budaya maupun suku. Namun demikian, dalam perspektif ekonomi Islam terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan, antara lain kepastian kehalalan bahan baku, proses pengolahan yang sesuai dengan standar halal, transparansi informasi produk, serta upaya memperoleh kepercayaan konsumen Muslim. Selain itu, pengembangan usaha masih menghadapi beberapa permasalahan, seperti belum optimalnya promosi digital, keterbatasan pemasaran produk sambal kemasan di luar Kota Medan, belum adanya perluasan jaringan distribusi yang lebih luas, serta pentingnya penguatan identitas produk halal sebagai nilai tambah bagi konsumen Muslim. Permasalahan-permasalahan tersebut menjadi tantangan yang perlu dikaji sehingga pengembangan usaha sambal andaliman dapat dilakukan secara berkelanjutan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Pengembangan usaha sambal andaliman tidak hanya berfokus pada peningkatan volume penjualan, tetapi juga pada upaya menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dalam perspektif ekonomi Islam, pengembangan usaha dapat dilakukan melalui inovasi produk, peningkatan kualitas, diversifikasi produk, pemanfaatan teknologi digital, serta penerapan etika bisnis Islam dalam seluruh aktivitas usaha. Produk sambal andaliman memiliki peluang yang besar untuk dikembangkan sebagai produk halal khas Sumatera Utara yang mampu bersaing di pasar nasional maupun internasional. Namun demikian, keberhasilan pengembangan usaha juga dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam membangun kepercayaan konsumen, menjaga kualitas produk, memperluas jaringan pemasaran, serta memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Oleh karena itu, penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam diharapkan mampu memberikan nilai tambah terhadap pengembangan usaha sehingga tidak hanya menghasilkan keuntungan ekonomi, tetapi juga keberkahan dan kemaslahatan bagi seluruh pihak yang terlibat.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengembangan UMKM dari perspektif ekonomi Islam memberikan pengaruh positif terhadap keberlanjutan usaha. Penelitian (Mahayani et al., 2024) dan (Daulay et al., 2023) menyimpulkan bahwa kualitas

produk berpengaruh terhadap perkembangan UMKM rumah produksi sambal karena mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Selanjutnya, penelitian (Harahap et al., 2022) menjelaskan bahwa penerapan etika bisnis Islam pada UMKM makanan dan minuman berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, meskipun masih terdapat beberapa prinsip syariah yang belum diterapkan secara optimal. Penelitian (Matondang et al., 2025) dan (Adinda et al., 2024) menemukan bahwa strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif melalui inovasi produk, perluasan pasar, dan peningkatan kualitas mampu meningkatkan pendapatan pelaku usaha sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. Penelitian (Salwa et al., 2024) juga membuktikan bahwa inovasi produk, strategi diversifikasi, dan pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh positif terhadap perkembangan UMKM halal. Selain itu, penelitian (Khairani et al., 2023) menunjukkan bahwa keberadaan label halal memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM karena meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim terhadap produk yang dipasarkan.

Meskipun penelitian-penelitian tersebut telah mengkaji pengembangan UMKM, etika bisnis Islam, inovasi produk, maupun label halal, masih terdapat keterbatasan karena sebagian besar penelitian hanya berfokus pada aspek umum pengembangan UMKM atau produk makanan tertentu. Hingga saat ini masih sangat sedikit penelitian yang secara khusus mengkaji pengembangan usaha sambal andaliman khas Batak dalam perspektif ekonomi Islam, terutama pada usaha Ayam Andaliman Sapo Sapo Kota Medan yang memproduksi sambal andaliman kemasan sebagai produk unggulan. Penelitian ini memiliki kebaruan (novelty) karena mengintegrasikan aspek pengembangan usaha, karakteristik produk lokal khas Batak, perilaku konsumen Muslim, serta penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam satu kajian yang komprehensif. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu ekonomi Islam sekaligus menjadi masukan bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan produk lokal yang berdaya saing dan sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa usaha sambal andaliman memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan sebagai salah satu produk unggulan UMKM khas Sumatera Utara. Keunikan cita rasa, tingginya minat konsumen, serta peluang pemasaran yang semakin luas menjadi modal utama dalam meningkatkan daya saing usaha. Namun demikian, pelaku usaha masih menghadapi berbagai tantangan, seperti penguatan strategi pemasaran, peningkatan kepercayaan konsumen Muslim terhadap aspek kehalalan produk, inovasi produk, serta penerapan prinsip ekonomi Islam secara menyeluruh dalam kegiatan usaha. Oleh karena itu, penelitian yang berjudul "Pengembangan Usaha Sambal Andaliman (Khas Batak) Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Ayam Andaliman Sapo Sapo Kota Medan)" penting untuk dilakukan guna menganalisis strategi pengembangan usaha yang sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam serta memberikan rekomendasi yang dapat mendukung keberlanjutan dan daya saing UMKM kuliner khas Bata.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk memahami secara mendalam suatu fenomena berdasarkan kondisi yang alamiah melalui pengumpulan data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, pendekatan studi kasus dipilih karena peneliti ingin memperoleh

gambaran yang komprehensif mengenai pengembangan usaha Sambal Andaliman (Khas Batak) dalam perspektif ekonomi Islam pada usaha Ayam Andaliman Sapo Sapo Kota Medan. Fokus penelitian diarahkan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha, penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam, serta faktor-faktor yang mendukung dan menghambat perkembangan usaha tersebut. Penelitian ini dilaksanakan di Ayam Andaliman Sapo Sapo yang beralamat di Jalan Bunga Sedap Malam I, Padang Bulan, Kecamatan Medan Selayang, Kota Medan, Sumatera Utara, karena usaha tersebut merupakan salah satu pelaku UMKM kuliner yang menjadikan sambal andaliman sebagai produk unggulan dan relevan dengan fokus penelitian.

Tabel 1. Identitas Responden Penelitian

Nama	Status	Alasan Pemilihan Responden
Rafael	Pemilik Usaha Sambal Andaliman Sapo-Sapo	Sebagai pemilik usaha yang mengetahui secara menyeluruh sejarah usaha, strategi pengembangan, pengelolaan operasional, serta penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam kegiatan usaha.
Berkat	Tukang Masak	Dipilih karena bertanggung jawab dalam proses pengolahan dan produksi sambal andaliman sehingga mengetahui penggunaan bahan baku, proses produksi, dan standar kualitas produk.
Gunawan	Tukang Masak	Dipilih karena terlibat langsung dalam kegiatan produksi sehingga dapat memberikan informasi mengenai proses operasional dan pelaksanaan kegiatan produksi sehari-hari.
Dika	Waiter	Dipilih karena berinteraksi langsung dengan pelanggan sehingga dapat memberikan informasi mengenai kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan kondisi operasional usaha dari sisi pelayanan.
Louis	Kasir	Dipilih karena bertanggung jawab atas pencatatan transaksi penjualan dan penerimaan pembayaran sehingga mengetahui sistem transaksi serta kondisi penjualan usaha.
David	Waiter	Dipilih karena terlibat dalam pelayanan kepada pelanggan dan memahami aktivitas operasional restoran serta respons pelanggan terhadap produk yang ditawarkan.

Sumber: (Data Primer, 2026)

Waktu pelaksanaan penelitian dimulai pada bulan Juli 2026 sampai dengan selesai, yang meliputi tahap persiapan penelitian, pengumpulan data, analisis data, penyusunan hasil penelitian, hingga penyelesaian laporan penelitian. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha yang bernama Rafael, karyawan, dan konsumen sebagai informan penelitian, serta didukung oleh observasi langsung dan dokumentasi yang berkaitan dengan aktivitas usaha. Selanjutnya, metode penelitian ini menggunakan analisis SWOT sebagai alat untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang memengaruhi objek penelitian. Analisis dilakukan dengan menggunakan tabel *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *External Factor Evaluation* (EFE) untuk mengetahui posisi strategis berdasarkan pembobotan dan penilaian setiap faktor (Mubarrok, 2018). Selanjutnya, hasil analisis disajikan dalam diagram SWOT untuk menentukan posisi kuadran dan merumuskan strategi yang paling sesuai bagi pengembangan objek penelitian mengenai pengembangan usaha Sambal Andaliman (Khas Batak) dalam perspektif ekonomi Islam (Rahmani, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pemahaman dan Penerapan Prinsip Halal Oleh UMKM Sambal Andaliman

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UMKM Sambal Andaliman Sapo Sapo, diperoleh informasi bahwa usaha ini telah beroperasi selama kurang lebih 2 tahun 4 bulan. Selama menjalankan usaha, pemilik menyampaikan bahwa sejak awal usaha didirikan, aspek kehalalan menjadi salah satu perhatian utama dalam proses produksi. Hal tersebut diwujudkan dengan memastikan seluruh bahan baku yang digunakan berasal dari bahan yang halal dan layak dikonsumsi. Menurut pemilik usaha, menjaga kehalalan produk bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumen muslim, tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab dalam menjalankan usaha sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Berdasarkan hasil wawancara, pemilik menjelaskan bahwa bahan baku utama seperti cabai, bawang, andaliman, minyak goreng, serta bumbu pelengkap diperoleh dari supplier yang telah dipercaya. Selain itu, apabila stok dari supplier tidak mencukupi, pemilik membeli bahan baku langsung di pasar induk dengan tetap memperhatikan kualitas dan kesegaran bahan. Pemilik juga menyampaikan bahwa setiap bahan yang digunakan dipilih secara selektif agar tidak mengandung unsur yang diharamkan serta tetap menjaga cita rasa khas sambal andaliman. Hal ini menunjukkan adanya upaya untuk menerapkan prinsip halal sejak tahap pengadaan bahan baku.

Lebih lanjut, hasil wawancara menunjukkan bahwa proses produksi dilakukan dengan memperhatikan kebersihan peralatan dan lingkungan kerja. Pemilik menyampaikan bahwa seluruh proses pembuatan sambal dilakukan secara higienis mulai dari pencucian bahan, pengolahan, hingga proses pengemasan. Menurut pemilik, menjaga kebersihan merupakan bagian dari upaya menghasilkan produk yang aman dan berkualitas. Dalam perspektif ekonomi Islam, praktik tersebut mencerminkan penerapan nilai *thayyib*, yaitu produk yang tidak hanya halal dari segi bahan, tetapi juga baik, bersih, dan aman untuk dikonsumsi masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara, pemilik juga menjelaskan bahwa dalam kegiatan pemasaran dan penjualan selalu mengutamakan kejujuran kepada konsumen. Pemesanan dapat dilakukan secara langsung dengan datang ke toko, sedangkan konsumen dari luar kota dapat melakukan pemesanan melalui admin. Produk yang telah dipesan kemudian dikirim menggunakan jasa ekspedisi seperti Lion Parcel atau JNE. Pemilik menyampaikan bahwa informasi mengenai harga, jenis produk, dan proses pengiriman disampaikan secara terbuka kepada pelanggan sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman dalam transaksi. Praktik tersebut mencerminkan penerapan prinsip transparansi dan kejujuran yang menjadi salah satu nilai penting dalam ekonomi Islam.



Gambar 1. Sambal Andaliman
(Sumber : Data Primer, 2026)

Meskipun demikian, berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa tantangan terbesar dalam pengembangan usaha bukan terletak pada penyediaan bahan baku maupun pemasaran, melainkan pada proses perekrutan karyawan yang sesuai dengan kebutuhan usaha. Pemilik menyampaikan bahwa keterbatasan sumber daya manusia sering memengaruhi kelancaran produksi ketika permintaan meningkat. Namun demikian, pemilik tetap berupaya mempertahankan kualitas produk serta konsistensi dalam menerapkan prinsip halal pada setiap tahapan usaha. Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Sambal Andaliman Sapo Sapo telah memiliki pemahaman yang baik mengenai prinsip halal dan berusaha menerapkannya melalui pemilihan bahan baku, proses produksi yang higienis, serta praktik transaksi yang jujur dan transparan sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

2. Manfaat Sertifikasi Halal Untuk UMKM Sambal Andaliman

Pada UMKM Sambal Andaliman Sapo Sapo, diperoleh informasi bahwa sertifikasi halal dipandang sebagai salah satu faktor penting dalam mendukung perkembangan usaha. Menurut pemilik, keberadaan sertifikat halal memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa produk yang dipasarkan telah memenuhi ketentuan halal, baik dari segi bahan baku, proses produksi, maupun pengemasan. Kepercayaan tersebut menjadi nilai tambah bagi produk sehingga mampu meningkatkan minat masyarakat untuk membeli sambal andaliman, khususnya konsumen muslim yang sangat memperhatikan aspek kehalalan suatu produk.

Berdasarkan hasil wawancara, pemilik menjelaskan bahwa sertifikasi halal juga memberikan manfaat dalam meningkatkan citra dan kredibilitas usaha. Dengan adanya jaminan halal, produk Sambal Andaliman Sapo Sapo dinilai lebih profesional dan memiliki daya saing yang lebih baik dibandingkan produk yang belum memiliki sertifikasi halal. Menurut pemilik, kepercayaan konsumen tidak hanya dibangun melalui kualitas rasa, tetapi juga melalui kepastian bahwa produk telah memenuhi standar halal yang ditetapkan oleh lembaga yang berwenang.

Lebih lanjut, hasil wawancara menunjukkan bahwa sertifikasi halal memberikan peluang yang lebih luas dalam pemasaran produk. Pemilik menyampaikan bahwa pemesanan

tidak hanya dilakukan oleh konsumen yang datang langsung ke toko, tetapi juga oleh pelanggan dari luar daerah melalui admin. Produk kemudian dikirim menggunakan jasa ekspedisi seperti Lion Parcel atau JNE. Dengan adanya sertifikasi halal, konsumen dari luar daerah merasa lebih yakin untuk melakukan pembelian tanpa harus melihat langsung proses produksi. Hal tersebut menunjukkan bahwa sertifikasi halal dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM.

Selain memberikan manfaat dari sisi pemasaran, hasil wawancara juga menunjukkan bahwa sertifikasi halal mendorong pelaku usaha untuk lebih disiplin dalam menjaga kualitas produk. Pemilik menjelaskan bahwa seluruh bahan baku diperoleh dari supplier yang telah dipercaya dan apabila diperlukan juga dibeli langsung di pasar induk dengan tetap memperhatikan kualitas serta kehalalannya. Penerapan standar halal membuat pemilik lebih teliti dalam memilih bahan baku, menjaga kebersihan proses produksi, serta memastikan produk yang dihasilkan tetap konsisten. Dengan demikian, sertifikasi halal tidak hanya menjadi dokumen administrasi, tetapi juga menjadi pedoman dalam menjalankan proses produksi yang sesuai dengan prinsip syariah.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa dengan adanya sertifikasi halal nantinya akan memberikan berbagai manfaat bagi UMKM Sambal Andaliman Sapo Sapo, antara lain meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat citra usaha, memperluas peluang pemasaran, serta mendorong konsistensi dalam menjaga kualitas dan kehalalan produk. Menurut pemilik usaha, penerapan prinsip halal menjadi bagian penting dalam menjalankan bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga mengedepankan nilai-nilai amanah, kejujuran, dan tanggung jawab sebagaimana diajarkan dalam ekonomi Islam. Dengan demikian, sertifikasi halal berperan sebagai instrumen yang mendukung keberlanjutan dan pengembangan usaha di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

3. Pengalaman UMKM Dalam Proses Sertifikasi Halal Untuk Sambal Andaliman

Diperoleh informasi bahwa proses sertifikasi halal merupakan salah satu tahapan penting yang harus dipersiapkan secara matang oleh pelaku usaha. Pemilik menjelaskan bahwa sebelum mengajukan sertifikasi halal, usaha telah berupaya memastikan seluruh bahan baku yang digunakan berasal dari sumber yang jelas dan halal. Selain itu, proses produksi juga dilakukan secara higienis dengan memperhatikan kebersihan peralatan, tempat produksi, serta penyimpanan bahan baku agar sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Berdasarkan hasil wawancara, pemilik menyampaikan bahwa selama proses pengurusan sertifikasi halal, terdapat beberapa persyaratan administrasi yang harus dipenuhi, seperti melengkapi data usaha, daftar bahan baku, informasi supplier, serta menjelaskan alur proses produksi. Pemilik mengungkapkan bahwa proses tersebut membutuhkan ketelitian dan waktu karena setiap informasi yang disampaikan harus sesuai dengan kondisi usaha yang sebenarnya. Meskipun demikian, pemilik tetap berupaya memenuhi seluruh persyaratan agar proses sertifikasi dapat berjalan dengan baik.

Lebih lanjut, pemilik usaha bahwa pengalaman dalam mengurus sertifikasi halal memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya sistem jaminan produk halal. Pemilik menyampaikan bahwa proses tersebut tidak hanya berfokus pada pemeriksaan bahan baku, tetapi juga mencakup pengelolaan usaha secara menyeluruh, mulai dari pembelian bahan dari supplier atau pasar induk, proses pengolahan, pengemasan, hingga pendistribusian

produk kepada konsumen. Pengalaman tersebut mendorong pelaku usaha untuk lebih tertib dalam melakukan pencatatan serta menjaga konsistensi kualitas produk.

Pemilik juga menjelaskan bahwa selama menjalani proses sertifikasi terdapat beberapa tantangan, terutama dalam menyiapkan dokumen administrasi dan membagi waktu antara mengurus sertifikasi dengan menjalankan kegiatan operasional usaha. Di sisi lain, usaha juga menghadapi kendala dalam perekrutan karyawan sehingga sebagian besar pengelolaan usaha masih dilakukan secara langsung oleh pemilik. Walaupun demikian, pemilik menganggap proses sertifikasi halal sebagai investasi jangka panjang yang dapat meningkatkan kualitas pengelolaan usaha dan memberikan nilai tambah bagi produk yang dipasarkan.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pengalaman UMKM Sambal Andaliman Sapo Sapo dalam proses sertifikasi halal memberikan banyak pembelajaran bagi pelaku usaha, khususnya mengenai pentingnya menjaga kehalalan bahan baku, kebersihan proses produksi, kelengkapan administrasi, serta konsistensi dalam menjalankan usaha sesuai dengan prinsip syariah. Menurut pemilik, meskipun proses sertifikasi memerlukan persiapan dan ketelitian, manfaat yang diperoleh sebanding dengan upaya yang dilakukan karena mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat kredibilitas usaha, serta mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan sesuai dengan perspektif ekonomi Islam.

4. Sertifikasi Halal Sebagai Strategi Pengembangan Bisnis

Sertifikasi halal merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing usaha di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Keberadaan sertifikat halal tidak hanya berfungsi sebagai bukti bahwa produk telah memenuhi standar kehalalan, tetapi juga menjadi nilai tambah yang mampu meningkatkan kepercayaan konsumen. Dalam perspektif ekonomi Islam, sertifikasi halal mencerminkan komitmen pelaku usaha dalam menyediakan produk yang sesuai dengan syariat sehingga dapat memperluas peluang pasar, khususnya di kalangan masyarakat muslim.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UMKM Sambal Andaliman Sapo Sapo, diperoleh informasi bahwa usaha ini belum ada sertifikasi halal, tetapi walaupun belum ada sertifikasi halal dipandang sebagai salah satu upaya untuk mendukung pengembangan usaha. Menurut pemilik, adanya sertifikat halal dapat meningkatkan keyakinan konsumen terhadap kualitas dan kehalalan produk sehingga berpotensi memperluas jangkauan pemasaran, baik bagi konsumen yang datang langsung ke toko maupun pelanggan dari luar daerah yang melakukan pemesanan melalui admin dan pengiriman menggunakan jasa ekspedisi. Pemilik juga meyakini bahwa sertifikasi halal dapat menjadi nilai tambah yang memperkuat citra usaha di tengah persaingan bisnis.

Dengan demikian, sertifikasi halal tidak hanya memberikan jaminan kehalalan produk, tetapi juga menjadi strategi bisnis yang mampu meningkatkan reputasi usaha, memperluas pangsa pasar, serta menciptakan keunggulan kompetitif. Penerapan sertifikasi halal secara konsisten dapat mendukung keberlanjutan UMKM karena menunjukkan komitmen pelaku usaha terhadap kualitas produk, kepuasan konsumen, dan penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam menjalankan kegiatan usaha.

5. Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) digunakan untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan UMKM Sambal Andaliman Sapo Sapo. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki usaha, serta peluang dan ancaman yang dihadapi dalam menjalankan dan mengembangkan bisnis. Penyusunan analisis SWOT dilakukan berdasarkan hasil observasi, wawancara dengan pemilik usaha, serta dokumentasi yang diperoleh selama penelitian. Dengan demikian, hasil analisis SWOT dapat menjadi dasar dalam merumuskan strategi pengembangan usaha yang sesuai dengan kondisi UMKM serta sejalan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, khususnya dalam menjaga kualitas produk, kehalalan, kejujuran dalam berusaha, dan keberlanjutan usaha.

Tabel 2. Analisis SWOT UMKM Sambal Andaliman

<i>Strengths (Kekuatan)</i>	<i>Weaknesses (Kelemahan)</i>
1. Produk memiliki cita rasa khas Batak dengan bahan utama andaliman yang menjadi keunggulan dibanding sambal lainnya.	1. Keterbatasan modal sehingga menghambat pengembangan usaha
2. Menggunakan bahan baku yang segar dari supplier terpercaya dan pasar induk sehingga kualitas produk tetap terjaga.	2. Sertifikasi halal belum ada serta produksi masih bergantung pada jumlah tenaga kerja yang tersedia sehingga kapasitas produksi belum maksimal.
3. Memiliki komitmen dalam menjaga kehalalan bahan baku dan kebersihan proses produksi sesuai prinsip ekonomi Islam.	3. Pemasaran masih didominasi penjualan langsung dan pemesanan melalui admin sehingga promosi digital belum optimal.
4. Sistem pemesanan sudah melayani pembelian langsung maupun pengiriman ke luar kota melalui jasa ekspedisi.	4. Usaha masih tergolong baru (berjalan sekitar 2 tahun 4 bulan) sehingga pengenalan merek masih perlu ditingkatkan.
5. Memiliki pelanggan yang mulai mengenal produk karena kualitas rasa yang konsisten.	5. Pengelolaan usaha masih banyak dilakukan langsung oleh pemilik sehingga beban operasional cukup besar.
<i>Opportunities (Peluang)</i>	<i>Threats (Ancaman)</i>
1. Meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk makanan khas daerah dan oleh-oleh lokal.	1. Persaingan dengan produk sambal kemasan lain yang semakin beragam di pasaran.
2. Sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas pasar.	2. Fluktuasi harga bahan baku di pasar dapat meningkatkan biaya produksi.
3. Perkembangan media sosial dan marketplace membuka peluang pemasaran yang lebih luas.	3. Munculnya produk sejenis dengan harga yang lebih murah.
4. Jasa ekspedisi mempermudah distribusi produk ke berbagai daerah di Indonesia.	4. Risiko keterlambatan pengiriman yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan.
5. Pemesanan Via Online Food, seperti Gojek, Grab dan lain-lain.	5. Perubahan daya beli masyarakat akibat kondisi ekonomi dapat memengaruhi tingkat penjualan.

Sumber: (Data Diolah, 2026)

Berikut Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan Matriks EFE (*External Factor Evaluation*) yang disesuaikan dengan kondisi UMKM Sambal Andaliman Sapo Sapo berdasarkan hasil wawancara sebagai berikut:

Tabel 3. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<i>Strengths (Kekuatan)</i>			

Produk memiliki cita rasa khas Batak (Andaliman)	0,15	4	0,60
Menggunakan bahan baku berkualitas dari supplier dan pasar induk	0,12	4	0,48
Menerapkan prinsip halal dan menjaga kebersihan produksi	0,11	4	0,44
Melayani penjualan langsung dan luar kota melalui jasa ekspedisi	0,10	3	0,30
Memiliki pelanggan tetap dan kualitas produk yang konsisten	0,08	3	0,24
Total	0,56		2,06
Weaknesses (Kelemahan)			
Belum adanya sertifikasi halal	0,15	2	0,30
Produksi masih bergantung pada tenaga kerja yang terbatas	0,11	2	0,22
Promosi digital belum optimal	0,08	2	0,16
Usaha masih relatif baru (2 tahun 4 bulan)	0,05	2	0,10
Pengelolaan usaha masih terpusat pada pemilik	0,05	2	0,10
Total	0,44		0,88
Total Keseluruhan	1,00		2,94

Sumber: (Data Diolah, 2026)

Nilai total 2,94 menunjukkan bahwa kondisi internal UMKM Sambal Andaliman Sapo Sapo berada pada kategori cukup kuat. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan usaha masih lebih dominan dibandingkan kelemahannya. Keunggulan utama terletak pada produk khas, kualitas bahan baku, serta penerapan prinsip halal, sedangkan kelemahan terbesar terdapat pada keterbatasan sumber daya manusia dan belum optimalnya promosi digital.

Tabel 4. Matriks EFE (External Factor Evaluation)

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Opportunities (Peluang)			
Meningkatnya minat masyarakat terhadap produk khas daerah	0,15	4	0,60
Sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan konsumen	0,12	4	0,48
Perkembangan media sosial dan marketplace	0,11	3	0,33
Kemudahan distribusi melalui jasa ekspedisi	0,10	3	0,30
Dukungan pemerintah terhadap pengembangan UMKM	0,07	3	0,21
Total	0,55		1,92
Threats (Ancaman)			
Persaingan produk sambal kemasan semakin tinggi	0,15	2	0,30
Fluktuasi harga bahan baku	0,11	2	0,22
Produk pesaing dengan harga lebih murah	0,08	2	0,16
Risiko keterlambatan pengiriman	0,06	2	0,12
Penurunan daya beli Masyarakat	0,05	2	0,10
Total	0,45		0,90
Total Keseluruhan	1,00		2,82

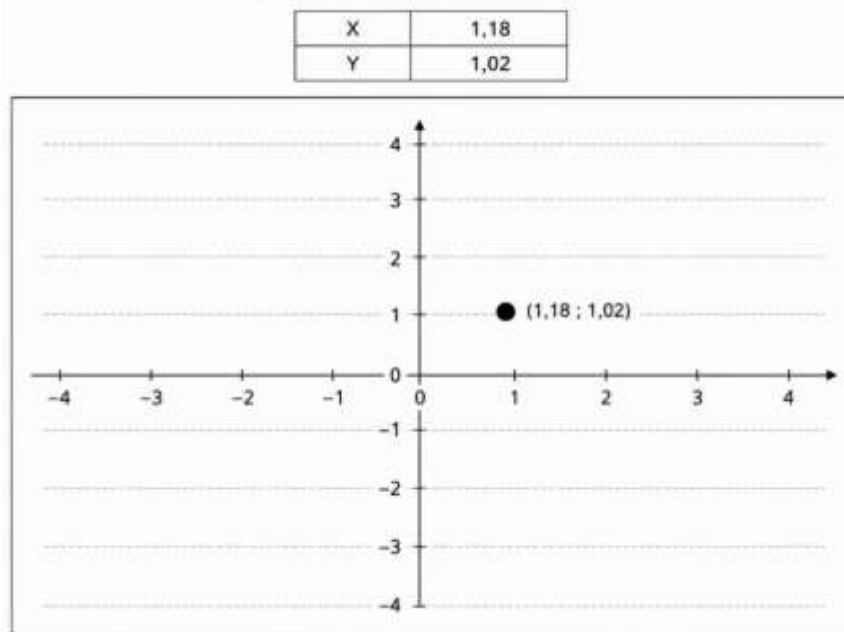
Sumber: (Data Diolah, 2026)

Nilai total 2,82 menunjukkan bahwa UMKM Sambal Andaliman Sapo Sapo mampu merespons peluang dan ancaman eksternal dengan cukup baik. Peluang terbesar berasal dari meningkatnya permintaan produk khas daerah, pentingnya sertifikasi halal, serta perkembangan pemasaran digital. Sementara itu, ancaman utama yang perlu diantisipasi adalah meningkatnya persaingan usaha, fluktuasi harga bahan baku, dan perubahan kondisi ekonomi masyarakat. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai IFE sebesar 2,94 dan nilai EFE sebesar 2,82. Kedua nilai tersebut berada di atas rata-rata (2,50), sehingga menunjukkan bahwa kondisi internal maupun eksternal UMKM Sambal Andaliman Sapo Sapo berada pada kategori baik. Hal ini mengindikasikan bahwa usaha memiliki kekuatan yang mampu

dimanfaatkan untuk menangkap peluang pasar, meskipun masih terdapat beberapa kelemahan dan ancaman yang perlu dikelola. Dengan demikian, strategi yang direkomendasikan adalah strategi pertumbuhan (growth strategy) dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk mengoptimalkan peluang eksternal, khususnya melalui peningkatan pemasaran digital, penguatan sertifikasi halal, perluasan jaringan distribusi, dan pengembangan sumber daya manusia.

Berdasarkan perhitungan tabel eksternal dan internal, diperoleh poin-poin berikut:

Diagram Analisis SWOT



Gambar 2. Diagram Analisis SWOT

Berdasarkan hasil analisis SWOT, diperoleh nilai koordinat X sebesar 1,18 dan Y sebesar 1,02. Nilai tersebut diperoleh dari hasil perhitungan faktor internal dan faktor eksternal. Nilai X diperoleh dari selisih antara total skor *Strengths* (S) dengan total skor *Weaknesses* (W), yaitu $S - W = 1,18$, sedangkan nilai Y diperoleh dari selisih antara total skor *Opportunities* (O) dengan total skor *Threats* (T), yaitu $O - T = 1,02$. Hasil perhitungan tersebut kemudian dipetakan ke dalam Diagram Analisis SWOT untuk mengetahui posisi strategi pengembangan UMKM Sambal Andaliman Sapo Sapo.

Berdasarkan diagram tersebut, titik koordinat (1,18; 1,02) berada pada Kuadran I (*Growth/Aggressive Strategy*). Posisi ini menunjukkan bahwa UMKM Sambal Andaliman Sapo Sapo memiliki kondisi internal yang kuat serta mampu memanfaatkan peluang eksternal yang tersedia. Nilai X yang positif menunjukkan bahwa kekuatan usaha lebih besar dibandingkan kelemahannya, sedangkan nilai Y yang positif menunjukkan bahwa peluang yang dimiliki lebih besar dibandingkan ancaman yang dihadapi.

Posisi pada Kuadran I mengindikasikan bahwa strategi yang paling tepat diterapkan adalah Strategi SO (*Strengths–Opportunities*), yaitu strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan internal untuk menangkap peluang yang ada. Dalam penelitian ini, strategi tersebut dapat dilakukan dengan mempertahankan kualitas dan cita rasa khas Sambal Andaliman, menjaga penggunaan bahan baku yang halal dan berkualitas, meningkatkan promosi melalui

media digital, memperluas pemasaran ke berbagai daerah melalui jasa ekspedisi, serta memanfaatkan sertifikasi halal sebagai nilai tambah untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Strategi ini diharapkan mampu mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang mengedepankan kejujuran, kualitas, dan kemaslahatan dalam kegiatan bisnis.

6. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa UMKM Sambal Andaliman Sapo Sapo belum memiliki Sertifikat Halal, namun dalam menjalankan kegiatan usahanya pemilik telah berupaya menerapkan prinsip halal sesuai dengan ajaran Islam. Hal ini terlihat dari penggunaan bahan baku yang dipastikan berasal dari bahan-bahan yang halal, seperti cabai, bawang, andaliman, minyak goreng, dan bumbu lainnya yang diperoleh dari supplier terpercaya maupun pasar induk. Selain itu, proses produksi dilakukan dengan menjaga kebersihan peralatan dan lingkungan kerja agar produk yang dihasilkan tidak hanya halal, tetapi juga *thayyib* atau baik untuk dikonsumsi. Dengan demikian, meskipun belum memiliki sertifikasi halal secara resmi, usaha ini telah menunjukkan komitmen dalam menerapkan prinsip-prinsip halal pada proses produksinya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Rahmi Syahriza selaku Pengurus Halal Centre UIN Sumatera Utara Medan, dijelaskan bahwa UMKM dapat memperoleh sertifikasi halal dengan mendaftarkan usahanya melalui BPJPH menggunakan aplikasi SiHalal. Bagi UMKM dengan omzet di bawah Rp500 juta per tahun dan menggunakan bahan yang dipastikan halal, dapat memilih skema *Self Declare*. Selanjutnya, pelaku usaha harus menyiapkan dokumen seperti NIB, daftar bahan baku dan bahan penolong, proses produksi, serta komitmen menjaga kehalalan produk. Setelah itu dilakukan pendampingan dan verifikasi untuk memastikan seluruh bahan, proses, dan peralatan produksi memenuhi ketentuan halal. Apabila seluruh persyaratan terpenuhi, BPJPH akan menerbitkan sertifikat halal yang untuk skema *Self Declare* tidak dipungut biaya dan berlaku selama empat tahun. Berdasarkan hasil wawancara juga menyatakan bahwa, sertifikasi halal memberikan manfaat yang besar bagi UMKM karena mampu meningkatkan citra produk sebagai produk yang bersih, aman, dan terpercaya. Sertifikasi halal juga memperluas akses pemasaran ke retail modern, e-commerce, pasar ekspor, serta berbagai program pemerintah. Selain itu, adanya sertifikat halal meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen sehingga menjadi nilai tambah yang dapat memperkuat daya saing dan pengembangan usaha.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Rahmi Syahriza selaku Pengurus Halal Centre UIN Sumatera Utara Medan, sertifikasi halal dapat mempermudah UMKM memperoleh pembiayaan syariah. Pelaku usaha perlu melengkapi legalitas usaha seperti NIB, NPWP, rekening bank, dan laporan keuangan sederhana sebelum mengajukan pembiayaan ke bank syariah, BMT, atau KUR Syariah. Sertifikasi halal menjadi nilai tambah karena menunjukkan bahwa produk telah sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, keunikan produk lokal seperti Sambal Khas Batak juga menjadi daya tarik yang dapat meningkatkan peluang UMKM memperoleh pembiayaan untuk mengembangkan usahanya. Berdasarkan analisis SWOT, diperoleh nilai X sebesar 1,18 yang berasal dari selisih antara faktor *Strengths* (S) dan *Weaknesses* (W) atau $S - W = 1,18$, sedangkan nilai Y sebesar 1,02 diperoleh dari selisih antara faktor *Opportunities* (O) dan *Threats* (T) atau $O - T = 1,02$. Hasil tersebut menempatkan UMKM Sambal Andaliman Sapo Sapo pada Kuadran I (Growth Strategy).

Posisi ini menunjukkan bahwa usaha memiliki kekuatan internal yang lebih besar dibandingkan kelemahannya serta peluang eksternal yang lebih besar dibandingkan ancaman yang dihadapi. Kekuatan tersebut antara lain cita rasa khas Sambal Andaliman, penggunaan bahan baku halal yang berkualitas, serta sistem pemasaran yang telah melayani pemesanan langsung maupun luar kota. Adapun peluang yang dapat dimanfaatkan adalah meningkatnya minat masyarakat terhadap produk khas daerah, perkembangan pemasaran digital, dan peluang memperoleh sertifikasi halal sebagai nilai tambah bagi produk.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Akin & Okumuş, 2020) dan (Puspita Ningrum, 2022), penelitian tersebut menjelaskan bahwa kesadaran halal dan keyakinan pelaku UMKM terhadap pentingnya sertifikasi halal mendorong keinginan pelaku usaha untuk memperoleh sertifikasi sebagai upaya meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing usaha. Temuan tersebut relevan dengan kondisi UMKM Sambal Andaliman Sapo Sapo yang belum memiliki sertifikat halal, tetapi telah menerapkan penggunaan bahan baku halal dan memiliki keinginan untuk menjadikan sertifikasi halal sebagai strategi pengembangan usaha di masa depan. Dengan demikian, penerapan prinsip halal sejak proses pengadaan bahan baku hingga produksi dapat menjadi modal awal yang kuat bagi UMKM untuk mengembangkan usahanya sesuai dengan perspektif ekonomi Islam serta mempersiapkan diri dalam memperoleh sertifikasi halal pada tahap berikutnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengembangan Usaha Sambal Andaliman (Khas Batak) Perspektif Ekonomi Islam pada UMKM Sambal Andaliman Sapo Sapo, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: UMKM Sambal Andaliman Sapo Sapo telah menerapkan prinsip-prinsip halal dalam kegiatan usahanya meskipun belum memiliki sertifikat halal. Penerapan prinsip halal terlihat dari penggunaan bahan baku yang berasal dari supplier terpercaya maupun pasar induk dengan memastikan seluruh bahan yang digunakan halal, proses produksi yang menjaga kebersihan, serta praktik transaksi yang dilakukan secara jujur dan transparan sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. Pemilik usaha memahami bahwa sertifikasi halal memiliki peran penting dalam pengembangan usaha. Meskipun belum mengajukan sertifikasi halal, pemilik menilai bahwa sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat citra usaha, memperluas jangkauan pemasaran, serta meningkatkan daya saing produk. Kendala utama yang dihadapi dalam pengembangan usaha saat ini bukan pada aspek kehalalan produk, melainkan keterbatasan sumber daya manusia, khususnya dalam proses perekrutan karyawan. Berdasarkan hasil analisis SWOT, diperoleh nilai $X = 1,18$ yang berasal dari selisih antara *Strengths* (S) dan *Weaknesses* (W) serta nilai $Y = 1,02$ yang berasal dari selisih antara *Opportunities* (O) dan *Threats* (T). Hasil tersebut menempatkan UMKM Sambal Andaliman Sapo Sapo pada Kuadran I (Growth Strategy), yang menunjukkan bahwa usaha memiliki kekuatan internal dan peluang eksternal yang lebih besar dibandingkan kelemahan dan ancaman. Oleh karena itu, strategi yang direkomendasikan adalah memanfaatkan keunggulan produk khas Sambal Andaliman, menjaga kualitas dan penggunaan bahan baku halal, meningkatkan promosi digital, memperluas jaringan pemasaran, serta mempersiapkan sertifikasi halal sebagai strategi pengembangan usaha di masa mendatang sesuai dengan perspektif ekonomi Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, Z., Kusumasari, B., Hadna, A. H., & Susanto, N. (2024). Halal Tourism: A Critical Review of the Development and Implementation. *JKAP (Jurnal Kebijakan Dan Administrasi Publik)*, 28(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jkap.90194>
- Akın, M. S., & Okumuş, A. (2020). Shaping the consumers' attitudes towards Halal food products in Turkey. *Journal of Islamic Marketing*, 12(6), 1081–1096. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2019-0167>
- Daulay, A. S., Imsar, I., & Harahap, R. D. (2023). Strategi pengembangan pasar digital dalam mendukung industri fashion halal di Indonesia. *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 5(1), 1035–1042.
- Harahap, I., Nawawi, Z. M., & Sugiarto, E. (2022). Industri Kreatif UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Kota Medan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1991–1997.
- Kaswinata, Harahap, I., Nawawi, Z. M., & Syahputra, A. (2023). Signifikansi Peranan UMKM dalam Pembangunan Ekonomi di Kota Medan dalam Prespektif Syariah. *Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(2), 718–728. [https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6\(2\).15302](https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6(2).15302)
- Khairani, I., Imsar, & Nasution, M. L. I. (2023). Analysis of the Contribution of Islamic Social Capital to Increasing MSMEs. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 4(1), 145–162. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v4i1.8923>
- Khairawati, S., Murtiyani, S., Wijiharta, W., & Yusanto, I. (2025). Kendala Sertifikasi Halal Pada UMKM di Indonesia : Sebuah Kajian Literatur. *Ekonomi : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 234–264. <https://doi.org/10.54209/jasmien.v5i02.1018>
- Kholisdinuka, A. (2023). *Menkop: 97% Lapangan Kerja Disediakan oleh Pelaku UMKM*. DetikFinance. https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6771925/menkop-97-lapangan-kerja-disediakan-oleh-pelaku-umkm?utm_source=chatgpt.com
- Mahayani, I. A. A., Yudartha, I. P. D., & Ni Putu Anik Prabawati. (2024). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di dinas koperasi dan UKM Kabupaten Tabanan. *Business and Investment Review*, 2(1), 95–107. <https://doi.org/10.61292/birev.96>
- Matondang, S. N., Nasution, M. L. I., & Rahmani, N. A. B. (2025). Analysis of Islamic Social Capital in Improving Welfare in MSMEs Group Financing. *Journal of Applied Business Administration*, 9(2), 273–283. <https://doi.org/https://doi.org/10.30871/jaba.10412>
- Mubarrok, U. S. (2018). *Penerapan SWOT Balanced Scorecard Pada Perencanaan Strategi Bisnis*. Jakad Publishing.
- Nurhalita, S., & Imsar. (2022). Peran Pemerintah Daerah Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Di Kabupaten Langkat. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 5(1), 84–90. <https://doi.org/10.31949/maro.v5i1.2282>

- Pemko Medan. (2022). *Data UMKM Binaan di Kota Medan Tahun 2022*. Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Medan.
- Piliang, L. H. (2024). UMKM Penggerak Roda Perekonomian Nasional. *Public Administration Journal*, 8(1), 1–8. <https://doi.org/10.34010/icobest.v4i.440>
- Puspita Ningrum, R. T. (2022). Problematika Kewajiban Sertifikasi Halal bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Kabupaten Madiun. *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 6(1), 43–58. <https://doi.org/10.30762/istithmar.v6i1.30>
- Rahmani, N. A. B. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. In *Rahmani*.
- Salwa, F., Syahbudi, M., & Nasution, M. L. I. (2024). The Soar Approach: A Strategy to Improve the Competition of Halal Culinary MSMEs Based on Digital Technology. *Dinar: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 11(2), 181–191. <https://doi.org/10.21107/dinar.v11i2.25944>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Utomo, P. (2022). *UMKM di Sumut Jumlahnya 2,8 Juta, Tapi Ini Kendalanya*. IDN Times. https://sumut.idntimes.com/news/sumatera-utara/umkm-di-sumut-jumlahnya-28-juta-tapi-ini-kendalanya-00-f4z9n-c2v1tv?utm_source=chatgpt.com