



CURRENT
Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis Terkini
<https://current.ejournal.unri.ac.id>



PENGARUH HALAL VALUE CHAIN DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA UMKM MAKANAN DAN MINUMAN

THE INFLUENCE OF HALAL VALUE CHAIN AND ENTREPRENEURIAL ORIENTATION ON THE PERFORMANCE OF FOOD AND BEVERAGE SMEs

Virgo Gusrian^{1*}, Poppy Nurmayanti², Mayla Khoiriyah³

^{1,2,3}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau, Kota Pekanbaru

*Email: virgogusrian.1@gmail.com

Keywords

Halal Value Chain, Entrepreneurial Orientation, SME Performance

Article informations

Received:

2024-03-06

Accepted:

2024-03-29

Available Online:

2024-03-30

Abstract

The concept of halal value chain and entrepreneurial orientation holds significant relevance within the food and beverage industry, particularly for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Pekanbaru. This encompasses the global market growth for halal products alongside the importance of entrepreneurship in enhancing business competitiveness. This research aims to examine the influence of halal value chain and entrepreneurial orientation on the performance of food and beverage MSMEs in Pekanbaru. The study is quantitative in nature, utilizing primary data. The population for this research totals 17,015, with a sample size of 120 respondents. Data analysis employs multiple linear regression analysis using SPSS Version 25. The findings suggest that the halal value chain has a positive and significant impact on the performance of food and beverage MSMEs in Pekanbaru. However, entrepreneurial orientation does not affect the performance of these MSMEs in Pekanbaru. The contribution of this research lies in providing a better understanding of how the halal value chain can influence the performance of MSMEs in the food and beverage sector, with practical implications for enhancing competitiveness and industry growth.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini, Dalam beberapa dekade terakhir, terjadi pertumbuhan luar biasa dalam perekonomian Islam pada skala nasional dan dunia. Banyak variabel yang berkontribusi terhadap hal ini, termasuk peningkatan jumlah penduduk Muslim di seluruh dunia, serta minat yang semakin besar terhadap prinsip-prinsip ekonomi syariah. Mengingat hal ini, Indonesia secara alami memiliki lebih banyak potensi dan peluang dibandingkan negara lain dalam mengembangkan ekonomi syariah, lebih spesifiknya dengan memperkuat sektor industri halal atau ekosistem rantai nilai halal bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (Rizaty, 2022). Dalam hal barang dan jasa berbasis ekonomi syariah, Indonesia mendominasi pasar global dimanan Indonesia termasuk dalam 10 negara teratas yang mengonsumsi produk halal di setiap subsektornya, yaitu peringkat pertama pada sektor *top muslim food expenditure*, peringkat kelima pada kategori *top muslim travel expenditure*, peringkat ketiga pada *top muslim apparel expenditure*, peringkat kelima pada *top muslim media expenditure*, dan peringkat keenam pada *top muslim pharmaceuticals expenditure* (Ahla et al. 2020).



Di bawah sistem ekonomi syariah, hadir ide baru yang dikenal dengan ekosistem rantai nilai halal (halal *value chain*) dimana rantai nilai halal merujuk pada proses bisnis yang memastikan produk dan layanan yang dihasilkan memenuhi standar halal sesuai dengan prinsip dan persyaratan agama Islam (Hashom et al. 2020). Rantai nilai halal mencakup seluruh tahapan mulai dari bahan baku, proses produksi, pengemasan, sertifikasi halal, hingga pemasaran dan distribusi produk halal (Latif et al. 2021). Dalam konteks keterkaitan antara *value chain* dan sertifikat halal, proses rantai nilai harus memastikan bahwa setiap tahap produksi, pengolahan, dan distribusi produk sesuai dengan prinsip-prinsip halal. Ini mencakup penggunaan bahan baku yang halal, pengolahan yang sesuai dengan hukum Islam, dan penyimpanan serta distribusi yang memenuhi persyaratan halal (Latif et al. 2021). Perusahaan dalam halal *value chain* harus memastikan bahwa seluruh tahapan produksi, termasuk pemilihan pemasok, pengelolaan persediaan, dan proses produksi, mematuhi standar halal yang diakui secara internasional (Ahla et al. 2020). Sertifikat halal dapat diperoleh dengan memenuhi persyaratan dari badan sertifikasi halal yang sah. Ketika sebuah produk atau layanan memiliki sertifikat halal, ini menunjukkan komitmen produsen untuk mematuhi aspek halal dalam seluruh rantai nilai dari hulu ke hilir. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim dan membuka pintu bagi akses ke pasar yang lebih luas bagi produk atau layanan tersebut (Faridah, 2019). Jadi dapat disimpulkan bahwa Penerapan *value chain* halal bukan hanya penting untuk memenuhi kebutuhan agama, tetapi juga dapat membuka peluang pasar yang lebih luas dalam meningkatkan kinerja UMKM, baik di tingkat nasional maupun internasional.

Menurut data dari Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI), sekitar 10% dari sekitar 1,6 juta pelaku industri makanan dan minuman telah memiliki sertifikat halal. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak UMKM di Indonesia yang belum mengantongi sertifikasi halal. Sebagai respons, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama membuka program pendaftaran Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) 2023 dengan kuota 1 juta bagi pelaku usaha mikro kecil (UMK). Langkah ini diambil untuk mendukung implementasi Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, yang pada tanggal 17 Oktober 2024 akan menerapkan kewajiban sertifikasi halal untuk jenis produk makanan dan minuman.

Dunia bisnis terus berkembang, sehingga persaingan antar wirausaha semakin ketat. Ketika menghadapi persaingan perusahaan, pengusaha perlu menyadari keadaan pasar saat ini dan kebutuhan yang dimiliki pelanggan, sehingga nantinya mampu memperoleh keunggulan dalam bersaing, maka dari itu, sebagai pelaku umkm penting untuk memahami faktor-faktor seperti orientasi kewirausahaan yang dapat menciptakan suatu terobosan baru dalam meningkatkan kinerja UMKM karena dapat mendorong penciptaan nilai tambah, diferensiasi produk, dan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis (Sefnedi et al. 2022). Menurut (Reswanda, 2012), Ketika seseorang berorientasi pada kewirausahaan, mereka melakukan pendekatan terhadap tugas-tugas yang menjadi tanggung jawab mereka dengan penekanan yang selalu ada pada tuntutan dan kebahagiaan pelanggan mereka. Hal ini mencakup sikap mental, sudut pandang, wawasan, serta kebiasaan berpikir dan bertindak. Secara keseluruhan, orientasi kewirausahaan merupakan disposisi yang menunjukkan kesiapan seseorang untuk mengimplementasikan ide-ide baru secara kreatif di dunia nyata (Kumalaningrum, 2012).

Keberhasilan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat dipengaruhi oleh mentalitas semangat. Orientasi kewirausahaan mendorong UMKM untuk meningkatkan inovasi produk, layanan, dan proses bisnis. Pelaku usaha yang memiliki kecenderungan berwirausaha tinggi biasanya mencari peluang baru, berani mengambil risiko yang diperhitungkan, dan lebih kompetitif (Ratnasari 2021 dan Levyda 2021). Selain itu, orientasi kewirausahaan juga berdampak pada kemampuan UMKM dalam membangun jaringan dan kemitraan yang kuat. Pengusaha dengan orientasi kewirausahaan yang tinggi cenderung aktif



mencari peluang kerjasama dengan pemasok, lembaga keuangan, dan komunitas lokal (Sefnedi *et al.* 2022). Hal ini membantu UMKM dalam meningkatkan akses ke sumber daya, pengetahuan pasar, dan modal yang dapat mendukung pertumbuhan bisnis di UMKM.

Permasalahan kinerja UMKM telah menjadi fokus utama dalam pembahasan ekonomi global. Kinerja UMKM mencerminkan sejauh mana suatu entitas mampu menghasilkan hasil yang diharapkan atau mencapai standar yang telah ditetapkan (Samsir *et al.* 2013). Meskipun UMKM memiliki peran yang signifikan dalam menggerakkan ekonomi, mereka sering menghadapi tantangan dalam hal operasional, akses pasar, dan keberlanjutan. Dalam konteks ini, kepercayaan konsumen memainkan peran kunci dalam keberhasilan UMKM. Khususnya, jaminan kehalalan telah menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan konsumen, terutama dalam industri makanan, minuman, dan produk-produk terkait agama. Sertifikasi kehalalan tidak hanya berkaitan dengan aspek agama, tetapi juga menyangkut kualitas, kebersihan, dan keselamatan produk. Bagi UMKM, memiliki sertifikasi kehalalan dapat meningkatkan citra merek, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memperluas pangsa pasar mereka. Namun, tantangan dalam memperoleh sertifikasi kehalalan, seperti biaya tinggi dan peraturan yang kompleks, seringkali menjadi hambatan. Oleh karena itu, penelitian tentang keterkaitan antara kinerja UMKM dan jaminan kehalalan menjadi penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi sertifikasi kehalalan oleh UMKM, mengukur dampaknya terhadap kinerja bisnis, dan merumuskan strategi untuk membantu UMKM memperoleh dan memanfaatkan sertifikasi kehalalan dengan lebih efektif. (Huda *et al.* 2020). Oleh karena itu, sebagai pelaku umkm penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kinerja UMKM dan menciptakan suatu terobosan baru dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi, terutama dalam konteks rantai nilai halal dan orientasi kewirausahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Julistia *et al.* 2021) menyatakan bahwa halal *value chain* tidak memiliki dampak yang berarti terhadap kinerja UMKM karena, menurut temuan investigasi mereka, pelanggan dan masyarakat umum tidak mengetahui sertifikasi halal suatu perusahaan. Namun di Kota Medan, masyarakat lebih memilih masakan yang sedang trend atau disukai dibandingkan yang aman dan dipastikan tidak halal. Akibatnya, UMKM Kota Medan yang menawarkan makanan dan minuman yang modis dan diminati konsumen tidak lagi mempertimbangkan lingkungan atau sertifikasi halal, sehingga dengan alasan ini peneliti menyatakan bahwa penerapan rantai nilai halal tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Namun sesuai temuan penelitian (Asri dan Ilyas 2022), industri halal dan ekonomi syariah merupakan sektor yang menawarkan prospek dan meningkatkan nilai tambah perekonomian dengan memenuhi permintaan pasar. Menstimulasi ekosistem halal *Value Chain* yang mencakup beberapa bisnis yang terkait dengan permintaan barang dan jasa halal merupakan salah satu cara untuk membantu pertumbuhan ekonomi syariah. Kita dapat menyimpulkan bahwa dengan memenuhi permintaan konsumen, halal *Value Chain* ini mempengaruhi nilai tambah perekonomian.

Penelitian yang telah dilakukan oleh (Ratnasari 2021 dan Levyda 2021) mengungkapkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UMKM secara signifikan, dengan pengembangan kompetensi orientasi kewirausahaan dapat mendorong pemilik UMKM untuk terus meningkatkan dan mengembangkan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam menjalankan bisnis. Hal ini termasuk pemahaman yang lebih baik tentang pasar, manajemen keuangan, pemasaran, dan aspek-aspek penting lainnya dalam menjalankan usaha, UMKM dengan orientasi kewirausahaan cenderung lebih efisien dalam menggunakan sumber daya yang tersedia, termasuk waktu, tenaga kerja, dan modal. Mereka mungkin lebih cenderung untuk mencari peluang dan memanfaatkan sumber daya dengan cara yang inovatif efektif dan berfokus pada kreativitas, inovasi, dan ketangguhan, UMKM dengan orientasi kewirausahaan dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar lokal

maupun global. Hal ini dapat membantu mereka untuk bertahan dan tumbuh di tengah persaingan yang semakin sengit. Hasil penelitian ini diperkuat dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh (Liekyhung dan Soelaiman 2022) mendukung temuan penelitian ini dengan menunjukkan adanya korelasi positif antara kompetensi kewirausahaan dengan kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah. bisnis skala menengah. di Jakarta. Penelitian Liekyhung dan Soelaiman (2022) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berdampak positif pada kinerja usaha UMKM di DKI Jakarta dapat diberikan beberapa alasan yaitu peningkatan inovasi orientasi kewirausahaan cenderung mendorong UMKM untuk menghasilkan ide-ide baru dan berinovasi dalam produk, layanan, atau proses bisnis mereka. Inovasi ini memungkinkan UMKM untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang dan menghadapi persaingan yang semakin ketat dan ketangguhan dalam menghadapi tantangan UMKM dengan orientasi kewirausahaan cenderung lebih siap menghadapi risiko dan tantangan dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Mereka lebih bersedia untuk mengambil risiko yang terukur dan mengadaptasi strategi bisnis mereka sesuai dengan perubahan pasar.

Penelitian (Huda *et al.* 2020) mengungkapkan temuan berbeda yang mengemukakan bahwa orientasi kewirausahaan tidak memiliki dampak nyata terhadap kinerja UKM. pertunjukan. Hasil ini menunjukkan bahwa pengembangan orientasi kewirausahaan tidak serta merta tidak bekapasitas untuk meningkatkan kinerja usaha kecil dan menengah di Banjarmasin. Itu karena penelitian menunjukkan tingkat orientasi kewirausahaan yang rendah di kalangan UMKM yang menjadi subjek penelitian. Jika pemilik UMKM memiliki orientasi kewirausahaan yang rendah atau kurang berkembang, maka dampaknya terhadap kinerja bisnis mereka mungkin tidak signifikan. Hal ini dapat disebabkan oleh kurangnya kesadaran tentang pentingnya inovasi, pengambilan risiko yang terukur, atau sikap proaktif terhadap peluang bisnis. Penelitian tersebut juga mencatat bahwa tingkat orientasi kewirausahaan bervariasi di antara UMKM yang diteliti. Ini menunjukkan bahwa tidak semua UMKM memiliki orientasi kewirausahaan yang sama, dan dampaknya terhadap kinerja bisnis mungkin bervariasi tergantung pada tingkat orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh masing-masing UMKM.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh Setyawati (2013) yang juga menyatakan Orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UMKM. Penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja UMKM disebabkan faktor-faktor kontekstual, seperti kondisi ekonomi, budaya, dan infrastruktur bisnis di daerah penelitian, juga dapat memengaruhi hubungan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja UMKM. Seperti, kondisi ekonomi lokal yang kurang stabil atau kurangnya dukungan infrastruktur bisnis dapat menghambat kemampuan UMKM untuk menerapkan strategi kewirausahaan yang efektif.

Mengingat konteks diatas dan temuan penelitian sebelumnya yang tidak konsisten dan bervariasi, menunjukkan bahwa masih terjadinya *research gap*, sehingga penelitian ini dapat dikatakan sebagai kemajuan dari penelitian sebelumnya yang dimana penelitian ini bertujuan untuk Menguji dan menganalisis pengaruh halal *value chain* dan menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM makanan dan minuman di Kota Pekanbaru. Penelitian ini akan memberikan kontribusi penting pada literatur tentang UMKM, rantai nilai halal, dan kewirausahaan, khususnya dalam konteks makanan dan minuman. Dengan memahami bagaimana faktor-faktor ini saling berhubungan dan memengaruhi kinerja UMKM, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi para pemangku kepentingan di Pekanbaru, termasuk pemilik UMKM, pemerintah daerah, dan lembaga pendukung UMKM. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu dalam merumuskan strategi dan kebijakan yang lebih efektif untuk meningkatkan kinerja UMKM makanan dan minuman, serta mempromosikan praktik bisnis yang berkelanjutan dan berorientasi kehalalan.



Namun, terdapat kesenjangan dalam penelitian terkait dengan fokus eksklusif pada UMKM di Pekanbaru. Kesenjangan penelitian yang ingin diatasi oleh penelitian ini adalah kurangnya pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana rantai nilai halal dan orientasi kewirausahaan mempengaruhi kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor makanan dan minuman, khususnya di Kota Pekanbaru. Meskipun ada peningkatan minat dalam halal *value chain* dan peran kewirausahaan dalam bisnis, belum banyak penelitian yang fokus pada bagaimana kedua konsep ini berinteraksi dan mempengaruhi kinerja UMKM makanan dan minuman. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan ini dengan menyelidiki secara lebih mendalam hubungan antara halal value chain, orientasi kewirausahaan, dan kinerja UMKM dalam konteks spesifik di Pekanbaru.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh Halal Value Chain Terhadap Kinerja UMKM

Halal *Value Chain* memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) melalui berbagai cara. Salah satu aspek kunci adalah peningkatan kualitas produk atau layanan yang dihasilkan oleh UMKM. Dengan mengikuti standar kehalalan yang ketat (Latif et al. 2021). Halal *Value Chain* memastikan bahwa produk UMKM memenuhi persyaratan kehalalan, yang dapat meningkatkan kualitas dan kepercayaan pelanggan. Selain itu, produk atau layanan yang bersertifikasi Halal juga memiliki potensi akses ke pasar yang lebih luas, termasuk konsumen Muslim di seluruh dunia, yang dapat membuka peluang pertumbuhan bisnis yang signifikan. Sehingga dengan kondisi ini menjadi keunggulan bersaing seperti menarik minat para konsumen muslim sehingga hal ini dapat berpengaruh terhadap kinerja usaha tersebut (Ahla et al., 2020).

Hal ini didukung oleh teori stakeholder yang menekankan pentingnya mempertimbangkan kepentingan dan kebutuhan berbagai pihak yang terlibat dalam suatu rantai nilai, termasuk produsen, distributor, konsumen, dan lembaga sertifikasi halal. Dalam konteks ini, pengembangan rantai nilai halal dapat meningkatkan kinerja UMKM dengan cara meningkatkan kualitas produk, kepercayaan konsumen, akses pasar, dan efisiensi operasional. Hashom et al. (2020) juga menyatakan bahwa integrasi nilai halal dalam rantai pasokan dapat meningkatkan daya saing perusahaan dan memperluas pangsa pasar, khususnya di pasar yang sensitif terhadap kehalalan produk.

Pada penelitian Asri dan Ilyas (2022) yang menyatakan bahwa ekonomi syariah dan industri halal adalah bidang yang memiliki potensi dan kesempatan untuk memberikan nilai tambah bagi perekonomian dengan memenuhi kebutuhan pasar. Salah satu strategi untuk mendukung pertumbuhan ekonomi syariah adalah dengan memperkuat ekosistem rantai nilai halal, yang melibatkan berbagai sektor industri yang terkait dengan produk dan layanan halal. maka dapat disimpulkan bahwa halal *value chain* ini berpengaruh terhadap nilai tambah perekonomian melalui pemenuhan permintaan pasar serta berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Dukungan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa UMKM yang mengadopsi praktik halal value chain cenderung memiliki performa yang lebih baik dalam hal pertumbuhan penjualan, profitabilitas, dan reputasi merek. Oleh karena itu, berdasarkan argumen tersebut, diasumsikan bahwa terdapat hubungan positif antara Halal Value Chain dan kinerja UMKM di sektor makanan dan minuman. Maka hipotesis adalah sebagai berikut:

H₁: Halal Value Chain berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM

Orientasi kewirausahaan memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kinerja UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) melalui pengaruhnya pada berbagai faktor yang memengaruhi kinerja tersebut. Pertama-tama, orientasi kewirausahaan yang kuat pada pemilik UMKM dapat merangsang semangat inovasi dan kreativitas. Pengusaha yang memiliki visi dan semangat kewirausahaan yang tinggi cenderung lebih berani mengambil

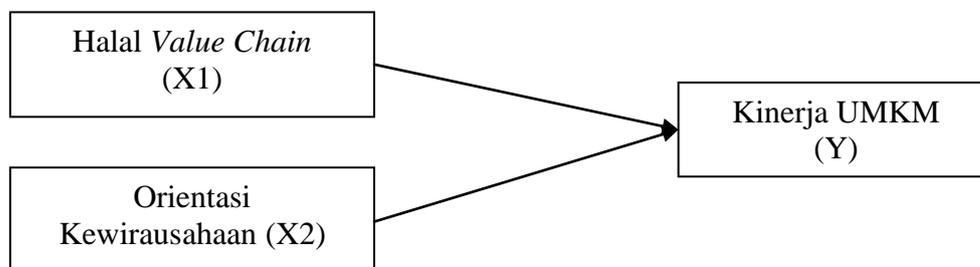
risiko, mencari peluang baru, dan mengembangkan produk atau layanan yang inovatif. Ini dapat memengaruhi positif pada faktor inovasi dan diferensiasi produk, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing dan kinerja UMKM (Sefnedi *et al.*, 2022). Untuk menjelaskan hubungan ini, teori stakeholder dapat digunakan, di mana orientasi kewirausahaan dipersepsikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan harapan berbagai pihak yang terlibat, seperti pemilik usaha, karyawan, pelanggan, dan masyarakat secara keseluruhan, yang pada gilirannya diharapkan akan meningkatkan kinerja UMKM.

Dalam Penelitian yang dilakukan oleh Ratnasari dan Levyda (2021) menyimpulkan bahwa Orientasi kewirausahaan memberikan dampak positif dan penting terhadap performa atau kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), di mana inovasi berkaitan erat dengan segala aspek kinerja bisnis. Selanjutnya, tingkat agresivitas dan sikap dalam mengambil risiko berkorelasi dengan pertumbuhan perusahaan serta kepuasan pelanggan. Antusiasme juga memiliki hubungan dengan pertumbuhan perusahaan dan keunggulan dalam persaingan, menandakan pentingnya semangat dan dedikasi dalam menghadapi tantangan bisnis. Hasil penelitian ini diperkuat dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh Liekyhung dan Soelaiman (2022) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara kompetensi kewirausahaan dengan kinerja usaha mikro, kecil dan menengah di Jakarta. Oleh karena itu, hipotesis yang dikembangkan mungkin menyatakan bahwa Orientasi kewirausahaan secara positif dan signifikan mempengaruhi kinerja UMKM, dengan UMKM yang memiliki orientasi kewirausahaan yang lebih tinggi cenderung mencapai kinerja yang lebih baik dalam hal pertumbuhan, keunggulan kompetitif, dan hasil keuangan. Maka dari penjelasan diatas hipotesis adalah sebagai berikut:

H₂: Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

Model Penelitian

Berdasarkan pengembangan hipotesis yang telah diaparkan diatas dapat dibuat model penelitian untuk menggambarkan hubungan antara halal *value chain* dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM adalah sebeagai berikut:



Gambar 1
Model Penelitian

Keterangan:

1. Halal *Value Chain* dan Orientasi Kewirausahaan merupakan dua contoh variabel independen (X), atau faktor yang mempengaruhi variabel lain.
2. Variabel yang dipengaruhi oleh faktor lain disebut sebagai variabel terikat/dependen (Y), dan dalam hal ini variabel Kinerja UMKM akan menjadi variabel terikat.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Menurut (Sugiyono 2019), Populasi adalah wilayah generalisasi atau kategori umum yang meliputi beragam objek atau subjek dengan atribut dan ciri khas tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk diselidiki, kemudian dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pekanbaru tahun 2023 Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu 17.015 unit usaha mikro dan kecil di bidang



kuliner yang tersebar di kota pekanbaru. Pengumpulan data dilakukan dengan Mencari data dari sumber-sumber online, situs web pemerintah, situs statistik, dan platform open data yang menyediakan akses ke berbagai jenis data salah satunya data UMKM dibidang kuliner yang ada di pekanbaru.

Tabel 1

Sebaran UMKM Makanan dan Minuman Kota Pekanbaru per/Kecamatan Tahun 2019-2023.

No	Kecamatan	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021	Tahun 2022	Tahun 2023
1	Marpoyan Damai	286	332	874	1.246	1.359
2	Payung Sekaki	1.705	1.769	984	1.246	1.333
3	Tenayan Raya	310	319	953	1.157	1.255
4	Rumbai	117	130	953	1.367	1.551
5	Rumbai Pesisir	313	314	886	1.167	1.193
6	Sail	121	123	935	1.347	1.521
7	Tampan	287	408	964	1.145	1.230
8	Senapelan	265	281	975	1.347	1.488
9	Sukajadi	135	264	987	1.554	1.681
10	Bukit Raya	275	336	987	1.264	1.435
11	Lima Puluh	180	180	896	1.354	1.594
12	Pekanbaru Kota	284	217	986	1.247	1.375
	Jumlah	4.278	4.673	11.380	15.441	17.015

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pekanbaru (2023)

Penelitian ini menggunakan metodologi *probability sampling*, khususnya, menurut (Sugiyono 2012), strategi pengambilan sampel adalah strategi yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap individu dalam populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *cluster sampling*. *Cluster sampling* merupakan pendekatan sampel yang melibatkan pemilihan secara acak lokasi atau cluster tertentu untuk setiap unit sampling, alasan menggunakan teknik ini ialah Cluster sampling seringkali lebih mudah untuk diimplementasikan dan dianalisis daripada metode sampling lainnya, terutama ketika populasi terlalu besar atau terlalu rumit untuk dipetakan secara lengkap. Oleh karena itu sampel dari penelitian ini diperoleh dengan mengambil secara acak sebanyak 10 responden pada setiap 12 Kecamatan yang ada di kota Pekanbaru sehingga untuk tujuan penelitian ini, ada total 120 individu yang disurvei. Maka dari itu jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti sebanyak 120 unit usaha mikro dan kecil di Kota Pekanbaru yang telah berdiri minimal 2 tahun.

Jenis, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang diukur dan diungkapkan dalam bentuk nilai numerik atau kuantitas moneter. Ini mencakup data seperti angka, persentase, suhu, berat, atau ukuran yang dapat dihitung atau diukur dengan angka. Data kuantitatif digunakan untuk mengukur dan menganalisis fenomena dengan cara yang lebih terstruktur dan dapat diuji secara statistik (Sugioyono 2018).

Berbagai sumber informasi primer dan sekunder digunakan dalam proses pengumpulan data untuk penelitian ini. Selama penelitian ini, data primer mengacu pada informasi yang dikumpulkan langsung dari sumber informasi asli. Melalui kuesioner yang dirancang dengan pertanyaan-pertanyaan terstruktur yang berhubungan dengan halal value chain, orientasi kewirausahaan, dan kinerja UMKM yang akan disebarakan kepada pemilik atau pengelola usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) atau responden yang telah

ditentukan sebelumnya. Jenis skala *likert* digunakan untuk menentukan jawaban atas pertanyaan dan pernyataan dalam kuisioner. Skala *likert* ini menggunakan lima skor, yaitu (5) Sangat Setuju, (4) Setuju, (3) Kurang Setuju, (2) Tidak Setuju, (1) Sangat Tidak Setuju. Sebaliknya, data sekunder adalah informasi yang sudah ada tetapi dikumpulkan oleh orang tertentu karena alasan yang berbeda. Untuk keperluan penyelidikan ini, data sekunder dapat dikumpulkan dari berbagai sumber yaitu pada buku, jurnal, karya ilmiah, statistik kota, laporan lembaga penelitian, penelitian terdahulu, dan situs web Badan Pusat Statistik (BPS), yang relevan dengan pokok bahasan penyidikan ini. Analisis dan interpretasi hasil penelitian akan lebih mudah dengan bantuan data sekunder tersebut.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Dalam studi ini, variabel yang menjadi fokus adalah kinerja bisnis sebagai variabel dependen, sementara variabel yang memengaruhinya sebagai variabel independen. adalah *halal value chain*, dan orientasi kewirausahaan. Operasionalisasi variabel tersebut mengacu pada teori serta sesuai situasi dan kondisi pada UMKM di wilayah pekanbaru, Definisi operasionalisasi dan pengukuran variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2

Definisi Operasional Variabel Penelitian

No	Nama dan Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1	Halal Value Chain Halal Value Chain adalah usaha terintegrasi dalam memberikan nilai tambah dalam setiap proses yang mencakup semua tahap, mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, distribusi, pemasaran, hingga konsumsi untuk menghasilkan produk halal (Inta 2019).	1. Produksi 2. Distribusi 3. Pemasaran	1. Bahan Baku 2. Proses Produksi 3. Pengolahan (Inta, 2019) 1. Pertimbangan Pasar 2. Pertimbangan Produk (Inta, 2019) 1. Beretika 2. Profesional (Inta, 2019)	<i>Likert</i>
2	Orientasi Kewirausahaan Orientasi kewirausahaan merujuk pada sikap mental, wawasan, dan tindakan seseorang terhadap tugas yang menjadi tanggung jawabnya, dengan fokus yang ditujukan kepada kebutuhan dan kepuasan pelanggan, orientasi kewirausahaan harus mampu menjadi pelopor dalam memperkenalkan pengembangan produk baru ke pasar, berani mengambil peluang, dan selalu proaktif dalam menghadapi permintaan barang baru yang selalu berubah-ubah. (Hindarwati et al. 2021).	1. <i>Inovativenees</i> 2. <i>Risk Taking</i> 3. <i>Proactiveness</i>	1) Ciptakan sendiri konsep-konsep baru 2) Mendorong pengembangan konsep inovatif produk baru 3) Menumbuhkan daya cipta untuk memfasilitasi pengembangan (Hindarwati et al., 2021) 1. Menanggung risiko produk tidak terjual 2. Menanggung risiko kerugian finansial (Hindarwati et al., 2021) 1. Perubahan kondisi pasar 2. Mempersiapkan kebutuhan masa depan (Hindarwati et al., 2021)	<i>Likert</i>
3	Kinerja Usaha Kinerja usaha merupakan tingkat pencapaian suatu perusahaan dalam kurun waktu tertentu. Kinerja sangat penting dalam memastikan keberlanjutan suatu usaha. (Samsir et al. 2013)		1. Pertumbuhan Penjualan 2. Pertumbuhan <i>Asset</i> 3. Pertumbuhan Laba (Samsir et al., 2013)	<i>Likert</i>



Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, dan dilakukan dengan menggunakan bantuan Paket Statistik untuk Ilmu Sosial (SPSS 25). Alasan menggunakan metode analisis regresi linear berganda yaitu Regresi linear berganda memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi hubungan antara dua atau lebih variabel independen (dalam hal ini, halal value chain dan orientasi kewirausahaan) terhadap satu variabel dependen (kinerja UMKM makanan dan minuman). Ini cocok untuk penelitian yang bertujuan untuk memahami sejauh mana faktor-faktor tertentu memengaruhi variabel respons. Penyelidikan ini bertujuan untuk menjawab permasalahan apakah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat bersifat positif atau negatif. Berikut adalah contoh persamaan versi umum yang digunakan dalam regresi linier berganda:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

\hat{y} = prediksi nilai variabel Kinerja umkm

x_1 = nilai variabel Halal *Value Chain*

x_2 = nilai variabel Orientasi Kewirausahaan

a = konstanta

β_1 = koefisien variabel Halal *Value Chain*

β_2 = koefisien variabel Orientasi Kewirausahaan

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan metode untuk merangkum dan menggambarkan data secara numerik dengan menggunakan ukuran-ukuran statistik seperti mean (rata-rata), median, modus, dan ukuran penyebaran seperti rentang, simpangan baku, dan kuartil. Ini membantu dalam memahami karakteristik dasar dari dataset tanpa melakukan inferensi statistik lebih lanjut. Berikut tabel hasil analisis statistik deskriptif variabel penelitian:

Tabel 1

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimal	Maksimal	Mean	Std. Deviation
Halal Value Chain (X1)	113	27	40	36.04	2.994
Orientasi Kewirausahaan (X2)	113	21	35	30.46	2.790
Kinerja UMKM (Y)	113	9	15	12.28	1.467

Sumber: Data Olahan SPSS (2024)

Dari tabel statistik deskriptif, dari 113 sampel dari responden dapat disimpulkan deskripsi masing-masing variabel adalah sebagai berikut, Variabel Halal *Value Chain* (X1) memiliki nilai minimum sebesar 27, nilai maksimumnya sebesar 40, mean atau rata-rata sebesar 36,04 yang menunjukkan bahwa dari keseluruhan responden memberikan penilaian dengan rata-rata jawaban pada skala 4 maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden setuju, standar deviasinya sebesar 2,994. Variabel Orientasi Kewirausahaan (X2) memiliki nilai minimum sebesar 21, nilai maksimumnya sebesar 35, mean atau rata-rata sebesar 30,46 yang menunjukkan bahwa dari keseluruhan responden memberikan penilaian dengan rata-rata jawaban pada skala 4 maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban responden setuju. Untuk standar deviasinya sebesar 2,790. Variabel Kinerja UMKM memiliki nilai minimum sebesar, nilai maksimumnya sebesar 15, mean atau rata-rata sebesar 12,28 yang menunjukkan bahwa dari keseluruhan responden memberikan penilaian dengan rata-rata jawaban pada skala 4 maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata jawaban setuju, standar deviasinya sebesar 1,467.

Uji Kualitas Data

Hasil Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengevaluasi sejauh mana kuesioner atau instrumen penelitian yang digunakan sesuai dengan tujuannya, sehingga dapat dianggap sebagai instrumen yang valid.

Tabel 4

Uji Validitas Data

No	Variabel	Item	R hitung	R Tabel	Keterangan
1	Halal Value Chain (X1)	X1.1	0,552	0,1848	Valid
2		X1.2	0,617	0,1848	Valid
3		X1.3	0,755	0,1848	Valid
4		X1.4	0,616	0,1848	Valid
5		X1.5	0,583	0,1848	Valid
6		X1.6	0,531	0,1848	Valid
7		X1.7	0,801	0,1848	Valid
8		X1.8	0,745	0,1848	Valid
9	Orientasi Kewirausahaan (X2)	X2.1	0,739	0,1848	Valid
10		X2.2	0,745	0,1848	Valid
11		X2.3	0,744	0,1848	Valid
12		X2.4	0,664	0,1848	Valid
13		X2.5	0,681	0,1848	Valid
14		X2.6	0,663	0,1848	Valid
15		X2.7	0,590	0,1848	Valid
16	Kinerja UMKM (Y)	Y1	0,806	0,1848	Valid
17		Y2	0,840	0,1848	Valid
18		Y3	0,906	0,1848	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS (2024)

Berdasarkan hasil Pengolahan data dari tabel diatas dapat dilihat bahwa untuk variabel halal value chain, orientasi kewirausahaan dan kinerja UMKM dengan total 18 item pertanyaan diperoleh hasil r hitung (*corrected item-total correlation*) > r tabel sebesar 0,1848 yang berarti bahwa data dari variabel halal value chain, orientasi kewirausahaan dan kinerja UMKM dinyatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Menilai keandalan kuesioner atau alat ukur mencoba menentukan seberapa besar sumber temuan yang konsisten dapat diandalkan. Berikut tabel uji reliabilitas:

Tabel 5

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliabilitas		Keterangan
	Koefisien Alpha	Nilai Batas	
Halal Value Chain (X1)	0,810	0,7	Reliable
Orientasi Kewirausahaan (X2)	0,816	0,7	Reliable
Kinerja UMKM (Y)	0,810	0,7	Reliable

Sumber: Data Olahan SPSS (2024)

Ketiga variabel penelitian dinilai reliabel atau memenuhi standar berdasarkan temuan uji reliabilitas di atas yang menunjukkan tingkat reliabilitas tinggi yang ditunjukkan dengan nilai koefisien alpha > 0,7 (Nilai batas).



Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah serangkaian tes statistik yang digunakan untuk memeriksa keabsahan asumsi yang mendasari analisis regresi dan metode lain dalam statistika inferensial. Asumsi klasik ini meliputi Uji normalitas, multikolinieritas dan heteroskedastisitas

Tabel 6
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		113
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.2765939
	Std. Deviation	1.33809446
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.063
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data Olahan SPSS (2024)

Sesuai dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* setelah dilakukan outlier, dengan nilai signifikansi Unstandardized Residual atau Asymp.Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 yang lebih besar dari 0,05, diperoleh kesimpulan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Oleh karena itu, temuan ini mengindikasikan bahwa data yang dianalisis memenuhi asumsi normalitas. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat diterima karena data telah memenuhi syarat uji normalitas.

Tabel 7
Hasil Uji Multikolinieritas dan Uji Glejser (Uji Heteroskedastisitas)

Variabel	Uji Heteroskedastisitas		Uji Multikolinieritas	
	T	Sig.	Collinearity Statistic	
			Tolerance	VIF
1 (Constant)	0,038	0,970		
Halal <i>Value Chain</i>	1,967	0,052	0,790	1,266
Orientasi Kewirausahaan	-1.164	0,247	0,790	1,266

Sumber: Data Olahan SPSS (2024)

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas dapat dilihat nilai VIF variabel halal *value chain* dan orientasi kewirausahaan kurang dari 10 (VIF 1,266 < 10) dan nilai tolerance variabel halal *value chain* dan orientasi kewirausahaan lebih dari 0,1 (Tolerance 0,790 > 0,1), Oleh karena itu, model regresi variabel independen dapat dinyatakan bebas multikolinieritas dan dari hasil uji glejser diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikan dari variabel halal *value chain* dan orientasi kewirausahaan lebih dari 0,05 (Signifikan > 0,05) yang berarti data tersebut tidak mengalami heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan suatu teknik yang digunakan untuk memahami hubungan linier antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Di bawah ini adalah hasil dari analisis regresi linear berganda tersebut:

Tabel 8
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda, Koefisien Determinasi (R²), Uji F

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients B	Adjusted R Square	F	T	Sig.
(Constant)	4,505	-	-	2,614	0,010
Halal Value Chain	0,180	-	-	3,754	0,000
Orientasi Kewirausahaan	0,042	-	-	0,826	0,410
N (Jumlah Sampel)	113	-	-	-	-
Uji R ²	-	0,154	-	-	-
Uji F	-	-	11,159	-	0,000

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Sumber: Data Olahan SPSS (2024)

Terbukti dari penelitian yang dilakukan dengan SPSS bahwa persamaan regresi berkembang. Berikut persamaan regresi linier berganda:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 4,504 + 0,180 + 0,042 + e$$

Dari nilai Adjusted R Square sebesar 0,154, dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel halal value chain dan orientasi kewirausahaan secara bersama-sama terhadap kinerja UMKM adalah sebesar 15,4%, sementara 86,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Selain itu, nilai f hitung sebesar 11,159 dengan nilai sig sebesar 0,000. Oleh karena itu, karena f hitung 11,159 lebih besar dari f tabel 3,08 dan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Artinya, halal value chain dan orientasi kewirausahaan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM.

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil Uji T (Uji Parsial)

Uji T hitung untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Berikut ini hasil uji t berdasarkan program SPSS 25:

Tabel 10

Uji T

Hipotesis	T hitung	T tabel	Sig	Keterangan
Halal Value Chain	3,754	1,981	0,000	Diterima
Orientasi Kewirausahaan	0,826	1,981	0,410	Ditolak

Sumber: Data Olahan SPSS, 2024

Pengaruh Halal Value Chain Terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil analisis pada pengujian hipotesis pertama diperoleh dari hasil uji t (t hitung 3,754 > t tabel 1,981 dan signifikansi 0,000 < 0,05) disimpulkan bahwa variabel halal value chain berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik implementasi halal value chain dalam UMKM maka akan semakin meningkat tercapainya kinerja UMKM makanan dan minuman di Kota Pekanbaru. Hal ini dapat terjadi karena penerapan halal value chain dapat memberikan kontribusi dan keuntungan yang dapat mempengaruhi kinerja UMKM makanan dan minuman di kota Pekanbaru. Dalam penelitian Hashom *et al.*, (2020) ada keuntungan yang akan didapatkan UMKM jika mengembangkan industri halal yaitu seperti Pasar yang Luas dengan mengikuti prinsip halal, UMKM makanan dan minuman dapat menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk konsumen Muslim yang sensitif terhadap kehalalan produk. Menjalankan halal value chain meningkatkan reputasi bisnis UMKM tersebut di mata konsumen, karena



menjamin kualitas dan kehalalan produk. Akses ke Pasar nasional maupun Internasional lebih luas di karenakan Kota Pekanbaru memiliki potensi pasar internasional, terutama dengan negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim. Sertifikasi halal dapat membuka pintu bagi UMKM untuk mengeksport produknya ke pasar internasional dan menjual produknya ke berbagai daerah di Indonesia. Kemitraan yang kuat dengan produsen bahan baku dan lembaga sertifikasi halal, Ini membantu memperkuat jaringan pasokan dan kualitas produk. UMKM di Kota Pekanbaru yang memproduksi makanan dan minuman dengan sertifikasi halal dapat menarik lebih banyak konsumen Muslim, baik dari lokal maupun wisatawan Muslim yang berkunjung ke daerah tersebut. Hal ini meningkatkan penjualan dan pertumbuhan bisnis UMKM tersebut secara keseluruhan. Selain itu, UMKM yang terlibat dalam halal *value chain* juga dapat memperoleh akses ke program dan bantuan pemerintah yang mendukung pengembangan bisnis halal, seperti pelatihan, pendanaan, dan promosi. Peluang Investasi, Rantai nilai halal dapat menciptakan peluang untuk investasi yang lebih besar, baik dari investor lokal maupun internasional yang tertarik pada industry halal.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh, Asri dan Ilyas (2022) Penguatan Ekosistem Halal Value Chain sebagai Pengembangan Industri Halal Menuju Era 5.0 menegaskan bahwa ekonomi syariah dan industri halal memiliki potensi besar dan berperan penting dalam meningkatkan nilai tambah perekonomian dengan memenuhi permintaan pasar. Salah satu strategi yang ditekankan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi syariah adalah melalui penguatan ekosistem halal value chain. Konsep ini mencakup berbagai industri yang terlibat dalam produksi dan penyediaan produk serta jasa halal. Penerapan value chain halal tidak hanya bertujuan untuk memenuhi aspek keagamaan, tetapi juga dapat membuka peluang pasar yang lebih luas dalam meningkatkan kinerja UMKM, baik di tingkat lokal maupun global. Ini menunjukkan bahwa ekosistem halal value chain tidak hanya memberikan manfaat sosial dan agama, tetapi juga memberikan dampak positif secara ekonomi dengan membantu UMKM untuk meningkatkan daya saingnya dalam pasar yang semakin kompetitif.

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM

Orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM maka hipotesis Kedua ditolak. Dapat diketahui bahwa nilai t hitung $0,826 < t$ tabel $1,981$ dan signifikansi $0,410 > 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis kedua tidak diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan yang diterapkan pelaku UMKM tidak dapat menunjang tercapainya kinerja UMKM makanan dan minuman di Kota Pekanbaru. Hal ini dapat terjadi karena para pelaku UMKM di Kota Pekanbaru belum secara maksimal menerapkan orientasi kewirausahaan. Seperti kurangnya orientasi pelaku UMKM dalam mengembangkan ide-ide yang inovatif dikarenakan tidak berani menanggung risiko, gagal dalam mengembangkan produk baru yang sesuai dengan permintaan pasar, atau keterbatasan sumber daya seperti modal, keterampilan manajerial, atau akses pasar. Sedangkan persaingan bisnis di Kota Pekanbaru ini sangat ketat, sehingga hal ini bisa membuat pengimplementasian orientasi kewirausahaan yang baik menjadi tidak cukup untuk menciptakan keunggulan bersaing yang dapat meningkatkan kinerja UMKM di sektor ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Huda et al. 2020), yang memyatakan m bahwa peningkatan pola pikir kewirausahaan suatu perusahaan tidak selalu menghasilkan kinerja yang lebih baik bagi UKM di Banjarmasin. Hal ini disebabkan karena sikap kewirausahaan masih cenderung bervariasi dan belum terbukti tersebar luas di kalangan UMKM di Banjarmasin. Hal ini mengindikasikan ketidakstabilan dalam penerapan prinsip-prinsip kewirausahaan di UKM di Banjarmasin, faktor-faktor seperti perubahan dalam kondisi ekonomi, kebijakan pemerintah, dan faktor internal dalam UKM mungkin dapat mempengaruhi fluktuasi ini. Akibatnya, elemen-elemen ini menimbulkan permasalahan pada pola pikir kewirausahaan, yang dapat mempengaruhi keberhasilan UMKM. Studi tentang

Entrepreneurial orientation and business performance, seperti yang dilakukan oleh (Frank et al. 2010), mendukung temuan penelitian ini. Menyatakan bahwa kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja. Hal ini dikarenakan dalam lingkungan bisnis, terlalu sedikit peluang kewirausahaan yang menguntungkan dan dapat menghasilkan pengembalian yang sesuai atas modal yang diinvestasikan. Oleh karena itu, perilaku inovatif mungkin menghabiskan sumber daya melebihi manfaat sehingga berdampak negatif terhadap kinerja bisnis. Penggunaan sumber daya keuangan yang berlebihan, dalam lingkungan yang dinamis akan menjadi tidak efektif, sehingga menciptakan hubungan biaya/manfaat yang negatif.

SIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dampak variabel halal value chain (X1) dan orientasi kewirausahaan (X2) terhadap kinerja UMKM (Y) di sektor makanan dan minuman di Kota Pekanbaru. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas, dapat disimpulkan sebagai berikut: Implementasi halal value chain memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di sektor makanan dan minuman di Kota Pekanbaru. Hal ini menandakan bahwa semakin baik pelaku UMKM menerapkan konsep halal value chain, semakin meningkat juga kinerja UMKM tersebut. Namun, orientasi kewirausahaan tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja UMKM di sektor makanan dan minuman di Kota Pekanbaru. Ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh pelaku UMKM tidak secara signifikan meningkatkan kinerja UMKM tersebut.

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini yaitu Penelitian ini hanya menguji variabel halal value chain dan orientasi kewirausahaan sehingga kurang komprehensif dalam menjelaskan fenomena yang diteliti dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan kinerja para pelaku UMKM terutama dalam bidang makanan dan minuman di kota Pekanbaru. Responden dalam penelitian ini hanya bagi pelaku usaha, sehingga pandangan dari konsumen atau pihak lain yang terkait dalam UMKM mungkin tidak terwakili dengan baik.

Beraskan keterbatasan dalam penelitian ini Adapun saran untuk penelitian selanjutnya adalah Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi kinerja UMKM. Adapun variabel yang dimaksud misalnya seperti, Penggunaan teknologi digital, kompetensi SDM, keterlibatan dalam E-Commerce, dan variabel-variabel lainnya yang berhubungan dengan peningkatan kinerja para pelaku UMKM di kota Pekanbaru dan memperluas cakupan responden untuk tidak hanya pelaku usaha, tetapi juga konsumen, pemangku kepentingan lainnya, atau ahli terkait dalam industri yang bersangkutan. Hal ini dapat memberikan perspektif yang lebih komprehensif dan akurat terhadap fenomena yang diteliti.

Implikasi dari hasil penelitian ini ialah, Secara teoritis Penerapan halal *value chain* akan mempengaruhi kinerja UMKM. Kinerja UMKM yang meningkat akan dapat meningkatkan pendapatan, reputasi sehingga pelaku UMKM mampu bertahan dalam persaingan dan mampu menyerap tenaga kerja. Penguatan Teori Stakeholder, Dalam konteks pengaruh Halal Value Chain terhadap kinerja UMKM, teori stakeholder dapat diperkuat. Hal ini karena UMKM sebagai pihak yang terlibat dalam proses produksi, distribusi, dan pemasaran produk halal, harus memperhatikan kepentingan stakeholder seperti konsumen, pemerintah, dan masyarakat yang memiliki kebutuhan akan produk halal. Secara Praktis Penelitian ini sangat relevan untuk berbagai pihak, termasuk investor, investor dapat melihat peluang investasi yang lebih menjanjikan pada UMKM yang telah menerapkan konsep Halal Value Chain, karena hal ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan potensi pertumbuhan bisnis, pelaku UMKM dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai panduan untuk meningkatkan praktik bisnis mereka, termasuk dalam hal memperhatikan kehalalan produk dan proses produksi secara menyeluruh, konsumen yang sensitif terhadap kehalalan produk akan mendapatkan manfaat dari UMKM yang memperhatikan hal tersebut dalam proses produksi mereka. Implikasinya adalah adanya peningkatan kepercayaan dan loyalitas



konsumen terhadap produk-produk UMKM yang memenuhi standar halal, Instansi Pemerintah dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai dasar untuk mengembangkan kebijakan dan program pendukung yang mendukung pengembangan UMKM berbasis Halal Value Chain, seperti insentif fiskal atau pendampingan bisnis.

REFERENSI

- Ahla, A., Hulaify, & H. I. S. Budi. (2020). Strategi Pengembangan Ekonomi Syariah Melalui Penguatan Halal *Value Chain* (Studi Kasus Pada Industri Pariwisata Halal Di Kota Banjarbaru). Eprints.Uniska-Bjm.Ac.Id, 1–12.
- Asri, K. H., & Ilyas, A. (2022). Penguatan Ekosistem Halal *Value Chain* Sebagai Pengembangan Industri Halal Menuju Era 5.0." *Alif*, 1(1), 37–47.
- Fakhri Rasyidi, M. (2016). *The Effect of Entrepreneurial Orientation on Marketing Performance through Competitive Advantage as Mediation Variable*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2), 1–14.
- Faridah, H. D. (2019). Sertifikasi Halal Di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, Dan Implementasi. *Journal of Halal Product and Research*, 2(2), 68–78.
- Frank, H., Kessler, A. & Fink, M. (2010). *Entrepreneurial Orientation and Business Performance A Replication Study*. *Schmalenbach Business Review*.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM 61 SPSS. Edisi Sembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harianti, A., & Iskandar, D. (2012). *Statistika 1*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hashom, H., Ariffin, A. S., Sabar, R., & Ahmad, H. (2020). *Halal-Logistics Value Chain on Firm Performances: A Conceptual Framework*. *International Journal on Food, Agriculture and Natural Resources*, 1(2), 8–14.
- Hindarwati, E., Rahayu, A., & Wibowo, L. A. (2021). Orientasi Kewirausahaan Dalam Kinerja UMKM Di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(1), 54.
- Huda, I. U., Karsudjono, A., & Maharani, P. N. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah Dengan Variabel Intervening Keunggulan Bersaing (Studi Pada Ukm Di Banjarmasin). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(3), 392–407.
- Inta, P. S. (2019). Pengaruh Kinerja Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Ukm Spoccat Sepatu Cibaduyut Kota Bandung Dari Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis IAIN Bengkulu*.
- Julistia, C. E., Nasution, A. S., Imfazu, M. Y., & Pradesyah, R. (2021). Al-Muaddib: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman Analisis Ekosistem Halal *Value Chain* Pada UMKM Di Kota Medan, 6(2), 247–255.
- Kumalaningrum, M. P. (2012). Lingkungan Bisnis, Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Kinerja Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 45.
- Latif, A., Nugroho, M. A., & Mardiana, A. (2021). *Halal Certification Online to Drive Halal Value Chain (HVC) During the Covid-19 Pandemic*. *International Journal of Islamic and Social Sciences*, 64–72.
- Liekyhung, & Soelaiman, L. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha UMKM DKI Jakarta Yang Dimediasi Oleh Kompetensi Kewirausahaan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(3), 731–738.
- Ratnasari, K., & Levyda. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Perusahaan: Studi Kasus UMKM Pendukung Wisata Kuliner Di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 6(2), 1.

- Reswanda. (2012). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja. ISSN: 1412-5366. XI(2), 65–91.
- Rizaty, M. A. (2022). Jumlah Penduduk Muslim Indonesia Terbesar Di Dunia Pada 2022. Data Indonesia.Id, 2022.
- Samsir (2013). *The Effects of Industrial Environment, Innovation, and Government Policy on Business Performance (Evidences from Riau Songket Industry in Riau Province)*. *IOSR Journal of Business and Management*, 10(5), 23–31.
- Sefnedi, T. S., & Yadewani, D. (2022). *The Impact of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation on SME's Marketing Performance*.
- Setyawati, H. A. (2013). "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing dan Perepsi Ketidakpastian Lingkungan Sebagai Prediksi Variabel Moderasi (Survey Pada UMKM Perdagangan Di Kabupaten Kebumen)." *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 12(2), 20–32.
- Subianto, P. (2018). Rantai Nilai Dan Perspektif Kesadaran Masyarakat Muslim Akan Makanan Halal. *Conference on Islamic Management Accounting and Economics*, 1, 141–146.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tri Sukma, & Yadewani, D. (2022). *The Impact of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation on SME's Marketing Performance*. *International Journal of Indonesia Business Review*, 1(1), 12–20.

