

Integrasi Sistem Jaminan Produk Halal pada Model Bisnis Kanvas Kantin Halal Soedirman

Integrating The Halal Product Assurance System into The Canvas Business Model of Soedirman Halal Canteen

Hety Handayani Hidayat^{1,2a}, Nur Wijayanti¹, Siswantoro¹

¹Teknologi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Jenderal Soedirman, Jl. DR. Soeparno No.63, Karang Bawang, Grendeng, Kec. Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53122

²Pusat Unggulan IPTEKS Teknologi dan Manajemen Produk Halal Berbasis Sumberdaya Lokal, Jl. DR. Soeparno No.63, Karang Bawang, Grendeng, Kec. Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53122

^aKorespondensi : Hety Handayani Hidayat, E-mail: hety.hidayat@unsoed.ac.id

Diterima: 29 – 11 – 2022 , Disetujui: 31 – 08 – 2025

ABSTRACT

The Halal Product Assurance System (HPAS) covers a business's entire process, from purchasing materials to products delivered to consumers. The food industry, including catering services such as restaurants, must implement this SJPH to ensure product halalness and increase its competitive advantage. The application of SJPH has an impact on the business strategy being implemented. Based on this relationship, we conducted this research to integrate SJPH into a restaurant business model, namely the Soedirman Halal canteen. The business model is designed using a business model canvas, comprehensively describing the running business, while SJPH refers to Decree No. 57 in 2021. The business model with SJPH integration is evident in the value proposition, namely guarantees related to the halalness of its products. Hence, customer segmentation becomes more specific to the Unsoed and Muslim academics around the campus. Changes can also be seen in customer relations, where the canteen provides halal education for its customers, key partnerships select halal material suppliers, and critical activities include business processes and halal training. Evaluation and monitoring. Another aspect that is imposed is the cost structure, where additional costs exist for implementing and submitting halal. Hopefully, this canvas model can make it easier for the Soedirman Halal Canteen to operate by implementing SJPH and become an example for other restaurants that want to implement it.

Keywords: competitive advantages, canteen, halal food, muslim

ABSTRAK

Ruang lingkup Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) meliputi sepanjang bisnis proses suatu usaha mulai dari pembelian bahan hingga produk diantarkan ke konsumen. Industri pangan termasuk juga jasa boga seperti Rumah makan, sangat perlu menerapkan SJPH ini untuk menjamin kehalalan produk serta meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Penerapan SJPH ini berdampak pada strategi bisnis yang dijalankan. Berdasarkan keeratan hubungan tersebut, maka penelitian ini dilakukan agar dapat mengintegrasikan SJPH dalam bisnis model rumah makan yakni kantin halal soedirman. Bisnis model yang dirancang menggunakan bisnis model canvas yang secara komperhensif menggambarkan bisnis yang berjalan, sedangkan SJPH mengacu pada kepkaban No. 57 tahun 2021. Model bisnis dengan integrasi SJPH sangat terlihat pada pada value proposition yaitu jaminan terkait kehalalan produknya, sehingga customer segmentation menjadi lebih spesifik terhadap civitas akademik unsoed dan muslim di sekitar kampus. Perubahan juga terlihat pada customer relationship dimana kantin memberikan edukasi halal bagi konsumennya, key partnership pemilihan supplier bahan halal, key activities juga meliputi proses bisnis, pelatihan halal. Pemantauan evaluasi. Aspek lain yang terdampak adalah cost structure dimana ada biaya tambahan untuk penerapan dan pengajuan halal. Harapannya model kanvas ini dapat mempermudah kantin halal soedirman dalam beroperasi dengan mengimplementasikan SJPH serta menjadi contoh bagi rumah makan lain yang ingin menerapkannya.

Kata kunci: kantin, keunggulan kompetitif, makanan halal, muslim

PENDAHULUAN

Mengonsumsi produk halal baik makanan maupun minuman merupakan sebuah keharusan bagi seorang muslim. Namun, tren saat ini menunjukkan adanya perkembangan halal ini menjadi sebuah tren di dunia baik bagi muslim maupun non muslim (Wilson, 2012), dalam hal pangan, pariwisata maupun kosmetik dan barang gunaan lainnya (Shahabuddin *et al.*, 2020; Vanany *et al.*, 2020). Tren ini terus berkembang dengan signifikan seiring dengan peningkatan populasi muslim dunia yang diprediksi mencapai 27% pada tahun 2030 (Yusuf & Yajid, 2016). Halal menjadi konsentrasi perkembangan negara-negara OKI maupun Non OKI (Mahri *et al.*, 2021) dan kini telah menjadi salah satu persyaratan mutu dalam perdagangan di dalam negeri hingga pasar global termasuk negara-negara dengan mayoritas non muslim seperti Jepang (Nurrachmi, 2017).

Di Indonesia sendiri, kebijakan halal ini telah mengalami perubahan yang signifikan dari bersifat sukarela menjadi sebuah kewajiban. Hal ini tercantum dalam Undang – Undang Republik Indonesia No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, . pasal 4, dimana seluruh produk yang diproduksi dan beredar di Indonesia wajib bersertifikat halal Perubahan ini merupakan sebuah bentuk perlindungan pemerintah bagi mayoritas penduduknya. Pada tahun 2022, tercatat jumlah muslim Indonesia mencapai 86,9% dari 273,32 juta (Kementerian Dalam Negeri, 2022). Jumlah pangsa pasar yang besar ini bertolak belakang dengan fakta menyebutkan bahwa baru 0,11% UMKM yang telah tersertifikasi halal di tahun 2019 (LPPOM MUI, 2019).

Kesenjangan antara jumlah penduduk muslim menjadi peluang bagi industri untuk berperan aktif dalam menerapkan sistem jaminan produk halal hingga pengajuan sertifikasinya. Hal ini dikarenakan konsumsi makanan yang halal adalah sebuah kewajiban bagi seorang muslim, sehingga ketersediaan penyedia makanan seperti kantin dan rumah makan akan menjadi sebuah nilai lebih dalam preferensi pemilihan tempat makan bagi umat muslim. Peluang ini juga menjadi salah satu latar belakang berdirinya Kantin Halal Soedirman. Kantin ini merupakan kantin yang dimiliki dan dikelola oleh LPPM Universitas Jenderal Soedirman yang merupakan hibah dari Bank Indonesia tahun 2020. Kantin ini merupakan miniatur restoran yang menerapkan konsep bisnis halal yang tidak hanya beroperasi seperti rumah makan, namun menjadi percontohan bagi UMKM dan jasa boga di sekitar Barlingmascakeb (Banjarnegara, Purbalingga, Banyumas, Cilacap dan Kebumen). Sejak awal dirancangnya, Kantin Halal Soedirman berkomitmen untuk mengimplementasikan SJPH dan mengajukan sertifikasi halal. Sertifikasi ini dipilih oleh pihak pengelola sebagai menjadi strategi pengembangan usaha kantin (Nurmaydha *et al.*, 2019; Riyanto, 2016). Hal ini selaras dengan tren pertumbuhan kebutuhan makanan halal di dunia yang terus meningkat. Peningkatan ini pada tahun 2023 mencapai lebih dari 7% dan angka ini akan terus meningkat di tahun tahun selanjutnya (Business Research Company, 2025). Meskipun saat ini tren kantin halal di Indonesia belum banyak dikembangkan, hanya beberapa universitas baik PTN (Perguruan Tinggi Negeri) maupun PTS (Perguruan Tinggi Swasta) Islam saja yang telah mulai mengembangkan kantin halal ini. Namun, kantin halal diyakini akan menjadi solusi bagi universitas dalam menyediakan pangan halal bagi *civitas akademika*-nya.

Penerapan SJPH dalam industri pangan sangat penting dalam memastikan kehalalan produk secara berkelanjutan (Anwar, 2018). Namun di sisi lain, tantangan penerapan SJPH ini juga cukup berat bagi UKM apalagi industri jasa boga (Handayani *et al.*, 2020; Perdani *et al.*, 2018). SJPH ini melingkupi komitmen dan tanggung jawab, bahan, proses produksi halal, produk hingga pemantauan evaluasi (Kepkaban No 57 Tahun 2021 Tentang Kriteria Sistem Jaminan Produk Halal, 2021). Terlebih pada industri jasa boga yang memiliki rantai bisnis proses yang kompleks dimulai dari pemilihan pemasok, pembelian bahan, pengolahan, penyajian, pengemasan dan pengiriman produk (Faraudis *et al.*, 2019). Selain itu bahan yang

digunakan pun melingkupi bahan segar, bahan kritis, hingga bahan sangat kritis yang berasal dari bahan sembelihan seperti daging dan ayam (Efendi *et al.*, 2019).

Menilik kompleksitas SJPH tersebut tentu memiliki dampak langsung terhadap proses bisnis yang dijalankan oleh Kantin Halal Soedirman. Model Bisnis Kanvas (BMC) digunakan untuk mengintegrasikan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH). Model ini memberikan gambaran lengkap dan sistematis tentang komponen bisnis yang berkaitan dengan penerapan prinsip halal, seperti aktivitas utama, mitra utama, dan sumber daya (Osterwalder *et al.*, 2010; Permana *et al.*, 2024). Selain itu, BMC membantu pengelola kantin mengintegrasikan nilai halal ke dalam rencana bisnis mereka secara bijak dan fleksibel, serta mendukung perbaikan berkelanjutan sesuai dengan peraturan halal. Dengan demikian diharapkan penerapan nilai nilai religius dalam SJPH dalam secara menyeluruh tergambar dalam kegiatan bisnis di Kantin Halal Soedirman. Oleh karena itulah, dalam penelitian ini merancang integrasi SJPH dalam bisnis model kanvas untuk menggambarkan secara utuh proses bisnis yang ada dan persaingan kompetitif yang dimiliki Kantin Halal Soedirman.

MATERI DAN METODE

Metode yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Dalam proses penelitian ini diperlukan gambaran tentang kanvas model bisnis saat ini yang terdiri atas 9 blok yakni *customer segments*, *value proposition*, *channels*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key resource*, *key activities*, *key partnership*, *cost structure* yang saling berkaitan satu sama lain (Osterwalder *et al.*, 2010). Data-data tersebut diperoleh dari wawancara dengan tim pengelola Kantin Halal Soedirman, observasi langsung, serta *review* manual Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH). Selain itu, penelitian ini juga melibatkan konsumen untuk menggali *customer profile* agar data yang diperoleh lebih reliabel. Penelitian ini berlangsung dari bulan Maret – Juni 2022.

Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) yang diintegrasikan dalam BMC pada penelitian ini mengacu pada kerangka SJPH dalam Kepkaban No 57 Tahun 2021 yakni:

1. Komitmen dan tanggung jawab yang meliputi komitmen halal, tim manajemen halal, dan pembinaan Sumber Daya Manusia.
2. Bahan yang meliputi bahan baku, tambahan, penolong, kemasan dan *cleaning agent*
3. Proses Produksi Halal (PPH) yang meliputi tempat, fasilitas dan peralatan serta prosedur yang berlaku.
4. Produk yang meliputi penamaan, bentuk, aroma, dan rasa yang tidak boleh mengandung unsur yang bertentangan dengan kaidah syariat Islam.
5. Pemantauan Evaluasi yang meliputi audit internal dan tinjauan manajemen untuk menindaklanjuti hasil audit.

Proses pembuatan Business Model Canvas (BMC) yang diintegrasikan dengan SJPH pada penelitian ini mengikuti langkah-langkah pembuatan BMC pada umumnya sebagai berikut (Osterwalder *et al.*, 2010):

1. Identifikasi tujuan penelitian
Tujuan utama penelitian adalah integrasi Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) dalam model bisnis kantin halal.
2. Pilih Segmen Pelanggan.
Hal ini dilakukan untuk mengetahui target pasar utama yang akan dilayani oleh Kantin Halal Soedirman. Segregasikan pelanggan berdasarkan demografi, kebutuhan, dan preferensi mereka.
3. Tentukan nilai proposisi.

Pengelola mendiskusikan apa yang membuat produk atau layanan Kantin Halal Soedirman unik dari pesaing dan bagaimana mereka dapat membantu pelanggan. Proposisi nilai dapat berupa jaminan kehalalan produk, kualitas makanan, atau layanan pelanggan yang baik.

4. Rancang Saluran Distribusi

Pengelola harus menemukan dan memilih saluran distribusi yang akan digunakan untuk mengirimkan produknya kepada pelanggan. Ini bisa mencakup penjualan di tempat, pengantaran makanan, atau aplikasi pemesanan online yang dirancang untuk mempermudah pelanggan.

5. Bangun Hubungan Pelanggan

Jenis hubungan yang akan Pengelola Kantin miliki dengan pelanggan, apakah itu berbasis komunitas, otomatis, atau pribadi. Ini dapat mencakup layanan pelanggan yang personal, program loyalitas, atau komunikasi teratur melalui media sosial.

6. Identifikasi Sumber Pendapatan

Pengelola perlu menentukan cara bisnis menghasilkan uang. Apakah itu melalui penjualan langsung produk makanan dan minumannya, langganan, atau layanan tambahan seperti pengantaran atau sistem catering.

7. Rumuskan Aktivitas Utama:

Hal ini diperlukan untuk mempermudah pengelola kedepannya agar dapat menjaga aktivitas utama berjalan dengan baik dan terstandar.

8. Tentukan Sumber Daya Utama.

Identifikasi sumber daya penting yang diperlukan untuk mendukung aktivitas utama. Ini termasuk tenaga kerja yang terlatih dalam pembuatan makanan halal, fasilitas dapur, dan peralatan yang diperlukan untuk menjalankan bisnis.

9. Bangun Mitra Kunci.

Mengetahui mitra strategis akan membantu menjalankan operasi bisnis. Mitra ini dapat berupa pemasok bahan baku halal, lembaga sertifikasi halal, atau pihak lain yang membantu bisnis berjalan lebih lancar dan memastikan standar halal dipatuhi.

10. Analisis Struktur Biaya

Analisis biaya yang diperlukan untuk menjalankan bisnis. Untuk memastikan model bisnis tetap menguntungkan, identifikasi biaya tetap dan variabel seperti biaya bahan baku, sewa tempat, gaji karyawan, dan biaya operasional lainnya.

11. Evaluasi dan Revisi

Setelah semua elemen BMC disusun, evaluasi dan revisi model bisnis berdasarkan hasil penelitian dan umpan balik. Pastikan bahwa semua elemen saling berhubungan dan mendukung tujuan utama bisnis, seperti mengintegrasikan SJPH ke kantin halal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Bisnis Kantin Halal Soedirman

Kantin Halal Soedirman merupakan kantin yang dimiliki dan dikelola oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Jenderal Soedirman tepatnya di bawah pusat pangan gizi dan kesehatan (PGK). Kantin ini merupakan hasil kerja sama dengan Bank Indonesia pada tahun 2020 untuk mempercepat penciptaan ekosistem halal di lingkungan kampus dan area Barlingmascakeb (Banjarnegara, Purbalingga, Banyumas Cilacap, dan Kebumen). Kantin ini juga memiliki fungsi lain yakni sebagai sarana edukasi langsung bagi UMKM maupun mahasiswa terkait penerapan sistem jaminan produk halal. Kantin baru beroperasi pada awal tahun 2022. Pada Gambar 1 di bawah terlihat bahwa kantin

ini terletak di area yang cukup strategis yakni di depan Kantor LPPM dan di samping Pusat Kegiatan Mahasiswa (PKM) Center. Kantin beroperasi pada jam 08.30-16.30 dari hari Senin hingga Jumat. Jumlah karyawan kantin sebanyak 6 orang mahasiswa yang bekerja secara *shift* dengan 3 orang staf dosen selaku supervisor, 1 orang penyelia halal, dan 1 orang pimpinan kantin.



Gambar 1. Kantin Halal Soedirman

Profil Konsumen

Pelanggan Kantin Halal Soedirman merupakan civitas akademika Universitas Jenderal Soedirman lebih tepatnya di area GOR Soesilo Soedramadji. Profil pelanggan ini diperoleh dari hasil wawancara dengan 30 pelanggan Kantin Halal Soedirman. Adapun hasilnya sebagai berikut:

a. *Customer Jobs*

1. Memenuhi kebutuhan sarapan dan makan siang di area kampus.
2. Mencari produk makanan yang halal.
3. Mencari makanan yang enak, sehat dan mudah didapat.
4. Mencari tempat makan yang *instagramable*

b. *Customer Pain*

1. Pelayanan yang lama.
2. Kemasan yang tidak ramah lingkungan.
3. Variasi makanan yang kurang beragam.

c. *Customer Gain*

1. Pemesanan pelanggan terpenuhi.
2. Keterjaminan halal dan higienitas produk
3. Order delivery atau pemesanan di *e-commerce*
4. Kualitas rasa yang baik.
5. Harga terjangkau.
6. Pembayaran yang variatif (transfer, tunai, qris)

Analisis Lingkungan

a. *Market Forces*

1. Jumlah civitas akademika Universitas Jenderal Soedirman di wilayah Grendeng yang cukup banyak (lebih dari 10.000 orang)
2. Jam Operasional sesuai dengan jam kerja Universitas Jenderal Soedirman
3. Menu makanan dan tampilannya sesuai dengan keinginan konsumen (kekinian)

b. *Industry Forces*

1. Adanya pesaing dari rumah makan lain, baik kantin di dalam kampus maupun di luar kampus
2. Adanya banyak produk substitusi lain seperti camilan, gorengan dll.
3. Harga bahan baku yang fluktuatif.

c. *Key Trends*

1. Tren belanja makanan secara daring meningkat
2. Tren untuk mempublikasikan foto makanan yang dikonsumsi di sosial media meningkat

d. *Macro-Economic Forces*

1. Tren halal dunia meningkat
2. Tren makanan luar negeri meningkat di kalangan mahasiswa

Integritas SJPH dalam Model Bisnis Kanvas

Model bisnis kanvas dapat mempermudah dan mempercepat pengusaha dalam menggambarkan ide bisnis yang akan dijalankan (Permana *et al.*, 2024). Demikian halnya dengan Kantin Halal Soedirman, dengan mengintegrasikan SJPH dalam bisnis kanvas model, maka pengelola kantin dapat dengan mudah melihat secara komprehensif aspek apa saja yang mencakup implementasi SJPH di industrinya. Bisnis model kanvas yang terbentuk dengan mengintegrasikan SJPH dapat dilihat pada Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Bisnis Model Kanvas Kantin Halal Soedirman

Customer Segmentation

Sebagai kantin akademik, Kantin Halal Soedirman memiliki segmen konsumen yang jelas yakni dosen, tenaga kependidikan dan mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman. Lebih tepatnya meliputi Fakultas Ilmu Budaya, MIPA, Peternakan, Pertanian, Ilmu Kesehatan,

Keguruan dan Ilmu Pendidikan, LPPM, dan PKM Center. Jumlah civitas akademika dari sejumlah Fakultas tersebut mencapai lebih dari 10.000 orang. Selain itu, Kantin Halal Soedirman berlokasi persis di samping PKM Center sehingga memungkinkan untuk menjangkau mahasiswa dari Fakultas lainnya. Selain itu, kantin ini juga terbuka bagi muslim secara umum yang berada di sekitar kampus karena akses utamanya tepat di Jalan Dr. Soeparno. Dalam blok segmentasi ini tidak ada perbedaan antara BMC umum dengan BMC yang diintegrasikan dengan SJPH. Hal ini dikarenakan makanan halal tidak hanya dapat dikonsumsi oleh civitas akademika muslim namun juga non muslim.

Value Propositions

Nilai tambah yang Kantin Halal Soedirman ciptakan bagi kepada konsumen adalah produk yang dijamin halal, higienis dan bergizi. Hal ini menjadi keunggulan yang signifikan dibandingkan pada BMC untuk kegiatan usaha secara umum., Pada BMC terintegrasi SJPH ini, sangat penting memperhatikan nilai kehalalan produk yang dijual. Produk yang disajikan menggunakan bahan bahan segar yang berkualitas premium. Selain itu, konsumen juga memiliki kebebasan dalam menentukan tingkat kepedasan makanan maupun tingkat kemanisan minuman yang dipesan. Fleksibilitas ini dapat meningkatkan kepuasan konsumen (Kurnia *et al.*, 2018). Nilai tambah lainnya adalah lokasi Kantin Halal Soedirman berada di area dalam kampus dan memiliki sistem pengantaran makanan dengan pemesanan WA maupun dari e-commerce.

Channel

Kantin Halal Soedirman memiliki tempat yang cukup luas sehingga konsumen dapat memesan dan menikmati makanan langsung di tempat (*dine in*). Namun, apabila konsumen berhalangan untuk ke kantin dapat melakukan pesanan via WA karena Kantin Halal Soedirman menyediakan layanan antar, bahkan ada gratis ongkos kirim dengan minimal pesanan jumlah tertentu. Selain itu, konsumen juga dapat memesan lewat aplikasi *e-commerce* sehingga mudah bagi pelanggan untuk mendapatkan produk.

Customer Relationship

Hubungan konsumen yang dibangun oleh Kantin Halal Soedirman melalui bantuan personal. Misalnya memberikan info terkait produk ataupun membantu memfotokan konsumen. Fasilitas lain yang diberikan adalah *self service*, seperti konsumen dapat menambahkan mengumpulkan piring di tengah sehingga membantu karyawan. Hal lainnya adalah memberikan *voucher* diskon pada konsumen pada acara-acara tertentu. Integrasi dari SJPH dalam BMC bagian ini adalah dengan adanya Edukasi halal bagi konsumen. Edukasi ini merupakan kriteria SJPH pada komitmen dan tanggung jawab. Kantin Halal Soedirman sebagai jasa boga yang menerapkannya maka perlu mensosialisasikan kepada konsumen komitmen yang telah ditetapkan manajemen. Edukasi dilakukan dengan menempelkan poster-poster terkait halal dan menerapkan aturan untuk tidak mengonsumsi makanan dan minuman dari luar Kantin agar tidak terjadi kontaminasi dengan produk yang belum jelas kehalalannya.

Revenue Streams

Pada bagian inilah salah satu integrasi BMC dengan SJPH menjadi penting. Dimana sumber pendapatan untuk Kantin Halal Soedirman tidak hanya berasal dari margin penjualan. Namun juga Kantin menerima produk-produk dari UMKM binaan Halal Center dengan sistem konsinyasi, sehingga ini juga menjadi salah satu sumber pendapatan kantin. Pendapatan juga diperoleh dari sponsorship atau hibah dari perusahaan maupun instansi lain. Hal ini memungkinkan karena kantin selain berfungsi sebagai sarana bisnis juga menjadi pusat edukasi SJPH bagi UMKM, sehingga dapat perusahaan atau instansi yang berfokus dalam pengembangan halal tertarik memberikan sponsor bagi Kantin Halal Soedirman.

Key Resource

Dalam *Key Resource* ini terdapat hal signifikan yang membedakan dengan BMC pada kuliner secara umum. Dimana dalam SJPH diatur pula terkait kebutuhan SDM, pelatihan halal yang harus diikuti oleh seluruh karyawan, bahan yang harus terselusur kehalalannya, hingga peralatan yang dipastikan bersih dan tidak terkontaminasi haram. Beberapa sumber daya penting dalam Kantin Halal Soedirman adalah sebagai berikut:

- a. Sumber daya manusia yang terlibat dalam Kantin Halal Soedirman adalah karyawan, penyelia halal, pengelola kantin (supervisor dan pimpinan). Dalam SJPH semua SDM yang terlibat ini perlu memiliki pengetahuan terkait proses produksi halal.
- b. Peralatan dipilih yang tidak mengandung unsur haram dan dijaga agar tidak terkontaminasi najis.
- c. Bahan yang digunakan harus yang sudah jelas kehalalannya dan terdaftar dalam daftar bahan di manual SJPH.
- d. Manual SJPH.

Bagi industri yang menerapkan SJPH, manual ini merupakan sumber daya yang penting karena merupakan pedoman proses produksi halal dari awal hingga produk yang dikonsumsi konsumen.

Key Activity

Bisnis proses jasa boga meliputi pembelian bahan, penerimaan pesanan, memasak (pengolahan), penyajian, pengemasan, pengantaran (Melaningsih *et al.*, 2020; Natalie *et al.*, 2016; Nurmaydha *et al.*, 2019). Berbeda dengan *key activities* pada rumah makan umum, pada Kantin Halal Soedirman tidak hanya meliputi bisnis prosesnya namun juga terdapat aktivitas lain sebagai implikasi dari integrasi SJPH seperti sosialisasi komitmen halal ke produsen, pihak pengantaran maupun konsumen. selain sosialisasi juga mengadakan pelatihan internal secara berkala bagi karyawan, mengikuti pelatihan eksternal, melakukan audit internal hingga melakukan tinjauan kaji manajemen.

Key Partnership

Dalam proses pengembangan suatu usaha, maka perlu melakukan jejaring bisnis. Adapun mitra yang penting bagi Kantin Halal Soedirman meliputi pemasok bahan baku halal; mitra *e-commerce*; Bank Indonesia selaku pemberi hibah; humas Universitas Jenderal Soedirman yang membantu publikasi dan iklan; *influencer* sosial media; hingga peneliti. Peneliti di sini dikarenakan kantin halal terbuka untuk dijadikan sebagai objek penelitian baik terkait *entrepreneur* maupun terkait kehalalan.

Cost Structure

Selain biaya operasional, modal untuk pendirian bangunan, dan peralatan. Biaya lain yang dikeluarkan oleh kantin halal sebagai implikasi penerapan SJPH adalah biaya persiapan dokumen halal, biaya sertifikasi laik higiene sanitasi (SLHS) sebagai *pre-requirement* halal, biaya penyelenggaraan pelatihan internal bagi karyawan, biaya audit, biaya pemeliharaan dokumen bahkan hingga biaya pengajuan sertifikasi halal.

KESIMPULAN

Bisnis model kanvas yang diintegrasikan dengan sistem jaminan produk halal pada Kantin Halal Soedirman menghasilkan BMC yang sedikit berbeda dengan BMC pada rumah makan secara umum. Perbedaan mencolok tersebut terdapat pada bagian *customer segmentation* menjadi lebih spesifik konsumen muslim dan civitas akademika universitas jenderal soedirman; *value proposition* yang memberikan jaminan halal bagi konsumen, melakukan edukasi halal bagi pelanggan sebagai bentuk *customer relationship*; *key partnership* dengan pemasok bahan baku yang telah bersertifikat halal; *key activities* juga meliputi sosialisasi komitmen halal, pelatihan hingga audit internal halal; dan *cost structure* dibebani

dengan biaya pengajuan halal. Harapannya, model bisnis kanvas yang terbentuk ini dapat memberikan gambaran bagi rumah makan lain jika akan mengimplementasikan SJPH dalam bisnisnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, M. K. (2018). The urgency of halal assurance system for product reliability. *International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)*, 2(2), 119–125. <https://doi.org/10.28918/ijibec.v2i2.1388>
- Business Research Company. (2025). *Halal food global market opportunities and strategies to 2033*. Business Research Company.
- Efendi, A. M. A., Kholis, M. N., & Nurmaydha, A. (2019). Analisis implementasi sistem jaminan halal (SJH) pada usaha makanan siap saji (studi kasus Herbal Chicken Ponorogo). *Agroindustrial Technology Journal*, 3(1), 37–45. <https://doi.org/10.21111/atj.v3i1.3845>
- Faraudis, Z., Andiani, N. D., & Rahmawati, P. I. (2019). Bingkai halal dan non halal: Studi kasus penerapan halal food di Restoran Spice Beach Club Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 2(2), 72–80. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v2i2.22092>
- Handayani, D. I., Haryono, H., & Prihatiningsih, T. (2020). Halal products assurance policy model and its impact on sustainability of fish ball SMI using system dynamics simulation approach. *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 9(1), 43–54. <https://doi.org/10.21776/ub.industria.2020.009.01.6>
- Kementerian Dalam Negeri. (2022). *Data penduduk Indonesia*. <https://www.kemendagri.go.id>
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2021). *Keputusan Kepala BPJPH No. 57 Tahun 2021 tentang kriteria sistem jaminan produk halal*.
- Kurnia, M., Hartiati, A., & Satriawan, I. K. (2018). Analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan layanan dengan metode importance performance analysis (studi kasus Mie Rempok Jimbaran). *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*, 6(1), 45–54. <https://doi.org/10.24843/jrma.2018.v06.i01.p05>
- LPPOM MUI. (2019). *Statistik produk halal LPPOM MUI Indonesia*. Retrieved from <http://www.halalmui.org>
- Mahri, A. J. W., Cupian, Arif, M. N. R., Arundina, T., Widiastuti, T., Mubarak, F., Fajri, M., Azizon, & Nurasyiah, A. (2021). **Ekonomi pembangunan Islam** (1st ed.). Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah – Bank Indonesia.
- Melaningsih, I. A., Hasun, I. F., & Aryani, I. S. (2020). Evaluasi model bisnis Rumah Makan Pak Kumis Pakuan Bogor menggunakan *business model canvas*. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 1790–1798.
- Natalie, B., & Indriyani, R. (2016). Analisis model bisnis pada Restoran Yung Ho dengan menggunakan *business model canvas*. *Agora*, 4(2), 229–237.
- Nurmaydha, A., Mustaniroh, S. A., & Sucipto, S. (2019). Strategi pengembangan restoran halal sebagai penunjang hotel syariah (studi kasus di Unida Gontor Inn, Universitas Darussalam Gontor Ponorogo). *Dinar: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 5(2), 71–82. <https://doi.org/10.21107/dinar.v5i2.5006>
- Nurrachmi, R. (2017). The global development of halal food industry: A survey. *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 11(1), 41–56.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., & Movement, T. (2010). *Business model generation*.

Wiley.

- Perdani, C. G., Chasanah, N. U., & Sucipto, S. (2018). Evaluation of halal assurance system (HAS) implementation on bakery products processing in small and medium enterprises (case study in X Bakery Batu, East Java). *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 131(1), 012023. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/131/1/012023>
- Permana, A., Ma'ruf, A., & Delfitriani, D. (2024). Pengembangan bisnis produk manisan pala di UMKM My Sari Pala dengan pendekatan metode business model canvas. *Jurnal Agroindustri Halal*, 10(3), 430–439. <https://doi.org/10.30997/jah.v10i3.10712>
- Riyanto, N. S. (2016). Peluang dan tantangan usaha restoran bersertifikat halal. *Medium*. Retrieved from <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Shahabuddin, A. S. M., Sukor, M. E. A., & Hashim, N. H. (2020). Product-centric halal business: A critique from an Islamic perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1707–1724. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2019-0129>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. (2014). *Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 295*.
- Vanany, I., Soon, J. M., Maryani, A., & Wibawa, B. M. (2020). Determinants of halal-food consumption in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 11(2), 516–530. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2018-0177>
- Wilson, J. A. (2012). Charting the rise of halal market: Tales from the field and looking forward. *Journal of Islamic Marketing*, 3(3), 18–27. <https://doi.org/10.1108/17590831211259717>
- Yusuf, E., & Yajid, M. S. A. (2016). Halal pharmaceuticals and cosmeceuticals from the perspective of higher education. *Asian Journal of Pharmaceutical Sciences*, 11(1), 18–19. <https://doi.org/10.1016/j.ajps.2015.10.013>