

Halal Value Chain Sebagai Strategi Penguatan Daya Saing Industri Halal**Fitra Analia¹, Nurfitriana²**^{1,2}Institut Agama Islam Negeri Bonefitraanalia@iain-bone.ac.id**Abstract**

The halal industry is experiencing rapid growth driven by rising public awareness regarding the importance of halal products and the expansion of the global halal market. However, intense competition compels business players to adopt strategies that sustainably enhance their competitiveness. One such strategy is the Halal Value Chain (HVC), an approach that integrates halal principles across all value chain activities—ranging from raw material procurement, production, storage, and distribution to product marketing. This study aims to analyze the role of the Halal Value Chain as a strategy to strengthen the competitiveness of the halal industry. A literature review utilizing a descriptive qualitative approach was employed. Data analysis was conducted using content analysis techniques. The study results indicate that implementing the Halal Value Chain enhances halal industry competitiveness by bolstering consumer trust, improving operational efficiency, expanding access to global markets, and leveraging digital technology within the halal supply chain. The integration of key HVC components—including halal certification, halal supply chains, halal logistics, and digital technology—plays a crucial role in establishing sustainable competitive advantage. Consequently, strengthening the implementation of the Halal Value Chain serves as a strategic step toward fostering a more competitive, innovative, and sustainable halal industry at both national and global levels.

Keywords: Halal Value Chain, Halal Industry, Competitiveness.**Abstrak**

Industri halal merupakan salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan pesat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya produk halal serta berkembangnya pasar halal global. Namun, tingginya persaingan menuntut pelaku usaha untuk menerapkan strategi yang mampu meningkatkan daya saing secara berkelanjutan. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah Halal Value Chain (HVC), yaitu pendekatan yang mengintegrasikan prinsip halal pada seluruh aktivitas rantai nilai, mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, penyimpanan, distribusi, hingga pemasaran produk. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Halal Value Chain sebagai strategi penguatan daya saing industri halal. Metode yang digunakan adalah studi pustaka dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Analisis data dilakukan menggunakan teknik content analysis. Hasil kajian menunjukkan bahwa implementasi Halal Value Chain mampu meningkatkan daya saing industri halal melalui penguatan kepercayaan konsumen, peningkatan efisiensi operasional, perluasan akses pasar global, serta pemanfaatan teknologi digital dalam rantai pasok halal. Integrasi komponen utama HVC yang meliputi sertifikasi halal, halal supply chain, halal logistics, dan teknologi digital berperan penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Oleh karena itu, penguatan implementasi Halal Value Chain menjadi langkah

strategis dalam mendukung pengembangan industri halal yang lebih kompetitif, inovatif, dan berkelanjutan di tingkat nasional maupun global.

Kata Kunci: *Halal Value Chain, Industri Halal, Daya Saing.*

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat di sektor ekonomi dunia salah satunya terjadi pada Industri halal (Budi, 2025). Konsep halal bukan lagi berbicara soal agama, tetapi telah menjadi standar kualitas, keamanan, kebersihan, dan keberlanjutan yang diakui secara global (Fadilah et al., 2026). Seiring dengan semakin berkembangannya populasi muslim di dunia, akan berbanding lurus dengan tingkat kesadaran konsumen terhadap produk halal, selain itu adanya dukungan regulasi dari pemerintah diberbagai negara mendorong berkembangnya industri halal pada berbagai sektor, salah satunya makanan, minuman, farmasi, kosmetik, fesyen, pariwisata, hingga jasa keuangan syariah (Budi, 2025). Kondisi tersebut menjadikan industri halal sebagai salah satu pilar penting dalam pengembangan ekonomi syariah dan perdagangan internasional.

Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia memiliki peluang yang sangat besar untuk menjadi pusat industri halal global (Soni Pebrianto & Andrini, 2025). Hal tersebut juga didukung dengan adanya peran pemerintah Indonesia yang berkomitmen memberikan dukungan melalui berbagai kebijakan, termasuk penguatan ekosistem halal dan implementasi kewajiban sertifikasi halal bagi produk tertentu (Wilson, 2018). Namun, besarnya potensi pasar tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh tingginya daya saing industri halal nasional. Berbagai tantangan masih dihadapi, antara lain keterbatasan integrasi rantai pasok halal, rendahnya adopsi teknologi, belum optimalnya penerapan standar halal secara menyeluruh, serta lemahnya kolaborasi antar pemangku kepentingan dalam ekosistem halal.

Dalam menghadapi persaingan global yang semakin kompleks, pengembangan industri halal tidak cukup hanya berfokus pada sertifikasi produk akhir. Diperlukan pendekatan yang mampu menjamin integritas halal pada seluruh proses bisnis mulai dari penyediaan bahan baku, produksi, penyimpanan, distribusi, pemasaran, hingga konsumsi. Pendekatan tersebut dikenal sebagai *Halal Value Chain* (HVC) (Hakim & Sugianto, 2024). *Halal Value Chain* merupakan sistem yang mengintegrasikan prinsip-prinsip halal pada setiap mata rantai aktivitas ekonomi sehingga mampu menciptakan nilai tambah, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk dan layanan halal.

Konsep *Halal Value Chain* memiliki keterkaitan erat dengan teori rantai nilai (*value chain*) yang dikemukakan oleh Porter. Dalam perspektif industri halal, setiap aktivitas utama dan aktivitas pendukung harus mampu menghasilkan nilai tambah yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga menjamin kepatuhan terhadap prinsip syariah (Syarifudin & Prasetyo, 2024). Melalui integrasi rantai nilai halal yang efektif, perusahaan dapat membangun keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing karena menggabungkan aspek kualitas produk, kepercayaan konsumen, kepatuhan regulasi, dan nilai-nilai etika bisnis Islam.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa penerapan *Halal Value Chain* berkontribusi terhadap peningkatan daya saing industri halal. Integrasi halal dalam rantai pasok mampu meningkatkan transparansi, memperkuat sistem jaminan halal, mengurangi risiko kontaminasi produk, serta memperluas akses pasar domestik maupun internasional (Pratiwi, 2024). Selain itu, perkembangan teknologi digital, sistem pelacakan (*traceability*), dan inovasi logistik halal semakin memperkuat peran *Halal Value Chain* dalam menciptakan efisiensi dan keberlanjutan bisnis (Charina & Charisma, 2023).

Meskipun demikian, berbagai kajian juga menunjukkan bahwa implementasi *Halal Value Chain* di Indonesia masih menghadapi sejumlah kendala. Kesiapan ekosistem halal nasional dinilai belum optimal, terutama pada aspek logistik halal, pembiayaan syariah, digitalisasi, standarisasi global, dan penguatan kapasitas UMKM. Akibatnya, banyak pelaku industri halal yang belum mampu memaksimalkan potensi nilai tambah yang dihasilkan dari penerapan rantai nilai halal secara terintegrasi. Kondisi tersebut menyebabkan daya saing produk halal Indonesia di pasar global masih perlu ditingkatkan. Berdasarkan uraian tersebut, kajian mengenai *Halal Value Chain* menjadi penting untuk memahami bagaimana konsep ini dapat digunakan sebagai strategi penguatan daya saing industri halal. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis peran *Halal Value Chain* dalam meningkatkan daya saing industri halal melalui pendekatan studi pustaka.

KAJIAN PUSTAKA

Konsep *Halal Value Chain*

Halal Value Chain (HVC) merupakan konsep yang mengintegrasikan prinsip halal pada seluruh aktivitas rantai nilai, mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, penyimpanan, distribusi, pemasaran, hingga produk sampai kepada konsumen. Konsep ini berkembang dari pendekatan *supply chain management* yang menekankan pentingnya integrasi

proses bisnis untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan (Mudrikah & Vidiati, 2026). Dalam perspektif ekonomi syariah, nilai tambah tersebut tidak hanya berupa keuntungan ekonomi, tetapi juga jaminan kepatuhan terhadap prinsip syariah dan terpeliharanya integritas halal pada seluruh rantai pasok. Penelitian menunjukkan bahwa *Halal Value Chain* berfungsi sebagai ekosistem yang menghubungkan berbagai pemangku kepentingan untuk memastikan prinsip *halalan thayyiban* diterapkan secara menyeluruh. Menurut (Zakiyah et al., 2023) *Halal Value Chain* telah berkembang menjadi salah satu tema penting dalam penelitian industri halal global, terutama pada aspek manajemen rantai pasok, pengambilan keputusan, dan tata kelola halal (Usman & Adeliah, 2025). Kajian mereka menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi HVC sangat bergantung pada integrasi antara sertifikasi halal, logistik halal, teknologi informasi, dan kolaborasi antar pelaku industri.

Industri Halal dan Daya Saing

Daya saing industri merupakan kemampuan suatu industri untuk menghasilkan produk atau layanan yang mampu bersaing di pasar domestik maupun internasional melalui kualitas, efisiensi, inovasi, dan kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen (Aziz et al., 2021; Charina & Charisma, 2023). Dalam konteks industri halal, daya saing tidak hanya ditentukan oleh aspek harga dan kualitas produk, tetapi juga oleh tingkat kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk yang ditawarkan. Porter menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif dapat diperoleh melalui aktivitas-aktivitas dalam rantai nilai yang mampu menciptakan nilai lebih dibandingkan pesaing (Makhrus et al., 2025).

Pada industri halal, keunggulan tersebut diperoleh melalui kemampuan perusahaan menjaga integritas halal secara konsisten pada seluruh proses bisnis (Hasanah et al., 2023). Oleh karena itu, *Halal Value Chain* menjadi instrumen penting dalam membangun diferensiasi produk sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal. Perkembangan pasar halal global yang mencapai nilai triliunan dolar menunjukkan bahwa industri halal memiliki potensi besar sebagai sumber pertumbuhan ekonomi. Namun, tingginya persaingan global menuntut pelaku usaha untuk menerapkan strategi yang mampu meningkatkan efisiensi dan menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan.

Komponen Utama *Halal Value Chain*

Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal merupakan instrumen utama dalam menjamin kehalalan produk. Sertifikasi memberikan kepastian kepada konsumen bahwa produk telah memenuhi standar syariah yang ditetapkan oleh lembaga berwenang (Syarifudin & Prasetyo, 2024). Selain

berfungsi sebagai bentuk kepatuhan terhadap regulasi, sertifikasi halal juga menjadi alat pemasaran yang dapat meningkatkan reputasi dan daya saing perusahaan.

Halal Supply Chain

Halal supply chain merupakan sistem pengelolaan rantai pasok yang memastikan produk halal tidak terkontaminasi oleh unsur non-halal selama proses pengadaan, produksi, penyimpanan, dan distribusi (Mudrikah & Vidiati, 2026). Keberadaan halal supply chain menjadi faktor penting dalam menjaga integritas halal serta meningkatkan efisiensi operasional perusahaan.

Halal Logistics

Logistik halal mencakup seluruh aktivitas transportasi, pergudangan, dan distribusi yang memenuhi standar halal. Logistik halal bertujuan untuk mencegah terjadinya kontaminasi silang antara produk halal dan non-halal selama proses distribusi (Adilla & Afifah Zahra, 2025; Pratiwi, 2024). Infrastruktur logistik halal yang memadai menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan implementasi *Halal Value Chain*.

Teknologi dan Digitalisasi

Perkembangan teknologi digital membuka peluang besar dalam penguatan *Halal Value Chain*. Teknologi seperti blockchain, Internet of Things (IoT), dan sistem pelacakan digital memungkinkan transparansi yang lebih tinggi dalam rantai pasok halal (Zakiyah et al., 2023). Digitalisasi juga membantu meningkatkan efisiensi proses sertifikasi, pengawasan, dan distribusi produk halal. Namun, tingkat adopsi teknologi pada industri halal, khususnya UMKM, masih relatif rendah.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka (*library research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengkaji peran *Halal Value Chain* sebagai strategi penguatan daya saing industri halal. Data diperoleh dari berbagai sumber literatur yang relevan, seperti jurnal ilmiah, buku, prosiding, dan laporan penelitian yang membahas konsep *Halal Value Chain*, industri halal, serta daya saing. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*) melalui proses identifikasi, pengelompokan, dan sintesis hasil penelitian terdahulu guna memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai kontribusi *Halal Value Chain* dalam meningkatkan efisiensi, kepercayaan konsumen, dan keunggulan kompetitif industri halal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Halal Value Chain (HVC) merupakan pendekatan yang menempatkan prinsip halal sebagai bagian integral dari seluruh aktivitas rantai nilai industri. Dalam konteks penguatan daya saing industri halal, keberhasilan implementasi HVC sangat dipengaruhi oleh beberapa komponen utama, yaitu sertifikasi halal, halal supply chain, halal logistics, dan teknologi digital. Keempat komponen tersebut saling terhubung dalam membentuk sistem yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bagi pelaku industri halal.

Sertifikasi Halal sebagai Jaminan Kepercayaan Konsumen

Sertifikasi halal merupakan komponen utama dalam *Halal Value Chain* karena berfungsi sebagai bukti bahwa produk telah memenuhi standar kehalalan yang ditetapkan (Purnama et al., 2024). Dalam industri halal, sertifikasi tidak hanya menjadi kewajiban regulasi, tetapi juga menjadi instrumen pemasaran yang mampu meningkatkan kepercayaan konsumen. Kepercayaan tersebut sangat penting karena konsumen cenderung memilih produk yang memiliki jaminan halal yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan (Makhrus et al., 2025; Rahayuningsih & Ghozali, 2021).

Dari perspektif daya saing, sertifikasi halal memberikan nilai tambah berupa peningkatan reputasi perusahaan dan diferensiasi produk di pasar (Adilla & Afifah Zahra, 2025). Produk yang bersertifikat halal memiliki peluang lebih besar untuk diterima oleh konsumen Muslim maupun non-Muslim yang mengutamakan aspek kualitas, keamanan, dan kebersihan produk (Charina & Charisma, 2023). Oleh karena itu, sertifikasi halal menjadi fondasi utama dalam membangun keunggulan kompetitif industri halal.

Halal Supply Chain sebagai Penguat Efisiensi Operasional

Komponen kedua dalam HVC adalah halal supply chain atau rantai pasok halal. Rantai pasok halal memastikan bahwa seluruh bahan baku, proses produksi, dan aktivitas pendukung lainnya terbebas dari unsur non-halal. Penerapan halal supply chain memungkinkan perusahaan mengendalikan kualitas produk sejak tahap awal produksi hingga produk siap dipasarkan. Hasil kajian pustaka menunjukkan bahwa integrasi rantai pasok halal mampu meningkatkan efisiensi operasional melalui pengurangan risiko kontaminasi, pengendalian kualitas yang lebih baik, serta koordinasi yang lebih efektif antara pemasok dan produsen. Efisiensi tersebut berdampak pada penurunan biaya operasional dan peningkatan produktivitas perusahaan. Dengan demikian, halal supply chain menjadi salah satu faktor yang memperkuat daya saing industri halal di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Halal Logistics sebagai Penjaga Integritas Produk

Halal logistics merupakan komponen yang berperan dalam menjaga integritas halal selama proses penyimpanan, transportasi, dan distribusi produk. Logistik halal memastikan bahwa produk halal tidak bercampur atau terkontaminasi dengan produk non-halal selama proses distribusi. Dalam perspektif daya saing, logistik halal memberikan jaminan kualitas yang lebih tinggi kepada konsumen. Keberadaan sistem logistik halal yang baik juga mendukung kelancaran distribusi produk ke berbagai wilayah dan pasar internasional. Hal ini menjadi penting mengingat meningkatnya permintaan produk halal global yang membutuhkan sistem distribusi yang aman, efisien, dan sesuai standar halal internasional. Oleh karena itu, penguatan infrastruktur logistik halal menjadi salah satu faktor strategis dalam meningkatkan daya saing industri halal Indonesia.

Teknologi Digital sebagai Pendukung Transparansi dan Inovasi

Perkembangan teknologi digital memberikan kontribusi besar terhadap penguatan *Halal Value Chain*. Pemanfaatan teknologi seperti *blockchain*, *Internet of Things (IoT)*, *big data*, dan *sistem traceability digital* memungkinkan proses pemantauan rantai pasok halal dilakukan secara lebih transparan dan akurat (Usman & Adeliah, 2025). Teknologi digital membantu pelaku usaha dalam melacak asal bahan baku, proses produksi, hingga distribusi produk secara real-time. Transparansi tersebut meningkatkan kepercayaan konsumen sekaligus mempermudah proses audit dan sertifikasi halal. Selain itu, digitalisasi juga mendorong efisiensi operasional, memperluas akses pasar melalui platform digital, serta meningkatkan kemampuan perusahaan dalam merespons perubahan kebutuhan konsumen. Dengan demikian, teknologi digital menjadi elemen penting dalam menciptakan inovasi dan memperkuat daya saing industri halal di era ekonomi digital.

Pembahasan

Integrasi Komponen *Halal Value Chain* dalam Meningkatkan Daya Saing Industri Halal, Keberhasilan implementasi *Halal Value Chain* (HVC) tidak hanya ditentukan oleh keberadaan masing-masing komponen secara terpisah, tetapi oleh kemampuan seluruh komponen tersebut untuk bekerja secara terintegrasi dalam satu sistem yang saling mendukung (Pratiwi, 2024). Integrasi antara sertifikasi halal, *halal supply chain*, *halal logistics*, dan teknologi digital membentuk ekosistem halal yang mampu menciptakan nilai tambah, meningkatkan efisiensi, serta memperkuat kepercayaan konsumen. Dengan kata lain, daya saing industri halal akan semakin kuat apabila seluruh komponen HVC diterapkan secara konsisten dan berkelanjutan.

Sertifikasi halal berperan sebagai dasar legalitas dan jaminan kepatuhan terhadap prinsip syariah (Rahayuningsih & Ghozali, 2021). Namun, sertifikasi halal tidak akan berlaku maksimal jika tidak disertai dengan rantai pasok yang juga halal apabila tidak didukung oleh rantai pasok halal yang mampu menjamin bahwa bahan baku, proses produksi, dan distribusi produk tetap terjaga kehalalannya. Oleh karena itu, integrasi antara sertifikasi halal dan halal supply chain menjadi penting untuk memastikan bahwa status halal tidak hanya berlaku pada produk akhir, tetapi juga pada seluruh proses yang menghasilkan produk tersebut. Integrasi ini memberikan jaminan yang lebih kuat kepada konsumen sehingga meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap produk halal.

Selanjutnya, *halal supply chain* perlu didukung oleh sistem halal logistics yang memadai. Logistik halal berfungsi menjaga integritas produk selama proses penyimpanan, pengangkutan, dan distribusi (Makhrus et al., 2025). Tanpa sistem logistik yang sesuai dengan standar halal, risiko kontaminasi silang antara produk halal dan non-halal dapat terjadi sehingga mengurangi kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, integrasi antara rantai pasok halal dan logistik halal menjadi faktor penting dalam mempertahankan kualitas dan kehalalan produk hingga sampai ke tangan konsumen. Kondisi ini pada akhirnya memperkuat reputasi perusahaan dan meningkatkan daya saing produk di pasar.

Selain itu, perkembangan teknologi digital semakin memperkuat efektivitas integrasi seluruh komponen HVC. Teknologi seperti *blockchain*, *Internet of Things (IoT)*, *artificial intelligence (AI)*, dan *sistem traceability digital* memungkinkan setiap aktivitas dalam rantai nilai halal dipantau secara real-time (Mudrikah & Vidiati, 2026). Melalui teknologi tersebut, informasi mengenai asal bahan baku, proses produksi, sertifikasi, hingga distribusi produk dapat diakses dengan lebih transparan. Transparansi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat kepercayaan konsumen karena mereka dapat memastikan kehalalan produk yang dikonsumsi.

Integrasi seluruh komponen HVC juga memberikan dampak positif terhadap perluasan pasar dan peningkatan daya saing global. Produk yang memiliki sertifikasi halal, didukung oleh rantai pasok dan logistik halal yang baik, serta memanfaatkan teknologi digital dalam pengelolaannya akan lebih mudah memenuhi standar internasional. Hal ini memberikan peluang yang lebih besar bagi pelaku industri untuk memasuki pasar ekspor dan bersaing dengan produk halal dari negara lain (Budi, 2025). Dengan demikian, integrasi HVC tidak hanya menciptakan efisiensi internal perusahaan, tetapi juga meningkatkan kemampuan industri halal dalam menghadapi persaingan global.

Berdasarkan kajian pustaka, dapat dipahami bahwa integrasi komponen *Halal Value Chain* merupakan kunci utama dalam membangun keunggulan kompetitif industri halal. Sinergi antara sertifikasi halal, halal supply chain, halal logistics, dan teknologi digital mampu menghasilkan sistem bisnis yang transparan, efisien, terpercaya, dan berorientasi pada kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, penguatan integrasi seluruh komponen HVC perlu menjadi fokus utama bagi pemerintah, pelaku usaha, dan lembaga terkait dalam upaya meningkatkan daya saing industri halal nasional maupun global.

KESIMPULAN

Halal Value Chain (HVC) merupakan faktor kunci dalam meningkatkan daya saing industri halal. Sinergi antara sertifikasi halal, *halal supply chain*, *halal logistics*, dan teknologi digital mampu menciptakan sistem bisnis yang tidak hanya menjamin kepatuhan terhadap prinsip syariah, tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional, kualitas produk, dan kepercayaan konsumen. Penerapan komponen-komponen tersebut secara terintegrasi memungkinkan perusahaan menjaga integritas halal pada seluruh proses bisnis, mulai dari pengadaan bahan baku hingga produk diterima oleh konsumen.

Selain memberikan jaminan kehalalan, integrasi HVC juga berkontribusi terhadap pembentukan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui peningkatan transparansi, efektivitas rantai pasok, serta perluasan akses pasar domestik dan global. Pemanfaatan teknologi digital semakin memperkuat implementasi HVC dengan mendukung sistem pelacakan produk, pengawasan rantai pasok, dan penyediaan informasi yang akurat kepada konsumen. Oleh karena itu, semakin baik integrasi komponen *Halal Value Chain*, semakin besar peluang industri halal untuk meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, dan memperkuat posisinya dalam ekosistem industri halal global.

DAFTAR PUSTAKA

- Adilla, F., & Afifah Zahra, I. (2025). Pengaruh Inovasi Produk Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Frozen Food Ciomy. *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen*.
- Aziz, F., Setyorini, R., & Hasanah, Y. N. (2021). Analisis Halal Supply Chain Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) Makanan Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 293. <https://doi.org/10.29040/jiei.V7i1.1936>
- Budi, Y. A. (2025). Competitiveness Analysis Of The *Halal Value Chain* In The Global Market. *Journal Corner Of Education, Linguistics, And Literature*, 5(001), 317–326. <https://doi.org/10.54012/jcell.V5i001.582>

- Charina, A., & Charisma, D. (2023). Efektivitas Penerapan Ekosistem *Halal Value Chain* (Hvc) Pada Industri Makanan Dan Minuman Halal Di Indonesia. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 2023(2), 1858–1878.
- Fadilah, D., Pelitawati, E., Jaelani, A., & Fatmasari, D. (2026). Penguatan Ekosistem Industri Halal Nasional Berbasis Ekonomi Syariah. *Al Mudayanah: Journal Of Islamic Economics And Finance*, 2. <https://doi.org/10.64845/Al-Mudayanah.V2i1>
- Hakim, M. F., & Sugianto, S. (2024). Studi Library Research: Penguatan Ekosistem *Halal Value Chain* Di Indonesia Untuk Industri Halal Global. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(4), 2227–2238. <https://doi.org/10.54082/Jupin.787>
- Hasanah, M., Istikomah, & Muhammad Syafii. (2023). Implementasi *Halal Value Chain* Dalam Mewujudkan Ekosistem Halal Pada Produk Unggulan Ud Mitra Jamur Jember. *At-Tasharruf "Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Syariah"*, 5(2), 98–107. <https://doi.org/10.32528/At.V5i2.1131>
- Makhrus, Amelia, D., Yulianisya, N. N., Darajatun, S., & Rizkiana, T. (2025). *Halal Branding Membangun Kepercayaan Melalui Sertifikasi Halal* (S. Ramadhani, Ed.). Litera Inti Aksara.
- Mudrikah, C. A., & Vidiati, C. (2026). Peran Industri Halal Dalam Mendorong Penjualan Oleh-Oleh Khas Cirebon. *Currency: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5.
- Pratiwi, H. (2024). Overview Rantai Nilai Halal (*Halal Value Chain*) Pada Bahan Pangan Olahan Daging Di Indonesia. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7.
- Purnama, R., Indra, & Nurrachmi, R. (2024). Penguatan *Halal Value Chain* Pada Kluster Makanan Dan Minuman Di Indonesia. *Pjefas | Postgraduated Journal Of Islamic Economics, Finances And Accounting Studies*, 3(2), 2024.
- Rahayuningsih, E., & Ghozali, M. L. (2021). Sertifikasi Produk Halal Dalam Perspektif Mashlahah Mursalah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 135. <https://doi.org/10.29040/Jiei.V7i1.1929>
- Soni Pebrianto, E., & Andrini, R. (2025). Pengaruh Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm Syariah: Digital Marketing Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Umkm Syariah Kota Pekanbaru). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi*, 13, 1–24. <https://journal.uir.ac.id/index.php/peka>
- Syaifudin, A., & Prasetyo, L. (2024). Penguatan *Halal Value Chain* Pada Komoditas Daging Ayam Di Peternakan Desa Wonosobo Kecamatan Ngadirojo Kabupaten Pacitan. *Jasie-Journal Of Aswaja And Islamic Economics*, 03. <https://doi.org/10.3194/Jse.V1i1.6877>
- Usman, & Adeliah. (2025). Analisis Penerapan *Halal Value Chain* Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Pusat Riset Dan Publikasi Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Universitas Samawa*, 13. <http://ejournalppmunsa.ac.id/index.php/jebpp>.440-450
- Wilson, J. A. J. (2018). *Halal Branding*. Claritas Books.

Zakiyah, Budi, I. S., Komarudin, P., & Wahab, A. (2023). Analisis *Halal Value Chain* Pada Pengembangan Produk Wisata Halal Makam Habib Basirih Di Kota Banjarmasin Iman Setya Budi. *Ekonomika Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 9.



© 2026 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).