

**ANALISIS VALUE CHAIN PADA RESTORAN HALAL
DALAM ESTABLISHING HALAL VALUE CHAIN**

Mufit Suyuti¹ Yuniarti Hidayah Suyoso Putra², Meldona³

Megister Ekonomi Syariah Uin Maulana Malik Ibrahim¹

Dosen Megister Ekonomi Syariah Uin Maulana Malik Ibrahim²³

2205042200017@Student.uin-malang.ac.id¹, yuni@akuntansi.uin-malang.ac.id²,
meldona@akuntansi.uin-malang.ac.id³

ABSTRACT

This research uses Halal value chain analysis. The Halal value chain analysis method used in this research focuses on internal Halal restaurants which refers to Porter's Value Chain theory. Halal Value Chain analysis is divided into primary activities and secondary activities. This research uses a literature study method because the main aim of this research is to investigate and analyze the Value Chain in Halal Restaurants in Establishing a Halal Value Chain. The data used was taken from journals, news, and so on related to this research. Halal Value Chain, which refers to Porter's Value Chain theory, is considered to be able to analyze halal quality in halal restaurants because it focuses on restaurant internals, apart from increasing food safety for Muslim consumers. Restaurant owner awareness is very important for the protection of halal food. The regulatory framework needs to be improved to better support the halal industry.

Keywords: Halal Value chain, Establishing, Restoran halal.

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan analisis *Halal value chain*. Metode analisis *Halal value chain* yang digunakan dalam penelitian ini berfokus pada internal restoran Restoran Halal yang merujuk pada teori *Value Chain Porter*. Analisis *Halal Value Chain* terbagi menjadi aktivitas primer dan aktivitas sekunder. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur karena tujuan utama dalam penelitian ini adalah menginvestigasi dan menganalisis *Value Chain* pada Restoran Halal Dalam *Establishing Halal Value Chain*. Data data yang digunakan di ambil dari jurnal, berita, dan lain sebagainya yang berhubungan dengan penelitian ini. *Halal Value Chain* yang merujuk pada teori *Value chain porter* dinilai dapat menganalisis kualitas halal pada Restoran halal karena focus pada internal restoran, selain itu meningkatkan keamanan makanan bagi konsumen muslim. Kesadaran Pemilik restoran sangat penting untuk proteksi makanan halal. Kerangka kerja peraturan perlu ditingkatkan untuk dukungan industri halal yang lebih baik.

Kata Kunci: Halal Value chain, Establishing, Restoran halal.

A. Pendahuluan

Islam saat ini adalah agama dengan jumlah populasi terbesar kedua di dunia, setelah Kristen.

Berdasarkan laporan Komite Nasional Keuangan Syariah (2018), populasi Muslim dunia diperkirakan akan meningkat sekitar 35 persen dalam 20

tahun mendatang, naik dari 1,6 miliar pada 2010 menjadi 2,2 miliar pada 2030. Di sisi lain, dalam laporan Komite Nasional Keuangan Syariah, (2018) menyebutkan bahwa antara 2010 dan 2050 penduduk Muslim memiliki tingkat pertumbuhan yang diproyeksikan sekitar 73 persen. Pertumbuhannya akan lebih cepat daripada rata-rata pertumbuhan populasi global sebesar 37 persen. Jika tingkat pertumbuhan ini berlanjut hingga tahun 2050, populasi Muslim Global akan menandingi Kristen pada 2060.

Sejalan dengan pertumbuhan populasi Muslim, permintaan untuk komoditas halal terus meningkat. Data *Global Islamic Economy Report 2019* menyebutkan bahwa makanan dan minuman memegang saham terbesar di global halal industri. Nilainya USD 1,303 miliar. Makanan dan minuman halal diproyeksikan akan tumbuh mencapai USD 1,863 miliar pada tahun 2024. Selain itu Penelitian menunjukkan bahwa makanan halal tidak hanya memenuhi kebutuhan penduduk Muslim tetapi juga dipandang sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi yang memberikan peluang kerja dan meningkatkan ekonomi lokal, yang

mendukung SDG 8 (*Work Decent and Economic Growth*) (Widayat et al., 2022). Selain itu, makanan halal dapat meningkatkan ketahanan pangan dan nutrisi, mengatasi SDG 2 (*Zero Hunger*) dengan memastikan bahwa makanan aman, bergizi, dan dapat diakses oleh semua (Ismail, 2023). Namun, tantangan tetap ada, seperti perlunya kerangka peraturan yang lebih baik dan kesadaran konsumen untuk sepenuhnya menyadari potensi makanan halal dalam mencapai tujuan ini (Syariah et al., 2022). Secara keseluruhan, sektor makanan halal di Indonesia menghadirkan peluang beragam untuk mema SDGs sambil menghormati nilai-nilai budaya dan agama.

Strategi untuk mencapai visi Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah terkemuka dunia adalah penguatan *halal value chain*. Menurut Komite Nasional Keuangan Syariah (2018), *halal value chain* adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui rangkaian kegiatan yang menciptakan nilai yang dilakukan suatu perusahaan untuk menghasilkan produk halal kepada pelanggan (Djakfar, 2017; Rahman, 2015). Dalam internal perusahaan, *halal value chain* dapat merujuk pada

teori *Value Chain Porter* (Intyas et al., 2020; Porter, 1985). Analisis *value chain porter* terdiri dari aktivitas *value chain* yang menganalisis sistem Operasional industri halal. Aktivitas *value chain* terbagi menjadi aktivitas primer dan aktivitas sekunder (Dwicaksana & Pujiyono, 2020). Aktivitas primer berupa aktivitas yang terlibat dalam penciptaan fisik produk, penjualan, distribusinya ke para pembeli dan layanan penjualan (Intyas et al., 2020; Porter, 1985). Merujuk pada teori Porter (1985), Aktivitas primer dalam internal perusahaan yang menghasilkan produk halal terbagi dari mulai logistik ke dalam, operasional, logistik keluar, pemasaran dan penjualan, dan terakhir pelayanan. Aktivitas sekunder merupakan aktivitas yang dapat membantu perusahaan secara keseluruhan melalui menyediakan infrastruktur atau input yang memungkinkan aktivitas-aktivitas primer dilakukan secara berkelanjutan (Intyas et al., 2020; Porter, 1985). Merujuk pada teori Porter (1985), Aktivitas sekunder yang dilakukan perusahaan dalam mendukung aktivitas primer terdiri dari infrastruktur perusahaan, manajemen sumberdaya manusia, perkembangan teknologi,

dan terakhir pembelian. Penerapan *halal value chain* dalam perusahaan berupa aktivitas primer dan sekunder yang sesuai dengan ketentuan hukum islam dan negara akan menghasilkan produk makanan dan minuman halal (Djakfar, 2017).

Konsep restoran halal tidak hanya terpaku pada menu makanan dan minuman halal saja, namun juga pada segi operasionalisasi. Operasionalisasi restoran halal selalu memastikan bahwa semua konstruksi penting dari sistem makanan halal diterapkan secara efektif untuk meningkatkan kinerja operasional dan kualitas produk (Ahmad et al., 2020). Studi Yanthy et al., (2020), sistem operasional untuk restoran halal mencakup kepatuhan hukum, mekanisme operasional yang memenuhi hukum syariah dan mekanisme perlindungan halal baik mulai pra produksi hingga sampai ke tangan konsumen. Namun, meskipun jumlah restoran halal sangat besar, tantangan tetap ada dalam memastikan kualitas yang konsisten, dan kepatuhan terhadap standar halal. (Anggraini et al., 2020).

Restoran halal yang berkaitan dengan kebutuhan makan dan minuman halal bagi masyarakat

Muslim. Menanggapi visi Indonesia terhadap industry halal, pemerintah Indonesia telah menerbitkan UU No.33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Selain itu, pemerintah membentuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang bertanggung jawab terhadap Regulasi jaminan produk halal. Sementara keputusan fatwa sertifikasi halal ada di bawah tanggung jawab Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia (KF MUI). Tentunya keputusan fatwa sertifikasi halal dapat diputuskan berdasarkan hasil laporan audit yang dilakukan oleh Lembaga Pemeriksa Halal (LPH). Akan tetapi di lapangan semakin populernya masakan halal mencerminkan permintaan pasar untuk pilihan bersertifikat, namun hal itu menimbulkan kekhawatiran tentang keaslian klaim halal (Pangestu, 2022). Secara keseluruhan, sektor makanan halal harus menavigasi kompleksitas ini untuk memenuhi harapan konsumen secara efektif (Andrianto, 2019).

Sejalan dengan dukungan pemerintah, penelitian Sumarlam et al., (2020) menyoroti bahwa pasar makanan halal di Indonesia tidak hanya besar tetapi juga beragam, salah satunya sektor restoran halal.

Menurut Anggraini et al., (2020), Jumlah restoran halal di Indonesia meningkat sangat signifikan. Penelitian menunjukkan bahwa sektor restoranhalal di Indonesia telah berkembang perkiraan lebih dari 10.000 restoran bersertifikat halal di seluruh indonesia. Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya kesadaran konsumen dan dukungan pemerintah.

Berdasarkan apa yang telah peneliti ungkapkan perlu adanya penelitian mengenai analisis Analisis Value Chain pada Restoran Halal dalam Establishing Halal Value Chain yang dilakukan untuk mengevaluasi apakah Restoran ini dapat menghasilkan serangkaian aktivitas *halal value chain* yang menghasilkan output berupa kualitas merek halal. Dengan adanya penelitian ini maka akan di peroleh hasil dan rekomendasi yang akan menjadi pertimbangan pengambilan keputusan oleh Restoran Halal.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan Studi literatur karena tujuan utama dalam penelitian ini adalah menganalisis *Value Chain* pada Restoran Halal dalam

Establishing Halal Value Chain. Data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah jurnal, artikel, berita dan lain sebagainya yang berhubungan dengan penelitian ini..

Penelitian ini menggunakan analisis *Halal value chain*. Metode analisis *Halal value chain* yang digunakan dalam penelitian ini berfokus pada internal Restoran Halal yang merujuk pada teori *Value Chain Porter*. Analisis *Halal Value Chain* terbagi menjadi aktivitas primer dan aktivitas sekunder (Dwicaksana & Pujiyono, 2020). Aktivitas primer terdiri dari logistik ke dalam, operasional, logistik keluar, pemasaran dan penjualan, dan terakhir pelayanan. Aktivitas sekunder yang dilakukan dalam mendukung aktivitas primer terdiri dari infrastruktur perusahaan, manajemen sumberdaya manusia, perkembangan teknologi, dan terakhir pembelian.

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Halal Value Chain

Konsep Halal Value Chain mencakup proses memastikan bahwa produk dan jasa mematuhi prinsip-prinsip Islam dari Praproduksi hingga ke tangan konsumen, memainkan peran penting dalam berbagai sektor seperti industri halal (Imani & Putri, 2023;

Meylianingrum et al., 2022; Regita et al., 2023; Wahab, 2023). Konsep ini melibatkan penerapan prinsip-prinsip Syariah dalam pengelolaan *value chain*, menekankan efisiensi dan efektivitas dalam memberikan produk dan layanan halal. Sementara itu, menurut Komite Nasional Keuangan Syariah (2018), penerapan *Halal Value Chain* pada Industri makanan dan minuman menghadapi peluang dan tantangan yang dikelompokkan dalam beberapa aspek seperti yang dijelaskan pada Table 3.

Tabel 1. Peluang dan tantangan

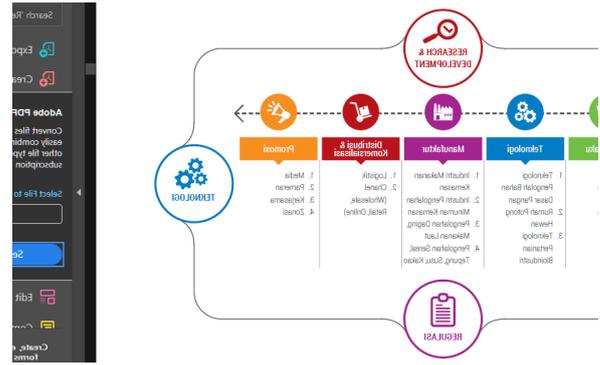
Aspek	Peluang	Tantangan
Permintaan dan pasar	<ul style="list-style-type: none"> ● Pertumbuhan jumlah umat Muslim Indonesia dan dunia ● Target pasar di Indonesia sangat besar, dengan pertumbuhan masyarakat kelas menengah 7-8% per tahun sehingga daya beli pun meningkat ● Meningkatkan kesadaran 	<ul style="list-style-type: none"> ● Produk multinasional yang mulai menggarap sektor makan halal ● Akses ke pasar internasional masih kecil ● Kurangnya riset mengenai pergerakan pasar, segmentasi dan selera pasar

	masyarakat untuk mengonsumsi makanan halal				
Teknologi dan informasi	<ul style="list-style-type: none"> • Perkembangan teknologi yang pesat • Berkembangnya e-commerce dan media 	<ul style="list-style-type: none"> • Pemanfaatan teknologi informasi masih rendah 			
Regulasi	<ul style="list-style-type: none"> • Dukungan pemerintah terhadap industri makanan dan halal secara umum melalui UU no 33 tahun 2014 	<ul style="list-style-type: none"> • Kebijakan pemerintah pusat dan daerah masih belum selaras. 			
Kerjasama dengan sektor lain	<ul style="list-style-type: none"> • Peluang co-branding dengan sektor pariwisata halal • Peluang co-marketing dengan sektor media dan rekreasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Asymmetric information antar sektor • Birokrasi kerja sama antar sektor 			
			Pembiayaan	<ul style="list-style-type: none"> • Semakin banyak platform alternatif pembiayaan • Peluang kolaborasi dengan lembaga perbankan dan keuangan syariah • Semakin banyaknya skema pembiayaan yang ramah IKM (KUR, LPEI, Ventura) 	<ul style="list-style-type: none"> • Lembaga keuangan kurang memahami seluk beluk industri kreatif • Lembaga pembiayaan masih membutuhkan jaminan yang tangible, seperti: ijazah, sertifikat, dan terutama business plan, yang kebanyakan belum bisa dipenuhi oleh para pelaku usaha
			R&D	<ul style="list-style-type: none"> • Kerja sama riset dengan badan penelitian pangan, universitas dan perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Kurangnya riset mengenai uji bahan pangan halal • Ketersediaan database industri makanan dan minuman halal terbatas

Sumber : Komite Nasional Keuangan Syariah (2018)

Dalam rujukan Komite Nasional Keuangan Syariah (2018), juga menyebutkan Dengan adanya halal value chain diharapkan standar mutu, kualitas, pelayanan produk dan jasa halal menjadi kenyataan.

Semuanya terintegrasi mulai dari input, produksi, distribusi, pemasaran, dan konsumsi. Produk makanan dalam inputnya harus terjamin halal-halalnya mulai dari saat ditenak, pakan ternak, pupuk dan bahan kimia yang digunakan harus halal. Kemudian nilai kehalalan produk harus tetap terjaga saat dalam proses pengolahan bahan baku sampai kepada hasil akhir produk. Kemudian proses dan pendistribusian produk makanan dan minuman halal juga harus terjamin di dalam pergudangan, pengepakan, ruang pendinginan, dan pengolahan. Setelah itu dalam pemasaran harus menunjukkan nilai syariah, mulai dibawa ke supermarket, hingga terakhir sampai ke konsumen di restoran, hotel, dan rumah makan. Produk tidak boleh bercampur dengan makanan tidak halal. Kemudian sebagai bentuk pengembangan yang utuh dalam menjaga nilai halal dan terintegritas, pembiayaannya harus menggunakan keuangan syariah. Asuransinya juga syariah untuk meminimalisasi risiko usaha. Berikut konsep Gambaran *Halal Value chain* menurut Komite Nasional Keuangan Syariah (2018).



Gambar 1. Halal Value chain (Komite Nasional Keuangan Syariah, 2018)

Berdasarkan gambar.1 memiliki kelemahan berupa belum adanya konsep yang mendalam yang berfokus pada menjaga *halal value chain* secara internal restoran. Dalam internal Perusahaan *Halal Value Chain* merupakan suatu gambaran untuk melihat suatu perusahaan sebagai suatu rantai aktivitas yang dapat mengubah input menjadi suatu output yang bernilai halal bagi konsumen. *Halal Value Chain Analysis* merupakan analisis yang berupaya memahami bagaimana suatu bisnis menciptakan nilai halal bagi pelanggan dengan memeriksa kontribusi dari aktivitas-aktivitas yang berbeda dalam internal bisnis terhadap nilai halal. *Halal Value Chain Analysis* menggunakan indikator yang merujuk pada teori *Value chain* (Porter, 1985). Teori *Value chain* merupakan indikator untuk memahami *value chain* yang berbentuk suatu produk secara internal usaha. Dengan

merujuk pada teori *Value chain Porter* (1985), indikator *Halal value chain* berasal dari aktivitas-aktivitas halal yang dilakukan perusahaan, mulai dari aktivitas penerimaan bahan baku sampai ketangan konsumen ataupun pelanggan, termasuk pelayanan pasca jual (Sami, 2008).

2. Aktivitas Halal Value Chain

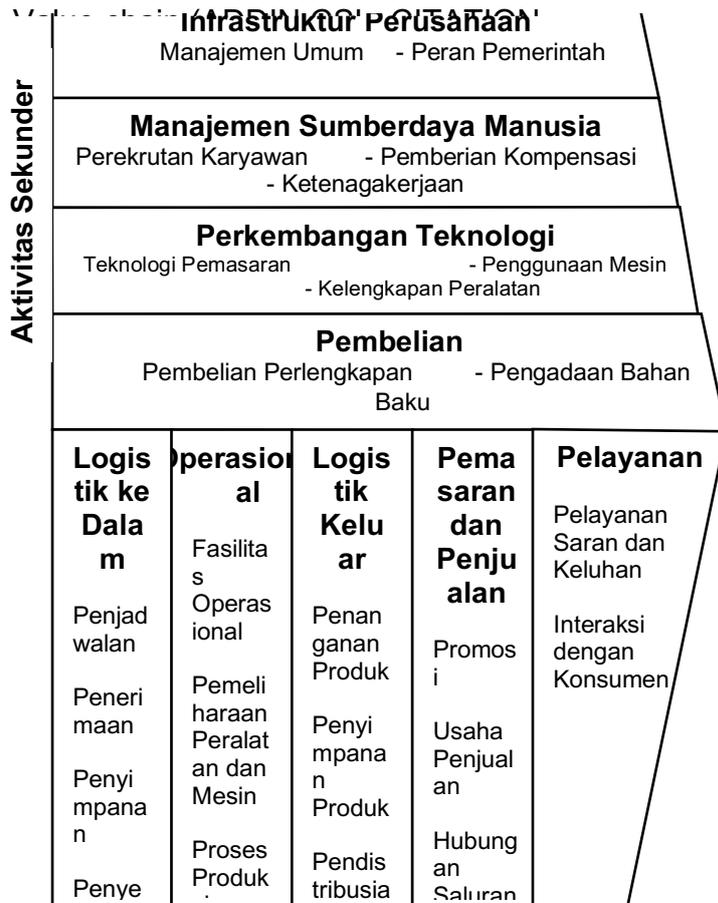
Aktivitas Halal Value Chain dengan indikator *Value chain Porter* (1985), terdiri dari dua kegiatan internal yaitu aktivitas primer dan aktivitas sekunder yang tidak dapat dipisahkan karena masing-masing aktivitas sangat penting dalam keberlanjutan perusahaan. Aktivitas primer adalah aktivitas yang terlibat dalam logistik kedalam, operasi, pengadaan logistik luar, pemasaran dan penjualan dan pelayanan perusahaan. Sedangkan aktivitas sekunder adalah aktivitas yang membantu perusahaan secara keseluruhan dengan menyediakan infrastruktur ataupun input yang memungkinkan aktivitas-aktivitas utama dilakukan secara berkelanjutan (Porter, 1985). Di bawah ini dapat dijelaskan mengenai kerangka value chain Porter (1985) pada Gambar 1. Pada gambar 2. Indikator *value chain* memiliki aktivitas utama atau primer adalah aktivitas yang terlibat dalam

penciptaan fisik produk, penjualan dan distribusinya ke para pembeli dan layanan penjualan (Intyas et al., 2020; Porter, 1985). Potensi pendukung agar pencipta nilai aktivitas primer terdiri dari :

1. Logistik ke dalam (*Inbound Logistic*)

Logistik ke dalam (*Inbound Logistic*) merupakan suatu kegiatan yang berhubungan atau berkaitan dengan penanganan material pergudangan dengan pengendalian persediaan bahan baku, digunakan untuk

Gambar SEQ Gambar * ARABIC 2. Indikator



Aktivitas Primer

penerimaan, penyimpanan dan

pengeluaran input untuk produksi. Dalam hal ini efisiensi dalam penentuan jumlah bahan baku mengakibatkan berkurangnya kemubadzir. Selain itu memastikan kehalalan produk juga merupakan pokok dalam menentukan sumber bahan baku produksi

0. Operasi (*Operation*)

Operasi (*Operation*) merupakan kegiatan yang sangat penting untuk mengkonversi input yang disediakan oleh logistik masuk kedalam bentuk produk akhir. Adapun yang termasuk didalamnya adalah penggunaan mesin, pengemasan, perakitan mesin dan alat, dan pemeliharaan peralatan. Dalam proses operasi harus menjaga kesucian mesin atau alat penunjang proses produksi agar tidak tercampur dengan barang tidak suci.

0. Logistik keluar (*Outbound Logistic*)

Outbound Logistic (Logistik keluar) merupakan kegiatan atau aktivitas-aktivitas yang melibatkan atau berhubungan langsung dengan pengumpulan, penyimpanan dan pendistribusian secara fisik produk ke konsumen akhir. Pendistribusian dan penyimpanan yang dilakukan harus

selalu menjaga kesucian dalam prosesnya.

0. Pemasaran dan Penjualan (*Marketing and Sales*)

Pemasaran dan Penjualan (*Marketing and Sales*) merupakan kegiatan aktivitas-aktivitas yang dapat memberi saran dan masukan untuk konsumen atau pelanggan untuk membeli produk dan untuk menyakinkan konsumen agar datang lagi. Dalam Teknik penjualan menjaga menggunakan akad akad yang jelas dan sesuai dengan syariat islam, sehingga tidak ada yang merasa dirugikan saat bertransaksi atau melakukan akad.

0. Pelayanan (*Service*)

Pelayanan (*Service*) merupakan kegiatan atau aktivitas-aktivitas yang dirancang untuk meningkatkan atau memelihara nilai suatu produk. Perusahaan akan melakukan aktivitas yang berhubungan dengan pelayanan termasuk instansi, pelatihan dan penyesuaian. Dalam hal ini pelayanan dilakukan sesuai syariah, seperti seragam, tata bahasa, dan tersedianya sarana beribadah.

Aktivitas pendukung atau sekunder merupakan aktivitas yang dapat

membantu perusahaan secara keseluruhan melalui menyediakan infrastruktur atau input yang memungkinkan aktivitas-aktivitas utama dilakukan secara berkelanjutan (Intyas et al., 2020; Porter, 1985). Potensi yang dapat menciptakan nilai pada aktivitas sekunder yaitu:

1. Pembelian/pengadaan (*Procurement*)

Procurement merupakan kegiatan atau aktivitas-aktivitas yang dilakukan untuk membeli input-input yang diperlukan untuk dapat memproduksi produk perusahaan, yang dimaksud dalam input-input pembelian meliputi item-item yang akan dikonsumsi penuh sepanjang proses produksi dan juga aktivitas tetap seperti mesin, peralatan laboratorium, peralatan kantor dan bangunan. Pengadaan yang dimaksudkan juga harus memastikan pembeliannya sudah sesuai dengan syariat.

2. Pengembangan teknologi (*Technological development*)

Technological development merupakan kegiatan atau aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan produk perusahaan serta proses yang dapat digunakan

seperti peralatan proses, desain riset, prosedur pemberian servis.

0. Manajemen sumberdaya manusia (*Human resource management*)

Human resource management merupakan kegiatan atau aktivitas yang melibatkan rekrutmen tenaga kerja baru, pelatihan untuk karyawan, pengembangan dan pemberian kompensasi kepada seluruh karyawan. Adanya waktu istirahat di waktu sholat, ketepatan dalam pemberian upah, serta adanya kompensasi.

0. Infrastruktur Perusahaan (*Firm Infrastructure*)

Firm Infrastructure merupakan kegiatan atau aktivitas seperti manajemen umum, perencanaan keuangan, akuntansi, hukum, ralisasi pemerintah, yang sangat diperlukan untuk dapat mendukung kerja seluruh *value chain* melalui infrastruktur ini. Dalam infrastruktur Perusahaan harus berpatokan pada hukum yang berlaku di negara dan tidak melanggar hukum baik secara legalitas negara atau secara hukum syariah.

D. Kesimpulan

Halal Value Chain yang merujuk pada teori *Value chain porter* dinilai dapat menganalisis kualitas halal pada Restoran halal karena focus pada internal restoran, selain itu meningkatkan keamanan makanan bagi konsumen muslim. Kesadaran Pemilik restoran sangat penting untuk proteksi makanan halal. Kerangka kerja peraturan perlu ditingkatkan untuk dukungan industri halal yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A. N., Rahman, R. A., Othman, M., Che Ishak, F. A., Mohamad, S. F., & Abidin, U. F. U. Z. (2020). The Relationship between Halal Food Management System Critical Constructs Implementation, Operational Performance and Product Quality. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(3). <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v10-i3/7096>
- Andrianto, T. (2019). THE HALAL-NESS HOSPITALITY ON HALAL TOURISM, CASE STUDY OF HALAL RESTAURANT IN BANDUNG, INDONESIA. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 2(2), 210–222. <https://doi.org/10.17509/jithor.v2i2.21001>
- Anggraini, N., Wardhani, K., Rozi, F., & Ashyia, S. (2020). *Decision Support System for Selecting Halal-Certified Restaurant Using Analytical Hierarchy Process on Android Platform*. 1–10. <https://doi.org/10.4108/eai.7-11-2019.2294565>
- Djakfar, M. (2017). Pariwisata Halal. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Dwicaksana, H., & Pujiyono, . (2020). Akibat Hukum Yang Ditimbulkan Mengenai Cryptocurrency Sebagai Alat Pembayaran Di Indonesia. *Jurnal Privat Law*, 8(2), 187. <https://doi.org/10.20961/privat.v8i2.48407>
- Imani, S., & Putri, I. L. (2023). HALAL VALUE CHAIN MODEL. 12(2), 255–273.
- Intyas, C. A., Fattah, M., & Utami, T. N. (2020). Value chain analysis of Bee Jay mangrove ecotourism in probolinggo. *Ecology, Environment and Conservation*, 26(3), 1090–1097.
- Ismail, R. Y. (2023). *The Role and Challenges of Halal Supervisor on SMEs Halal Food Certification: A Case in Indonesia*. 1(1).
- Komite Nasional Keuangan Syariah. (2018). Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024. *Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional*, 1–443. https://knks.go.id/storage/upload/1573459280-MasterplanEksyar_Preview.pdf
- Meylianingrum, K., Juiana, T., & Tahiri, A. (2022). *Shirkah: Journal of Economics and Business Hal al Value Chain in the Holding Business: The*

- Experience of Islamic-based School (Pesantren) in Indonesia.* 7(3), 318–334.
- Pangestu, A. D. (2022). *FENOMENA RESTORAN JEPANG HALAL*: 3(3), 1892–1899.
- Porter, M. E. (1985). *1998-Porter M.E. Competitive advantage.pdf*.
- Rahman, S. (2015). Analisis Nilai Tambah Agroindustri Chips Jagung. *Jurnal Aplikasi Teknologi Pangan*, 4(3), 108–111. <https://doi.org/10.17728/jatp.v4i3.136>
- Regita, A., Muis, C., Sari, S. P., Amatillah, M., & Thyra, N. (2023). *Development Of Halal Value Chain As A Manifestation For Economy Recovery In Post Covid-19.* 08(2), 151–163.
- Sami, F. (2008). *The Retail Value Chain: How to Gain Competitive Advantage through Efficient Consumer Response (ECR) Strategies.* Kogan Page Publishers.
- Sumarlam, Purnanto, D., & Ardhian, D. (2020). Linguistic landscape of food stall and restaurant names: A supply chain management of halal food in Malang City, Indonesia. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(2), 700–705.
- Syariah, P. E., Ekonomi, F., Agama, I., & Tarbiyatut, I. (2022). *PERAN EKONOMI SYARIAH DALAM MENDUKUNG TERWUJUDNYA SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs) DI INDONESIA* Eny Latifah *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (AT-TARIIZ) Peran Ekonomi Syariah Dalam Mendukung Terwujudnya Sustainable Development Goals (SDGs) Di Ind.* 108–120.
- Wahab, A. (2023). *ANALISIS HALAL VALUE CHAIN PADA PENGEMBANGAN.* 9, 123–138.
- Widayat, W., Suzery, M., & Ardianto, H. (2022). Analisis Pemahaman UMKM di Kota Semarang terhadap Kebijakan Produk Halal. *Jurnal Riptek*, 16, 153–160. <https://doi.org/10.35475/ripteck.v16i2.170>
- Yanthy, E., Purwanto, A., Pramono, R., Cahyono, Y., & Asbari, M. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional dan Transaksional Terhadap Kinerja Sistem Jaminan Halal HAS 23000. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(1). <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.7045>