

Kontribusi Halal Value Chain dalam Pengembangan Ekonomi Syariah pada UMKM

Desy Arum Sunarta^{a, 1*}, Nurfadilah Maulana^{b, 2}, Riski Apriliani^{c, 3}

¹ STAI DDI Pinrang, Indonesia

² STAI AL Azhar Gowa, Indonesia

³ Pascasarjana IAIN Parepare, Indonesia

Email: desyarumdas@gmail.com, nurfadilahmaulana02@gmail.com, riskiapriliiani021@gmail.com, ^c

*Corresponding Author

DOI:

ABSTRACT

Keywords:

Halal Value Chain; MSME Development.

The global Islamic economy industry focuses on highly consumptive and competitive sectors, such as food, lifestyle, tourism, and finance. The principle of halal serves as a universal indicator for Muslims regarding product quality and living standards. Therefore, it is crucial to start with halal raw materials and maintain integrity throughout the entire halal supply chain. The implementation of a halal value chain for all products is a form of trust for all producers. The distribution and marketing of halal food and beverage products must indicate the Shariah values and must not be mixed with non-halal products. This research aims to explore the development of the Islamic economy through the support of halal value chain implementation and to analyze data on the growth of halal certification among MSMEs in Indonesia, particularly in South Sulawesi. This study used a literature review method, gathering references relevant to the research topic. The findings indicate that the support for the halal value chain does not stop at distribution and marketing but also requires strengthening Islamic financial institutions, regulations, and research development. Aspects such as protection, impartiality, legal certainty, transparency, effectiveness, and efficiency are highly valued in ensuring the halal guarantee of a product. For Muslim consumers, halal certification is essential as it integrates religious values with consumer rights.

Article Info:

Submitted:
01/10/2024
Revised:
20/10/2024
Published:
02/11/2024



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International \(CC BY-SA 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

INTRODUCTION

Ekonomi Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang positif, tercermin dari peningkatan signifikan dalam peringkat negara ini di tingkat global. Berdasarkan laporan State of the Global Islamic Economy (SGIE), Indonesia berhasil naik satu peringkat, dari posisi keempat pada tahun 2023 menjadi peringkat ketiga pada tahun 2024. Prestasi ini didorong oleh penguatan kinerja pada sektor makanan-minuman halal dan pariwisata ramah muslim (Eka Budiyaniti 2022). Kontribusi sektor makanan-minuman halal dan pariwisata ramah muslim telah mendorong peningkatan peringkat ekonomi Indonesia di kancah global.

Pengembangan klaster-klaster industri halal merupakan salah satu strategi utama Indonesia untuk mencapai tujuan menjadi pusat ekonomi syariah dunia. Dengan mayoritas penduduk Muslim dan dukungan instrumen seperti sertifikasi halal, potensi Indonesia dalam sektor ini sangatlah besar. Klaster-klaster ini diharapkan dapat memperkuat rantai nilai halal dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan (Mu, Mardiyah, and Utami 2021). Kualitas produk halal, atau biasa dikenal dengan *Halalan Thoyyiban*, menjadi alasan umat non-Muslim untuk menggunakan produk-produk halal karena terdapat jaminan kebersihan, keamanan, dan kualitas produk untuk keseluruhan rantai produksi (*from farm to plate*)(Charina and Charisma 2023).

Industri halal di Indonesia telah mengalami diversifikasi yang pesat, mencakup sektor makanan, keuangan, pariwisata, dan lainnya. Pengembangan ekosistem halal yang didukung oleh pemerintah telah mendorong pertumbuhan yang signifikan. Konsep halal value chain, sebagai sebuah sistem yang terintegrasi, telah menjadi instrumen penting dalam memaksimalkan potensi ekonomi syariah di Indonesia.(Ahla 2020)

Pemerintah saat ini secara aktif berupaya mempercepat proses sertifikasi halal untuk mendukung pertumbuhan ekonomi syariah. Implementasi Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dan akselerasi Halal Value Chain (HVC) merupakan langkah konkret dalam mewujudkan hal tersebut. Upaya ini diharapkan dapat menjaga stabilitas perekonomian dan mendorong kemajuan bisnis halal di Indonesia (Bayumi 2022). Halal Value Chain (HVC) merupakan suatu strategi bisnis yang krusial bagi pelaku industri halal dalam meningkatkan daya saing di pasar global. Di Indonesia, fokus pengembangan HVC diarahkan pada enam sektor utama, yaitu makanan dan minuman halal, pariwisata halal, fesyen muslim, media dan rekreasi halal, farmasi dan kosmetik halal, serta energi halal (Julistia et al. 2021).

Perubahan pola konsumsi masyarakat yang mengarah pada gaya hidup halal telah menciptakan permintaan yang semakin tinggi terhadap produk-produk halal. Untuk memenuhi tuntutan pasar yang dinamis ini, diperlukan jaminan kehalalan yang konsisten sepanjang rantai pasok. Pembangunan kawasan industri halal menjadi solusi strategis untuk memenuhi kebutuhan tersebut (Annisa 2019).

Pada tahun 2023 tercatat banyaknya produk telah memiliki sertifikat halal. Pencapaian tersebut didorong oleh Program Sehati (Sertifikasi Halal Gratis) dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang memudahkan Usaha Mikro Kecil (UMK) melakukan pendaftaran mandiri (*self declare*) hingga terbit sertifikat halal melalui aplikasi SiHalal. Khusus untuk daerah Sulawesi Selatan sertifikat halal yang terbit sampai pada bulan Agustus 2024 mencapai 21.743 dengan total produk 85.220 (Olap.halal.go.id 2024).

Dengan tujuan untuk menjadikan Indonesia sebagai pusat industri halal dunia, pemerintah telah menyusun Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia (MESI) 2019-2024. Salah satu fokus utama MESI adalah penguatan rantai nilai halal pada seluruh kluster unggulan yang menjadi indikator dalam laporan Global Islamic Economy (GIE). Upaya ini diharapkan dapat mendorong hilirisasi produk halal dan meningkatkan kontribusi sektor halal terhadap perekonomian nasional (Hasanah, Syafii, and Kunci 2023). Untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan, diperlukan sinergi yang solid dan upaya maksimal dari seluruh pemangku kepentingan. Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, memiliki potensi yang sangat besar dalam industri halal. Potensi ini tidak boleh hanya dilihat sebagai pasar domestik, namun harus dikembangkan menjadi kekuatan global. Dengan mengambil pelajaran dari keberhasilan Malaysia dan Arab Saudi, Indonesia dapat menjadi pemimpin dalam industri halal dunia. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk pengembangan ekonomi syariah melalui dukungan penerapan *halal value chain* (HVC). Serta mengetahui data perkembangan kepemilikan sertifikat halal oleh UMKM di Indonesia khususnya pada daerah Sulawesi Selatan.

Literature Review

Halal Value Chain

Penguatan rantai nilai halal merupakan pendekatan strategis yang krusial dalam mewujudkan visi Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah global. Masterplan Ekonomi Syariah 2019-2024 telah merumuskan sejumlah kluster industri halal yang menjadi fokus pengembangan, yakni kluster makanan dan minuman halal, keuangan syariah, fesyen muslim, media dan rekreasi halal, farmasi dan kosmetik halal, serta energi terbarukan. Klasterisasi ini dilakukan dengan tujuan untuk mengoptimalkan potensi masing-masing sektor dan memperkuat sinergi antar industry. (Subianto 2018).

Gaya hidup halal telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat Muslim. Konsep gaya hidup halal ini menuntut seluruh aspek dalam proses bisnis, mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, pengemasan, hingga distribusi, untuk senantiasa memenuhi standar kehalalan. Dengan demikian, produk halal tidak hanya sekadar label, melainkan mencerminkan komitmen terhadap nilai-nilai keislaman. (Fauzi n.d.). Proses tersebut merupakan gambaran singkat mengenai *halal value chain*.

Bank Indonesia, sebagai lembaga yang bertanggung jawab atas sistem pembayaran dan stabilitas keuangan, berperan aktif dalam pengembangan rantai nilai

halal. Upaya ini sejalan dengan tujuan pemerintah untuk memperkuat fondasi ekonomi syariah di Indonesia. Ada empat hal yang menjadi perhatian utama berkaitan dengan *halal value chain*, yaitu (Mohammad Romli 2022):

1. Pertama, sertifikasi halal. Sertifikasi halal merupakan salah satu faktor penting yang dapat mendorong ekspor produk Indonesia ke pasar internasional. Hal ini disebabkan semakin banyak negara yang juga telah mengadopsi standar produk halal, sehingga persaingan di pasar global menjadi semakin kompetitif.
2. Kedua, pengembangan ekosistem pelaku usaha. Untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan rakyat, Indonesia perlu mengintegrasikan berbagai unit usaha. Salah satu pendekatan yang dapat dilakukan adalah dengan membentuk kelompok-kelompok usaha berdasarkan skala ekonomi, seperti kelompok usaha berbasis pesantren untuk masyarakat kecil dan asosiasi untuk masyarakat menengah atas.
3. Ketiga, pengembangan produk. Portofolio produk unggulan Indonesia sangat beragam, mencakup komoditas pangan, produk fesyen, pariwisata, kosmetik dan farmasi, jasa keuangan syariah, serta energi terbarukan. Diversifikasi produk ini menunjukkan potensi besar Indonesia untuk menjadi pemain utama di pasar global.
4. Keempat, *halal value chain* harus end-to-end baik dari produksi hingga marketing. Dalam proses produksi apakah akan berbasis rakyat, umat, atau yang lain. Sementara dari sisi marketing, bisa dengan kampanye gaya hidup halal, memanfaatkan berbagai web seminar, termasuk bagaimana Indonesia memanfaatkan platform digital baik untuk pemasaran, financing, dan lain - lain.

Tingkat kesadaran masyarakat Indonesia akan sertifikasi halal masih relatif rendah. Meskipun Kementerian Agama telah mengambil inisiatif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, namun upaya yang dilakukan belum memberikan hasil yang signifikan. Oleh karena itu, diperlukan gerakan nasional yang lebih masif untuk mendorong penerapan sertifikasi halal di seluruh sektor industri. (Milasari 2024). Pemerintah perlu segera mengambil langkah konkret untuk memastikan seluruh masyarakat Indonesia memperoleh jaminan produk halal sesuai amanat Undang-Undang. Sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014, seluruh produk yang beredar di Indonesia wajib bersertifikat halal. Batas waktu pelaksanaan kewajiban ini telah ditetapkan, yaitu pada tanggal 17 Oktober 2024 untuk produk makanan dan minuman. Kebijakan ini bertujuan untuk mendorong pertumbuhan industri halal dalam negeri dan meningkatkan daya saing produk halal Indonesia di pasar global.

Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal adalah suatu rangkaian kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan sertifikat yang menyatakan bahwa suatu produk telah melalui proses produksi yang sesuai dengan syariat Islam. Proses ini meliputi verifikasi terhadap

bahan baku, proses produksi, serta Sistem Jaminan Halal (SJH) yang telah diimplementasikan oleh produsen, dengan acuan standar yang ditetapkan oleh LPPOM MUI (LPPOM MUI 2008). Pasca berlakunya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014, sertifikasi halal secara resmi didefinisikan sebagai suatu penetapan status kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH. Penetapan status halal ini didasarkan pada fatwa tertulis yang diterbitkan oleh Majelis Ulama Indonesia setelah melalui proses evaluasi yang komprehensif.(Warto and Samsuri 2020).

Sertifikasi halal adalah suatu mekanisme yang bertujuan untuk memberikan kepastian kepada konsumen Muslim bahwa suatu produk atau jasa telah melalui proses produksi atau penyediaan layanan yang sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Sistem sertifikasi dan verifikasi halal yang terstruktur merupakan komponen penting dalam menjaga kepercayaan konsumen terhadap produk halal (Rusydiana and Marlina 2020).

Sebagai upaya percepatan pelaksanaan kewajiban sertifikasi halal bagi produk makanan dan minuman, rumah potong hewan, serta jasa, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) pada tahun 2021 telah meluncurkan program Sertifikasi Halal Gratis (Sehati) dengan target 10 juta produk tersertifikasi melalui skema self-declare. Beberapa hal yang mendasari lahirnya program Sehati adalah(Kasanah 2022):

1. Memberikan sertifikat halal bagi pelaku UMK,
2. Meningkatkan kesadaran pelaku usaha akan pentingnya branding halal bagi produknya,
3. Meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya mengkonsumsi produk halal,
4. Memberikan dukungan bagi pertumbuhan jumlah UMK yang memenuhi ketentuan halal, dan meningkatkan *added value brand* nasional di kancah regional dan internasional.

RESEARCH METHOD

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi ilmiah melalui tinjauan pustaka yang mendalam. Penelitian ini menggunakan pendekatan literatur review yang merupakan komponen penting dalam penelitian, memberikan analisis kritis terhadap karya-karya sebelumnya yang relevan(Hadi and Afandi 2021). Dengan menganalisis karya-karya sebelumnya secara kritis, penelitian ini berusaha mengidentifikasi celah pengetahuan, mengembangkan kerangka teoretis yang kokoh, serta memberikan landasan yang kuat bagi penelitian selanjutnya. Riset perpustakaan menjadi kunci dalam mengakses sumber-sumber informasi yang relevan(Jaya 2023).

Penelitian menggunakan metode Systematic Literatur Review di beberapa web penelitian jurnal database yang digunakan untuk mencari artikel mengenai penelitian yang relevan. Metode Systematic Literatur Review adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada metodologi penelitian atau riset tertentu pada pengembangan yang

dilakukan untuk mengumpulkan serta mengevaluasi penelitian yang terkait dan fokus pada topik tertentu.

Pada tahap analisis, penulis mengkaji kajian pustaka secara mendetail dan mendalam untuk mendapatkan temuan/inti pentingnya. Sehingga poin - poin penting dari beberapa hasil penelitian, hasil sumber - sumber diekstraksi dan dikemas menjadi topik bahasan yang lebih padat dan tidak mengandung bias merupakan kunci penting hasil penelitian. Informasi yang ditulis meliputi tentang penulis, lokasi penelitian dan tahun terbitnya artikel, karakteristik. Pada penelitian ini, penulis mengumpulkan data dari bahan-bahan jurnal ataupun data yang tersedia mengenai Kontribusi dari Halal Value Chain untuk mengembangkan ekonomi syariah khususnya pada UMKM.

RESULT AND DISCUSSION

Pengembangan Ekonomi Syariah Melalui Dukungan Penerapan *Halal Value Chain*

Seiring dengan meningkatnya ketergantungan global, Indonesia telah masuk ke dalam jaringan produksi global atau yang dikenal sebagai rantai nilai global. Salah satu tantangan utama dalam konteks ini adalah memastikan bahwa seluruh bahan baku yang digunakan dalam proses produksi di Indonesia memenuhi persyaratan kehalalan (Fuadi, Soemitra, and Nawawi 2022). Pentingnya sertifikasi halal di Indonesia didorong oleh beberapa faktor utama. Pertama, mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam menciptakan pasar potensial yang besar bagi produk halal. Kedua, meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya mengonsumsi produk halal telah mendorong permintaan akan produk yang telah tersertifikasi halal. Terakhir, peran Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam perekonomian Indonesia semakin signifikan, sehingga perlu didukung dengan adanya regulasi yang jelas terkait sertifikasi halal.(Fuadi et al. 2022).

Sistem ekonomi syariah, yang mengedepankan prinsip keadilan dan keberlanjutan, bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional yang inklusif dan berkelanjutan. Untuk mencapai tujuan tersebut, peran lembaga-lembaga seperti asosiasi pengusaha, pesantren, sektor sosial, dan kerja sama internasional sangatlah krusial. Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) bertindak sebagai fasilitator utama dalam pengembangan ekonomi dan keuangan syariah di tingkat nasional maupun internasional.(Kusjuniati 2020). KNEKS diamanatkan untuk turut mendorong pengembangan ekonomi dan keuangan syariah guna mendukung ketahanan ekonomi nasional.

Laporan Global Islamic Finance Report 2021 menempatkan Indonesia di posisi teratas dalam Islamic Finance Country Index (IFCI). Capaian ini menciptakan optimisme yang kuat terhadap masa depan industri keuangan syariah di Indonesia. Dengan demikian, Indonesia berkontribusi signifikan dalam mendorong pemulihan ekonomi global pascapandemi melalui pengembangan sektor keuangan syariah (M Arif Efendi 2022). Kinerja sektor Halal Value Chain (HVC) yang semakin membaik telah menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia. Data

menunjukkan bahwa pada tahun 2022, sektor HVC telah berhasil berkontribusi sebesar 25,39% terhadap total produk domestik bruto (PDB) negara (Latifah et al. 2022).

Pertumbuhan sektor makanan dan minuman halal pada tahun 2023 sebesar 4,47% (yoy) menunjukkan tren positif, meskipun mengalami sedikit penurunan dibandingkan tahun 2022. Kinerja sektor ini didukung oleh beberapa faktor, di antaranya meningkatnya permintaan konsumen baik di dalam negeri maupun di pasar ekspor, serta percepatan proses sertifikasi halal melalui Program Sehati yang memberikan kemudahan bagi Usaha Mikro Kecil (UMK) dalam memperoleh sertifikat halal.

Indonesia berhasil meningkatkan posisinya dalam peta ekonomi syariah global dengan meraih peringkat ketiga dalam State of The Global of Islamic Economic (SGIE). Deputi Gubernur Bank Indonesia, Juida Agung, menyampaikan bahwa pertumbuhan eksyar diperkirakan akan berlanjut pada tahun 2024 dengan kisaran 4,7% hingga 5,5%. Pertumbuhan ini didorong oleh proyeksi peningkatan pembiayaan perbankan syariah sebesar 10% hingga 12%. (Kemenkeu 2024). Implementasi berbagai kebijakan strategis, termasuk kewajiban sertifikasi halal sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Jaminan Produk Halal, inovasi pada sektor keuangan sosial syariah, serta sinergi antar Kementerian dan Lembaga, telah berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan keuangan syariah (eksyar) di Indonesia. Data menunjukkan bahwa hingga Agustus 2024, jumlah sertifikasi halal yang telah diterbitkan mencapai angka yang menggembarakan, yaitu 1.935.335 (Olap.halal.go.id 2024).

Data Perkembangan Kepemilikan Sertifikat Halal Oleh UMKM Di Indonesia Khususnya Sulawesi Selatan

Sertifikasi halal yang diterbitkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) berfungsi sebagai bukti otentik bahwa suatu produk telah memenuhi seluruh persyaratan kehalalan. Pertumbuhan kelas menengah Muslim di Indonesia yang signifikan telah menciptakan peluang pasar yang besar bagi produk-produk halal. Semakin banyak produsen yang menyadari potensi pasar ini dan berupaya memenuhi kebutuhan konsumen Muslim dengan memberikan sertifikasi halal pada produk mereka. Hal ini memberikan dampak positif yang luas bagi berbagai pihak, termasuk konsumen, produsen, dan pemerintah.

Sertifikasi halal merupakan mekanisme yang dirancang untuk memberikan jaminan kepada konsumen bahwa suatu produk telah memenuhi persyaratan kehalalan yang ditetapkan berdasarkan fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sertifikat halal yang diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) menjadi bukti otentik atas kehalalan tersebut. Kewajiban mencantumkan label halal pada produk yang bersertifikat merupakan upaya untuk melindungi hak konsumen dan meningkatkan kepercayaan terhadap produk halal. Apalagi konsumen Muslim yang mana diperintahkan oleh Allah agar mengonsumsi produk halal dan thoyiban. Hal ini sesuai dengan Firman Allah SWT dalam QS. Al- Baqarah: 186

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Terjemahannya:

“Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata”

Sebagaimana dijelaskan dalam Tafsir Al-Qur'an Kementerian Agama, Allah SWT menganjurkan umat Muslim untuk mengonsumsi makanan dan minuman yang halal dan baik (thoyib). Makanan halal adalah makanan yang tidak dilarang oleh syariat Islam, baik dari segi bahan maupun cara memperolehnya. Sementara itu, makanan thoyib merujuk pada makanan yang sehat, aman, dan tidak berlebihan bagi tubuh.

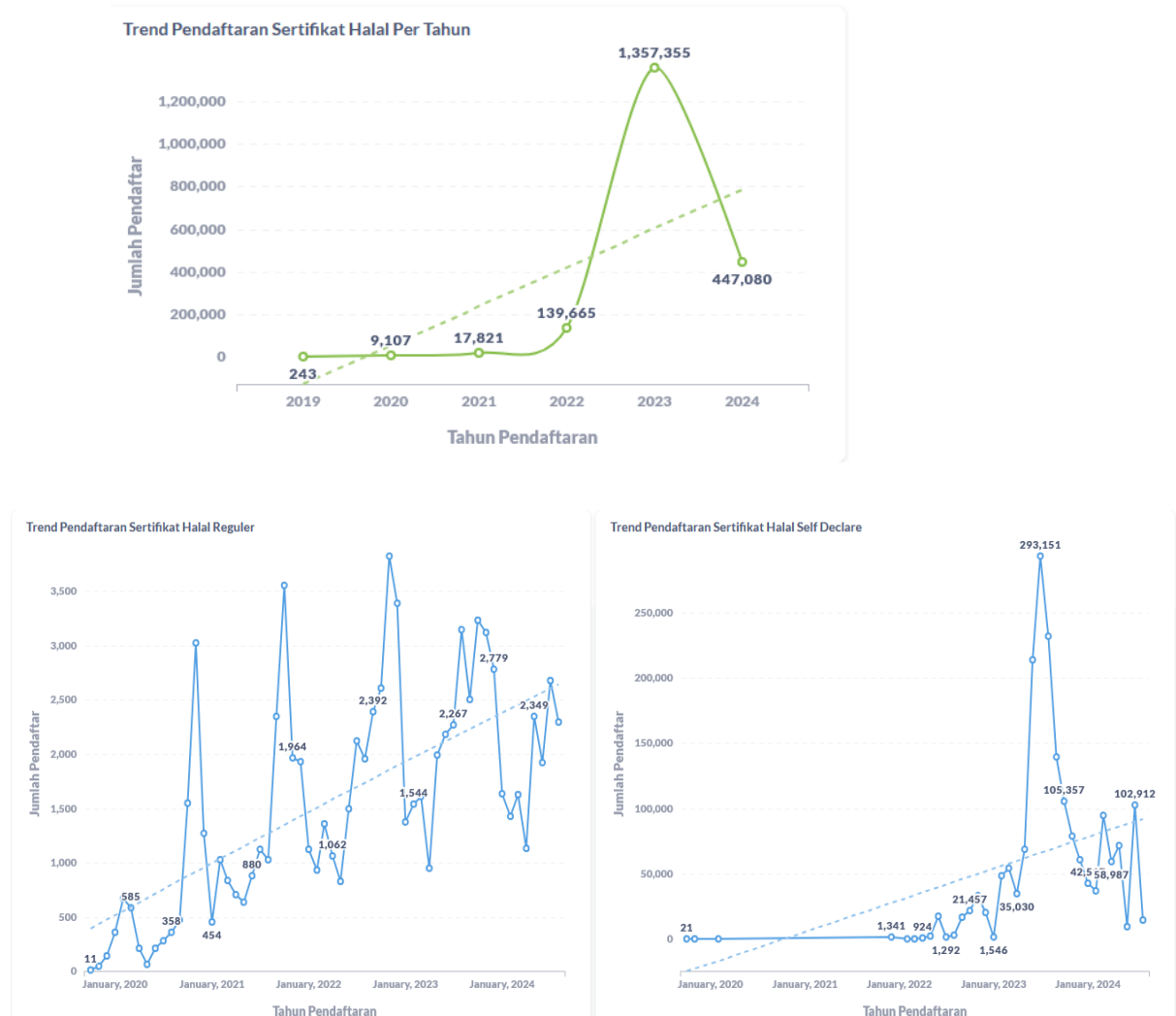
Adanya sertifikasi halal pada suatu produk merupakan salah satu strategi efektif untuk memenangkan persaingan di pasar global. Sertifikasi halal memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk tersebut telah memenuhi standar kehalalan yang ditetapkan, sehingga meningkatkan kepercayaan dan minat beli konsumen. Hal ini pada gilirannya akan memberikan keunggulan kompetitif bagi produsen.



Sumber: Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Kementerian Agama RI

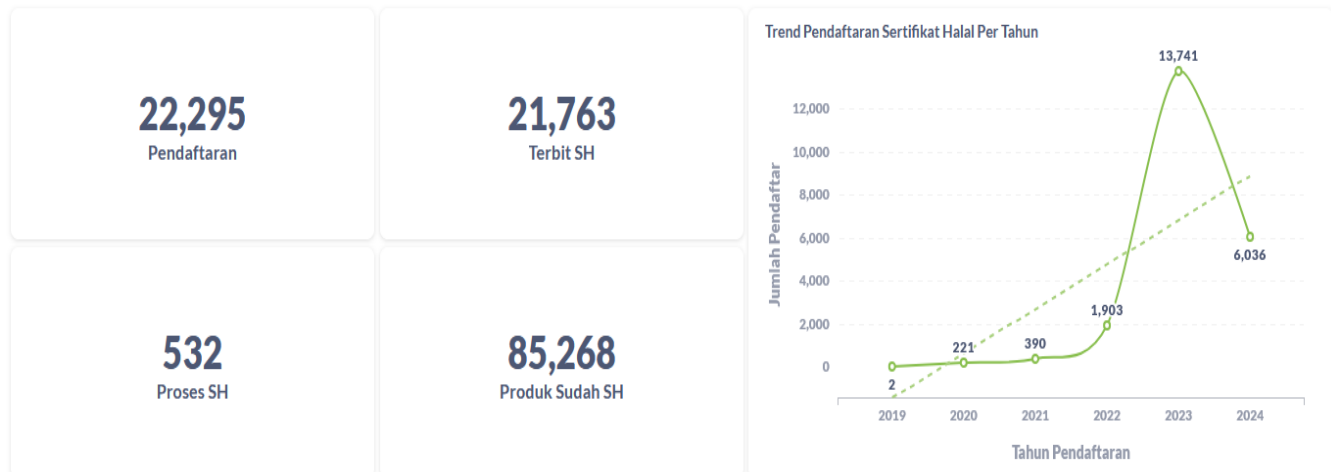
Alur sertifikasi halal berdasarkan pada gambar diatas bahwa terdapat dua macam yaitu *regular* dan *self declare*. Perbedaan antara keduanya telah ditunjukkan pada gambar

dan sistematika pelaksanaan pembuatan sertifikatnya. Selain itu, jumlah perkembangan pembuatan sertifikat halal di Indonesia selama tahun 2019- Juli 2024 yaitu sebagai berikut:

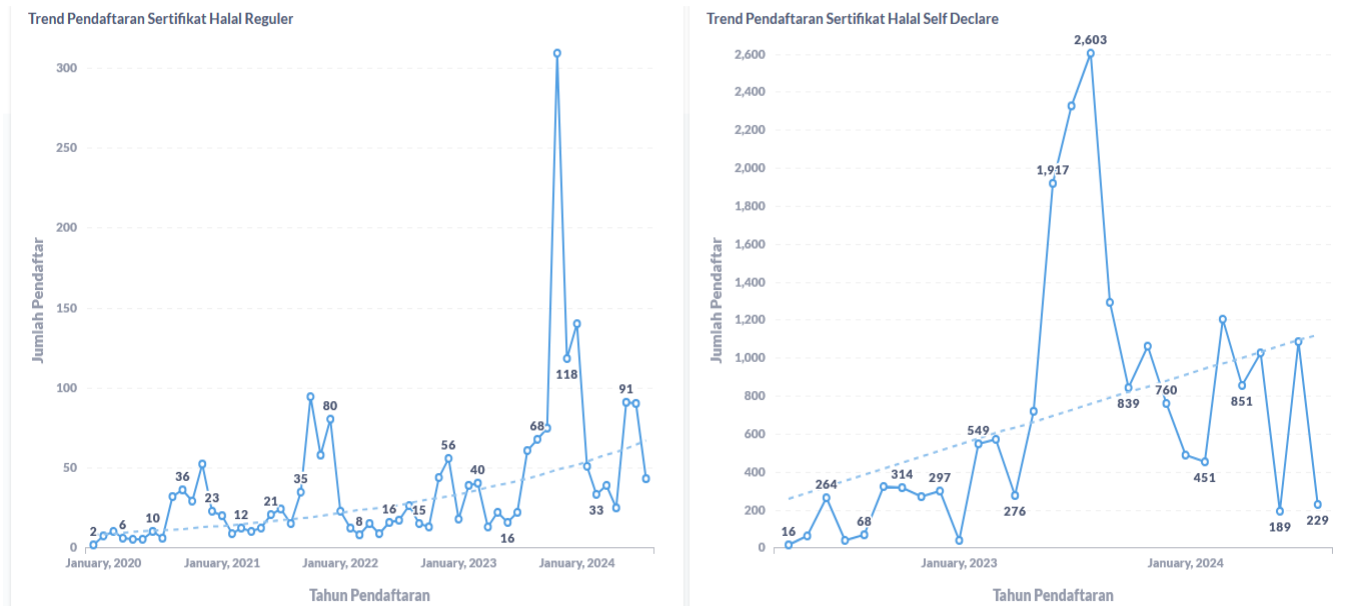


Sumber; olap.halal.go.id

Berdasarkan data yang diperoleh, terjadi peningkatan yang cukup pesat pada jumlah sertifikat halal yang diterbitkan di Indonesia selama periode 2019-2024. Hingga Agustus 2024, tercatat sebanyak 1.935.335 sertifikat halal telah diterbitkan. Grafik yang disajikan di atas memberikan gambaran visual mengenai perkembangan sertifikasi halal dari tahun ke tahun. Selain tingkat nasional, penelitian ini juga secara khusus membahas tren sertifikasi halal di Provinsi Sulawesi Selatan, yang akan dijelaskan lebih rinci melalui ilustrasi pada gambar di bawah:



Sumber; olap.halal.go.id



Sumber; olap.halal.go.id

CONCLUSION

Sertifikasi halal memiliki peran yang sangat krusial dalam pengembangan rantai nilai halal (HVC). Keberadaannya tidak hanya sebatas pemenuhan kewajiban agama, tetapi juga membawa dampak positif yang luas, baik bagi pelaku usaha maupun konsumen. Bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM), sertifikasi halal menjadi instrumen penting untuk meningkatkan daya saing dan memperluas akses pasar. Sementara itu, bagi konsumen, sertifikasi halal memberikan jaminan bahwa produk yang dikonsumsi telah memenuhi standar kehalalan, sehingga memberikan rasa aman dan nyaman. Selain itu, sertifikasi halal juga berkontribusi pada penguatan citra positif Indonesia sebagai negara

dengan mayoritas penduduk Muslim dan sebagai produsen produk halal yang terpercaya di dunia.

ACKNOWLEDGMENT (If Any)

Penulis ingin menyampaikan apresiasi yang tulus kepada seluruh pihak yang telah mendukung terselenggaranya penelitian ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi syariah, serta berkontribusi pada peningkatan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia.

REFERENCES

- Ahla, Anisah. 2020. "Strategi Pengembangan Ekonomi Syari'ah Melalui Penguatan Halal Value Chain (Studi Kasus Pada Industri Pariwisata Halal Di Kota Banjarbaru)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 5(01):1. doi: 10.29040/jiei.v5i01.398.
- Annisa, Arna Asna. 2019. "Kopontren Dan Ekosistem Halal Value Chain." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 5(01):1. doi: 10.29040/jiei.v5i01.398.
- Bayumi, Muhamad Rahman. 2022. "Diem Rekonstruksi Konsep Bisnis Halalan Thayyiban Penguatan Integrasi- Interkoneksi Ekosistem Halal Value Chain Bayumi , Iqbal , Diem , Muhlis Diem." 6(2):64–80.
- Charina, Anne, and Dinna Charisma. 2023. "Efektivitas Penerapan Ekosistem Halal Value Chain (Hvc) Pada Industri Makanan Dan Minuman Halal Di Indonesia." *Mimbar Agribisnis : Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis* 9(2):1858. doi: 10.25157/ma.v9i2.10135.
- Eka Budiyaniti. 2022. "Isu Sepekan." 1–2.
- Fauzi, Daffa Redika. n.d. "Penerapan Konsep PDCA Dan Halal Value Chain Untuk Pengembangan Industri Halal Di Indonesia Penerapan Konsep PDCA Dan Halal Value Chain Untuk Pengembangan Industri Halal Di Indonesia Share."
- Fuadi, Andri Soemitra, and Zuhri M. Nawawi. 2022. "Studi Literatur Implementasi Sertifikasi Halal Produk UMKM." *Jurnal EMT KITA* 6(1):118–25. doi: 10.35870/emt.v6i1.541.
- Hadi, Nanang Faisol, and Nur Kholik Afandi. 2021. "Literature Review Is A Part of Research." *Sultra Educational Journal* 1(3):64–71. doi: 10.54297/seduj.v1i3.203.
- Hasanah, Miftahul, Muhammad Syafii, and Kata Kunci. 2023. "Implementasi Halal Value Chain Dalam Mewujudkan Ekosistem Halal Pada Produk Unggulan UD Mitra Jamur Jember." 5(2):98–107. doi: 10.32528/at.v5i2.1131.
- Jaya, Guntur Putra. 2023. "Kiat Penelitian Dengan Model Pendekatan Telaah Kepustakaan." *TIK ILMEU Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi* 395–410.
- Julistia, Cut Ernita, Aulia Syarif Nasution, Muhammad Yusuf Imfazu, and Riyan Pradesyah. 2021. "Analisis Ekosistem Halal Value Chain Pada UMKM Di Kota Medan." *Al-Muaddib: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman* 6(2):247.
- Kasanah, Nur. 2022. "Potensi , Regulasi , Dan Problematika Sertifikasi Halal Gratis." 1(2).
- Kemenkeu. 2024. "Ekonomi Syariah Indonesia Melanjutkan Pertumbuhan Positif Di 2023."
- Kusjuniati, Kusjuniati. 2020. "Strategi Dan Peran Penting Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah (KNEKS) Dalam Mendukung Ketahanan Ekonomi Nasional."

-
- Widya Balina* 5(1):112–23. doi: 10.53958/wb.v5i1.55.
- Latifah, Eny, Rudi Abdullah, Universitas Muhammadiyah Kendari, Info Article, Sharia Economy, and Creative Commons. 2022. “PERAN SERTIFIKAT HALAL DALAM MENINGKATKAN.” 01(02):117–35.
- M Arif Efendi. 2022. “Bangun Ekonomi Syariah, Sekjen Kemenag Bicara Pendirian BPJPH Dan Industri Halal.” Retrieved (<https://www.kemenag.go.id/nasional/bangun-ekonomi-syariah-sekjen-kemenag-bicara-pendirian-bpjph-dan-industri-halal-6xsdnf>).
- Milasari, Dian. 2024. “Ekosistem Halal Dan Pemberdayaan Umkm Syariah Di Yogyakarta.” 5:184–95.
- Mohammad Romli. 2022. “Halal Value Chain Development Strategy From Islamic Boarding Schools.” 417–27.
- Mu, Uliyatul, Atik Mardiyah, and Aprilia Sri Utami. 2021. “Strengthening the Halal Value Chain in Shredded Catfish Marketing through Digital Adaptation Penguatan Halal Value Chain Dalam Pemasaran Abon Lele Melalui Adaptasi Digital.” 1(1):65–74.
- Olap.halal.go.id. 2024. “Dashboard Sertifikat Halal.” Retrieved (<http://olap.halal.go.id/public/dashboard/a774d4d4-dd72-4e27-8a62-2801f6f08f3c>).
- Rusydiana, Aam Slamet, and Lina Marlina. 2020. “Analisis Sentimen Terkait Sertifikasi Halal.” 5(1):69–85.
- Subianto, Pratiwi. 2018. “Rantai Nilai Dan Perspektif Kesadaran Masyarakat Muslim Akan Makanan Halal.” *Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMAEE)* 1:141–46.
- Warto, and Samsuri. 2020. “Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia.”