



Maqashid Syariah dan Kinerja Produk Halal: Analisis Moderasi Pengetahuan Syariah dan Mediasi Kualitas SDM Halal pada UMKM

Diky Faqih Maulana

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

E-mail: dikyfm@uin-suka.ac.id

Galuh Tri Pambekti

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

E-mail: galuh.pambekti@uin-suka.ac.id

Atika Yahdiyani Ikhsani

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

E-mail: atika.ikhsani@uin-suka.ac.id

Kharisa Rachmi Khoirunnisa

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

E-mail: kharisa.khoirunnisa@uin-suka.ac.id

Mirna Adekantari

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

E-mail: mirnaadekantari@gmail.com

Abstract: *This study aims to examine the effects of Halal Identity, Halal Material, and Halal Storage and Logistics on Halal Product Performance among micro, small, and medium enterprises (MSMEs), while assessing the moderating role of Maqashid Shari'ah Knowledge and the mediating role of Human Resources Halal Quality. The urgency of this research is driven by the growing global demand for halal products and the need to ensure comprehensive halal integrity throughout the supply chain. A quantitative approach was employed using Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS–SEM), involving 100 MSME respondents from West Nusa Tenggara and East Nusa Tenggara, Indonesia. Data were collected through a structured questionnaire covering demographic characteristics, halal certification status, and indicators of the research constructs. The findings reveal that Halal Identity, Halal Material, and Halal Storage and Logistics have a positive and significant impact on Halal Product Performance. Maqashid Shari'ah Knowledge significantly moderates the relationship between Halal Identity and Halal Product Performance but does not moderate the relationships between Halal Material or Halal Storage and Logistics and product performance. Furthermore, Human Resources Halal Quality does not function as a significant mediator in linking Maqashid Shari'ah Knowledge*

to halal product performance. These results indicate that maqashid-based understanding primarily influences value-oriented and perceptual dimensions, whereas the technical aspects of the halal supply chain are more strongly shaped by operational compliance. This study highlights the importance of integrating Shariah-based values with technical reinforcement through robust Halal Assurance Systems, continuous human resource development, and institutional collaboration to enhance the competitiveness and sustainability of the halal MSME sector.

Keywords: *Halal Identity; Halal Product Performance; Maqashid Shariah; MSMEs; Halal Supply Chain.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Halal Identity, Halal Material, serta Halal Storage and Logistic terhadap Halal Product Performance pada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta menguji peran Maqashid Syariah Knowledge sebagai variabel moderator dan Human Resources Halal Quality sebagai variabel mediator. Urgensi penelitian ini didorong oleh meningkatnya permintaan global terhadap produk halal dan kebutuhan menjaga integritas halal secara komprehensif sepanjang rantai pasok. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) terhadap 100 responden UMKM yang berlokasi di Provinsi Nusa Tenggara Barat dan Nusa Tenggara Timur. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang mencakup karakteristik demografis, status sertifikasi halal, serta indikator konstruk penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Halal Identity, Halal Material, dan Halal Storage and Logistic berpengaruh positif dan signifikan terhadap Halal Product Performance. Maqashid Syariah Knowledge terbukti memoderasi hubungan antara Halal Identity dan Halal Product Performance, namun tidak memoderasi hubungan Halal Material maupun Halal Storage and Logistic terhadap kinerja produk halal. Sementara itu, Human Resources Halal Quality tidak berperan signifikan sebagai mediator dalam hubungan antara Maqashid Syariah Knowledge dan Halal Product Performance. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemahaman maqashid syariah lebih memengaruhi dimensi nilai dan persepsi halal, sedangkan aspek teknis rantai pasok lebih ditentukan oleh kepatuhan operasional. Penelitian ini menegaskan pentingnya integrasi nilai syariah dengan penguatan teknis melalui penerapan Halal Assurance System, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta kolaborasi kelembagaan guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan industri halal UMKM.

Kata kunci: *Identitas Halal; Kinerja Produk Halal; Maqashid Syariah; UMKM; Rantai Pasok Halal*

Pendahuluan

Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap kehalalan dan higienitas produk mencerminkan pergeseran penting dalam preferensi konsumen global. Laporan Global Islamic Economy Report 2023/2024 yang disusun oleh DinarStandard mencatat bahwa belanja ekonomi halal dunia mencapai US\$2,29 triliun pada 2022 dan diperkirakan meningkat menjadi US\$2,8 triliun pada 2025. Pertumbuhan tersebut terutama didorong oleh sektor makanan halal dengan nilai mencapai US\$1,27 triliun. Skala pasar yang besar ini diperkuat oleh pertumbuhan populasi Muslim dunia yang diproyeksikan meningkat dari 1,93 miliar jiwa pada 2023 menjadi 2,2 miliar jiwa pada 2030. Pada konteks Indonesia, komposisi penduduk Muslim yang mencapai 87,12% dari total populasi serta peningkatan jumlah absolut penduduk Muslim memperkuat potensi domestik bagi perluasan industri halal. Dinamika ini menciptakan peluang strategis bagi pengembangan ekosistem halal nasional, baik pada sektor produk konsumsi maupun layanan penunjang seperti pariwisata halal, logistik halal, dan UMKM berbasis halal.¹

Inisiatif pariwisata halal Indonesia memperoleh momentum sejak penyelenggaraan Indonesia Halal Expo dan Global Halal Forum pada 2013. Pemerintah kemudian menetapkan sembilan destinasi wisata halal sebagai langkah strategis dalam memperkuat daya saing Indonesia sebagai tujuan wisata ramah Muslim.² Pengembangan tersebut berlanjut melalui penetapan kawasan industri halal di Lombok, Sumbawa, serta penguatan destinasi prioritas seperti Labuan Bajo yang diarahkan sebagai pusat pertumbuhan ekonomi baru.³ Ekspansi ini menunjukkan bahwa industri halal tidak hanya berkembang pada sektor produk konsumsi, melainkan juga pada ekosistem yang lebih luas yang melibatkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), logistik, dan layanan pendukung lainnya.⁴

Keberhasilan produk halal semakin dipengaruhi oleh kemampuan

¹ Center, I. H. L., & Dinar Standard. (2024). In Halal Markets Report 2023 / 2024.

² Trishananto, Y., & Mas'ud, F. (2020). The Halal Tourism Development through SOAR Approach in Central Java.

³ Fitriani, M. I., & Naamy, N. (2019). Halal Tourism in Lombok Island

⁴ Midy, E. A., & Anandya, D. (2022). Tourists and Local Residents' Perceptions of Halal Tourism Efforts in Labuan Bajo

pelaku usaha menjaga integritas halal secara menyeluruh.⁵ Konsep identitas halal menjadi unsur fundamental yang membentuk persepsi dan kepercayaan konsumen, sekaligus berfungsi sebagai nilai diferensiasi dalam pasar yang semakin kompetitif.⁶ Kekuatan identitas halal terbukti memengaruhi preferensi konsumen dan meningkatkan daya tarik produk.⁷ Selain itu, keandalan bahan baku bersertifikat halal dan penerapan sistem penyimpanan serta logistik yang memenuhi prinsip Syariah merupakan determinan penting dalam menjaga konsistensi status halal dari hulu ke hilir.⁸ Setiap elemen dalam rantai pasok tersebut membutuhkan landasan normatif yang kuat, sehingga pemahaman terhadap Maqashid Syariah menjadi instrumen epistemologis yang relevan dalam memastikan keselarasan antara praktik bisnis dan nilai-nilai dasar Syariah.⁹

Pengetahuan mengenai Maqashid Syariah berpotensi memengaruhi cara individu maupun organisasi memahami, menginterpretasikan, dan menerapkan prinsip-prinsip halal dalam kegiatan produksi dan distribusi.¹⁰ Pemahaman tersebut berfungsi sebagai faktor moderasi yang memperkuat hubungan antara identitas halal, kualitas bahan baku, serta sistem penyimpanan dan logistik terhadap kinerja produk halal. Perspektif Maqashid Syariah juga berkontribusi pada pembentukan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi etis, profesional, dan mampu mempertahankan integritas halal di setiap tahap operasional.¹¹ Kualitas SDM yang memahami maqashid diyakini mampu

⁵ Al-shami, H. A., & Abdullah, S. (2023). Halal food industry certification and operation challenges and manufacturing execution system opportunities

⁶ Sirat, A. H., Hadady, H., Sirat, M. A. H., & Padli, J. bin. (2020). Mapping And Identifying Halal Products Of Micro, Small, And Medium Enterprises (MSMEs) In Ternate City, Indonesia

⁷ Mufid, A., Tinggi, S., Islam, A., Ulum, K., Purwanto, A., & Fahlevi, M. (2021)

⁸ Alamsyah, A., Hakim, N., & Hendayani, R. (2022). Blockchain-Based Traceability System to Support the Indonesian Halal Supply Chain Ecosystem. *Economies*, 10(6)

⁹ Aziz, A. A., & Zailani, S. (2016b). Halal Logistics: The Role of Ports, Issues and Challenges

¹⁰ Arbak, S., Islam, R., & Al Rasyid, H. (2019). Influence of islamic advertising: Ethic violation on customer purchase intention of halal cosmetic products in Malaysia

¹¹ Anggadwita, G., Alamanda, D. T., & Ramadani, V. (2020). Halal Label vs Product Quality in Halal Cosmetic Purchasing Decisions

meningkatkan mutu implementasi halal sekaligus memperkuat keberlanjutan industri.

Konteks perkembangan industri halal yang semakin kompleks menuntut kajian komprehensif mengenai keterkaitan antara identitas halal, bahan baku, sistem logistik, pemahaman Maqashid Syariah, serta kualitas sumber daya manusia dalam menentukan kinerja produk halal. Kajian tersebut penting untuk memperoleh pemahaman yang lebih sistematis mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan produk halal di pasar modern. Penelitian ini diarahkan untuk menganalisis determinan utama halal product performance, mengevaluasi peran moderasi pengetahuan Maqashid Syariah pada hubungan berbagai elemen dalam rantai nilai halal, serta menelaah kontribusi kualitas SDM halal sebagai mediator antara pemahaman Syariah dan kinerja produk. Hasil penelitian diharapkan menghasilkan kontribusi teoretis dan praktis bagi penguatan strategi bisnis halal yang berkelanjutan dan sesuai nilai-nilai Islam.

Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Konsep Maqashid Syariah menempatkan keseimbangan akal sebagai aspek fundamental dalam proses penalaran dan pengambilan keputusan yang berorientasi pada kemaslahatan individu maupun masyarakat. Akal berfungsi sebagai instrumen utama dalam memahami prinsip-prinsip syariah dan menerapkannya dalam berbagai konteks kehidupan.¹² Ketidakmampuan akal untuk berpikir secara proporsional berpotensi menghasilkan keputusan yang bertentangan dengan nilai keadilan, mengabaikan kesejahteraan sosial, serta memunculkan tindakan yang merugikan diri sendiri dan lingkungan sekitar.¹³ Ketidakeimbangan ini juga dapat menimbulkan distorsi dalam memahami hukum Islam, sehingga kebijakan atau tindakan yang dihasilkan tidak selaras dengan tujuan Maqashid Syariah.¹⁴

Kewajiban pendaftaran sertifikasi halal menempati posisi

¹² Sya'bani, A. (2015). Maqasid Al-Syari' Ah Sebagai. *El-Hikam: Journal of Education and Religious Studies*, VIII(1), 127–142.

¹³ Tohari, I., & Kholish, Moh. A. (2020a). Ijtihad Berbasis Maqashid Syari'Ah Sebagai Pijakan Konseptual Dalam Pembaruan Hukum Keluarga Islam Indonesia

¹⁴ Priyadi, U., & Pambekti, G. T. (2019). *The Implementation Potential of Village Fund in Islamic Economic Perspective with The Instrument of Maqashid Syariah*.

strategis dalam upaya menghadirkan kemaslahatan publik, khususnya bagi konsumen Muslim. Sertifikasi halal memberikan jaminan bahwa produk yang dikonsumsi memenuhi standar kehalalan dan kebersihan sesuai prinsip Islam.¹⁵ Kepastian tersebut tidak hanya berfungsi sebagai perlindungan terhadap konsumen, tetapi juga memperkuat kepercayaan pasar terhadap produk halal, baik pada skala domestik maupun internasional.¹⁶ Industri halal memperoleh nilai tambah melalui peningkatan daya saing dan kredibilitas yang lahir dari kepatuhan terhadap prosedur sertifikasi.¹⁷

Penerapan kewajiban sertifikasi halal perlu mengacu pada nilai-nilai Al-Qur'an dan orientasi Maqashid Syariah. Prinsip *hifz ad-din* menegaskan pentingnya pemenuhan syariat dalam aspek konsumsi. Prinsip *hifz an-nafs* memastikan keamanan pangan melalui larangan zat atau bahan yang membahayakan tubuh.¹⁸ Prinsip *hifz an-nasl* menekankan pentingnya makanan halal bagi keberlanjutan generasi. Prinsip *hifz al-mal* memberikan arah mengenai keadilan ekonomi, di mana jaminan produk halal dapat meningkatkan kesejahteraan produsen dan konsumen. Prinsip *hifz al-'aql* menekankan hubungan antara konsumsi halal dan kejernihan berpikir, karena makanan yang baik dan halal diyakini membantu menjaga kesehatan mental dan keseimbangan akal.¹⁹ Kewajiban sertifikasi halal pada akhirnya mencerminkan ikhtiar kolektif untuk memastikan kesejahteraan umat dalam perspektif syariah.²⁰

Hasil kajian Widyaningsih (2023) menunjukkan bahwa sertifikasi halal berfungsi sebagai mekanisme perlindungan konsumen yang sejalan dengan lima tujuan utama Maqashid Syariah. Sistem sertifikasi yang diatur melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014

¹⁵ Ahmed, W., Najmi, A., Faizan, H. M., & Ahmed, S. (2019). Consumer behaviour towards willingness to pay for Halal products: An assessment of demand for Halal certification in a Muslim country

¹⁶ Al-shami, H. A., & Abdullah, S. (2023). Halal food industry certification and operation challenges and manufacturing execution system opportunities

¹⁷ Antonio, M. S., Rusydiana, A. S., Laila, N., Hidayat, Y. R., & Marlina, L. (2020). Halal Value Chain

¹⁸ Sya'bani, A. (2015). Maqasid Al-Syari' Ah Sebagai. *El-Hikam: Journal of Education and Religious Studies*, VIII(1), 127–142.

¹⁹ Arif, S., & Sidek, S. (2015). Application of halal and tayyiban in the standard reference for determining Malaysian halal food

²⁰ Idris, P. S. R. P. H., & Musa, S. F. P. D. (2022). Halal-Tayyiban and Sustainable Development Goals

memberikan landasan hukum kuat bagi masyarakat dalam memperoleh kepastian kehalalan produk.²¹ Penelitian Bhaskara & Purwanto (2023) yang menggunakan perspektif Maqashid Syariah Jasser Auda menegaskan bahwa regulasi jaminan produk halal di Indonesia idealnya diarahkan pada pencapaian kemaslahatan dan pencegahan mafsadah.²² Analisis serupa dikemukakan oleh Aziz (2017) yang menilai implementasi JPH pasca pemberlakuan undang-undang tersebut, sekaligus menyoroti perlunya sinkronisasi antara kebijakan teknis dan tujuan syariah.²³ Perspektif serupa hadir pada tulisan Sulistiani (2019) yang membahas pangan halal dan tanggung jawab produsen dalam menjaga integritas halal sebagai wujud realisasi kemaslahatan di dunia dan akhirat.²⁴

Penelitian Mustaqim (2023) memperkuat pandangan bahwa sertifikasi halal merupakan instrumen Maqashid Syariah yang mampu menjaga kemaslahatan individu dan masyarakat. Penelitian tersebut menekankan adanya fungsi kepastian hukum serta pencegahan praktik penipuan melalui mekanisme sertifikasi halal.²⁵ BPJPH dipandang memiliki peran strategis dalam penyempurnaan tata kelola sertifikasi, memperkuat kepercayaan masyarakat, dan menegaskan tanggung jawab moral pelaku usaha. Dampak sertifikasi juga terlihat pada peningkatan daya saing ekonomi, sementara dari sisi sosial, publik masih membutuhkan edukasi mengenai pentingnya kepatuhan hukum terkait sertifikasi. Sementara itu, Studi Maidah (2022) menelaah skema self-declare dalam sertifikasi halal melalui sudut pandang Maqashid Syariah. Skema tersebut memberikan kemudahan bagi pelaku usaha kecil, sekaligus memenuhi kebutuhan dasar syariah seperti penjagaan agama

²¹ Widyarningsih, D. A. W. (2023). Sertifikasi Halal Perspektif Maqashid Syariah. *Falah Journal of Sharia Economic Law*, 4(1), 61–72.

²² Bhaskara, R. Y., & Purwanto, M. R. (2023). Perlindungan Konsumen Muslim

²³ Aziz, M. (2017). *Perspektif Maqashid Al-Syariah Dalam Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal Di Indonesia Pasca Berlakunya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal*. 7

²⁴ Sulistiani, S. L. (2019). ANALISIS MAQASHID SYARIAH DALAM PENGEMBANGAN HUKUM INDUSTRI HALAL DI INDONESIA. *Law and Justice*, 3(2), 91–97.

²⁵ Mustaqim, D. (2023). Sertifikasi Halal Sebagai Bentuk Perlindungan Konsumen Muslim: Analisis Maqashid Syariah dan Hukum Positif. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics*, 1(2), 54–67

dan jiwa.²⁶ Penelitian Syuhada (2023) selanjutnya menegaskan bahwa penerapan prinsip Maqashid Syariah dalam proses sertifikasi berpengaruh terhadap peningkatan kepercayaan konsumen, terutama ketika integritas dan transparansi dijaga secara konsisten.²⁷ Kajian komprehensif Rahmi (2021) memperluas pemahaman mengenai penerapan nilai-nilai Maqashid Syariah dalam sertifikasi halal melalui penjelasan teoretis dan aplikatif mengenai tujuan syariah yang berorientasi pada kemaslahatan.²⁸

Penelitian Herindar (2022) juga memberikan bukti empiris bahwa kesadaran halal dan keberadaan sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap minat serta keputusan pembelian.²⁹ Minat beli terbukti bertindak sebagai variabel intervening yang menjembatani hubungan antara persepsi halal dan keputusan pembelian. Konsep makanan halal dalam perspektif Maqashid Syariah didefinisikan sebagai pemenuhan konsumsi yang berbasis pada lima tujuan utama syariah, yaitu penjagaan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Hierarki kebutuhan manusia (*dharuriyyat*, *hajiyyat*, dan *tahsiniiyyat*) juga menjadi dasar penting dalam menilai urgensi penyediaan makanan halal yang aman, layak, dan bermanfaat bagi kesejahteraan umat.

Kajian Teori yang Relevan

Pengaruh *Halal Identity*, *Halal Material*, dan *Halal Storage and Logistic* terhadap *Halal Product Performance* dengan Moderator *Maqashid Syari'ah Knowledge*

Halal Identity

Konsep *Halal Identity* merepresentasikan persepsi dan keyakinan konsumen terhadap status kehalalan suatu produk. Dimensi

²⁶ Maidah, A. (2022). Tinjauan Maqasidus Syariah Tentang Sertifikasi Halal Dengan Skema Self Declare (Studi di Pelaku Usaha Kerupuk Udang Aconk, Dsn. Junganyar Pesisir, Kec. Socah, Kab. Bangkalan)

²⁷Syuhada, E. F. (2023). PENDEKATAN MAQASID SYARIAH DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN PADA SERTIFIKASI HALAL

²⁸ Rahmi, M. (2021). *Maqasid Syariah Sertifikasi Halal*. Bening Media Publishing

²⁹ Herindar, E. (2022). *Maqashid sharia and the importance of consuming halal food products for Z muslim generation*.

ini berperan penting dalam membentuk citra serta tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Konsumen cenderung memberikan penilaian positif ketika informasi kehalalan sebuah produk tersampaikan secara jelas dan meyakinkan.³⁰ Kejelasan tersebut mendorong tumbuhnya keyakinan bahwa produk aman, memenuhi ketentuan syariah, dan layak dikonsumsi.³¹ Identitas halal yang kuat memberikan rasa aman secara psikologis sehingga konsumen memiliki kecenderungan melakukan pembelian berulang. Fenomena ini berkontribusi langsung pada peningkatan kinerja produk halal di pasar.³² Perusahaan yang mampu membangun Halal Identity yang konsisten akan memperoleh keunggulan kompetitif karena konsumen mempersepsikan produk mereka sebagai produk yang terpercaya. Upaya menjaga dan memperkuat identitas halal menjadi strategi yang esensial bagi keberlanjutan kinerja produk, terutama pada pasar yang sensitif terhadap aspek kehalalan.³³

Halal Material

Konsep Halal Material merujuk pada penggunaan bahan baku yang selaras dengan ketentuan syariah dan tersertifikasi kehalalannya. Aspek ini menjadi fondasi utama bagi terjaminnya status halal suatu produk. Kualitas bahan baku menentukan integritas halal sejak tahap awal produksi hingga produk akhir. Konsumen memberikan perhatian besar pada asal-usul bahan baku, sehingga penggunaan material yang terjamin kehalalannya meningkatkan keyakinan serta loyalitas mereka terhadap produk.³⁴ Respons positif konsumen terhadap bahan baku halal memberikan dampak langsung pada peningkatan performa

³⁰ Ismail, N. B., Hoo, W. C., Leong, A., Malek, F. A., Siang, L. C., Shya, L. H., & Nagaraj, S. (2021). Antecedents Influencing Purchase Intention of Halal Labelled Personal Care Products in Malaysia.

³¹ Khan, G., & Khan, F. (2019). Ascertaining the “Halalness” of restaurants – scale development and validation. *Journal of Islamic Marketing*, 10(2), 426–439

³² Syazwan, M., Talib, A., Bakar, A., Hamid, A., & Chin, T. A. (2016). Can halal certification influence logistics performance? Can halal certification influence logistics performance? *Journal of Islamic Marketing*, 7(3), 461–475

³³ Handani, N. D., & Kim, H. S. (2022). Unlocking Customer Satisfaction of Halal Restaurant in South Korea through Online Review Analysis. *Environment and Social Psychology*, 7(2), 19–37

³⁴ Tayob, S. (2021). Sustainability and Halal: Procedure, Profit and Ethical Practice. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 3(2), 95–110

produk halal.³⁵ Halal Material berfungsi bukan hanya sebagai persyaratan teknis, tetapi juga sebagai elemen strategis yang memperkuat kredibilitas merek dan menumbuhkan preferensi konsumen. Pengelolaan bahan baku yang konsisten dengan prinsip syariah menghasilkan nilai tambah yang signifikan bagi perusahaan karena konsumen modern semakin selektif dan menuntut transparansi pada proses produksi.³⁶

Halal Storage and Logistic

Konsep Halal Storage and Logistic mencakup prosedur penyimpanan dan distribusi yang dirancang untuk menjaga integritas kehalalan produk hingga tiba pada konsumen. Tahap logistik dan penyimpanan sangat menentukan keberlanjutan status halal karena risiko kontaminasi dapat terjadi pada berbagai titik dalam rantai pasok. Prosedur penyimpanan yang mematuhi prinsip syariah harus memperhatikan aspek kebersihan, pemisahan dari bahan non-halal, serta pengelolaan fisik produk yang aman.³⁷ Integritas produk akan semakin terjamin jika sistem logistik mampu menghindari kontak silang dan mengelola distribusi secara efisien.³⁸ Efektivitas pengelolaan logistik memberikan dampak positif pada kinerja produk karena konsumen menilai kehalalan bukan hanya pada bahan baku, tetapi juga seluruh proses yang mengiringi perjalanan produk.³⁹ Kualitas logistik yang sesuai prinsip syariah menciptakan kepercayaan yang lebih tinggi sekaligus memperkuat keberlanjutan produk halal dalam lingkungan

³⁵ Ginantaka, A., & Zain, R. (2017). Perancangan Sistem Informasi Traceability Produk Pangan Halal UKM Unggulan Berbasis Digital Business Ecosystem An Analysis And Design for SME Halal Food Product Traceability Information System Based on Digital Business Ecosystem. *Jurnal Agroindustri Halal*, 3(2), 170–182.

³⁶ Nurhayati, T., & Hendar, H. (2020). Personal intrinsic religiosity and product knowledge on halal product purchase intention: Role of halal product awareness. *Journal of Islamic Marketing*, 11(3), 603–620

³⁷ Kurniawati, D. A., Handoko, A., Piplani, R., & Rosdiahti, R. (2022). Optimized distribution of halal products using tabu search. *Journal of Islamic Marketing*

³⁸ Ab Talib, M. S., & Hamid, A. B. A. (2014a). Halal logistics in Malaysia: A SWOT analysis. *Journal of Islamic Marketing*, 5(3), 322–343

³⁹ Aziz, A. A., & Zailani, S. (2016b). Halal Logistics: The Role of Ports, Issues and Challenges. *Advances in Islamic Finance, Marketing, and Management*, November 2018, 309–321

pasar yang semakin memperhatikan aspek kehalalan.⁴⁰

Maqashid Syari'ah Knowledge sebagai Moderator

Pengetahuan mengenai Maqashid Syariah memegang peran strategis dalam memperkuat hubungan antara Halal Identity, Halal Material, serta Halal Storage and Logistic terhadap Halal Product Performance. Pemahaman yang mendalam mengenai tujuan syariah memberikan landasan etis dan konseptual bagi para pelaku usaha dalam menerapkan prinsip-prinsip halal secara menyeluruh.⁴¹ Pemahaman tersebut berfungsi sebagai faktor moderasi yang memperkaya cara individu maupun organisasi memaknai dan mengimplementasikan standar halal dalam seluruh rantai produksi.⁴² Semakin kuat pengetahuan Maqashid Syariah, semakin autentik penerapan elemen-elemen halal dalam proses produksi dan distribusi. Dampaknya terlihat pada kualitas produk yang lebih terjaga dan pada citra halal yang lebih konsisten di mata konsumen.⁴³ Peran utama Maqashid Syariah Knowledge sebagai moderator terletak pada kemampuannya menyatukan aspek teknis dan nilai-nilai spiritual menjadi praktik operasional yang selaras dengan tujuan syariah. Pengetahuan tersebut membantu memastikan bahwa setiap tahap, mulai dari identitas halal hingga logistik, beroperasi dalam kerangka kemaslahatan umat. Efektivitas implementasi nilai Maqashid Syariah memperkuat kinerja produk halal sekaligus menciptakan nilai lebih yang tidak hanya berorientasi pada pasar, tetapi juga mencerminkan integritas moral dan spiritual dalam industri halal.⁴⁴

⁴⁰ Tan, K. H., Ali, M. H., Makhbul, Z. M., & Ismail, A. (2017a). The impact of external integration on halal food integrity. *Supply Chain Management*, 22(2), 186–199

⁴¹ Tohari, I., & Kholish, Moh. A. (2020a). Ijtihad Berbasis Maqashid Syari'Ah Sebagai Pijakan Konseptual Dalam Pembaruan Hukum Keluarga Islam Indonesia. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 50(2), 462

⁴² Priyadi, U., & Pambekti, G. T. (2019). *The Implementation Potential of Village Fund in Islamic Economic Perspective with The Instrument of Maqashid Syariah*. 140(ISC0GI 2017), 184–188

⁴³ Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150–154.

⁴⁴ Supeno, E. I. (2019). Strategi Pemberdayaan Ekonomi Pesantren Dan Penguatan Daya Saing Industri Halal Dalam Upaya Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 06(02), 1–19

Pengaruh *Maqashid Syari'ah Knowledge* terhadap *Halal Product Performance* melalui Mediasi *Human Resources Halal Quality*

Maqashid Syari'ah Knowledge

Maqashid Syari'ah Knowledge, sebagai variabel kunci dalam kerangka teori ini, merujuk pada pengetahuan tentang prinsip-prinsip maqasyid syariah yang melibatkan konsep keadilan, kesejahteraan umum, dan nilai-nilai syariah lainnya.⁴⁵ Memiliki pengetahuan yang cukup mengenai maqasyid syariah dapat membentuk pandangan dan nilai-nilai yang sejalan dengan kehendak syariah Islam.⁴⁶ Dalam konteks ini, pengetahuan tersebut tidak hanya menjadi landasan teoretis, tetapi juga menjadi panduan etis bagi individu atau organisasi yang terlibat dalam produksi produk Halal. Pentingnya *Maqashid Syari'ah Knowledge* dalam konteks *Halal Product Performance* terletak pada hubungannya yang positif.⁴⁷ Pengetahuan yang mendalam tentang prinsip-prinsip syariah tidak hanya memberikan dasar untuk kehalalan teknis produk, tetapi juga membentuk landasan etis yang diperlukan. Dengan memiliki pengetahuan ini, individu atau organisasi dapat memastikan bahwa setiap aspek produksi produk Halal tidak hanya memenuhi standar kehalalan, tetapi juga selaras dengan nilai-nilai syariah yang mencakup keadilan dan kesejahteraan umum.⁴⁸ Secara keseluruhan, hubungan positif antara *Maqashid Syari'ah Knowledge* dan *Halal Product Performance* menekankan pentingnya pemahaman yang mendalam tentang prinsip-prinsip syariah dalam menghasilkan produk Halal yang tidak hanya legal secara teknis, tetapi juga mencerminkan integritas dan nilai-nilai

⁴⁵ Tohari, I., & Kholish, Moh. A. (2020a). Ijtihad Berbasis Maqashid Syari'Ah Sebagai Pijakan Konseptual Dalam Pembaruan Hukum Keluarga Islam Indonesia. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 50(2), 462

⁴⁶ Priyadi, U., & Pambekti, G. T. (2019). *The Implementation Potential of Village Fund in Islamic Economic Perspective with The Instrument of Maqashid Syariah*. 140(ISCoGI 2017), 184–188

⁴⁷ Zulvianti, N., Aimon, H., & Abror, A. (2022). The Influence of Environmental and Non- Environmental Factors on Tourist Satisfaction in Halal Tourism Destinations in West Sumatra, Indonesia.

⁴⁸ Sulaiman, Z. A., Iranmanesh, M., Foroughi, B., & Rosly, O. (2022). The impacts of Shariah- compliant hotel attributes on Muslim travellers revisit intention: Religiosity as a moderator. *Journal of Islamic Marketing*, 13(10), 2108–2125

keadilan yang diharapkan dalam kerangka syariah Islam.⁴⁹

Human Resources Halal Quality (HRHQ) sebagai Variabel Mediator

Human Resources Halal Quality (HRHQ) sebagai Variabel Mediator merujuk pada kualitas sumber daya manusia yang terlibat dalam berbagai tahap produksi, distribusi, dan pemasaran produk Halal. Kualitas SDM ini tidak hanya mencakup kompetensi teknis dalam menjalankan tugas mereka, tetapi juga pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip Halal dalam setiap aspek pekerjaan mereka.⁵⁰ Pengaruh HRHQ pada kinerja produk Halal sangat signifikan. Sumber daya manusia yang memahami dengan baik prinsip-prinsip Halal dapat memastikan bahwa setiap langkah dalam rantai produksi dilakukan sesuai dengan standar kehalalan, termasuk pemilihan bahan baku, proses produksi, penyimpanan, dan distribusi.⁵¹ Hal ini memberikan jaminan tambahan terhadap kehalalan produk yang dihasilkan. Lebih jauh lagi, HRHQ berfungsi sebagai mediator antara *Maqashid Syari'ah Knowledge* dan *Halal Product Performance*. Pengetahuan yang diterapkan oleh SDM dalam produksi produk Halal dapat dianggap sebagai perantara yang menghubungkan pemahaman tentang prinsip-prinsip syariah dengan hasil akhir produk.⁵² Dengan kata lain, kualitas sumber daya manusia menjadi jembatan penting dalam menerjemahkan nilai-nilai syariah menjadi tindakan konkret, sehingga berkontribusi secara langsung terhadap performa produk Halal secara keseluruhan. Dengan adanya variabel mediator ini, implementasi nilai-nilai syariah menjadi lebih terukur dan dapat dipantau melalui kualitas sumber daya manusia

⁴⁹ Al-Qardawi, Y. (1999). *The lawful and the prohibited in islam*. Yusuf Al-Qaradawi - Google Books.

⁵⁰ Shafii, Z., & Wan Siti Khadijah, W. M. N. (2012). Halal traceability framework for halal food production. *World Applied Sciences Journal*, 17, 1–5.

⁵¹ Indarti, N., Lukito-Budi, A. S., & Islam, A. M. (2020). A systematic review of halal supply chain research: To where shall we go? *Journal of Islamic Marketing*, 12(9), 1930–1949

⁵²Jannah, S. M., & Al-Banna, H. (2021). HALAL AWARENESS AND HALAL TRACEABILITY: MUSLIM CONSUMERS' AND ENTREPRENEURS' PERSPECTIVES. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 7(2), 285–316

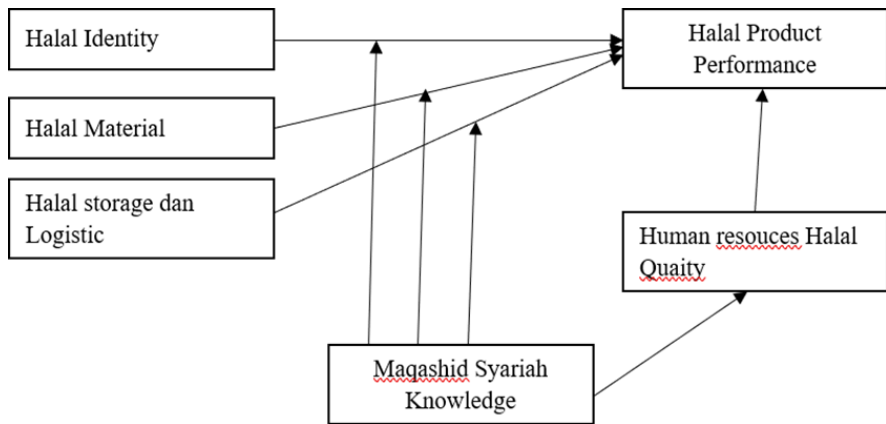
yang terlibat dalam proses produksi.⁵³

Kerangka Berpikir pada Riset

Hubungan antara *Halal Identity*, *Halal Material*, *Halal Storage*, and *Logistik* dapat mempengaruhi *Halal Product Performance*. Identitas Halal mencakup keyakinan dan pemahaman konsumen terhadap kehalalan produk, sementara bahan baku Halal dan metode penyimpanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah memberikan kepastian bahwa produk tersebut memenuhi persyaratan kehalalan. Logistik yang efisien juga penting untuk memastikan produk tetap dalam kondisi Halal selama distribusi. *Maqashid Syariah Knowledge*, sebagai pengetahuan tentang prinsip-prinsip syariah Islam, dapat memoderasi hubungan antara elemen-elemen Halal tersebut dan kinerja produk Halal. Pengetahuan ini dapat memperkuat pemahaman dan implementasi praktik Halal, serta memberikan kerangka kerja yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Di sisi lain, *Maqashid Syariah Knowledge* juga dapat mempengaruhi kinerja produk Halal melalui mediasi *Halal Human Resources Quality* pada usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia. Pengetahuan tentang maqashid syariah dapat membentuk SDM yang memahami dan menerapkan prinsip-prinsip Halal dengan baik. Hal ini akan berdampak positif pada kualitas sumber daya manusia yang terlibat dalam produksi, distribusi, dan pemasaran produk Halal. Sehingga, kombinasi antara *Halal Identity*, *Halal Material*, *Halal Storage and Logistik* dapat membentuk dasar yang kuat untuk kinerja produk Halal. *Maqashid Syariah Knowledge* bertindak sebagai faktor pemoderasi yang memperkuat hubungan ini, sementara kualitas SDM yang sesuai dengan prinsip Halal menjadi jembatan penting dalam mencapai kinerja produk Halal yang optimal, terutama dalam konteks UKM di Indonesia. Sehingga *framework* dalam penelitian ini tergambar seperti gambar 1.1

⁵³ Hasan, H. (2016). A Study On Awareness And Perception Towards Halal Foods among Muslim Students In Kota Kinabalu, Sabah. *Proceedings of the Australia-Middle East Conference on Business and Social Sciences 2016, March*, 803–811.



H1: *Halal Identity* berpengaruh positif terhadap *Halal Product Performance*.

H2: *Halal Material* berpengaruh positif terhadap *Halal Product Performance*.

H3: *Halal Storage and Logistic* berpengaruh positif terhadap *Halal Product Performance*.

H4a: *Maqasyid Shariah Knowledge* mampu memoderasi hubungan *Halal Identity* terhadap *Halal Product Performance*.

H4b: *Maqasyid Shariah Knowledge* mampu memoderasi hubungan *Halal Material* terhadap *Halal Product Performance*.

H4c: *Maqasyid Shariah Knowledge* mampu memoderasi hubungan *Halal Storage and Logistic* terhadap *Halal Product Performance*.

H5: *Maqasyid Shariah Knowledge* mempengaruhi positif terhadap *Halal Product Performance*.

H6: *Human resources Halal Quaity* mampu memediasi hubungan antara *Maqasyid Shariah Knowledge* dan *Halal Product Performance*.

Metode Penelitian

Jumlah sampel penelitian sejumlah minimum sampel yang dapat dihitung berdasarkan jumlah item pengukuran, yaitu 37 item dikalikan 5 hingga 10, sehingga rentang sampel ideal berada pada angka 185 hingga 370 responden.⁵⁴ Keterbatasan wilayah penelitian dan akses terhadap responden menyebabkan peneliti menggunakan batas

⁵⁴ Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate data analysis. In *Vectors* (p. 816). <https://doi.org/10.1016/j.ijpharm.2011.02.019>

minimum, yaitu jumlah item dikalikan lima. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner terstruktur dengan teknik purposive sampling. Responden yang dipilih merupakan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah yang telah memiliki sertifikat halal atau sedang berada dalam proses pengajuannya. Bagian awal kuesioner memuat informasi demografis serta karakteristik usaha, sedangkan bagian berikutnya mengukur variabel penelitian, yaitu *Halal Identity*, *Halal Material*, dan *Halal Storage and Logistic* serta dampaknya terhadap *Halal Product Performance*. *Maqashid Shari'ah Knowledge* ditempatkan sebagai variabel moderator, dan pada saat yang sama diasumsikan berpengaruh secara tidak langsung terhadap *Halal Product Performance* melalui *Human Resources Halal Quality*. Setiap indikator dinilai dengan skala Likert lima poin, mulai dari 1 (Sangat Tidak Setuju/Tidak Pernah) hingga 5 (Sangat Setuju/ Selalu).

Pendekatan analisis menggunakan *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Teknik ini dipilih karena mampu menangani model penelitian yang kompleks, termasuk konstruk moderasi dan mediasi, serta sesuai untuk indikator reflektif.⁵⁵ Evaluasi model dilakukan dalam dua tahap. Tahap pertama berfokus pada pengujian model pengukuran melalui pemeriksaan validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk. Tahap kedua mengevaluasi model struktural melalui koefisien jalur untuk menguji hipotesis. Seluruh analisis dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang berasal dari pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah di Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) dan Nusa Tenggara Barat (NTB). Karakteristik responden diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, kelompok usia, sektor industri, tingkat pendapatan usaha, serta status sertifikasi halal. Pemilihan kedua wilayah dilakukan karena keduanya sedang mengalami pertumbuhan industri halal yang signifikan, termasuk peningkatan jumlah UMKM yang terlibat dalam pengolahan makanan dan minuman. Komposisi responden menunjukkan keterlibatan yang relatif

⁵⁵ Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate data analysis. In Vectors (p. 816). <https://doi.org/10.1016/j.jjpharm.2011.02.019>

seimbang antara pria (41%) dan wanita (59%), mencerminkan proporsi pelaku UMKM di kedua daerah tersebut. Variasi usia responden berada pada rentang usia produktif, yang umumnya berkisar antara 21 hingga di atas 50 tahun. Distribusi ini menunjukkan bahwa pemahaman serta praktik halal telah menjadi perhatian dalam berbagai kelompok usia pelaku usaha.

Sebagian besar responden berkecimpung dalam industri makanan dan minuman (89%) dan sisanya pada industri bahan baku lokal (11%), sesuai dengan fokus penelitian terhadap rantai pasok halal dan penerapan standar kehalalan pada produk konsumsi. Tingkat pendapatan usaha responden bervariasi, mulai dari usaha mikro dengan pendapatan rendah hingga usaha kecil dan menengah dengan pendapatan yang lebih besar. Variasi ini memberikan gambaran mengenai kesiapan dan tantangan pelaku usaha dalam proses penguatan penerapan prinsip halal. Sementara itu, Status sertifikasi halal menunjukkan bahwa sebagian responden telah memiliki sertifikat halal, sementara sebagian lainnya sedang berada dalam proses pengajuan. Terdapat pula responden yang belum mulai mengajukan sertifikasi karena berbagai kendala administratif maupun keterbatasan pengetahuan. Variasi status ini memperkaya analisis mengenai peran identitas halal, material halal, serta sistem penyimpanan dan logistik dalam memengaruhi performa produk halal. Deskripsi responden ini memberikan gambaran komprehensif mengenai profil pelaku usaha di kedua wilayah, serta menjadi dasar untuk memahami dinamika implementasi halal dalam lingkup UMKM.

Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas

Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam model penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik (lihat Tabel 1). Nilai *Composite Reliability* (CR) berada dalam rentang 0,845 hingga 0,956, yang seluruhnya melebihi batas minimal 0,70. Nilai *Cronbach's Alpha* (CA) untuk semua konstruk juga berada di atas ambang 0,70, menegaskan bahwa indikator-indikator penyusun konstruk memiliki stabilitas pengukuran yang memadai.⁵⁶ Temuan ini mengindikasikan bahwa masing-masing konstruk (*Halal*

⁵⁶ Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate data analysis. In *Vectors* (p. 816). <https://doi.org/10.1016/j.ijpharm.2011.02.019>

Identity, Halal Material, Halal Storage and Logistic, Maqasyid Shariah Knowledge, Human Resources Halal Quality, dan Halal Product Performance) dapat diandalkan untuk digunakan dalam analisis struktural lebih lanjut.

Validitas konvergen dievaluasi menggunakan nilai *Average Variance Extracted* (AVE), di mana seluruh variabel menunjukkan nilai AVE di atas 0,50, yang berarti lebih dari separuh varians indikator mampu dijelaskan oleh konstruk laten terkait. Nilai AVE tertinggi terdapat pada variabel *Halal Product Performance* (0,863), disusul oleh *Halal Identity* dan *Halal Material*, yang menandakan bahwa indikator pada konstruk tersebut memiliki tingkat representasi konsep yang sangat kuat. Hal ini memperkuat argumen bahwa konsep-konsep fundamental dalam rantai pasok halal dapat diukur secara akurat melalui instrumen penelitian yang digunakan. Sementara itu, validitas diskriminan dinilai melalui *Square Root of AVE* yang seluruhnya menunjukkan nilai lebih besar dibandingkan korelasi antar-konstruk (MSV), sehingga memenuhi kriteria *Fornell-Larcker*. Kondisi ini menegaskan bahwa setiap konstruk memiliki distingsi konseptual yang baik dan tidak terjadi tumpang tindih makna antar variabel. Nilai *Corrected Item-Total Correlation* yang berada di atas 0,80 juga memperlihatkan bahwa setiap indikator memiliki kontribusi yang kuat terhadap variabel yang diukurnya.

Tabel 1. Hasil Pengujian Reliabilitas dan Validitas Variabel

Variabel	Reliabilitas			Validitas				
	CR	CA	Hasil	AVE	MSV	<i>Square Root AVE</i>	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	Hasil
<i>Halal Identity</i>	0,954	0,884	Reliabel	0,753	0,695	0,825	0,936	Valid
<i>Halal Material</i>	0,956	0,896	Reliabel	0,724	0,693	0,835	0,856	Valid
<i>Halal Storage and Logistics</i>	0,845	0,973	Reliabel	0,699	0,662	0,801	0,987	Valid
<i>Maqasyid Shariah Knowledge</i>	0,932	0,843	Reliabel	0,687	0,635	0,884	0,936	Valid
<i>Human Resources Halal Quality</i>	0,856	0,882	Reliabel	0,735	0,753	0,954	0,893	Valid
<i>Halal Product Performance</i>	0,876	0,942	Reliabel	0,863	0,725	0,854	0,829	Valid

Sehingga secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian memenuhi kriteria reliabilitas dan validitas secara ketat. Keandalan dan ketepatan alat ukur memberikan dasar metodologis yang kuat untuk melanjutkan analisis model struktural (SEM), serta memastikan bahwa hubungan antar variabel dalam

penelitian ini dapat diinterpretasikan secara valid dan ilmiah. Temuan ini juga memperkuat kualitas empiris model halal supply chain yang menjadi fokus penelitian, sehingga hasil yang diperoleh dapat digunakan secara meyakinkan dalam pengembangan teori maupun praktik industri halal.

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat dengan jelas dalam tabel keputusan hipotesis dan disajikan pada bagian ini (lihat Tabel 2). Hasil pengujian terhadap hubungan langsung antarvariabel menunjukkan bahwa *Halal Identity*, *Halal Material*, dan *Halal Storage and Logistic* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Halal Product Performance* (H1, H2, H3 didukung; p-value = 0,000). Temuan ini konsisten dengan teori perilaku konsumen dan literatur halal yang menjelaskan bahwa kejelasan identitas halal, jaminan bahan baku halal, serta kepatuhan rantai pasok terhadap standar kehalalan berperan penting dalam meningkatkan persepsi kualitas dan kinerja produk.⁵⁷ Konsumen Muslim menempatkan integritas halal sebagai dimensi utama dalam keputusan pembelian, sehingga kekuatan identitas halal dan material halal secara langsung memperkuat kepercayaan serta loyalitas konsumen. Selain itu, rantai pasok halal yang terjaga mampu mencegah risiko kontaminasi dan keraguan konsumen, yang pada akhirnya meningkatkan performa produk di pasar.⁵⁸ Temuan ini mempertegas bahwa elemen-elemen dalam sistem halal tidak bekerja secara terpisah, tetapi saling menguatkan dan menjadi determinan kunci dalam keberhasilan produk halal.

⁵⁷ Ab Talib, M. S., & Hamid, A. B. A. (2014a). Halal logistics in Malaysia: A SWOT analysis. *Journal of Islamic Marketing*, 5(3), 322–343

⁵⁸ Tieman, M., van der Vorst, J. G. A. J., & Ghazali, M. C. (2012). Principles in halal supply chain management. *Journal of Islamic Marketing*, 3(3), 217–243

Tabel 2. Hasil Keputusan Hipotesis Penelitian

Hipotesis	P-Value	Keputusan
H1: <i>Halal Identity</i> berpengaruh positif terhadap <i>Halal Product Performance</i> .	0,000	Didukung
H2: <i>Halal Material</i> berpengaruh positif terhadap <i>Halal Product Performance</i> .	0,000	Didukung
H3: <i>Halal Storage and Logistic</i> berpengaruh positif terhadap <i>Halal Product Performance</i> .	0,000	Didukung
H4a: <i>Maqasyid Shariab Knowledge</i> mampu memoderasi hubungan <i>Halal Identity</i> terhadap <i>Halal Product Performance</i> .	0,001	Didukung
H4b: <i>Maqasyid Shariab Knowledge</i> mampu memoderasi hubungan <i>Halal Material</i> terhadap <i>Halal Product Performance</i> .	0,346	Tidak Didukung
H4c: <i>Maqasyid Shariab Knowledge</i> mampu memoderasi hubungan <i>Halal Storage and Logistic</i> terhadap <i>Halal Product Performance</i> .	0,954	Tidak Didukung
H5: <i>Maqasyid Shariab Knowledge</i> mempengaruhi positif terhadap <i>Halal Product Performance</i> .	0,009	Didukung
H6: <i>Human resouces Halal Quaity</i> mampu memediasi hubungan antara <i>Maqasyid Shariab Knowledge</i> dan <i>Halal Product Performance</i>	0,332	Tidak Didukung

Pengujian moderasi menunjukkan bahwa *Maqashid Shariab Knowledge* hanya berhasil memoderasi hubungan antara *Halal Identity* dan *Halal Product Performance* (H4a didukung; p-value = 0,001), tetapi tidak berhasil memoderasi hubungan antara Halal Material (H4b; p = 0,346) dan Halal Storage & Logistic (H4c; p = 0,954) terhadap *Halal Product Performance*. Keberhasilan moderasi pada H4a menunjukkan bahwa pemahaman maqashid syariah mampu memperkuat makna dan persepsi identitas halal. Individu atau pelaku usaha yang memahami tujuan syariah seperti menjaga agama, jiwa, akal, dan harta akan lebih menekankan pentingnya transparansi identitas halal. Pengetahuan tersebut meningkatkan sensitivitas terhadap kehalalan produk dan memperdalam kepercayaan terhadap identitas halal sehingga dampaknya menjadi lebih signifikan.⁵⁹

Sebaliknya, tidak signifikannya moderasi pada hubungan *Halal Material* dan *Halal Storage and Logistic* dapat dijelaskan melalui dua argumen teoritis. Pertama, kedua variabel ini bersifat teknis, operasional sehingga persepsi terhadapnya tidak bergantung secara langsung pada tingkat pengetahuan maqashid syariah. Prosedur bahan baku halal dan logistik halal lebih dipengaruhi oleh regulasi formal, standar BPJPH, serta kepatuhan operasional yang sudah ditetapkan

⁵⁹ Tohari, I., & Kholish, Moh. A. (2020a). Ijtihad Berbasis Maqashid Syari'Ah Sebagai Pijakan Konseptual Dalam Pembaruan Hukum Keluarga Islam Indonesia. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 50(2), 462

sistem. Kedua, literatur menyebutkan bahwa pelaku UMKM cenderung memahami halal secara normatif, bukan filosofis, sehingga pengetahuan maqashid syariah tidak banyak mengubah persepsi atau perilaku terkait bahan baku dan rantai pasok.⁶⁰ Ketidakberpengaruhannya moderasi ini memperlihatkan bahwa aspek teknis lebih dipengaruhi sistem jaminan halal daripada pemahaman konseptual pelaku usaha.

Temuan selanjutnya menunjukkan bahwa *Maqashid Shariah Knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Halal Product Performance* (H5 didukung; p-value = 0,009). Hasil ini sejalan dengan teori etika bisnis Islam yang menegaskan bahwa pemahaman mendalam tentang maqashid syariah mendorong perilaku bisnis yang akuntabel, etis, dan berorientasi kemaslahatan. Pengetahuan tersebut memengaruhi cara pelaku usaha memaknai kualitas, integritas, serta tanggung jawab moral dalam pengelolaan produk sehingga menghasilkan kinerja produk yang lebih baik. Orientasi maqashid syariah mengarahkan pelaku usaha untuk tidak sekadar memenuhi standar formal halal, tetapi juga menjaga nilai-nilai keberlanjutan, kualitas, dan keadilan yang mendukung keberhasilan produk jangka panjang.⁶¹

Hasil analisis mediasi menunjukkan bahwa *Human Resources Halal Quality* tidak berhasil memediasi hubungan antara *Maqashid Shariah Knowledge* dan *Halal Product Performance* (H6 tidak didukung; p-value = 0,332). Ketidaksignifikanan ini dapat dijelaskan dari karakteristik UMKM yang menjadi responden penelitian. Pelaku UMKM umumnya memiliki struktur SDM sederhana dan minim pelatihan formal sehingga peningkatan pemahaman maqashid syariah belum secara otomatis terkonversi menjadi peningkatan kompetensi SDM yang terukur. Teori sumber daya menyatakan bahwa kualitas SDM akan memediasi dampak pengetahuan apabila terdapat pelatihan, sistem pengelolaan kompetensi, dan internalisasi nilai yang berkelanjutan. Kondisi tersebut belum sepenuhnya hadir pada UMKM sehingga jalur mediasi tidak muncul secara signifikan. Selain itu, pelaku UMKM sering kali bertindak sebagai pemilik sekaligus operator usaha, sehingga dampak pengetahuan maqashid syariah langsung tercermin

⁶⁰ Arbak, S., Islam, R., & Al Rasyid, H. (2019). Influence of islamic advertising: Ethic violation on customer purchase intention of halal cosmetic products in Malaysia. *Humanities and Social Sciences Reviews*, 7(3), 671–682

⁶¹ Hakeem, A., & Lee, H. (2018). Understanding Muslim visitors' attitudes towards Korean street food. *International Journal of Tourism Sciences*, 18(3), 215–235

pada keputusan mereka, tanpa melalui peningkatan kualitas SDM formal.⁶²

Temuan penelitian memperkuat literatur halal supply chain bahwa identitas halal, bahan baku halal, dan logistik halal merupakan determinan utama kinerja produk halal. Maqashid Shariah Knowledge terbukti berperan pada tingkat konseptual, terutama dalam memperkuat identitas halal yang berhubungan dengan nilai, persepsi, dan integritas spiritual produk. Sebaliknya, peran maqashid tidak memberikan pengaruh pada aspek teknis seperti material dan logistik karena kedua area tersebut menuntut standar operasional yang bersifat metodologis, bukan normatif. Ketidaksignifikanan mediasi kualitas SDM menegaskan bahwa UMKM membutuhkan intensifikasi pengembangan kapasitas agar nilai-nilai maqashid dapat terinternalisasi secara sistemik. Tanpa penguatan SDM, pengetahuan maqashid hanya berhenti pada ranah kognitif dan tidak mampu ditransformasikan menjadi keunggulan operasional. Temuan ini memberikan implikasi bahwa peningkatan kinerja produk halal harus menggabungkan pendekatan nilai (maqashid) dan teknis (*HACCP halal, halal assurance system*), terutama untuk pelaku UMKM yang masih berada pada tahap pembelajaran.

Kesimpulan

Hasil penelitian menegaskan bahwa penguatan kinerja produk halal (*Halal Product Performance*) pada UMKM sangat ditentukan oleh tiga pilar utama rantai pasok halal, yaitu *Halal Identity*, *Halal Material*, dan *Halal Storage and Logistic*, yang seluruhnya terbukti berpengaruh positif dan signifikan serta mencerminkan pentingnya integritas halal secara menyeluruh dari hulu hingga hilir. Pengetahuan *Maqashid Syariah* berperan strategis terutama pada level konseptual karena mampu memperkuat pengaruh identitas halal, namun tidak cukup kuat memoderasi aspek teknis seperti material dan logistik yang lebih bergantung pada standar operasional bisnis dan kepatuhan sistemik. Ketidaksignifikanan efek mediasi kualitas SDM halal menunjukkan bahwa pemahaman maqashid belum terinternalisasi ke dalam kompetensi operasional UMKM sehingga peningkatan kinerja produk

⁶² Indarti, N., Lukito-Budi, A. S., & Islam, A. M. (2020). A systematic review of halal supply chain research: To where shall we go? *Journal of Islamic Marketing*, 12(9), 1930–1949

tidak terjadi melalui jalur SDM.

Temuan ini memberi sinyal bahwa pengembangan industri halal tidak dapat hanya bertumpu pada nilai dan pengetahuan syariah, tetapi memerlukan investasi nyata pada sistem, teknologi, serta pembinaan SDM yang berkelanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan (1) penguatan kapasitas UMKM melalui pelatihan teknis halal assurance system, HACCP halal, dan logistik halal; (2) pengintegrasian kurikulum maqashid syariah berbasis praktik agar nilai-nilai syariah dapat diterjemahkan ke dalam prosedur operasional yang terukur; (3) dukungan lintas lembaga, termasuk BPJPH, KNEKS, pemerintah daerah, perguruan tinggi, dan lembaga keuangan syariah, untuk menciptakan ekosistem pembinaan terpadu; serta (4) pengembangan standar kompetensi SDM halal yang lebih aplikatif bagi UMKM. Pendekatan simultan antara aspek nilai (maqashid) dan aspek teknis-operasional diyakini menjadi kunci untuk mewujudkan keberlanjutan dan daya saing industri halal, terutama pada sektor UMKM yang menjadi tulang punggung ekonomi halal nasional.

Referensi

- Ab Rashid, N., & Bojei, J. (2020). The relationship between halal traceability system adoption and environmental factors on halal food supply chain integrity in Malaysia. *J. Islam. Mark.*, 11(1), 117–142. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2018-0016>
- Ab Talib, M. S., & Hamid, A. B. A. (2014a). Halal logistics in Malaysia: A SWOT analysis. *Journal of Islamic Marketing*, 5(3), 322–343. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2013-0018>
- Ab Talib, M. S., & Zulfakar, M. H. (2023). Sustainable halal food supply chain management in a small rentier halal market. *Arab Gulf Journal of Scientific Research*. <https://doi.org/10.1108/AGJSR-11-2022-0251>
- Abid Haleem, D., Mohd Imran Khan, M., Shahbaz Khan, M., Abdul Hafaz Ngah, D., Imran Khan, M., Khan, S., & Hafaz Ngah,

- A. (2018). *Assessing Barriers to Adopting and Implementing Halal Practices in Logistics Operations*. 404(1).
<https://doi.org/10.1088/1757-899X/404/1/012012>
- Adiweno, L., Zagloel, T. Y. M., & Ardi, R. (2018). *Designing economic and environmental system dynamic model of halal supply chain on third-party logistic industry in Indonesia*. 34–40.
<https://doi.org/10.1145/3288155.3288161>.
- Ahmad, R. M. T. R. L., Hassan, W. A. W., Marjudi, S., Hamid, A., & Amran, M. F. M. (2022). *Halal industry 4.0 model for SMEs*. 2617. <https://doi.org/10.1063/5.0120548>
- Ahmed, W., Najmi, A., Faizan, H. M., & Ahmed, S. (2019). Consumer behaviour towards willingness to pay for Halal products: An assessment of demand for Halal certification in a Muslim country. *British Food Journal*, 121(2), 492–504.
<https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2018-0085>
- Aishah, B., Siti Aimi Sarah, Z.A., & Nina Naquiah, A.N. (2023). Are Green Technology and Plant- Derived Nanomaterials the Way Forward to Halal-Certified Food Products? *Global Journal al Thaqqafah*, SI(1), 104–123.
<https://doi.org/10.7187/GJATSI072023-9>
- Ajie Wicaksono. (2019). New Normal Pariwisata Yogyakarta. *Kepariwisataan : Jurnal Ilmiah*, Vol.14 No.(3 September 2020), pg. 139-150.
- Alamsyah, A., Hakim, N., & Hendayani, R. (2022). Blockchain-Based Traceability System to Support the Indonesian Halal Supply Chain Ecosystem. *Economies*, 10(6).
<https://doi.org/10.3390/economies10060134>
- Al-Jarhi, M. A. (2017). An economic theory of Islamic finance. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 9(2), 117–132.
<https://doi.org/10.1108/IJIF-07-2017-0007>
- Al-Qardawi, Y. (1999). *The lawful and the prohibited in islam*. Yusuf Al-Qaradawi - Google Books.

- Al-shami, H. A., & Abdullah, S. (2023). Halal food industry certification and operation challenges and manufacturing execution system opportunities. A review study from Malaysia. *Mater. Today Proc.*, 80, 3607–3614. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.07.331>
- Anggadwita, G., Alamanda, D. T., & Ramadani, V. (2020). Halal Label vs Product Quality in Halal Cosmetic Purchasing Decisions. *IKONOMIKA*, 4(2), 227–242. <https://doi.org/10.24042/febi.v4i2.5897>
- Antonio, M. S., Rusydiana, A. S., Laila, N., Hidayat, Y. R., & Marlina, L. (2020). Halal Value Chain: A Bibliometric Review Using R. *Libr. Philos. Pract.*, 2020, 1–25.
- Arbak, S., Islam, R., & Al Rasyid, H. (2019). Influence of islamic advertising: Ethic violation on customer purchase intention of halal cosmetic products in Malaysia. *Humanities and Social Sciences Reviews*, 7(3), 671–682. <https://doi.org/10.18510/hssr.2019.7398>
- Ariefiara, D., Nawir, J., & Julianisa, I. A. (2022). Halal Food Certification, Financial Performance, and Sustainability Reporting: Comparative Study of Food and Beverage Firms in Malaysia and Indonesia. *AgBioForum*, 24(2).
- Arif, S., & Sidek, S. (2015). Application of halalan tayyiban in the standard reference for determining Malaysian halal food. *Asian Social Science*, 11(17), 116–129. <https://doi.org/10.5539/ass.v11n17p116>
- Azhar, A., & Tu, Y. T. (2021). *The investigation of key factors for successful implementation of sustainable halal food supply chain management*. 5(6), 221–228. [https://doi.org/10.26656/fr.2017.5\(6\).235](https://doi.org/10.26656/fr.2017.5(6).235)
- Aziz, A. A., & Zailani, S. (2016a). Halal Logistics: The Role of Ports, Issues and Challenges. *Advances in Islamic Finance, Marketing, and Management*, November 2018, 309–321. <https://doi.org/10.1108/978-1-78635-899-820161015>

- Aziz, A. A., & Zailani, S. (2016b). Halal Logistics: The Role of Ports, Issues and Challenges. *Advances in Islamic Finance, Marketing, and Management*, November 2018, 309–321. <https://doi.org/10.1108/978-1-78635-899-820161015>
- Aziz, M. (2017). *Perspektif Maqashid Al-Syariah Dalam Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal Di Indonesia Pasca Berlakunya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal*. 7.
- Barid, M., Siswanto, S., & Masyhuri, M. (2021). Exploring Islamic Banking Switching Intention. *El Dinar*, 9(1), 33–43. <https://doi.org/10.18860/ed.v9i1.11637>
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150–154. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>
- Bhaskara, R. Y., & Purwanto, M. R. (2023). Perlindungan Konsumen Muslim: Jaminan Produk Halal Perspektif Maqasid Syari'ah Jasser Auda. *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*, 18(2), 103–112. <https://doi.org/10.31603/cakrawala.9691>
- Bonne, K., & Verbeke, W. (2008). Religious values informing halal meat production and the control and delivery of halal credence quality. *Agric. Hum. Values*, 25(1), 35–47. <https://doi.org/10.1007/s10460-007-9076-y>
- Center, I. H. L., & Dinar Standard. (2024). *In Halal Markets Report 2023 / 2024*.
- Dewantara, A. S., Liquiddanu, E., Rosyidi, C. N., Hisjam, M., & Yuniaristanto. (2018). Assessment of the readiness of SME to entering the modern market by using the good manufacturing practice and halal assurance system (Case study on Sari Murni SME). *AIP Conference Proceedings*,

1931(May). <https://doi.org/10.1063/1.5024091>

- Fajri, M. (2020). Integrated food assurance system. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 443(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/443/1/012095>
- Fitriani, M. I., & Naamy, N. (2019). Halal Tourism in Lombok Island: Potentials, Challenges, and the Role of Islamic Education. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 27(1), 221–250. <https://doi.org/10.21580/ws.27.1.3101>
- Ginantaka, A., & Zain, R. (2017). Perancangan Sistem Informasi Traceability Produk Pangan Halal UKM Unggulan Berbasis Digital Business Ecosystem An Analysis And Design for SME Halal Food Product Traceability Information System Based on Digital Business Ecosystem. *Jurnal Agroindustri Halal*, 3(2), 170–182.
- Giyanti, I., & Indriastiningsih, E. (2019). Impact of Halal Certification on The Performance of Food Small Medium Enterprises. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 18(2), 116–123. <https://doi.org/10.23917/jiti.v18i2.7242>
- Hakeem, A., & Lee, H. (2018). Understanding Muslim visitors' attitudes towards Korean street food. *International Journal of Tourism Sciences*, 18(3), 215–235. <https://doi.org/10.1080/15980634.2018.1526455>
- Haleem, A., Imran Khan, M., Khan, S., & Hafaz Ngah, A. (2018). Assessing Barriers to Adopting and Implementing Halal Practices in Logistics Operations. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 404, 012012. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/404/1/012012>
- Haleem, A., Khan, M. I., & Khan, S. (2021). Conceptualising a framework linking halal supply chain management with sustainability: An India centric study. *J. Islam. Mark.*, 12(8), 1535–1552. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2019-0149>
- Handani, N. D., & Kim, H. S. (2022). Unlocking Customer

- Satisfaction of Halal Restaurant in South Korea through Online Review Analysis. *Environment and Social Psychology*, 7(2), 19–37. <https://doi.org/10.18063/ESP.V7.I2.1501>
- Hartawan, M. S., Maharani, M., Krisnanik, E., Saragih, H., & Rahman, A. A. (2022). Sustainability of Key Performance Indicators (KPI) Halal Eco-Tourism Information System. *2022 International Conference on Informatics, Multimedia, Cyber and Information System (ICIMCIS)*, 514–517. <https://doi.org/10.1109/ICIMCIS56303.2022.10017707>
- Hasan, H. (2016). A Study On Awareness And Perception Towards Halal Foods among Muslim Students In Kota Kinabalu, Sabah. *Proceedings of the Australia-Middle East Conference on Business and Social Sciences 2016, March*, 803–811.
- Herindar, E. (2022). *Maqashid sharia and the importance of consuming halal food products for Z muslim generation*.
- Ibrahim, M. A., Michael Hall, C., & Ballantine, P. W. (2019). Food certification: The relationships between organic and halal certification in Malaysian food retailing. In *The Routledge Handb. Of Halal Hospitality and Islamic Tourism* (pp. 264–277). Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9781315150604-20>
- Idris, P. S. R. P. H., & Musa, S. F. P. D. (2022). Halal-Tayyiban and Sustainable Development Goals: A SWOT Analysis. *International Journal of Asian Business and Information Management*, 13(2).
- Indarti, N., Lukito-Budi, A. S., & Islam, A. M. (2020). A systematic review of halal supply chain research: To where shall we go? *Journal of Islamic Marketing*, 12(9), 1930–1949. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2020-0161>
- Ismail, N. B., Hoo, W. C., Leong, A., Malek, F. A., Siang, L. C., Shya, L. H., & Nagaraj, S. (2021). Antecedents Influencing Purchase Intention of Halal Labelled Personal Care Products in Malaysia. *Review of International Geographical*

Education Online, 11(8), 1186–1195.
<https://doi.org/10.48047/rigeo.11.08.99>

Jannah, S. M., & Al-Banna, H. (2021). HALAL AWARENESS AND HALAL TRACEABILITY: MUSLIM CONSUMERS' AND ENTREPRENEURS' PERSPECTIVES. *Journal of*

Islamic Monetary Economics and Finance, 7(2), 285–316.
<https://doi.org/10.21098/jimf.v7i2.1328>

Jaswir, I., Mirghani, M. E. S., Salleh, H. M. S., Ramli, N., Octavianti, F., & Hendri, R. (2017). Contemporary Issues and Development in the Global Halal Industry. In *Contemporary Issues and Development in the Global Halal Industry* (Issue November 2019, pp. 291–300).
<https://doi.org/10.1007/978-981-10-1452-9>

Karia, N., & Asaari, M. H. A. H. (2016). Halal business and sustainability: Strategies, resources and capabilities of halal third-party logistics (3PLs). *Progress in Industrial Ecology, An International Journal*, 10(2/3), 286.
<https://doi.org/10.1504/PIE.2016.082143>

Khan, G., & Khan, F. (2019). Ascertaining the “Halalness” of restaurants – scale development and validation. *Journal of Islamic Marketing*, 10(2), 426–439.
<https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2018-0067>

Khan, M. I., Haleem, A., & Khan, S. (2022a). *Examining the link between Halal supply chain management and sustainability*. 71(7), 2793–2819. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-07-2019-0354>

Khan, M. I., Haleem, A., & Khan, S. (2022b). Examining the link between Halal supply chain management and sustainability. *Int. J. Product. Perform. Manage.*, 71(7), 2793–2819.
<https://doi.org/10.1108/IJPPM-07-2019-0354>

- Komite Nasional Keuangan Syariah. (2018). Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024. *Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional*, 1–443.
- Kurniawati, D. A., Handoko, A., Piplani, R., & Rosdiahti, R. (2022). Optimized distribution of halal products using tabu search. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2020-0143>
- Mabkhot, H. (2023). Factors Affecting the Sustainability of Halal Product Performance: Malaysian Evidence. *Sustainability*, 15(3). <https://doi.org/10.3390/su15031850>
- Maidah, A. (2022). Tinjauan Maqasidus Syariah Tentang Sertifikasi Halal Dengan Skema Self Declare (Studi di Pelaku Usaha Kerupuk Udang Aconk, Dsn. Junganyar Pesisir, Kec. Socah, Kab. Bangkalan). *Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat 2022*.
- Marco Tieman. (2020). *Halal Business Management: A Guide to Achieving Halal Excellence*. Taylor & Francis.
- Midy, E. A., & Anandya, D. (2022). Tourists and Local Residents' Perceptions of Halal Tourism Efforts in Labuan Bajo. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(1), 3403–3415.
- Mufid, A., Tinggi, S., Islam, A., Ulum, K., Purwanto, A., & Fahlevi, M. (2021). *The Role of Halal Food Management System Certified Awareness the Role of Halal Food Management System Certified Awareness on Buying Interest of*. 5(4), 901–914.
- Mustaqim, D. (2023). Sertifikasi Halal Sebagai Bentuk Perlindungan Konsumen Muslim: Analisis Maqashid Syariah dan Hukum Positif. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics*, 1(2), 54–67. <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v1i2.26>
- Nurchahyo, A., & Hudrasyah, H. (2017). The Influence of Halal Awareness, Halal Certification, and Personal Societal

Purchase Intention. *Journal of Business and Management*, 6(1), 21–31.

- Nurhayati, T., & Hendar, H. (2020). Personal intrinsic religiosity and product knowledge on halal product purchase intention: Role of halal product awareness. *Journal of Islamic Marketing*, 11(3), 603–620. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2018-0220>
- Omar, E. N. B., Sarbani, N. B., Osman, I., Omar, H. H., & Jaafar, H. S. (2022). Exploring the Islamic work ethics and Halal meat supply chain: An insight. In *Halal Logistics and Supply Chain Management: Recent Trends and Issues* (pp. 111–121). Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9781003223719-12>
- Priyadi, U., & Pambekti, G. T. (2019). *The Implementation Potential of Village Fund in Islamic Economic Perspective with The Instrument of Maqashid Syariah*. 140(ISCOGI 2017), 184–188. <https://doi.org/10.2991/iscogi-17.2019.43>
- Rahmi, M. (2021). *Maqasid Syariah Sertifikasi Halal*. Bening Media Publishing.
- Rejeb, A., Keogh, J. G., Rejeb, K., & Dean, K. (2021). Halal food supply chains: A literature review of sustainable measures and future research directions. *Foods and Raw Materials*, 9(1), 106–116. <https://doi.org/10.21603/2308-4057-2021-1-106-116>
- Shafii, Z., & Wan Siti Khadijah, W. M. N. (2012). Halal traceability framework for halal food production. *World Applied Sciences Journal*, 17, 1–5.
- Sirat, A. H., Hadady, H., Sirat, M. A. H., & Padli, J. bin. (2020). Mapping And Identifying Halal Products Of Micro, Small, And Medium Enterprises (MSMEs) In Ternate City, Indonesia. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(4), 3294–3305.

- Sulaiman, Z. A., Iranmanesh, M., Foroughi, B., & Rosly, O. (2022). The impacts of Shariah- compliant hotel attributes on Muslim travellers revisit intention: Religiosity as a moderator. *Journal of Islamic Marketing*, 13(10), 2108–2125. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2020- 0179>
- Sulistiani, S. L. (2019). ANALISIS MAQASHID SYARIAH DALAM PENGEMBANGAN HUKUM INDUSTRI HALAL DI INDONESIA. *Law and Justice*, 3(2), 91–97. <https://doi.org/10.23917/laj.v3i2.7223>
- Supeno, E. I. (2019). Strategi Pemberdayaan Ekonomi Pesantren Dan Penguatan Daya Saing Industri Halal Dalam Upaya Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 06(02), 1–19.
- Sya'bani, A. (2015). Maqasid Al-Syari ' Ah Sebagai. *El-Hikam: Journal of Education and Religious Studies*, VIII(1), 127–142.
- Syazwan, M., Talib, A., Bakar, A., Hamid, A., & Chin, T. A. (2016). Can halal certification influence logistics performance Can halal certification influence logistics performance? *Journal of Islamic Marketing*, 7(3), 461–475.
- Syuhada, E. F. (2023). PENDEKATAN MAQASID SYARIAH DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN PADA SERTIFIKASI HALAL. *At-Tawazun, Jurnal Ekonomi Syariah*, 11(02), 21–28. <https://doi.org/10.55799/tawazun.v11i02.332>
- Tan, K. H., Ali, M. H., Makhbul, Z. M., & Ismail, A. (2017a). The impact of external integration on halal food integrity. *Supply Chain Management*, 22(2), 186–199. <https://doi.org/10.1108/SCM-05-2016-0171>
- Tan, K. H., Ali, M. H., Makhbul, Z. M., & Ismail, A. (2017b). The impact of external integration on halal food integrity. *Supply*

- Chain Management*, 22(2), 186–199.
<https://doi.org/10.1108/SCM-05-2016-0171>
- Tarmizi, H. A., Kamarulzaman, N. H., & Latiff, I. A. (2014). Factors behind Third-Party Logistics Providers Readiness towards Halal Logistics. *International Journal of Supply Chain Management*, 3(2).
- Tayob, S. (2021). Sustainability and Halal: Procedure, Profit and Ethical Practice. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 3(2), 95–110.
<https://doi.org/10.21580/jdmhi.2021.3.2.9586>
- Tieman, M., van der Vorst, J. G. A. J., & Ghazali, M. C. (2012). Principles in halal supply chain management. *Journal of Islamic Marketing*, 3(3), 217–243.
<https://doi.org/10.1108/17590831211259727>
- Tohari, I., & Kholish, Moh. A. (2020a). Ijtihad Berbasis Maqashid Syari'Ah Sebagai Pijakan Konseptual Dalam Pembaruan Hukum Keluarga Islam Indonesia. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 50(2), 462.
<https://doi.org/10.21143/jhp.vol50.no2.2587>
- Trishananto, Y., & Mas'ud, F. (2020). The Halal Tourism Development through SOAR Approach in Central Java. *1st International Conference on Religion, Spirituality and Humanity Proceeding*.
- Widyaningsih, D. A. W. (2023). Sertifikasi Halal Perspektif Maqashid Syariah. *Falah Journal of Sharia Economic Law*, 4(1), 61–72. <https://doi.org/10.55510/fjhes.v4i1.224>
- Zulvianti, N., Aimon, H., & Abror, A. (2022). The Influence of Environmental and Non- Environmental Factors on Tourist Satisfaction in Halal Tourism Destinations in West Sumatra, Indonesia. *Sustainability (Switzerland)*, 14(15).
<https://doi.org/10.3390/su1415918>.