ANALISIS STRATEGI *HALAL VALUE CHAIN* DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS AQIQAH DI NURUL HAYAT KOTA SURABAYA

SKRIPSI

OLEH
ZOLA RAHMATULLAH TAUHID
NIM 08040422189

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

PROGAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2026

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Zola Rahmatullah Tauhid

NIM : 08040422189

Judul : Analisis Rantai Nilai Halal Terhadap Bisnis Aqiqah Nurul Hayat Kota Surabaya

Telah diperiksan dan disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diajukan pada sidang munaqasah skripsi.

Surabaya, 11 Mei 2026

Dosen Pembimbing,

Dr.Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS STRATEGI *HALAL VALUE CHAIN* DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS AQIQAH DI NURUL HAYAT KOTA SURABAYA

Oleh
Zola Rahmatullah Tauhid
NIM: 08040422189

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
Tanggal 25 Mei 2026 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susuna Dewan Penguji:	Tanda Tangan:
1. Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I. NIP. 197005142000031001 (Pembimbing)	.....
2. Dr. Sri Wigati, M.E.I NIP. 197302212009122001 (Penguji 1)	.....
3. Fatikul Himami, MEI NIP. 198009232009121002 (Penguji 2)	.....
4. Ismatul Khayati, ME NIP. 199010132022032001 (Penguji 3)	.....

Surabaya, 25 Mei 2026

Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Zola Rahmatullah Tauhid
NIM : 08040422189
Fakultas/Jurusan : FEBI / Ekonomi Syariah
E-mail address : zolarahmatullah1105@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :
Analisis Strategi Halal value Chain Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Aqiqah Di Nurul Hayat Kota Surabaya

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,

Penulis

(Zola Rahmatullah Tauhid)
nama terang dan tanda tangan

CS Dipindai dengan CamScanner

PERNYATAAN

Saya, Zola Rahmatullah Tauhid, 08040422189, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 18 Mei 2026



Zola Rahmatullah Tauhid

NIM 08040422189

DECLARATION

Saya, Zola Rahmatullah Tauhid, 08040422189, stated that:

1. This undergraduate thesis is original and entirely my own work. It is not the work of another person submitted under my name, nor is it the result of imitation or plagiarism of another person's work. This thesis has never been submitted to obtain an academic degree, either at UIN Sunan Ampel Surabaya or at any other higher education institution.
2. In this thesis, there are no works or opinions that have been written or published by others, except those explicitly cited in writing as references by mentioning the author's name and listed in the bibliography.
3. This statement is made truthfully. Should there be any deviation or untruth found in this statement in the future, I am willing to accept academic sanctions in the form of revocation of the degree obtained as a result of this thesis, as well as other sanctions in accordance with the norms and regulations applicable at UIN Sunan Ampel Surabaya

Surabaya, 18 May 2026



Zola Rahmatullah Tauhid

NIM 08040422189

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya produk dan layanan halal, termasuk pada bisnis aqiqah. Di tengah persaingan bisnis aqiqah yang semakin ketat, perusahaan tidak hanya dituntut menjaga kehalalan produk, tetapi juga mempertahankan kualitas layanan dan kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis penerapan Halal Value Chain dan strategi persaingan bisnis pada Aqiqah Nurul Hayat Surabaya.

Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Halal Value Chain yang meliputi bahan baku halal, proses produksi halal, distribusi halal, dan pemasaran halal, serta teori strategi persaingan bisnis menurut Porter. Kedua teori tersebut digunakan untuk menganalisis penerapan prinsip halal dan strategi perusahaan dalam mempertahankan daya saing bisnis.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Aqiqah Nurul Hayat Surabaya telah menerapkan Halal Value Chain secara menyeluruh mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, distribusi, hingga pemasaran. Strategi persaingan bisnis yang diterapkan cenderung mengarah pada strategi diferensiasi melalui sertifikasi halal, penerapan SOP yang konsisten, sistem Satu Nama Satu Customer, kualitas layanan, program sosial, dan penanganan keluhan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penerapan Halal Value Chain tidak hanya menjaga kehalalan produk dan layanan, tetapi juga menjadi strategi dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan mempertahankan daya saing bisnis Aqiqah Nurul Hayat Surabaya. Penelitian ini menyarankan agar perusahaan terus meningkatkan inovasi layanan, kualitas sumber daya manusia, dan konsistensi penerapan Halal Value Chain untuk menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: Halal Value Chain, Strategi Persaingan Bisnis, Aqiqah, , Ekonomi Syariah.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

ABSTRACT

This study is motivated by the increasing public awareness of the importance of halal products and services, including in the aqiqah business. Amid the increasingly competitive aqiqah industry, companies are required not only to ensure the halalness of their products but also to maintain service quality and consumer trust. Therefore, this study aims to analyze the implementation of the Halal Value Chain and business competition strategies at Aqiqah Nurul Hayat Surabaya.

The theoretical framework of this study is based on the Halal Value Chain theory, which includes halal raw materials, halal production processes, halal distribution, and halal marketing, as well as Porter's business competition strategy theory. These theories are used to analyze the implementation of halal principles and the company's strategies in maintaining business competitiveness.

This study employed a qualitative method with a case study approach. Data were collected through observation, interviews, and documentation, and were analyzed using data reduction, data presentation, and conclusion drawing techniques. The findings indicate that Aqiqah Nurul Hayat Surabaya has comprehensively implemented the Halal Value Chain, covering raw material procurement, production processes, distribution, and marketing activities. The business competition strategy applied by the company tends to emphasize differentiation through halal certification, consistent implementation of Standard Operating Procedures (SOPs), the One Name One Customer system, service quality, social programs, and customer complaint management.

The study concludes that the implementation of the Halal Value Chain not only ensures the halalness of products and services but also serves as a strategy to enhance consumer trust and maintain the business competitiveness of Aqiqah Nurul Hayat Surabaya. It is recommended that the company continue to improve service innovation, human resource quality, and consistency in implementing the Halal Value Chain to face increasingly competitive business challenges.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Keywords: *Halal Value Chain, Business Competition Strategy, Aqiqah, Islamic Economics.*

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI ..... **iv**
PERNYATAAN ..... **v**
DECLARATION ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
ABSTRAK ..... **ix**
ABSTRACT ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xi**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Identifikasi Masalah 10
1.3 Batasan Masalah 11
1.4 Rumusan Masalah 11
1.5 Tujuan Penelitian 12
1.6 Manfaat Penelitian 12
BAB II LANDASAN TEORI **14**
2.1 *Halal Value Chain* 14
2.2 Persaingan Bisnis 18
2.3 Bisnis Aqiqah 30
2.4 Penelitian Terdahulu 32
2.5 Kerangka Berpikir 40
BAB III METODE PENELITIAN **42**
3.1 Jenis Penelitian 42
3.2 Tempat atau Lokasi Penelitian 43
3.3 Jenis dan Sumber Penelitian 43
3.3.1 Data Primer 43
3.3.2 Data Sekunder 44
3.4 Teknik Pengumpulan Data 45

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A
http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

3.4.1 Observasi 45
3.4.2 Wawancara 46
3.4.3 Dokumentasi 46
3.5 Metode Analisis Data 47
3.5.1 Reduksi Data 47
3.5.2 Penyajian Data 47
3.5.3 Pengambilan Kesimpulan 48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 49
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 49
4.1.1 Sejarah Berdiri Aqiqah Nurul Hayat 49
4.1.2 Visi Misi Aqiqah Nurul Hayat Kota Surabaya 50
4.1.3 Struktur Organisasi Aqiqah Nurul Hayat 53
4.1.4 Produk dan Layanan Aqiqah Nurul Hayat 57
4.2 Hasil Penelitian 59
4.2.1 Penerapan *Halal Value Chain* pada Bisnis Aqiqah Nurul Hayat 59
4.2.2 Strategi *Halal Value Chain* dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Aqiqah 78
4.3 Pembahasan 93
4.3.1 Penerapan *Halal Value Chain* pada Bisnis Aqiqah Nurul Hayat 93
4.3.2 Strategi *Halal Value Chain* dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Aqiqah 95
4.3.3 Faktor Pendukung dan Penghambat Penerapan Strategi *Halal Value Chain*. 101
BAB V PENUTUP 108
5.1 Kesimpulan 108
5.2 Saran 109
DAFTAR PUSTAKA 111
LAMPIRAN 114

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkip Wawancara 114
Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian..... 118
Lampiran 3 Biodata Diri 119
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian..... 120

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

DAFTAR PUSTAKA

Asri, K. H., & Ilyas, A. (2022). Penguatan Ekosistem Halal Value Chain sebagai Pengembangan Industri Halal Menuju Era 5.0. *Alif*, *1*(1), 37–47. https://doi.org/10.37010/alif.v1i1.712

Camelia, I., Indriyani Achmad, L., Ainulyaqin, M., Edy, S., & Pelita Bangsa, U. (2024). Analisis Peran Sertifikasi Halal pada Bisnis UMKM Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *10*(02), 1474–1484. http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i2.13349

Faikoh, D., & Anwar, A. Z. (2025). Implementasi Penerapan Standar Jaminan Produk Halal Pada Produk UMK (Usaha Mikro dan Kecil) Bersertifikat Halal. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, *8*(1), 16–29. https://journal.uir.ac.id/index.php/syarikat/article/view/21626

Fauziah, I. N. (2023). Penerapan customer relationship management di Aqiqah Nurul Hayat Surabaya. *Undergraduate Thesis, UIN Sunan Ampel Surabaya.*

Fitriyah, A. L. (2026). *A Competitive Analysis of Halal Industry Ecosystem Development Between Indonesia and Malaysia*. *8*(3), 199–215.

Hartini, H., & Malahayatie, M. (2024). Implikasi Sertifikat Halal Dalam Manajemen Bisnis Industri Makanan Dan Minuman. *GREAT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, *1*(2), 116–129. https://doi.org/10.62108/great.v1i2.688

Hasanah, H., Mauliyah, N. I., & Suprianik. (2022). Kesadaran Personal Terhadap Rantai Nilai Halal pada Pelaku UMKM Snack Edamame "WND Food" di Sumbersari Jember. *Ebisma (Economics, Business, Management, & Accounting Journal)*, *2*(2), 17–21. https://doi.org/10.61083/ebisma.v2i2.13

Hasibuan, M. A. A. R. R. D. A. A. T. (2025). Aspek Syariah dan Halal : Definisi, Etika Bisnis, Ciri Khas Bisnis, Akad, Kerjasama, dan Standar Operasional Prosedur Halal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen Vol.3*, *3*(2), 372–381.

Hasniar, H., R, A. R., & Jumriani, J. (2025). Mediasi Keputusan Pembelian pada Label Halal Terhadap Pendapatan UMKM Produk Makanan dan Minuman di. *Ekonomi, Manajemen, Akutansi*, *4*(2), 4430–4438.

Ma'wa, P. N. J., & Alim, M. N. (2024). Analisis Prosedur dan Biaya Pelaksanaan Audit Halal di Lembaga Pemeriksa Halal. *BISEI : Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Islam*, *9*(1),

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

1–11. https://doi.org/10.33752/bisei.v9i1.5238

Marifat, N., Kamiruddin, & Hasbi, H. (2025). *Analisis Implementasi Halal Value Chain Pada Produk Home Industri Perspektif Ekonomi Syariah (Pada UMKM di*. *8*(2), 910–927.

Maulizah, R., & Sugianto. (2024). Pentingnya Produk Halal di Indonesia : Analisis Kesadaran Konsumen , Tantangan Dan Peluang The Importance of Halal Products in Indonesia : An Analysis of Consumer Awareness , Challenges and Opportunities. *El-Suffah: Jurnal Studi Islam*, *1*(2), 129–147.

Michael E. Porter. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.

Mudawamah, A. S. I. (2017). Strategi Pemasaran Produk (aqiqah) ditinjau dari Syariah Marketing (studi kasus di Nurul Hayat Cabang Kediri). *Doctoral Dissertation, IAIN Kediri*.

Nuratikah, Abdullah, M. W., Awaluddin, M., & Nurjanah. (2024). Halal Value Chain dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif pada Bisnis Kuliner. *COSMOS: Jurnal Ilmu Pendidikan, EKonomi Dan Teknologi*, *1*(3), 72–87.

Philip Kotler, K. L. K. (2016). *Marketing Management Always learning Marketing Management*. Pearson.

Puspito, A. W. (2020). Komunikasi Pemasaran Aqiqah Nurul Hayat Kediri. *Doctoral Dissertation, IAIN Kediri*.

Qomaruddin, & Sa'diyah, H. (2024). Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif. *Journal of Management, Accounting and Administration*, *1*(2), 77–84.

Rumnah, Hamidah, & Marsiah. (2022). Makanan Dan Minuman Yang Baik Dan Halal Menurut Islam. *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan*, *2*(3), 223–231. https://doi.org/10.51878/cendekia.v2i3.1452

Saragih, L. (2022). *Strategi Manajemen Pemasaran* (Janner Simarmata (Ed.)). Yayasan Kita Menulis.

Sekilas Tentang Aqiqah Nurul Hayat. (2025). https://aqiqahnurulhayat.com/tentang-kami-2/

Setiawan, A. A., . R., & Pratiwi, H. (2025). Analisis Penerapan Rantai Nilai Halal (Studi Pada UPTD Rumah Potong Hewan Dinas Pertanian Dan Ketahanan Pangan Kota Jambi). *JOURNAL OF SHARIA ECONOMICS*, *7*(1), 135–153.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/

https://doi.org/10.35896/jse.v7i1.1042

Setiawan, M. A. (2025). *Competitive Advantage of Digital Business Models in The Halal Industry : A Comparative Analysis of Traditional Approaches*. *3*(2).

Sirajul Arifin. (2026). Integration of attitudes and behavioral control on intention to consume halal and environment-friendly products. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIABR-06-2025-0362

Sugiyono, P. D. (2017). Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung*, *225(87)*, 48–61.

Sunarta, D. A., Maulana, N., & Apriliani, R. (2024). *Kontribusi Halal Value Chain dalam Pengembangan Ekonomi Syariah pada UMKM*. *1*(2), 1–11.

Utari Evy Cahyani. (2016). STRATEGI BERSAING DALAM BERBISNIS SECARA ISLAMI. *Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan*, *Volume 2*,.

Yusanto, M. Is. (2002). *Menggagas Bisnis Islami*. Gema Insani Pres.

Yuyun Yuningsih, S. H. (2026). *Pelatihan Penyembelihan Qurban dan Aqiqah di Selajambe Tekankan Aspek Syariat, Halal, dan Higienitas*. KEMENAG. https://kuningan.kemenag.go.id/kuningan/detail_berita?id=6586

Zakiyah, Budi, I. S., & Komarudin, P. (2023). Analisis Halal Value Chain Pada Pengembangan Produk Wisata Halal Makam Habib Basirih Di Kota Banjarmasin. *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, *9*(1), 123–138. https://doi.org/10.36908/esha.v9i1.911

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/ http://digilib.uinsa.ac.id/