Vol 8 (5), Tahun 2024
eISSN: 24431186

URGENSI HALAL FOOD DALAM TINJAUAN USAHA BUMBU BASAH PRAKTIS

Fiola Seltina[1], Sarina[2], Joni Hendra[3]
STAIN Bengkalis
violabks@gmail.com[1], sarinarin6@gmail.com[2], joni_hendra77@yahoo.co.id[3]

Abstrak: Urgensi halal food menjadi perhatian utama dalam industri kuliner, terutama bagi produsen bumbu basah praktis. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya mengonsumsi produk halal, kepatuhan terhadap prinsip-prinsip halal menjadi faktor kunci dalam menarik konsumen Muslim. Penelitian ini mengkaji urgensi halal food dalam konteks usaha bumbu basah praktis, dengan fokus pada aspek sertifikasi halal, bahan baku, proses produksi, dan pemasaran. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini mengeksplorasi perspektif produsen, konsumen, dan otoritas terkait dalam mengidentifikasi tantangan dan peluang dalam menjamin kehalalan produk bumbu basah praktis. Hasil penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi pelaku usaha bumbu basah praktis dalam memenuhi tuntutan pasar halal yang terus berkembang, serta memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk mereka.
Kata Kunci: Halal Food, Bumbu Basah Praktis, Sertifikasi Halal, Bahan Baku Halal, Proses Produksi Halal, Pemasaran Halal.

Abstract: *The urgency of halal food is a major concern in the culinary industry, especially for manufacturers of practical wet seasonings. With increasing public awareness of the importance of consuming halal products, adherence to halal principles is becoming a key factor in attracting Muslim consumers. This study examines the urgency of halal food in the context of practical wet seasoning business, focusing on aspects of halal certification, raw materials, production processes, and marketing. Through a qualitative approach, this study explores the perspectives of producers, consumers, and relevant authorities in identifying challenges and opportunities in ensuring the halal of practical wet seasoning products. The results of this study provide valuable insights for practical wet seasoning businesses in meeting the growing demands of the halal market, as well as strengthening consumer confidence in their products.*
Keyword: *Halal Food, Practical Wet Seasoning, Halal Certification, Halal Raw Materials, Halal Production Process, Halal Marketing.*

Pendahuluan

Dalam industri kuliner global yang terus berkembang, kebutuhan akan produk halal menjadi semakin penting. Masyarakat Muslim di seluruh dunia semakin sadar akan pentingnya mengonsumsi makanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Salah satu segmen industri yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah pasar bumbu basah praktis, yang menawarkan solusi cepat dan mudah bagi para konsumen untuk menyajikan masakan yang lezat.

Namun, di tengah tingginya permintaan akan produk bumbu basah praktis, terdapat keprihatinan mengenai kehalalan bahan baku, proses produksi, dan sertifikasi halal yang menjamin keamanan dan kepatuhan terhadap standar halal. Konsumen Muslim yang semakin sadar akan pentingnya mengonsumsi produk halal menuntut transparansi dan jaminan kehalalan dari produsen bumbu basah praktis.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji urgensi halal food dalam konteks usaha bumbu basah praktis. Dengan mengeksplorasi perspektif produsen, konsumen, dan otoritas terkait, penelitian ini akan mengidentifikasi tantangan dan peluang dalam menjamin kehalalan produk bumbu basah praktis. Aspek-aspek seperti sertifikasi halal, bahan baku halal, proses produksi halal, dan pemasaran halal akan dibahas secara mendalam.

Selain itu, upaya untuk menjamin kehalalan produk bumbu basah praktis tidak hanya bermanfaat bagi konsumen Muslim, tetapi juga dapat membuka peluang pasar yang lebih luas bagi produsen. Pasar halal global terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, dengan nilai diperkirakan mencapai US$ 3,2 triliun pada tahun 2021 (Laporan Ekonomi Islam Global,

Vol 8 (5), Tahun 2024
eISSN: 24431186

2022). Dengan menawarkan produk bumbu basah praktis yang halal dan terjamin, produsen dapat meraih pangsa pasar yang lebih besar di kalangan konsumen Muslim di seluruh dunia.

Namun, terdapat tantangan yang harus dihadapi dalam menjamin kehalalan produk bumbu basah praktis. Salah satunya adalah kompleksitas dalam memastikan seluruh bahan baku, aditif, dan proses produksi yang digunakan sesuai dengan prinsip-prinsip halal. Selain itu, masalah seperti kontaminasi silang, sertifikasi halal yang ketat, dan persepsi konsumen terhadap produk halal juga perlu diperhatikan.

Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan kolaborasi yang erat antara produsen, otoritas sertifikasi halal, dan para pemangku kepentingan lainnya. Dengan mengadopsi praktik terbaik dalam produksi halal, menerapkan standar kehalalan yang ketat, dan meningkatkan transparansi dalam rantai pasokan, produsen bumbu basah praktis dapat meyakinkan konsumen akan komitmen mereka terhadap kehalalan produk.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi pelaku usaha bumbu basah praktis dalam memenuhi tuntutan pasar halal yang terus berkembang. Selain itu, penelitian ini juga dapat memperkuat kepercayaan konsmen terhadap produk bumbu basah praktis yang benar-benar halal dan aman untuk dikonsumsi.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, pendekatan kajian pustaka (literature review) akan digunakan untuk mengeksplorasi urgensi halal food dalam tinjauan usaha bumbu basah praktis. Kajian pustaka merupakan metode penelitian yang melibatkan pengumpulan, sintesis, dan analisis data dari berbagai sumber literatur yang relevan, seperti jurnal ilmiah, buku, laporan, dan sumber-sumber kredibel lainnya.

Proses kajian pustaka akan dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu:

1. Identifikasi sumber literatur yang relevan dengan topik penelitian melalui pencarian di basis data online.
2. Seleksi dan evaluasi literatur berdasarkan kriteria seperti relevansi, tahun publikasi, reputasi penerbit, dan kontribusi terhadap topik yang diteliti.
3. Analisis mendalam dan sintesis informasi penting dari literatur terpilih untuk mengidentifikasi temuan, perspektif, dan isu-isu kunci terkait urgensi halal food dalam usaha bumbu basah praktis.
4. Pengembangan kerangka konseptual berdasarkan temuan dari kajian pustaka untuk memberikan gambaran yang jelas tentang urgensi halal food dalam konteks usaha bumbu basah praktis.

Kajian pustaka yang komprehensif akan memberikan landasan teoritis yang kuat untuk penelitian ini. Dengan mengintegrasikan temuan dari berbagai sumber literatur, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang urgensi halal food dalam tinjauan usaha bumbu basah praktis, serta mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam memenuhi permintaan pasar halal yang terus berkembang.

Hasil dan Pembahasan

A. Halal Food dalam Industri Kuliner

Dalam industri kuliner global yang terus berkembang, konsep halal food telah menjadi sorotan utama, terutama bagi komunitas Muslim yang menjunjung tinggi prinsip-prinsip syariah Islam dalam mengonsumsi makanan. Halal food mengacu pada makanan dan minuman yang diperbolehkan untuk dikonsumsi menurut hukum Islam, yang memenuhi standar keamanan, kebersihan, dan kehalalan dalam setiap aspek produksi, pengolahan, dan penyajiannya .

Definisi halal food tidak hanya terbatas pada bahan baku yang digunakan, tetapi juga mencakup seluruh rantai pasokan, mulai dari sumber bahan baku, proses produksi,

Vol 8 (5), Tahun 2024
eISSN: 24431186

penyimpanan, pengemasan, hingga pendistribusian produk akhir. Setiap tahapan harus terbebas dari unsur-unsur yang dilarang dalam ajaran Islam, seperti babi, alkohol, bahan-bahan berbahaya, serta praktik-praktik yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip halal .

Tren dan pertumbuhan pasar halal food telah mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Menurut laporan State of the Global Islamic Economy Report 2022/23, nilai pasar halal global diperkirakan mencapai US$ 1,97 triliun pada tahun 2021 dan diproyeksikan akan terus tumbuh dengan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 8,2% hingga tahun 2027 . Pertumbuhan ini didorong oleh peningkatan populasi Muslim di seluruh dunia, kesadaran yang lebih besar tentang gaya hidup halal, serta tuntutan akan produk halal yang lebih beragam dan berkualitas.

Peluang dalam memenuhi permintaan halal food terbuka luas bagi pelaku industri kuliner. Dengan populasi Muslim yang terus bertambah dan adanya kecenderungan untuk mengadopsi gaya hidup halal, permintaan akan produk halal telah melampaui batas-batas geografis dan budaya. Pasar halal global menawarkan peluang yang menguntungkan bagi produsen makanan dan minuman untuk memperluas jangkauan pasar mereka dan menarik konsumen Muslim yang semakin sadar akan kehalalan produk.

Namun, di balik peluang yang menjanjikan, terdapat tantangan yang harus dihadapi dalam memenuhi permintaan halal food. Salah satu tantangan utama adalah memastikan kepatuhan terhadap standar dan regulasi kehalalan yang ketat. Produsen harus memahami dan mematuhi peraturan dan sertifikasi halal yang berlaku di setiap negara atau wilayah, serta menerapkan praktik terbaik dalam seluruh rantai pasokan.

Tantangan lain yang dihadapi adalah memastikan transparansi dan penelusuran bahan baku halal. Produsen harus memiliki sistem yang kuat untuk melacak asal-usul bahan baku, memastikan tidak ada kontaminasi silang dengan bahan non-halal, serta menerapkan praktik penanganan dan penyimpanan yang tepat.

Selain itu, edukasi dan literasi halal juga menjadi tantangan tersendiri. Banyak konsumen yang masih memiliki pemahaman yang terbatas tentang konsep halal food, sehingga diperlukan upaya yang lebih besar untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman mereka tentang pentingnya mengonsumsi produk halal.

B. Regulasi dan Sertifikasi Halal

Regulasi dan sertifikasi halal merupakan aspek penting dalam menjamin kehalalan produk pangan, termasuk dalam industri kuliner dan pembuatan bumbu basah praktis. Peraturan dan standar kehalalan produk pangan ditetapkan untuk memberikan pedoman dan persyaratan yang harus dipenuhi oleh produsen dalam memproduksi, mengolah, dan mendistribusikan makanan dan minuman yang halal .

Setiap negara atau wilayah memiliki peraturan dan standar kehalalan produk pangan yang spesifik. Di Indonesia, misalnya, terdapat Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang mengatur tentang tata cara penyelenggaraan jaminan produk halal . Peraturan ini mewajibkan setiap produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Indonesia harus memiliki sertifikat halal dari lembaga pemerintah yang berwenang.

Selain itu, organisasi-organisasi internasional seperti Organisasi Konferensi Islam (OKI) dan Majelis Ulama Internasional juga telah menetapkan standar halal global yang dapat diadopsi oleh negara-negara anggota. Standar-standar ini mencakup kriteria dan persyaratan yang harus dipenuhi dalam seluruh rantai pasokan, mulai dari bahan baku, proses produksi, pengemasan, hingga distribusi.

Untuk memastikan kepatuhan terhadap peraturan dan standar kehalalan produk pangan, produsen harus melalui proses sertifikasi halal yang ketat. Proses ini melibatkan audit dan verifikasi yang dilakukan oleh lembaga sertifikasi halal yang berwenang. Lembaga ini akan

Vol 8 (5), Tahun 2024
eISSN: 24431186

mengevaluasi seluruh aspek produksi, seperti bahan baku, fasilitas produksi, proses penanganan, serta sistem manajemen halal yang diterapkan oleh produsen.
Proses sertifikasi halal umumnya meliputi beberapa tahapan, di antaranya:

1. Pendaftaran dan pengajuan sertifikasi: Produsen mengajukan permohonan sertifikasi halal kepada lembaga sertifikasi yang berwenang dengan melengkapi persyaratan yang diperlukan.
2. Audit dan verifikasi: Tim auditor dari lembaga sertifikasi melakukan audit lapangan untuk memverifikasi kepatuhan terhadap standar halal, termasuk memeriksa bahan baku, proses produksi, fasilitas, dan sistem manajemen halal yang diterapkan.
3. Penilaian dan analisis: Hasil audit dan verifikasi akan dianalisis oleh tim auditor dan komite halal untuk memastikan bahwa seluruh persyaratan telah terpenuhi.
4. Keputusan sertifikasi: Jika semua persyaratan terpenuhi, lembaga sertifikasi akan menerbitkan sertifikat halal untuk produk tersebut.
5. Pemantauan dan pengawasan: Setelah sertifikasi diberikan, lembaga sertifikasi akan melakukan pemantauan dan pengawasan berkala untuk memastikan kepatuhan produsen terhadap standar halal.

Sertifikasi halal memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk yang mereka konsumsi telah memenuhi persyaratan kehalalan yang ketat. Selain itu, sertifikasi halal juga memberikan keunggulan kompetitif bagi produsen dalam memasarkan produk mereka di pasar halal global yang terus berkembang.

C. Bahan Baku Halal Dalam Produksi Bumbu Basah Praktis

Dalam memproduksi bumbu basah praktis yang halal, salah satu aspek penting yang harus diperhatikan adalah bahan baku yang digunakan. Bahan baku merupakan komponen utama yang menentukan kehalalan suatu produk, sehingga pemilihan dan pengelolaan bahan baku halal menjadi kunci dalam menjamin kehalalan produk bumbu basah praktis .

Sumber dan jenis bahan baku yang digunakan dalam produksi bumbu basah praktis sangat beragam, mulai dari rempah-rempah seperti bawang merah, bawang putih, cabai, kunyit, hingga bahan-bahan lain seperti garam, gula, minyak nabati, dan bahan pengawet alami. Untuk memastikan kehalalan produk, produsen harus memastikan bahwa setiap bahan baku yang digunakan berasal dari sumber yang halal dan tidak mengandung bahan-bahan yang dilarang dalam ajaran Islam.

Dalam menentukan kriteria bahan baku halal dan non-halal, produsen harus mengacu pada pedoman dan standar kehalalan yang ditetapkan oleh otoritas berwenang. Secara umum, bahan baku halal adalah bahan-bahan yang terbebas dari unsur-unsur haram seperti babi, alkohol, dan bahan-bahan berbahaya lainnya. Selain itu, bahan baku juga harus diproduksi, diolah, dan disimpan dengan cara yang sesuai dengan prinsip-prinsip halal, termasuk tidak terkontaminasi dengan bahan non-halal.

Di sisi lain, bahan baku non-halal adalah bahan-bahan yang mengandung unsur-unsur haram atau dilarang dalam ajaran Islam. Contohnya adalah babi, alkohol, gelatin dari sumber non-halal, serta bahan-bahan lain yang berasal dari sumber yang tidak halal atau mengandung bahan berbahaya.

Meskipun kriteria kehalalan bahan baku terlihat sederhana, namun dalam praktiknya, produsen bumbu basah praktis sering menghadapi tantangan dalam memastikan bahan baku yang digunakan benar-benar halal. Salah satu tantangan utama adalah transparansi dan penelusuran asal-usul bahan baku. Produsen harus memiliki sistem yang kuat untuk melacak dan memverifikasi sumber bahan baku, serta memastikan tidak ada kontaminasi silang dengan bahan non-halal selama proses produksi, penyimpanan, dan distribusi.

Selain itu, ketersediaan bahan baku halal juga menjadi tantangan tersendiri, terutama untuk bahan-bahan tertentu yang sulit diperoleh atau harus diimpor dari negara lain. Produsen

Vol 8 (5), Tahun 2024
eISSN: 24431186

harus memastikan bahwa pemasok bahan baku yang mereka gunakan memiliki sistem manajemen halal yang baik dan dapat menjamin kehalalan bahan baku yang dipasok.

Untuk mengatasi tantangan ini, produsen bumbu basah praktis perlu menerapkan praktik terbaik dalam memilih dan mengelola bahan baku halal. Hal ini dapat meliputi pemeriksaan dan verifikasi yang ketat terhadap pemasok, penerapan sistem penelusuran bahan baku yang efektif, serta kolaborasi dengan lembaga sertifikasi halal untuk memastikan kepatuhan terhadap standar kehalalan yang berlaku.

D. Pemasaran dan Branding Produk Halal

Dalam industri bumbu basah praktis yang berorientasi pada pasar halal, pemasaran dan branding produk halal memegang peranan penting untuk menarik dan mempertahankan konsumen Muslim. Strategi pemasaran dan promosi yang efektif, serta branding yang kuat dan sesuai dengan prinsip-prinsip halal, dapat memberikan nilai tambah bagi produk dan membangun kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk tersebut .

Strategi pemasaran dan promosi produk halal harus dirancang dengan mempertimbangkan preferensi dan nilai-nilai konsumen Muslim. Pesan pemasaran yang dikirimkan harus jelas, transparan, dan menekankan aspek kehalalan produk. Perusahaan dapat memanfaatkan berbagai saluran pemasaran, seperti media sosial, iklan cetak atau digital, promosi di toko, dan acara-acara yang berfokus pada gaya hidup halal.

Dalam pelaksanaannya, strategi pemasaran halal harus menghindari unsur-unsur yang bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam, seperti penggunaan gambar atau ilustrasi yang tidak sesuai, promosi yang mengarah pada perilaku konsumtif berlebihan, atau penggunaan kata-kata yang ambigu atau menyesatkan.

Selain strategi pemasaran, aspek yang tidak kalah penting adalah labeling dan kemasan produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip halal. Kemasan produk harus mencantumkan informasi yang jelas dan lengkap, termasuk logo atau sertifikasi halal dari lembaga berwenang, daftar bahan-bahan yang digunakan, dan informasi lain yang relevan dengan kehalalan produk.

Desain kemasan juga harus mempertimbangkan preferensi konsumen Muslim, misalnya dengan menggunakan warna-warna yang sesuai, menghindari gambar atau simbol yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam, dan memastikan bahwa kemasan tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang . Melalui pemasaran dan branding produk halal yang tepat, produsen bumbu basah praktis dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk mereka. Kepercayaan ini merupakan faktor kunci dalam menarik dan mempertahankan konsumen Muslim, yang semakin sadar akan pentingnya mengonsumsi produk halal.

Untuk membangun kepercayaan konsumen, produsen harus menunjukkan komitmen yang kuat dalam menjamin kehalalan produk mereka. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan sertifikasi halal dari lembaga berwenang, menerapkan praktik terbaik dalam produksi halal, serta memberikan transparansi dan akuntabilitas dalam rantai pasokan .

Selain itu, perusahaan juga dapat melibatkan konsumen dalam proses pemasaran dan branding produk halal. Misalnya, dengan mengadakan program engagement konsumen, mengumpulkan umpan balik, atau mengajak konsumen untuk berpartisipasi dalam pengembangan produk baru yang sesuai dengan prinsip-prinsip halal.

Dengan strategi pemasaran dan branding yang tepat, serta komitmen dalam menjamin kehalalan produk, produsen bumbu basah praktis dapat meraih kepercayaan konsumen Muslim dan memanfaatkan peluang yang besar dalam pasar halal global yang terus berkembang.

Vol 8 (5), Tahun 2024
eISSN: 24431186

E. Kesadaran Dan Persepsi Konsumen Terhadap Halal Food

Kesadaran dan persepsi konsumen terhadap halal food memegang peranan penting dalam menentukan permintaan dan pertumbuhan pasar halal. Dengan meningkatnya populasi Muslim di seluruh dunia dan tren gaya hidup halal yang terus berkembang, tingkat kesadaran dan permintaan konsumen akan produk halal juga mengalami peningkatan signifikan .

Namun, tingkat kesadaran dan permintaan konsumen akan produk halal dapat bervariasi di berbagai wilayah dan kalangan masyarakat. Di negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim, kesadaran akan pentingnya mengonsumsi produk halal cenderung lebih tinggi dan permintaannya pun lebih besar. Sementara itu, di negara-negara dengan populasi Muslim minoritas, tingkat kesadaran dan permintaan akan produk halal bisa jadi masih relatif rendah.

Persepsi konsumen tentang kehalalan suatu produk dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti latar belakang budaya, tingkat pendidikan, pengetahuan tentang prinsip-prinsip halal, serta kepercayaan terhadap produsen dan lembaga sertifikasi halal. Konsumen yang memiliki pemahaman yang baik tentang konsep halal food cenderung lebih selektif dalam memilih produk yang akan dikonsumsi dan lebih memperhatikan aspek kehalalan produk tersebut .

Faktor lain yang memengaruhi persepsi konsumen adalah transparansi informasi dan komunikasi dari produsen. Konsumen akan lebih percaya pada produk yang memberikan informasi jelas tentang kehalalan bahan baku, proses produksi, dan sertifikasi halal yang dimiliki. Sebaliknya, kurangnya transparansi dapat menimbulkan keraguan dan persepsi negatif terhadap kehalalan suatu produk.

Untuk meningkatkan kesadaran dan persepsi positif konsumen terhadap halal food, edukasi dan literasi halal memegang peranan yang sangat penting. Upaya edukasi dapat dilakukan melalui berbagai saluran, seperti kampanye atau program literasi halal di sekolah, tempat ibadah, atau komunitas Muslim. Peran lembaga sertifikasi halal dan organisasi terkait juga sangat penting dalam memberikan edukasi dan informasi yang akurat tentang konsep halal food kepada masyarakat.

Selain itu, produsen bumbu basah praktis dan pelaku industri kuliner halal juga dapat berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran dan literasi halal melalui berbagai upaya, seperti:

1. Menyediakan informasi yang jelas dan transparan tentang kehalalan produk mereka melalui labeling, website, atau media lainnya.
2. Melakukan kampanye edukasi tentang halal food, baik secara online maupun offline.
3. Berkolaborasi dengan lembaga sertifikasi halal dan organisasi terkait untuk mengadakan acara atau program edukasi halal.
4. Mengembangkan materi edukasi atau panduan tentang halal food yang dapat diakses oleh konsumen.

Dengan upaya edukasi dan literasi halal yang berkelanjutan, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang pentingnya mengonsumsi produk halal, serta membangun persepsi positif terhadap produk bumbu basah praktis dan industri kuliner halal secara keseluruhan.

Kesimpulan

Urgensi halal food dalam usaha bumbu basah praktis menjadi sorotan utama di tengah pertumbuhan pasar halal global. Kepatuhan pada regulasi, sertifikasi, dan standar kehalalan yang ketat, mulai dari pemilihan bahan baku hingga proses produksi, menjadi kunci untuk menjamin kehalalan produk. Meskipun terdapat tantangan seperti transparansi bahan baku, kontaminasi silang, serta edukasi konsumen, peluang yang besar dalam pasar halal global dapat dimanfaatkan dengan strategi pemasaran dan branding produk halal yang efektif untuk membangun kepercayaan konsumen. Kolaborasi antara produsen, lembaga sertifikasi, dan pemangku kepentingan lainnya diperlukan untuk menciptakan ekosistem halal yang

Vol 8 (5), Tahun 2024
eISSN: 24431186

berkelanjutan dalam industri bumbu basah praktis.

Daftar Pustaka

Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). Metode penelitian kualitatif. CV. Syakir Media Press.

Affendi, A. R., Yaakob, E., & Abd Halim, A. H. (2022). Peranan Eksekutif Halal Dalam Industri Makanan Halal: The Roles of Halal Executive in Halal Food Industry. Journal of Fatwa Management and Research, 27(2-SE), 196-208.

Aniqoh, N. A. F. A., & Hanastiana, M. R. (2020). Halal food industry: challenges and opportunities in Europe. Journal of Digital Marketing and Halal Industry, 2(1), 43-54.

https://eprints.uad.ac.id/28730/

Huda, M. Q., Hidayah, N. A., & Fetrina, E. (2021). Evaluasi kesadaran dan persepsi generasi milenial terhadap restoran bersertifikasi halal di Indonesia. Halal Research Journal, 1(1), 45-55.

Kamaruddin, N., & Wahid, H. (2020). Potensi dan Cabaran Pengusaha Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) dalam Pemasaran Produk Makanan Halal semasa Pandemik Covid-19. Journal of Management and Muamalah, 10(2), 1-20.

Nugroho, S. P. P. (2022). ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN MUSLIM TERHADAP OBAT-OBATAN HALAL DALAM KAITANNYA DENGAN IMPLEMENTASI UNDANG-UNDANG NOMOR 33 TAHUN 2014 TENTANG JAMINAN PRODUK HALAL. Jurnal Studi Manajemen Organisasi, 19(1), 49-56.

Qanita, A., Alhakim, M. R., Hanum, R. K., & Anggraeni, D. G. (2024). Kapabilitas sumber daya transformasi industri 4.0 dan pengaruhnya terhadap industri mikro kuliner berkelanjutan dan ekonomi sirkular kawasan metropolitan. EcoProfit: Sustainable and Environment Business, 1(2).

Sari, A. F. K., & Junaidi, J. (2020). Fenomena Label Halal is it a Awareness or Branding. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6(1), 87-94.

Setyaningsih, R. P. (2022). Isu halal internasional dan regional. Jurnal Kajian Wilayah, 12(1), 121-134.

State of the Global Islamic Economy (SGIE) Report 2022

Sukri, I. F. (2021). Implementasi Undang-Undang Cipta Kerja terhadap Penyelenggaraan Sertifikasi Halal dan Produk Halal di Indonesia. Majalah Hukum Nasional, 51(1), 73-94.

tate of the Global Islamic Economy Report, SGIE Report) yang dirilis Dinar Standard pada 31 Maret 2022 di Dubai, Uni Emirat Arab

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

Widyaningrum, P. W. (2019). Pengaruh label halal, kesadaran halal, iklan, dan celebrity endorser terhadap minat pembelian kosmetik melalui variabel persepsi sebagai mediasi (Studi Pada civitas akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo). Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 2(2), 74-97.