

Urgensi Sertifikasi Halal Pada Etika Produksi

Nuzulia¹ Roisatun Khasanah²

^{1,2}Magister Sains Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, Email: nuzulia-2020@feb.unair.ac.id; roisatunkhasanah-2020@feb.unair.ac.id

Abstrak

Produksi merupakan aktivitas ekonomi untuk mendapatkan barang dan jasa. Kegiatan produksi dilakukan dengan memperhatikan etika-etika yang tidak terlepas dari nilai moral dan prinsip-prinsip Islam. Salah satu etika produksi yang perlu diperhatikan yaitu dengan mengelola barang dan jasa secara halal. Kehalalan suatu produk bukan hanya dijelaskan di dalam sumber hukum Islam namun ditegaskan pula dalam fatwa MUI. Sertifikasi Halal merupakan keputusan tertulis dari Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariah Islam. Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan dengan menggali berbagai informasi untuk dikelola sebagai bahan penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi urgensi sertifikasi halal pada etika produksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sertifikasi Halal pada etika produksi sangat penting karena sertifikasi halal merupakan pemenuhan kewajiban sebagai umat muslim; sebagai perlindungan terhadap konsumen; dapat meningkatkan profit perusahaan; berimplikasi pada bisnis produk halal dan penguatan daya saing industri halal di kancah internasional.

Kata kunci : Etika; Produksi; Sertifikasi Halal.

Abstract

Production is an economic activity to obtain goods and services. Production activities are carried out by paying attention to ethics that are independent of moral values and Islamic principles. One of the production ethics that needs to be considered is by managing goods and services in a halal manner. The halalness of a product is not only explained in the sources of Islamic law but also confirmed in the MUI fatwa. Halal certification is a written decision from the Indonesian Ulama Council which declares the halalness of a product in accordance with Islamic sharia. This research uses the literature study method by digging various information to be managed as research material. This study aims to explore the urgency of halal certification in production ethics. The results of the study indicate that Halal Certification in production ethics is very important because halal certification is the fulfillment of obligations as Muslims; as consumer protection; can increase company profits; has implications for the halal product business and strengthen the competitiveness of the halal industry in the international arena.

Keywords: Ethics; Production; Halal Certification.

Pendahuluan

Dalam dua dasawarsa terakhir perkembangan ekonomi syariah di Indonesia semakin baik secara teoritis maupun praktis. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya cendekiawan muslim memberikan kontribusi pemikirannya dalam bidang ekonomi Islam. Ekonomi Islam memiliki tujuan untuk mensejahterahkan kehidupan manusia sehingga tidak terlepas dari perilaku manusia, aktivitas produksi, konsumsi, dan distribusi setiap barang dan jasa (Kholis, 2015). Dalam sistem ekonomi, produksi merupakan kegiatan memanfaatkan faktor-faktor produksi yang menghasilkan suatu produk dan jasa. Menurut (Mashudi dkk, 2021) produksi merupakan bagian terpenting dalam menentukan kemakmuran suatu bangsa dan taraf hidup penduduknya. Indonesia yang merupakan negara dengan mayoritas penduduk muslim memiliki jumlah penduduk 277,7 juta jiwa (BPS, 2022) dimana pada tahun 2030 populasi muslim diperkirakan mencapai 2,2 milyar yang setara dengan 13,1% dari seluruh penduduk muslim di dunia (Kemenag, 2020). Dengan demikian akan berimplikasi pada perkembangan industri halal di Indonesia.

Indonesia merupakan pangsa pasar yang besar untuk mengembangkan industri halal. Hal ini dibuktikan dengan pencapaian Indonesia yang meraih peringkat keempat di sektor makanan halal (DinarStandard, 2020). Sejalan dengan pencapaian tersebut, pengeluaran dalam bidang *fashion and halal food* umat Islam mengalami perkembangan yang terus-menerus. Pada tahun 2017 mencapai USD 2.1 triliun dan diprediksi akan terus meningkat menyentuh angka USD 3 trilliun pada 2023 (Kementrian Keuangan RI, 2019). Angka yang terus tumbuh dipicu karna adanya peningkatan jumlah penduduk muslim yang semakin bertambah. Peningkatan tersebut akan berdampak pada peningkatan permintaan pada produk barang dan jasa halal. Kondisi tersebut memberikan peluang bagi perkembangan ekonomi syariah yang memberikan dampak positif pada pembangunan ekonomi melalui penerapan ekonomi syariah (PPN/Bappenas, 2019).

Dengan populasi mayoritas Muslim di dunia, Indonesia dinobatkan sebagai negara dengan konsumen terbesar pada pasar internasional dalam produk halal. Pada bidang produksi, sumbangsih Indonesia masih belum dioptimalkan. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fathoni & Syahputri, 2020) menunjukkan bahwa tantangan pada produk halal yang beredar di masyarakat tidak disertai dengan sertifikasi halal yang berlaku secara global. Lebih lanjut, muncul problematika dari Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. Seiring dengan tantangan yang dihadapi, Indonesia memiliki peluang untuk memajukan industri halal melalui peningkatan sertifikasi halal pada setiap produk yang dipasarkan. Penelitian yang dilakukan oleh (Pramintasari & Fatmawati, 2017) membuktikan bahwa sertifikasi

halal berpengaruh pada tingkat kesadaran halal pada masyarakat maka akan meningkatkan produk makanan halal di Indonesia.

Sebagai bentuk ikhtiar dalam memberikan jaminan produk makanan yang baik bagi konsumen, Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetik mengeluarkan sertifikat halal pada setiap produk yang akan dipasarkan di masyarakat. Sertifikat halal merupakan syarat untuk mendapatkan ijin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang (LPPOM, 2022). Halal dartikan sebagai suatu hal yang diperbolehkan oleh hukum Islam dan sifatnya bebas, tidak terikat dengan ketentuan yang melarang dan terhindar dari bahaya duniawi dan ukhrawi (Wahyuningrum dkk, 2015). Menurut LPPOM-MUI produk halal merupakan suatu produk yang tidak menyalahi aturan secara syariat Islam. Suatu produk dikatakan halal apabila terhindar dari kandungan babi, tidak terdapat bahan alkohol serta dalam pengolahan daging atau hewan memenuhi ketentuan syariat Islam.

Sejalan dengan pesatnya pertumbuhan industri halal dunia, Indonesia disebut sebagai *The Hidden Treasure* untuk mengekspos pasar potensial yang sangat besar (Wilson dkk., 2013). Dengan kesadaran beragama masyarakat Indonesia, akan mendorong produsen untuk meyakinkan konsumen dengan menyediakan produk berlabel halal sebagai *selling point* atau *branding* (Wilson dan Liu, 2010). Sertifikasi Halal pada produk pangan, obat-obat, kosmetika dan produk lainnya bertujuan untuk memberikan perlindungan dan kepastian status kehalalan sehingga konsumen memiliki rasa aman ketika mengonsumsinya. Selain itu, sertifikasi halal menjadi suatu keunggulan dalam mendorong produk indonesia pada pasar internasional. Mengingat bahwa sertifikasi halal menjadi bagian terpenting dalam etika bisnis dalam Islam maka dengan memiliki sertifikasi halal maka secara tidak langsung akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui sektor industri halal.

Tinjauan Pustaka

1. Perilaku Produksi Islam

Produksi merupakan suatu bentuk kegiatan yang menghasilkan dan menambah nilai kegunaan suatu barang dan jasa. Dalam kegiatan produksi dibutuhkan faktor produksi seperti tanah, tenaga kerja, dan kemampuan (Assauri, 1980). Kegiatan produksi tidak terlepas dari konsumsi dan distribusi. Tanpa ketiga hal tersebut, kegiatan ekonomi tidak akan berjalan. Menurut Rianto, dalam perspektif Islam produksi bukan hanya kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa namun juga mampu memberikan manfaat dan menambah nilai kebaikan baik

kepada sumber daya alam maupun sumber daya manusia. Produksi ialah sebuah proses mengelola sumber daya menjadi sesuatu yang memberikan masalah bagi manusia. Dalam Islam produksi telah dibahas oleh para cendekiawan muslim seperti (Suminto, 2020):

- a. Monzer kahf, menyatakan bahwa produksi sebagai tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan baik pada kondisi material maupun moral sebagai pencapaian kehidupan akhirat.
- b. Menurut Afzalur Rahman, produk yang beredar di masyarakat merupakan suatu kebutuhan hidup manusia bukan berdasarkan keinginan semata.
- c. Menurut M. Umer Chapra, produksi bertujuan untuk memberikan jaminan kepada manusia dengan memenuhi kebutuhan pokok yang sesuai dengan martabat manusia.
- d. Nejatullah Siddiqi menyatakan kegiatan produksi yang Islami yaitu mampu menyediakan barang serta jasa dengan mementingkan manfaat dan keadilan bagi manusia.
- e. Menurut Taqiuddin An-Nabhani, produksi secara Islami diserahkan kepada manusia sesuai dengan keahlian dan pengetahuan yang dimiliki. Namun ada kaidah-kaidah syariah yang harus dipatuhi.

Dalam firman Allah sudah banyak dijelaskan mengenai produksi seperti yang ada pada Q.S An-Nahl ayat 5:

وَالْأَنْعَامَ خَلَقَهَا لَكُمْ فِيهَا دِفْءٌ وَمَنْفَعٌ وَمِنْهَا تَأْكُلُونَ (النحل/16 : 5)

Artinya: “Dia telah menciptakan hewan ternak untukmu. Padanya (hewan ternak itu) ada (bulu) yang menghangatkan dan berbagai manfaat, serta sebagian (daging)-nya kamu makan” (Kemenag, 2016).

Berdasarkan ayat diatas dapat diketahui bahwa Allah telah menurunkan berbagai macam sumber daya alam untuk dinikmati umat manusia yang juga bisa dimanfaatkan sebaik-baiknya. Islam selalu mendorong manusia untuk melakukan kegiatan produksi. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh banyak ayat-ayat Allah. Manusia sebagai khalifah Allah untuk memakmurkan bumi juga bertindak sebagai pelaku produksi diberikan kebebasan dalam berinovasi serta bereksperimen dalam melakukan kegiatan produksi namun harus memaksimalkan manfaat dan jauh dari mudharat.

Aktivitas manusia tidak akan terlepas dari kegiatan untuk memenuhi kebutuhan demi kelangsungan hidup yang erat kaitannya dengan menginovasikan sumber daya sehingga mampu menghasilkan produk batang dan jasa. Pada konsep perilaku produksi konvensional, manusia dituntut untuk mengoptimalkan

produksi serta memaksimalkan keuntungan. Berbeda dengan konsep Islam, yang memiliki tujuan memberikan masalah maksimum bagi manusia lain.

2. Etika Produksi Islam

Etika merupakan sebuah ilmu pengetahuan yang bersifat evaluatif dan normatif. Etika mampu memberikan penilaian baik atau buruk terhadap suatu perilaku (Shata, 1999). Dalam Islam, etika biasanya identikkan dengan akhlak. Setiap muslim diajarkan untuk selalu memiliki etika dalam bertindak termasuk kegiatan produksi. Produksi dalam Islam, dilakukan mulai dari tahap awal kegiatan mengorganisasikan faktor produksi hingga pada tahap pemasaran kepada konsumen. Prinsip etika produksi dalam Islam wajib berpegang kepada aturan yang dihalalkan Allah dan menjauhi segala yang diharamkan serta tidak melewati batasnya. Dalam ekonomi Islam, segala bentuk aktivitas tidak terlepas dari maqasid syariah termasuk kegiatan produksi. Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam prinsip etika produksi pada barang dan jasa sebagai berikut (Suminto, 2020):

- a. Barang dan jasa yang diproduksi sesuai dengan aturan syariat Islam dengan menghindari hal-hal yang bertentangan dengan prinsip-prinsip maqasid syariah
- b. Pembagian keuntungan dari suatu produk atau jasa dilakukan secara adil antara pemilik modal dan pengelola
- c. Pengelolaan sumber daya alam dilakukan secara bijaksana efektif dan efisien serta tidak merugikan berbagai pihak.
- d. Tidak mengeksploitasi sumber daya alam
- e. Nabi bersabda “Kalian lebih mengetahui urusan dunia kalian” sehingga dalam teknik produksi dikembalikan kepada kemampuan manusia dalam mengelola sumber daya.
- f. Menghindari kemudharatan dan mengoptimalkan manfaat dalam bereksperimen dan berinovasi.

Menurut (Fazlur, 1996) kegiatan produksi dalam Islam berkaitan dengan moralitas dalam menghasilkan produk dan jasa, mengoptimalkan kinerja serta meningkatkan profit secara efisien. Urgensi moral dalam produksi bermakna sebagai pengagungan manusia sebagai khalifah yang menjalankan fungsi sosial di masyarakat. Dalam kegiatan produksi, etika menjadi dasar dalam memberikan tatanan nilai dan norma Islam seperti hak dan kewajiban produsen, kewajiban menjaga kelestarian sumber daya alam, proses produksi hingga pemasaran yang

efisien serta mengembangkan mekanisme produksi yang efektif. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh (Sukarno, 2010) etika dalam kegiatan produksi memberikan pengaruh positif bagi pertumbuhan ekonomi, pemerataan kesejahteraan, kelestarian lingkungan hidup, dan tanggung jawab sosial perusahaan. Maka dari itu, dalam kegiatan produksi harus memperhatikan etika dalam menghasilkan suatu barang dan jasa.

3. Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal merupakan keputusan tertulis kehalalan suatu produk berdasarkan sidang komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia melalui proses audit yang dilakukan oleh LPPOM MUI. Sertifikasi suatu produk melewati beberapa tahap yang dilakukan oleh pihak LPPOM MUI yang memiliki kewenangan untuk melakukan auditor dan monitoring. Dalam Syariat Islam, landasan hukum produk halal sesuai Syariat Islam antara lain terdapat dalam QS. Al-Baqarah: 168

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

Artinya: “Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata” (Kemenag, 2016).

Berdasarkan ayat diatas, Allah menganjurkan kepada umat muslim untuk memakan makanan yang halal dan baik. Untuk mengetahui kehalalan suatu makanan dan minuman, suatu produk diakui halal apabila pada kemasannya memiliki logo sertifikat halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI. Produk yang memiliki sertifikat halal menunjukkan bahwa produk tersebut tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam seperti terhindar dari kandungan babi, khamar, dan bahan yang diharamkan lainnya. Bukan hanya dalam pemilihan bahan baku, dalam proses produksi juga harus memperhatikan kaidah syariah seperti pengelolaan, penyimpanan dan hingga suatu barang diperjualbelikan di masyarakat (BPJPH, 2019).

Produk yang beredar di tengah masyarakat sangat beraneka ragam baik produk lokal maupun produk dari luar negeri. Setiap produk tersebut perlu adanya penanda halal untuk memudahkan konsumen dalam memilih produk halal. Oleh karena itu perlu adanya sertifikasi dan labelisasi produk dalam memberikan jaminan produk halal kepada masyarakat khususnya umat muslim.

Metode

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Menurut (Sugiyono, 2018) penelitian kualitatif berlandaskan pada filsafat *postpositivisme* yang

digunakan untuk meneliti suatu fenomena alamiah. Penelitian ini dilakukan untuk menemukan jawaban terhadap suatu fenomena atau pertanyaan melalui aplikasi prosedur ilmiah secara sistematis dengan menggunakan pendekatan deskriptif (Yusuf, 2014). Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan kondisi dan memotret secara jelas bagaimana urgensi sertifikasi halal pada etika produksi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan studi literatur dengan menyelesaikan persoalan yang dikumpulkan dari berbagai macam literatur seperti jurnal artikel, jurnal *proceeding*, buku dan sumber yang berasal dari situs internet (Hardani, 2020).

Hasil dan Pembahasan

Sertifikasi Halal terhadap Etika Produksi

Produksi merupakan kegiatan pemenuhan kebutuhan kehidupan manusia dengan cara mengelola sumber daya alam yang tersedia. Sumber daya alam dikelola oleh produsen untuk digunakan oleh konsumen. Dalam memproduksi suatu barang dan jasa, seseorang perlu memperhatikan beberapa norma dan etika agar sesuai dengan protokol yang benar. Pada mekanisme dan penerapan etika produksi dalam Islam didasari pada sistem dari sumber transendental yaitu dari wahyu Allah yang digariskan pada hukum Islam melalui Al-Qur'an dan sunnah. Dalam Q.S Al-Baqarah ayat 165 dijelaskan bahwa seorang muslim dalam mengonsumsi suatu makanan diperintahkan untuk memilih sesuatu yang halal dan baik.

Agama Islam sangat mementingkan kedudukan masalah halal dan haram. Maka penting juga para pelaku produksi untuk memperhatikan kehalalan produk yang diproduksinya untuk menjalankan syariat Islam dan melindungi hak-hak konsumen. Kegiatan memproduksi barang yang halal harus diperhatikan dari awal produksi, dimulai dari pemilihan bahan sampai pada mekanisme produksi. Dalam hal produk Halal, kepercayaan berbasis institusi muncul dalam bentuk Halal badan sertifikasi dan logo. Di masa lalu, mekanisme produksi halal dibangun atas dasar kepercayaan dan nilai bersama antara pelaku bisnis dan pelanggan makanan halal. Namun seiring berjalannya waktu, rantai makanan cepat saji barat mulai memasuki negara-negara muslim. Munculnya *brand* makanan dari luar negeri di pasar negara mayoritas penduduk muslim memberikan kekhawatiran karena tidak selalu menerapkan standar Islam dalam memproduksi makanan. Hal ini mendorong pelanggan muslim untuk menuntut transparansi produk-produk yang tidak tentu kehalalannya (Ismaeel, 2012).

Proses memproduksi barang halal merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan mulai dari pemilihan bahan, pengelolaan, penyajian produk hingga pada

proses pendistribusian suatu produk. Dalam setiap proses produksi halal, perlu diperhatikan bahwa semua makanan berasal secara sah, yakni bebas dari unsur curang, ketidakadilan dan keburukan. Di sepanjang rantai pasok pangan, produsen perlu memegang peranan untuk memastikan bahwa bahan baku, bahan penyimpanan, bahan pengemas serta pengangkutan produk halal supaya tidak terkontaminasi dengan produk haram. Dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 29 ayat (2) mengamanatkan Negara menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agamanya masing-masing dan untuk beribadah menurut agamanya dan kepercayaannya. Sebagai jaminan bagi pemeluk agama dalam menjalankan ibadah serta ajarannya, Negara memiliki kewajiban memberikan jaminan dan perlindungan akan kehalalan produk yang beredar di masyarakat muslim. Dalam hal ini, Indonesia mengeluarkan Undang-Undang No 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Pemerintah memberikan kewajiban kepada pelaku bisnis dan atau perusahaan untuk menyertakan label halal pada setiap produk yang dipasarkan di masyarakat. Hal tersebut dilakukan untuk memberikan jaminan kepada konsumen untuk mengonsumsi barang dan jasa yang tidak bertentangan dengan syariat Islam. Adanya logo Halal pada kemasan produk menandakan kepatuhan produsen dengan prinsip Halal yang diverifikasi oleh badan sertifikasi Halal (Campbell et al, 2011). Produk halal tidak hanya menandakan ketaatan pada keyakinan agama tetapi juga memerlukan konsumsi produk sehat dan berkualitas tinggi (Atalan-Helicke, 2015). Sertifikasi halal pada suatu produk akan memberikan jaminan bahwa makanan telah diproses dan disiapkan sesuai dengan prosedur syariat Islam dan memiliki kandungan yang aman (Farhat dkk., 2019).

Proses Sertifikasi Produk Halal

Berdasarkan Undang-Undang No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal bahwa diwajibkan pelaku produksi untuk menyertakan sertifikasi halal pada produk yang dipasarkan di masyarakat. Sertifikasi halal didasarkan pada konsep halal dalam syaria Islam. Sertifikasi halal sebagai ukuran standar kualitas tentang kandungan suatu produk yang membawa nilai dan manfaat yang cukup besar bagi konsumen dan produsen. Standar tersebut bukan hanya terbatas pada produk makanan tetapi juga diberlakukan pada standarisasi barang di industri farmasi, kosmetik, dan hiburan (Ismaeel dan Blaim, 2012). Di Indonesia, proses sertifikasi halal dilakukan melalui sinergi antara tiga sektor yaitu BPJPH Kemenag, Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), dan LPPOM MUI (Rasyid, 2018). Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia merupakan lembaga yang bertugas untuk melakukan penelitian, pengkajian, penganalisaan dan memberikan keputusan atas kehalalan produk pangan, obat-obatan dan kosmetik.

Dalam proses pelaksanaan sertifikasi halal, LPPOM MUI melakukan kerjasama

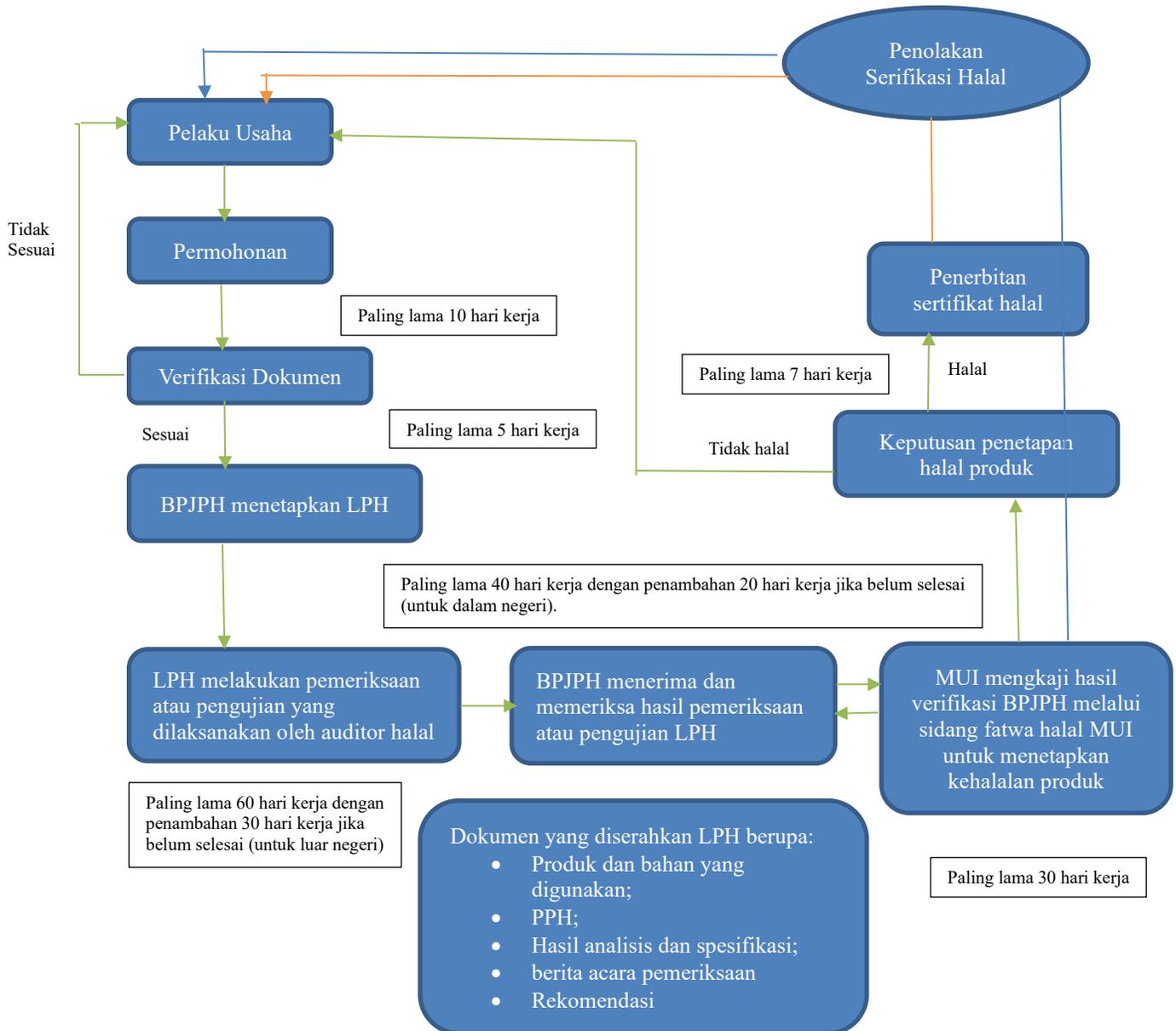
dari lembaga pemerintah maupun swasta. Untuk memperkuat regulasi sertifikasi halal di Indonesia, pada tahun 2014 pemerintah mengesahkan UU No 33. Tahun 2014 tentang jaminan produk halal yang kemudian membentuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal didukung oleh tugas dan fungsi sebagaimana yang telah diamanatkan oleh Undang - Undang No. 33 Tahun 2014 yaitu tentang Registrasi Halal, Sertifikasi Halal, Verifikasi Halal, Melakukan pembinaan serta melakukan pengawasan kehalalan produk, Kerjasama dengan seluruh stakeholder terkait, serta menetapkan standard kehalalan sebuah produk. Berbagai layanan terbuka yang diberikan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal kepada masyarakat seperti sertifikasi halal, registrasi sertifikasi halal luar negeri, registrasi auditor halal, sertifikasi akreditasi LPH dan lain-lain (BPJPH, 2019). Dalam memperoleh sertifikasi halal berikut alur proses sertifikasi halal yang perlu diketahui:

1. Pelaku usaha mengajukan permohonan sertifikasi halal dengan melakukan pendaftaran melalui situs web SIHALAL <https://ptps.halal.go.id>
2. BPJPH melakukan pemeriksaan dokumen permohonan yang dilakukan maksimal 10 hari kerja. Apabila terdapat dokumen yang tidak lengkap maka pemohon dapat melengkapi kekurangan dokumen maksimal 5 hari kerja
3. Pihak BPJPH menetapkan LPH berdasarkan pilihan pemohon
4. Kemudian LPH melakukan pengujian dan pemeriksaan produk. Pada tahap ini membutuhkan 40/60 hari kerja
5. Setelah melakukan pengujian, pihak BPJPH menerima dan memverifikasi dokumen hasil pemeriksaan atau pengujian LPH
6. MUI menyelenggarakan sidang fatwa halal dan menerbitkan keputusan penetapan kehalalan produk
7. Setelah MUI mengeluarkan fatwa, BPJPH menerbitkan sertifikasi berdasarkan keputusan penetapan kehalalan produk yang ditetapkan MUI.

Adapun permohonan sertifikat halal dilengkapi dokumen yang berupa:

1. Data pelaku usaha yang dibuktikan dengan nomor induk berusaha atau dokumen izin usaha lainnya
2. Nama dan jenis produk harus sesuai dengan nama dan jenis produk yang akan disertifikasi halal
3. Daftar produk dan bahan yang digunakan merupakan produk dan bahan halal yang dibuktikan dengan sertifikasi halal, kecuali bahan berasal dari alam tanpa melalui proses pengolahan atau dikategorikan tidak berisiko mengandung bahan yang diharamkan

4. Proses pengolahan produk memuat keterangan mengenai pembelian, penerimaan, penyimpanan bahan yang digunakan, pengolahan, pengemasan, penyimpanan produk jadi dan distribusi
5. Sistem jaminan produk halal ditetapkan kepala BPJPH.



Gambar 1. Alur Proses Sertifikasi Halal

Sumber: BPJPH, 2019

Sertifikasi halal pada sebuah produk sewaktu-waktu bisa dicabut jika produk tersebut terkontaminasi dengan bahan yang memiliki kandungan haram. MUI sebagai

badan berwenang memiliki hak untuk mencabut sertifikasi halal pada produk bersangkutan. Sebagai jaminan kehalalan suatu produk maka setiap produk yang sudah memiliki label halal diwajibkan untuk memperpanjang sertifikasi halal setiap dua tahun dengan mengikuti aturan yang berlaku. Jika setelah dua tahun perusahaan bersangkutan tidak mengajukan proses perpanjangan atau perbaharuan sertifikasi halal maka label halal dicabut dan kehalalan atas produk perusahaan tersebut diluar tanggung jawab MUI. Dengan sistem ini, baik pihak produsen maupun konsumen dapat berkontribusi dalam meningkatkan produk halal di Indonesia.

Urgensi Sertifikasi Produk Halal

Sertifikat halal merupakan label halal yang dikeluarkan dari lembaga berwenang. Di Indonesia sertifikat halal diperoleh dari dua lembaga yang berwenang yaitu Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Lembaga Penelitian Pangan Obat dan Kosmetika (LPPOM), dan di Malaysia sertifikasi tersebut dikeluarkan oleh Departemen Agama Islam. Pengembangan (JAKIM). Proses yang berkaitan dengan pembuatan dan pembuatan bahan produk harus diperhatikan dan disetujui sesuai dengan apa yang ada Syariah. Sertifikasi halal adalah sumber keunggulan yang akan memastikan diferensiasi dan kualitas produk. (Wilson dan Liu, 2011) mengemukakan bahwa halal Label secara filosofis mencakup semua konstruksi seperti branding, pemasaran dan pengembangan produk, dan selanjutnya terkait dengan manajemen, perilaku organisasi, antropologi dan sosiologi. Sertifikasi halal lebih dari sekadar simbol atau tanda yang diakui yang terkait dengan kewajiban agama, namun juga merupakan cara untuk menginformasikan dan meyakinkan konsumen tentang produk. Produk yang beredar di masyarakat menjadi penting menyertakan label halal pada kemasannya dikarenakan:

1. Dasar hukum Islam

Pada aturan Islam ada beberapa hal yang diwajibkan untuk dipatuhi dalam mengonsumsi suatu produk. Seperti yang terdapat pada Al-Qur'an dan hadis.

Q.S Al-Baqoroh 168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوبَ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ.

Artinya: "Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata" (Kemenag, 2016).

Q.S Al-Maidah 88

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya: "Makanlah apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai rezeki yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang hanya kepada-Nya kamu beriman" (Kemenag, 2016).

Dalam sebuah hadis yang diriwayatkan muslim, menceritakan Sabda Rasulullah SAW tentang akibat apabila kaum muslim mengkonsumsi makanan yang haram salah satu diantaranya adalah doa yang tidak dikabulkan. Hadis tersebut yang artinya: Dari Abu Hurairah RA, dia berkata: Rasulullah SAW bersabda: "Sesungguhnya Allah Maha Baik dan tidak menerima kecuali yang baik. Dan sesungguhnya Allah SWT telah memerintahkan kepada kaum mukminin dengan sesuatu yang Allah perintahkan pula kepada para rasul. Maka Allah subhanahu wa ta'ala berfirman: "Wahai para rasul, makanlah dari makanan yang baik-baik dan kerjakanlah amal shalih." (Al-Mu'minin; 51). Dan Allah SWT berfirman: "Wahai orang-orang yang beriman, makanlah kalian dari rezeki yang baik-baik yang telah Kami berikan kepada kalian." (al-Baqarah: 172). Kemudian Rasulullah SAW menyebutkan seseorang yang melakukan perjalanan panjang dalam keadaan dirinya kusut dan kotor, dia menengadahkan kedua tangannya ke langit seraya berdoa: "Wahai Rabb-ku, wahai Rabb-ku," namun makanannya haram, minumannya haram dan pakaiannya haram dan kenyang dengan sesuatu yang haram, lalu bagaimana mungkin doanya akan dikabulkan?" (HR Muslim). Selain itu terdapat pula hadis yang berbunyi "sesungguhnya yang halal itu jelas dan yang haram pun jelas. Dan di antara keduanya ada hal-hal yang samar atau tidak jelas.

Dalam kandungan ayat dan hadis tersebut dapat disimpulkan bahwa kehalalan makanan penting untuk diperhatikan baik konsumen maupun produsen. Hal tersebut kembali ditegaskan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM) MUI bahwa semua yang ada di darat maupun dilaut pada dasarnya halal kecuali jika ada larangan secara tegas dalam sumber hukum Islam (Al-Qur'an dan Hadis).

2. Sertifikasi halal sebagai perlindungan terhadap konsumen

Terdapat Undang-Undang yang melakukan perlindungan terhadap konsumen tercantum dalam UU No 8 Tahun 1999 (Sildabalok, 2014).

- a. Dalam mengonsumsi suatu produk konsumen memiliki hak atas mengonsumsi, keselamatan, dan keamanan
- b. Memiliki hak atas pemilihan suatu produk, memperoleh barang dan jasa dengan jaminan dan kondisi yang tidak cacar serta berdasarkan nilai tukar yang sesuai
- c. Hak untuk mengetahui berbagai macam informasi secara rinci dan terbuka

mengenai keadaan dan tanggungan atas suatu produk yang akan dikonsumsi

- d. Hak untuk didengar anggapan dan keluh kesahnya atas suatu produk yang akan digunakan;
- e. Apabila terjadi sengketa maka konsumen mendapatkan hak untuk memperoleh jaminan dan perlindungan secara hukum sebagai upaya perlindungan konsumen.
- f. Konsumen memiliki hak untuk memperoleh pendidikan dan pembinaan
- g. Konsumen memiliki hak agar terhindar dari kecurangan dan ketidakadilan.
- h. Hak untuk memperoleh imbalan, kompensasi dan atau menukar jika terdapat produk yang bertentangan dengan persetujuan sebelumnya.
- i. Hak yang lainnya yang diatur dalam ketentuan dalam aturan perundang-undangan.

Seiring dengan kemajuan teknologi, perlindungan konsumen merupakan sesuatu yang kompleks untuk menjaga keamanan pangan. Memperdagangkan makanan tanpa sertifikasi dan memberikan dokumentasi palsu adalah beberapa faktor yang berkontribusi dalam masalah ini. Konsumen pada akhirnya harus yakin akan nilai sertifikasi jika mereka ingin membayar lebih untuk barang yang disertifikasi (Caskie dan Davis, 2001).

3. Meningkatkan profit perusahaan

Secara strategis, sertifikasi halal dapat digunakan untuk menghasilkan profit penjualan. Penelitian menunjukkan bahwa meningkatnya permintaan halal produk dari pelanggan McDonalds di negara-negara non-Muslim di Eropa, dan Singapura, telah menyebabkan masuknya 8 juta pelanggan setahun setelah perusahaan memperoleh sertifikat halal. Sementara Taco Bell, Burger King dan KFC, mengalami pertumbuhan 20 persen pada jumlah konsumen setelah produk tersebut memiliki sertifikat halal (Hazair, 2007). Di sisi konsumen, ada permintaan yang terus meningkat. Sertifikasi halal akan membantu industri untuk mempercepat pengembangan produk dan meyakinkan konsumen.

Sertifikasi halal mampu menyelesaikan praktik kepatuhan syariah. Bukan hanya sebagai kewajiban umat muslim untuk menjalankan perintah Allah namun sertifikasi halal mampu memberikan keuntungan bagi penjual dan pembeli serta menghindari potensi kerugian. Osman dan Sahidan (2002) menyatakan bahwa konsep halal adalah kunci mutlak untuk konsumsi dan membantu mempertahankan hasil kualitas yang lebih berarti dari pada mendapatkan ISO atau

standar serupa. Ini juga cukup berpengaruh di pasar arus utama, di mana hal itu dapat mempengaruhi dan mengubah cara bisnis secara umum dan pemasaran pada khususnya penelitian yang dilakukan oleh (Cheng, 2008). Sertifikasi halal dianggap penting untuk menunjukkan kualitas suatu produk serta meningkatkan daya saing pasar. Namun yang menjadi tantangan, keunggulan besar sertifikasi halal ini tidak tersampaikan secara luas kepada banyak pelaku industri jasa makanan karena minimnya sosialisasi tentang keunggulan dan pentingnya sertifikasi halal.

4. Sertifikasi halal dapat berimplikasi pada bisnis produk halal

Kesadaran pemenuhan gaya hidup halal semakin tinggi seiring dengan *tren* wisata halal yang bukan hanya persoalan destinasi namun juga pemenuhan makanan dan minuman halal. Menyediakan pangan halal dan aman merupakan bisnis yang potensial karena melalui sertifikasi dan label halal dapat mengundang pelanggan loyal yang bukan hanya diminati oleh umat muslim namun juga non muslim. Sertifikasi halal memberikan implikasi pada perkembangan bisnis produk halal di Indonesia (Warto dan Samsuri, 2020). Berbagai macam penelitian yang menunjukkan sertifikasi halal berimplikasi pada bisnis produk halal. Penelitian yang dilakukan oleh (Hayani, 2019) menunjukkan bahwa sertifikasi halal berpengaruh secara signifikan pada keputusan pembelian produk makanan oleh ibu rumah tangga muslim. Sertifikasi halal di Malaysia memiliki banyak manfaat dalam hal segmen pasar yang lebih tinggi (Liow, 2012; Husain et al., 2012; Said & Elangkovan, 2013). Lebih lanjut penelitian yang dilakukan oleh (Syed Marzuki et al., 2012; Ahmad et al., 2013) menunjukkan bahwa sertifikasi halal berpengaruh pada kebersihan dan keamanan. Selain itu berpotensi menarik minat wisatawan muslim di seluruh dunia untuk datang ke Malaysia (Ab Rahman Ilyia et al., 2011; Syed Marzuki et al., 2012). Mengingat bahwa Indonesia merupakan negara dengan penduduk mayoritas muslim maka menjadi potensi yang sangat besar dalam industri pengembangan produk halal di dunia.

5. Penguatan daya saing industri halal di kancah internasional

Secara koseptual penguatan industri halal selalu beriringan dengan kesediaan pelaku industri dalam pemenuhan permintaan produk halal, kesediaan menerapkan sertifikasi halal dan kesediaan pelatihan proses produksi pada karyawan (Nasution, 2020). Berbagai penelitian yang menunjukkan bahwa penguatan ekosistem halal dipengaruhi unsur kepercayaan atau religiusitas. Indonesia memiliki peluang besar untuk bersaing secara global. Hal ini dimulai dengan penerapan sertifikasi halal pada produk yang dipasarkan sehingga mudah diterima oleh konsumen. Kebijakan sertifikasi halal memiliki manfaat ekonomis dan strategis *captive market* selain itu juga berdampak pada pola konsumsi yang

berpengaruh pada tingkat permintaan agregat (Omar, 2013). menyatakan sertifikasi halal pada suatu produk dikatakan penting dan merupakan salah satu strategi dalam pengembangan produk halal karena akan meningkatkan kesadaran dan kepercayaan melalui label halal pada kemasan dan hal tersebut akan meningkatkan permintaan masyarakat dalam mengonsumsi produk halal (Muawanah dkk, 2020). Menurut Gubernur Bank Indonesia dalam mendorong mata rantai ekonomi halal diperlukan strategi pengembangan diantaranya mempercepat dan mengakselerasi sertifikasi halal, membangun ekosistem *halal value chain* melalui integrasi antara unit-unit usaha baik usaha kecil, menengah, dan besar serta berfokus pada lima produk yaitu *halal food, fashion muslim, halal tourism, cosmetic and pharmacy* dan energi terbarukan (BI, 2021). Dengan demikian untuk membawa produk-produk Indonesia menuju pasar global langkah utama yang perlu dilakukan adalah melakukan sertifikasi halal.

Simpulan

Sertifikasi halal merupakan bagian terpenting dari proses produksi. Secara umum, sertifikasi halal merupakan bentuk pemenuhan kewajiban negara dalam memberikan perlindungan kepada konsumen. Sertifikat halal bukan hanya diperuntukkan bagi produk makanan atau minuman namun meliputi produk-produk yang berhubungan dengan kosmetik, obat, produk kimiawi, produk biologi, produk yang memiliki nilai guna serta dimanfaatkan oleh banyak orang. Indonesia sebagai negara mayoritas muslim memiliki kewajiban untuk memenuhi kebutuhan pangan yang baik dan halal bagi masyarakat. Dengan demikian diintegrasikan melalui melalui Sistem Jaminan Halal berupa sertifikasi halal pada setiap produk yang beredar di masyarakat. Sertifikasi halal dimaksudkan untuk memberikan kekuatan dan jaminan kepada konsumen dalam memanfaatkan suatu barang atau jasa. Dari berbagai macam sumber yang dikumpulkan, sertifikasi halal sangat penting dalam kegiatan produksi diantaranya yang pertama, pemenuhan kewajiban sebagai umat muslim; kedua sertifikasi halal sebagai perlindungan terhadap konsumen; ketiga meningkatkan profit perusahaan; keempat sertifikasi halal dapat berimplikasi pada bisnis produk halal dan kelima penguatan daya saing industri halal di kancah internasional. Namun dibalik pentingnya sertifikasi halal pada produk yang dipasarkan, pelaku UMKM memiliki tantangan dalam sertifikasi halal yaitu kurangnya kesadaran sertifikasi halal bagi produsen. Dalam penelitian yang dilakukan (Arifin dkk, 2019) tentang sertifikasi halal pada UMKM, hanya 25% produsen yang paham dan bersedia untuk mengurus sertifikasi halal hal tersebut terjadi karena mekanisme yang sulit dipahami dan biaya

yang dibutuhkan. Seiring dengan tantangan yang tengah di hadapi, Indonesia memiliki peluang besar. Memiliki penduduk mayoritas muslim dan visi masterplan ekonomi syariah yang akan menjadikan Indonesia sebagai pusat halal dunia menjadi kabar baik pada peningkatan sertifikasi halal di Indonesia. Dalam hal ini, keterlibatan semua pihak dibutuhkan untuk mencapai tujuan tersebut. Menurut Noordin dkk. (2009) ada tiga pihak utama dalam proses sertifikasi halal, yaitu pemerintah, lembaga sertifikasi halal dan masyarakat (baik konsumen maupun produsen). Dari sinergitas ketiga pihak tersebut maka akan membantu meningkatkan sertifikat halal di Indonesia.

Daftar Rujukan

- Ab Rahman Ilyia, N., Salleh, R., Ab Rahman, S., & Mat Hashim, D. (2011). Factors Contributing to Non Compliance of the Halal Standard among Restaurant Operators in Malaysia. 2nd International Conference on Business, Economics and Tourism Management. IPEDR. 24. IACSIT Press, Singapore.
- Ahmad, N.A., Tunku Abaidah, T.N., & Abu Yahya, M.H. (2013). A Study on Halal Food Awareness among Muslim Customers in Klang Valley. 4th International Conference on Business and Economics Research Proceeding.
- Arifin, Nur Rachman. Muhtadi, Ridan. Herianingrum, Sri. *Small and Medium Enterprise Perception Of Halal Certification Post Formalization Of Islamic City Branding*. IJIBE (International Journal of Islamic Business Ethics) 601 Vol. 4 No. 1 March 2019. E-ISSN: 2502-0633, P-ISSN: 2502-4647
- Assauri, Sofyan. (1980). *Manajemen Produksi*. Jakarta: Penerbit FE-UI
- Caskie, P. and Davis, J. 2001. *The emerging food-safety industry in Russia*. European usiness Review, Vol. 13 No. 6, pp. 365-72.
- Bank Indonesia. 2021. Dukung Ekonomi Maju, BI sampaikan 4 Hal Penting. Diakses pada 13 Oktober 2022 Available at https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2314721.aspx
- BPJPH. 2019. Alur Proses Sertifikasi Halal. Diakses pada 13 Oktober 2022 Available at <http://www.halal.go.id/layanan/sertifikasi>
- BPS. 2021. Hasil Sensus Penduduk 2020. Diakses pada 11 Oktober 2022 Available at <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk-2020.html>
- Cheng, P.L.K. 2008. *The brand marketing of halal products: the way forward*. The Icfai University Journal of Brand Management. Vol. 5 No. 4, pp. 37-50.
- Dinard Standard 2021. *State of the Global Islamic Economy Report 2020-2021*. Dubai.
- Fathoni, Muhammad Anwar. Syahputri, Tasya Hadi. 2020. Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Vol. 6 (03). 428-235.

- Farhat, K., Aslam, W. and Sanuri, B.M.M.S. 2019. *Predicting the intention of generation M to choose family takaful and the role of halal certification*. Journal of Islamic Marketing, Vol. 10 No. 3, pp. 724-742
- Hardani, H., Medica, P., Husada, F., Andriani, H., Sukmana, D.J., Mada, U.G., & Fardani, R. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Pustaka Abadi.
- Hazair, H.P.D. 2007. *More trade than getting halal seal*. The Brunei Times, 21 August, p. 13.
- Husain, R., Abd Ghani, I., Mohammad, A., & Mehad, S. (2012). Current practises among halal cosmetics manufacturers in Malaysia. *Journal of Statistical Modelling and Analytic*,13(1), 46-51.
- Ismaeel, M. and Blaim, K. 2012. *Toward applied Islamic business ethics: responsible halal business*. Journal of Management Development, Vol. 31 No. 10, pp. 1090-1100.
- Janus Sidabalok. 2014. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti,
- Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024 Hasil Kajian Analisis Ekonomi Syariah di Indonesia*. PT Zahir Syariah Indonesia, Jakarta.
- Kementrian Agama. 2020. *Menjadi Muslim, Menjadi Indonesia (Kilas Balik Indonesia Menjadi Bangsa Muslim Terbesar)*. Diakses pada 11 Oktober 2022 Available at <https://kemenag.go.id/read/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar-xmo8a>
- Kementrian Keuangan Republik Indonesia. 2019. *Media Keuangan*. Kementrian Keuangan 14 (140).
- Kholis, Nur. 2015. *Kesejahteraan Sosial di Indonesia Perspektif Ekonomi Islam*. Akademika. Vol. 20, No.1
- Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan kosmetika Majelis Ulama Indonesia, *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM-MUI*, Jakarta.
- LPPOM-MUI. 2017. *Pengertian Sertifikasi Halal Mui*. Diakses pada 10 Oktober 2022, Available at <http://lppom-muibanten.org/?page=Statis&id=8>
- Liow, R. (2012). *Marketing halal, creating new economy, new wealth*. Petaling Jaya: MPH Group Publishing.
- Ma'luf, L. 1986. *al-Munjid Lughah wa alA'lam*. Beirut: Dar al Masyariq.
- M. Nur Rianto Al Arif. 2015. *Pengantar Ekonomi Syariah, Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Muatasim Ismaeel, Katharina Blaim. 2012. *Toward applied Islamic business ethics:*

- responsible halal business*. Journal of Management Development, Vol. 31 Issue: 10, pp.1090-1100, <https://doi.org/10.1108/02621711211281889>
- Marzuki, S.Z., Hall, C.M. and Ballantine, P.W. 2012. *Restaurant managers' perspectives on halal certification*. Journal of Islamic Marketing, Vol. 3 No. 1, pp. 47-58.
- Muawanah,. Diana, Nur Dinah,. Manaku, Aqnes Cahyatria,. 2020. Strategi Pengembangan Industri Halal dalam Meningkatkan Daya Saing Industri Halal di Indonesia. Al-Adalah: Jurnal Syariah dan Hukum Islam. Vol. 5, No. 1, 2020, 35-49.
- Nasution, Lokot Zein. 2020. Penguatan Industri Halal bagi Daya Saing Wilayah: Tantangan dan Agenda Kebijakan. Journal of Regional Economics Indonesia. Vol.1, No.2, 2020: 33-57
- Omar, C.M.Z.C. 2013. Challenges and marketing strategies of halal products in Malaysia. Interdisciplinary Journal of Research in Business, Vol. 3, No. 02, pp. 11-17.
- Naqvi, Haider. 1981. Ethics and Economics: an Islamic Synthesis. Leicester: The Islamic Foundation
- Noordin, N., Noor, N.L., Hashim, M. and Samicho, Z. 2009. *Value Chain of Halal Certification System: A Case of the Malaysia Halal Industry*. European and Mediterranean Conference on Information Systems, Izmir.
- Pramintasari, Talisa Rahma & Fatmawati Indah. 2017. Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan terhadap Kesadaran Masyarakat pada Produk Makanan Halal. Jurnal Manajemen Bisnis. Vol. 8, No 1 Maret 2017.
- Rahman, Fazlur. 1996. Tema-Tema Pokok Al-Qur'an. Bandung: Pustaka
- Rasyid Abdul. 2018. LPPOM MUI vs BPJPH. Diakses pada 12 Oktober 2022 Available at <https://business-law.binus.ac.id/2018/12/31/lppom-mui-versus-bpjph/>
- Said, M.M.,& Elangkovan, K. (2013). Halal label and ethics of business: An analytical view from producers. Australian Journal of Basic and Applied Science, 7(6), 613-621.
- Shata, Hussain. 1999. Business Ethics In Islam. Egypt: al-Falah Foundation.
- Sukarni, Fahrudin. 2010. Etika Produksi Perspektif Agama Islam. Jurnal Ekonomi Islam Al-Infaq. Vol. 1 No. 1, September 2020. pp. 40-50.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Suminto, Ahmad. 2020. *Etika Kegiatan Produksi: Perspektif Etika Bisnis Islam*. Islamic Economics Journal. Vol. 6, No. 1 Juni 2020.
- Syed Marzuki, S.Z., Hall, C.M., & Ballantine, P.W. (2012). Restaurant Manager Perspective on Halal Certification. Journal of Islamic Marketing, 3(1),47-58

-
- Yusuf, Muri. Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan. Jakarta: Prenadamedia Group, 2014.
- Wilson, J.A.J. 2013. *The halal value system, in Changing World, New Relationships [report] 9th World Islamic Economic Forum (WIEF)*. Pricewaterhouse Coopers (PwC) Malaysia", pp. 68-72, available at: <http://read.pwc.com/i/190845/68>
- Warto dan Samsuri. 2020. Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al-Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*. Vol. 2, No 1 Bulan Juli tahun 2020
- Wilson, J.A.J. and Liu, J. 2011. *The challenges of Islamic branding: navigating emotions and halal*. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 2 No. 1, pp. 28-42.