

DAMPAK EKSISTENSI SERTIFIKASI HALAL PADA KEUNGGULAN KOMPETITIF UMKM

Isnilu Sepria Azis *¹

Askari Zakaria ²

Novita ³

^{1,2,3} Universitas Sains Islam Al Mawaddah Warrahmah Kolaka, Indonesia

*e-mail: isnilu.azis30@gmail.com¹, askari@usimar.ac.id², novitaovhy@gmail.com³

Abstrak

Jurnal ini mengeksplorasi dampak sertifikasi halal terhadap keunggulan kompetitif UMKM, dengan fokus pada analisis bagaimana sertifikasi halal dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM dalam konteks perkembangan ekonomi di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur, yang mencakup pengumpulan, evaluasi, dan analisis berbagai sumber relevan seperti buku, artikel jurnal, laporan penelitian, dan dokumen resmi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal berkontribusi pada peningkatan penjualan dan pendapatan serta membangun kepercayaan pembeli dalam keputusan pembelian produk. UMKM yang telah memperoleh sertifikasi halal memiliki keunggulan kompetitif dalam persaingan bisnis. Selain itu, sertifikasi halal juga memiliki dampak signifikan terhadap ekonomi Indonesia, menjadikannya langkah strategis dalam menghadapi aktivitas bisnis secara makro. Meskipun telah banyak dilakukan sosialisasi tentang pentingnya sertifikasi halal kepada pelaku UMKM oleh berbagai dinas terkait serta individu dan/atau organisasi pendidikan dan masyarakat, jumlah UMKM yang telah mendapatkan sertifikasi halal masih jauh dari target yang diharapkan.

Kata Kunci: Sertifikasi Halal, Keunggulan Kompetitif, UMKM.

Abstract

This journal discusses the impact of halal certification on the competitive advantage of SMEs, aiming to analyze how halal certification provides a competitive edge for SMEs in Indonesia's economic development. The research method used is literature review, which includes the collection, examination, and analysis of relevant literature such as books, journal articles, research reports, and official documents. The research findings indicate that the existence of halal certification positively affects sales, increases revenue, and gains consumer trust in product purchase decisions. As a result, SMEs with halal certification have a competitive advantage in business competition. Furthermore, halal certification has a significant impact on the Indonesian economy, making the success of the halal certification program a crucial step in advancing business activities on a macro level. However, despite extensive socialization efforts to educate SME stakeholders about the importance of halal certification, organized by relevant departments, individuals, and/or educational and community organizations, the number of SMEs that have been certified still falls significantly short of the expected figures.

Keywords: Halal Certification, Competitive Advantage, SMEs

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang tentunya memiliki kelebihan juga kekurangannya telah menjadi fondasi ekonomi nasional dan perlindungan terhadap dampak krisis yang masih berlangsung hingga kini. Menurut Kemenkop UKM dan BPS pada tahun 2018 secara nasional sektor UMKM telah menampakkan eksistensinya dengan pertumbuhan unit usaha pada tahun 2018 telah mencapai angka 64.194.057 unit usaha atau 99,99% dari jumlah usaha yang ada di Indonesia, tenaga kerja yang berhasil diperoleh sebesar 97% dari 170 juta jumlah tenaga kerja di Indonesia yaitu sebesar 121 juta tenaga kerja, dan kontribusinya terhadap PDB Indonesia sebesar 60% dari Rp 14.000 triliun jumlah PDB Indonesia yaitu Rp 8.400 triliun. Hasil survey *Organization of Economic Cooperation Development* (OECD) tahun 2016, bahwa UMKM di Indonesia dapat menyerap 70,3% dari jumlah tenaga kerja di Indonesia. Ini menjadi satu bukti bahwa UMKM di Indonesia tidak dapat diabaikan keberadaannya dan perlu mendapat perhatian, pembinaan dan perlindungan dari pemerintah pusat atau daerah. (Gelvin et al., 2023)

Dilansir oleh World Economic Forum, urutan ke-22 indeks Laporan Pertumbuhan dan Pembangunan Inklusif 2017 atau Inclusive Growth Development Report 2017 ditempati oleh Indonesia. Salah satu yang berperan dalam pertumbuhan ekonomi negara berkembang seperti Indonesia adalah keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Setiap tahun pertumbuhan UMKM di Indonesia mengalami kenaikan jumlah yang sangat pesat, bahkan lebih dari 90% dari total tenaga kerja di Indonesia mampu diserap oleh UMKM dengan didominasi oleh anak muda dan wanita. Hal tersebut menunjukkan betapa besar kontribusi UMKM. (Bernadhetta et al., 2020)

Saat ini, seperti yang kita ketahui, penerapan kehalalan pada produk dan layanan menjadi penting bagi konsumen Muslim. Dalam Al-Qur'an, istilah halal merujuk pada kategori yang diizinkan, sementara haram berarti dilarang menurut Hukum Islam. Produk halal dapat ditemukan di berbagai sektor, seperti makanan, kosmetik, fesyen, dan perawatan kesehatan. Namun, sensitivitas terhadap kehalalan akan semakin meningkat terutama dalam hal yang berkaitan dengan makanan. (Anne et al., 2023)

Data dari *The State of Global Islamic Economy Report* tahun 2020-2021 mencatat, umat Muslim di dunia membelanjakan uangnya tidak kurang dari USD 2,02 triliun untuk kebutuhan makanan halal, farmasi halal, kosmetik halal, fashion, pariwisata syariah, dan lainnya. Sementara di Indonesia, menurut Rencana Induk Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024, Indonesia merupakan 10 besar konsumen dunia di setiap subsektor dalam industri halal. Dalam belanja makanan Indonesia berada di peringkat pertama dunia dan peringkat kelima untuk pengeluaran perjalanan halal. Adapun jumlah pengeluaran untuk pakaian Muslim, Indonesia berada di posisi ketiga dunia. (Bayu, 2022)

UMKM halal berkontribusi dalam membantu negara mengejar target pertumbuhan ekonomi, melalui tenaga kerja yang diserap pada berbagai sektor usaha. Selain itu, UMKM halal menjadi sektor yang terbukti tangguh dalam menghadapi berbagai krisis. Apalagi permintaan produk halal semakin meningkat berbanding lurus dengan peningkatan jumlah populasi umat Muslim di dunia. Populasi penduduk Muslim di Indonesia merupakan yang terbesar di dunia. Ini menjadi alasan Indonesia merupakan negara potensial untuk memasarkan produk halal. Sehingga melihat dampak dari eksistensi sertifikasi halal pada keunggulan kompetitif UMKM akan meningkatkan keinginan pelaku UMKM dalam melakukan sertifikasi halal maka pemenuhan kebutuhan konsumen Muslim terhadap produk halal bisa mudah direalisasikan, begitupula dengan menyongsong Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur, yaitu metode penelitian yang dilakukan dengan meneliti berbagai sumber literatur yang relevan untuk penelitian. (Novita Eka Nurjannah, 2021) Pencarian literatur menghasilkan berbagai buku, jurnal, artikel penelitian, dan sumber online lainnya. Tujuan dari studi literatur ini adalah untuk menjawab pertanyaan penelitian dengan mempelajari ide-ide terbaru dan perkembangan mengenai dampak eksistensi sertifikasi halal terhadap keunggulan kompetitif UMKM. Salah satu metode pengumpulan data adalah dengan mencari dan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber seperti buku, tesis, dan jurnal. Penelitian ini juga melibatkan beberapa tahapan, antara lain: Tahap pertama, peneliti mengumpulkan sumber literatur tentang penelitian yang akan diteliti, Tahap kedua, peneliti menulis dan menganalisis serta menarik kesimpulan. (Najma Fajriani et al., 2024)

KAJIAN TEORI

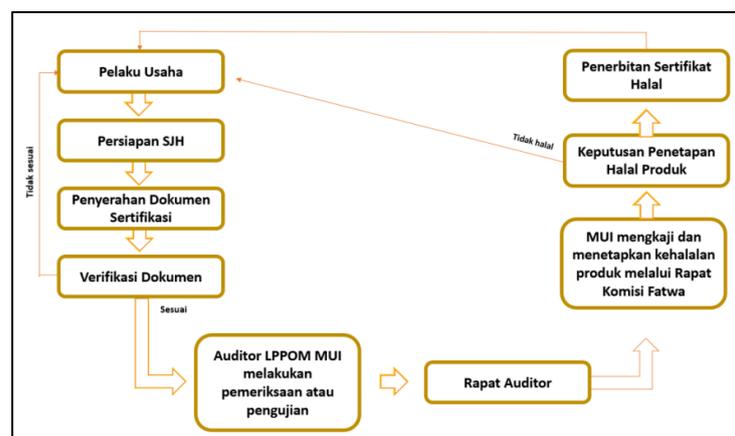
Sertifikasi halal

Sertifikasi halal merupakan pengakuan atas kehalalan suatu produk yang diterbitkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia. Saat ini, sertifikat halal menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing di pasar internasional. Menambahkan label halal juga berguna untuk melindungi produk domestik dari persaingan produk impor akibat free trade (perdagangan bebas). (Andri Nuwandri et al., n.d.)

Halal telah menjadi bagian integral dari kehidupan seorang Muslim, mencakup berbagai aspek seperti makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, dan lainnya. Pada produk makanan, status halal dapat dilihat dari label atau logo yang tertera pada kemasan. Jika produsen menampilkan logo halal, ini menunjukkan bahwa produk tersebut telah melalui proses audit yang komprehensif. Proses audit meliputi pemeriksaan data yang diajukan, proses produksi, laboratorium, pengemasan, penyimpanan, transportasi, distribusi, pemasaran, penyajian, hingga penetapan sertifikasi halal. Jika hasil audit menunjukkan bahwa produk bebas dari bahan non-halal, sertifikat halal akan diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa produsen telah memastikan bahwa produk mereka sesuai dengan standar halal bagi konsumen. (Hayyun Durrotul Faridah, 2019)

Kebutuhan seorang Muslim akan produk halal seharusnya didukung oleh adanya jaminan kehalalan. Namun, tidak semua produk yang beredar di Indonesia memiliki jaminan halal. Konsumen Muslim menjadi pihak yang dirugikan akibat banyaknya produk yang tidak memiliki label halal atau keterangan non-halal. Menurut data sertifikasi LPPOM MUI, selama delapan tahun terakhir (2011-2018), terdapat total 59.951 perusahaan yang terdaftar. Dari 727.617 produk yang diproduksi oleh perusahaan-perusahaan tersebut, hanya 69.985 produk yang telah mendapatkan sertifikasi halal. Ini berarti hanya 9,6 persen produk yang telah disertifikasi halal, sedangkan sisanya belum memiliki sertifikat halal. Hal ini tidak berarti produk tersebut haram, tetapi mungkin produk tersebut belum diajukan untuk sertifikasi halal. (M. Guffar Harahap et al., 2023)

Menurut MUI, sertifikasi halal adalah proses yang melibatkan serangkaian tahapan yang ditetapkan untuk memastikan bahwa bahan, proses produksi, dan SJH (Sistem Jaminan Halal) memenuhi standar LPPOM MUI, sehingga produk dapat memperoleh sertifikat halal. Di Indonesia, Majelis Ulama Indonesia adalah salah satu lembaga yang berwenang untuk menerbitkan sertifikasi halal tersebut. Sertifikat halal dari MUI merupakan persyaratan agar suatu produk dapat mencantumkan keterangan halal pada kemasan, menggunakan label halal dari instansi pemerintah yang berwenang di bidang ini. (M. Guffar Harahap et al., 2023)



Gambar 1. Alur Sertifikasi Halal BPJPH

Alur sertifikasi BPJPH sebagai berikut; 1) Pelaku usaha membuat permohonan untuk sertifikasi dan melampirkan berkas persyaratan, 2) BPJPH akan melakukan verifikasi dokumen

persyaratan yang telah dilampirkan, 3) Melakukan audit dan pemeriksaan produk yang dilakukan oleh LPH, 4) Menyerahkan hasil pemeriksaan kepada MUI untuk dikeluarkan fatwa. 5) Mengeluarkan sertifikat halal jika sudah lolos audit. (Hayyun Durrotul Faridah, 2019)

UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)

UMKM adalah kelompok usaha yang dikelola oleh individu atau badan usaha dengan fokus pada kegiatan ekonomi produktif, sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan dalam undang-undang. Berdasarkan definisi ini, UMKM dibagi menjadi kategori usaha mikro, kecil, dan menengah. Pemerintah sangat mengharapkan agar pertumbuhan dan pengembangan UMKM yang berbasis pada potensi daerah dan berorientasi pasar dapat berkontribusi pada pembangunan ekonomi negara. Selain itu, UMKM sering kali berasal dari usaha masyarakat yang dapat menciptakan lapangan kerja serta menghasilkan barang atau jasa yang memenuhi kebutuhan masyarakat. UMKM memiliki kemampuan untuk meratakan distribusi pendapatan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta memajukan pertumbuhan ekonomi dan mendukung stabilitas nasional. (Dede Djuardi et al., 2022)

Untuk membangun dan meningkatkan daya saing UKM, diperlukan keunikan yang berasal dari lokasi geografis dan sektor usaha yang berbeda. Tantangan utama dalam meningkatkan daya saing UMKM meliputi pemeliharaan standar kualitas, keterampilan, akses pendanaan, dan penetrasi pasar. Selain itu, saat melakukan ekspor, penting untuk memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi secara maksimal. Faktor-faktor yang mendukung daya saing UMKM meliputi inovasi, kewirausahaan, modal, sumber daya manusia, akses ke dana, potensi pasar, strategi bisnis, serta dukungan pemerintah dalam memperluas jaringan pemasaran dan memfasilitasi akses ke lembaga keuangan. (Suharyati et al., 2021)

Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif adalah kemampuan sebuah perusahaan untuk memperoleh keuntungan ekonomis yang melebihi laba yang dapat dicapai oleh pesaing di industri yang sama. Untuk mencapai keunggulan kompetitif, perusahaan harus mampu memahami perubahan dalam struktur pasar dan memilih strategi pemasaran yang efektif. Keunggulan kompetitif adalah keunggulan yang dimiliki suatu perusahaan atas pesaingnya melalui penawaran nilai yang lebih baik kepada konsumen. Ini mencerminkan kemampuan perusahaan untuk beroperasi dengan cara yang tidak dapat dilakukan oleh pesaing. Perusahaan yang secara aktif menciptakan dan mempertahankan keunggulan baru dalam industri dianggap memiliki keunggulan kompetitif. Pelanggan harus melihat keunggulan kompetitif yang ditawarkan perusahaan sebagai manfaat langsung bagi mereka. Profitabilitas perusahaan tercapai ketika perusahaan fokus pada pengembangan keunggulan untuk pelanggan, memberikan nilai dan kepuasan maksimal, yang kemudian mendorong pembelian berulang. (Suharyati et al., 2021)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menyediakan pangan yang halal dan aman merupakan bisnis yang sangat menjanjikan, karena sertifikasi dan label halal tidak hanya menarik pelanggan dari kalangan Muslim tetapi juga dari masyarakat non-Muslim. Sebaliknya, produsen yang tidak mencantumkan label halal pada produknya di negara seperti Indonesia, yang mayoritas penduduknya Muslim, cenderung mengalami penurunan minat dari konsumen, yang merugikan mereka sendiri. Pangan halal dianggap berkualitas dan bermanfaat untuk kesehatan tubuh manusia menurut ajaran Islam. Sertifikasi dan label halal tidak hanya memberikan rasa aman bagi umat Islam, tetapi juga menciptakan ketenangan bagi para produsen. Dalam konteks globalisasi ekonomi dan pasar internasional, kebutuhan akan sertifikasi halal semakin penting. Oleh karena itu, industri halal memiliki peluang besar untuk menyediakan pangan yang aman, berkualitas, bergizi, dan sehat. Industri halal telah diterapkan di banyak negara Islam, serta beberapa negara non-Islam, karena

manfaatnya tidak hanya dirasakan oleh konsumen Muslim tetapi juga dapat dinikmati oleh non-Muslim. (Warto et al., 2020)

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti tentang pengaruh halal terhadap produk hingga pemasarannya dapat menjadi strategi pemasaran yang baik sehingga menunjang keunggulan kompetitif yang baik bagi produsen atau pelaku UMKM. Pada penelitian Arikatun dan kawan-kawan yang berjudul Implementasi Sertifikasi Halal Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Kuliner tahu gimbal pak Edi Kota Semarang menerangkan bahwa implementasi sertifikasi halal memberikan manfaat yang baik bagi pelaku usaha maupun pembeli dan pelaku usaha yang melakukan sertifikasi halal, banyak manfaat yang didapat, seperti peningkatan penjualan, peningkatan pendapatan, mendapatkan kepercayaan pembeli dalam keputusan pembelian produk UMKM. (Arikatun et al., 2023)

Kemudian pada penelitian Hilma Harmen dan kawan-kawan yang berjudul Analisis Dampak Sertifikasi Labelisasi Halal Terhadap Perkembangan UMKM di Bangkalan bahwa sertifikasi halal memiliki dampak signifikan terhadap perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Bangkalan. Sertifikasi halal dianggap penting karena dapat meningkatkan kepercayaan dan kesetiaan konsumen terhadap produk UMKM hingga meningkatkan penjualan produk UMKM. Nilai kompetitif dari sertifikasi halal untuk produk UMKM nampak memberi pengaruh positif yang akan mendukung UMKM lebih berkembang. (Hilma Harmen et al., 2022) Dan pada penelitian Anisa Larasati dan kawan-kawan yang berjudul Dampak Sertifikasi Halal untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Indonesia menerangkan bahwa sertifikat dan label halal terbukti mampu meningkatkan kesan kualitas suatu produk dan meningkatkan omzet penjualan. Apalagi dengan fakta yang menunjukkan bahwa produk halal sangat tinggi permintaannya dan berbagai negara telah berlomba-lomba untuk menjadi pemain atau pemasok produk halal dalam skala global. Selain itu, Sertifikat dan label halal sejatinya merupakan elemen penting yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dalam mengosumsi atau menggunakan produk yang ditawarkan. (Annisa Larasati et al., 2023)

Namun, walaupun setelah melakukan sosialisasi terhadap masyarakat yang merupakan pelaku UMKM mengenai pentingnya sertifikasi halal telah banyak diselenggarakan baik oleh dinas yang berkaitan dengan koperasi dan UMKM maupun perseorangan dan/atau organisasi Pendidikan serta Kemasyarakatan. tetapi kalkulasi dari jumlah UMKM yang telah tersertifikasi masih sangat jauh dari angka yang diharapkan. Bahkan pada kasus penelitian di Bangkalan menggunakan label halal palsu tanpa sertifikasi resmi. Kesadaran tentang pentingnya sertifikasi halal dan konsekuensi hukum dari penggunaan label halal palsu masih rendah di kalangan pelaku UMKM. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sertifikasi halal memiliki peran penting dalam perkembangan UMKM, namun kesadaran dan pemahaman mengenai pentingnya sertifikasi halal yang lebih mendalam masih perlu ditingkatkan di kalangan pelaku UMKM.

Padahal sertifikasi halal produk yang dipasarkan memiliki potensi ekonomi yang signifikan. UU No.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal berfungsi sebagai dasar hukum bagi negara dalam pelaksanaan jaminan halal. Penyelenggaraan jaminan halal oleh negara membawa implikasi yang kompleks, sehingga perlu ditangani dengan serius oleh semua pihak terkait, terutama oleh kalangan Muslim yang memerlukan kepastian hukum mengenai produk yang mereka konsumsi. Umat Islam memerlukan kepastian hukum mengenai kehalalan produk yang mereka konsumsi. Ada kebutuhan untuk jaminan kehalalan produk, di mana produsen harus menyediakan informasi yang akurat tentang kehalalan, dan negara bertanggung jawab untuk menyediakan layanan tersebut. Kebijakan sertifikasi halal memiliki manfaat ekonomi dan strategis yang penting untuk mengoptimalkan pasar captive.

Penerapan kewajiban sertifikasi halal bagi pelaku usaha yang memperoleh sertifikasi untuk produk yang mereka jual ternyata memberikan dampak positif pada perkembangan

ekonomi di Indonesia. Dari perspektif makro, kehalalan produk tetap menjadi tren global. Dengan 87% populasi Indonesia adalah Muslim, potensi pasar halal di negara ini sangat besar. Penting untuk memiliki kesadaran bersama mengenai perlunya memanfaatkan pasar captive yang tersedia, agar tidak dimanfaatkan oleh pihak luar. Produk halal harus didorong untuk mengoptimalkan peluang ini.

Implikasi positif lainnya dari kewajiban sertifikasi halal adalah penciptaan lapangan kerja baru. Dengan adanya kewajiban untuk memiliki sertifikasi halal, kebutuhan akan sumber daya manusia yang mendukung pelaksanaan JPH (jaminan produk halal) menjadi signifikan. Salah satu kebutuhan utama adalah auditor halal, yang merupakan komponen penting dalam Lembaga Pemeriksa Halal (LPH). Profesi auditor halal diperkirakan akan menjadi sangat menarik. Hal ini tentunya memberikan dampak positif bagi perkembangan industri halal di Indonesia maupun secara global. (Warto et al., 2020)

KESIMPULAN

Penelitian ini membahas dampak sertifikasi halal pada keunggulan kompetitif UMKM. Membuktikan bahwa sertifikasi memberi dampak yang positif bagi UMKM dalam penerapannya, berdasarkan penelitian yang dipadukan oleh peneliti memberi hasil bahwa eksistensi dari sertifikasi halal berdampak pada peningkatan penjualan, peningkatan pendapatan, mendapatkan kepercayaan pembeli dalam keputusan pembelian produk. Sehingga UMKM yang telah bersertifikasi halal memiliki keunggulan kompetitif dalam persaingan bisnis. Tidak hanya itu, sertifikasi halal juga memberi dampak yang besar bagi perekonomian Indonesia, sehingga menyukseskan program sertifikasi halal adalah langkah yang tepat dalam menyongsong kegiatan bisnis secara makro.

DAFTAR PUSTAKA

- Arekatun, Sofaun, Pratiwi, R., & ulinnuha, M. (2024). Implementasi Sertifikasi Halal Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Kuliner tahu gimbal pak Edi Kota Semarang. *Jurnal Manajemen*.
- Charisma, D., & Charina, A. (2023). Efektivitas Penerapan Ekosistem Halal Value Chain (Hvc) Pada Industri Makanan Dan Minuman Halal Di Indonesia. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*.
- Djunardi, D., Ernawati, Mekaniwati, A., Wismayanti, K. W., Kardini, N., Purnamaningsih, P. E., . . . Verawati. (2022). *Kewirausahaan UMKM*. Sumatera Barat: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Fajriani, N., Zakariah, A., & Novita. (2024). Peran Guru PAI dalam Pembinaan Akhlak Peserta Didik di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Pendidikan Agama Islam*.
- Faridah, H. D. (2019). Sertifikasi Halal Di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, Dan Implementasi. *Journal of Halal Product and Research*.
- Harahap, M. G., Tarmidzi, R., Sholihah, N. A., Adianata, H., Hashirun, Mauliezen, A., . . . Supriati, R. (2023). *Industri Halal di Indonesia*. Banten: PT Sada Kurnia Pustaka.
- Herma, H., Indriani, R., Alfahmi, F., Sebastian, A., & Cristin, O. V. (2022). Analisis Dampak Sertifikasi Labelisasi Analisis Dampak Sertifikasi Labelisasi Bangkalan. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*.
- Jannah, E. N. (2021). Pembelajaran Berbasis Media Digital Pada Anak Usia Dini Di Era Revolusi Industri 4.0 : Studi Literatur. *Jurnal Ilmiah Potensia*.
- Kristiana, B. V., Indrasari, A., & Giyanti, I. (2020). Halal Supply Chain Management dalam Optimalisasi Penerapan Sertifikasi Halal UMKM. *Media Ilmia Teknik Industri*.
- Larasati, A., Hayya, A. F., Az-Zakkiy, H., Seme, B. P., Jarot, R. H., & Hananto, D. (2023). Kajian Literatur: Dampak Sertifikasi Halal untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Indonesia. *Journal Of Global Humanistic Studies*.

- Nurwandri, A., Yanuardin, Syahrul, & Matondang, D. m. (2023). *Pengantar Produk Pangan Halal*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Pradipta, G. I., Sari, N. K., & Farida, E. (2023). Analisis Riset Pasar Pada Usaha Menengah Ke Atas (UMKM) Di Indonesia. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*.
- Suharyati, Ediwarman, & Nobelson. (2021). Keunggulan Kompetitif Melalui Pemasaran Kewirausahaan Dan Orientasi Kewirausahaan Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi*.
- Warto, & samsuri. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Journal of Islamic Economics and Banking*.
- Wiranto, B. S. (2022, September 7). Diambil kembali dari Alami Shariah: <https://alamisharia.co.id/blogs/mengenal-industri-halal-di-indonesia/>