



Urgensi Sertifikasi Halal bagi UMKM: Tinjauan Literasi Halal, dan Kesadaran Kesehatan

Muhammad Radian Syah¹, Cita Ayni Putri Silalahi², M. Guffar Harahap³, Riyan Pradesyah⁴

^{1,2,3} Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah

⁴ Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

e-mail: mradiansyah@umnaw.ac.id

Abstrak: Sertifikasi halal merupakan instrumen penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya di wilayah dengan mayoritas penduduk Muslim seperti Kota Medan. Namun, tingkat kepemilikan sertifikasi halal pada UMKM masih tergolong rendah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis urgensi sertifikasi halal bagi UMKM dengan meninjau pengaruh literasi halal dan kesadaran kesehatan terhadap minat UMKM dalam melakukan sertifikasi halal. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap pelaku UMKM di Kota Medan. Analisis data dilakukan menggunakan Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi halal dan kesadaran kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM dalam melakukan sertifikasi halal, dengan literasi halal sebagai faktor yang paling dominan. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan pemahaman halal dan kesadaran akan aspek kesehatan produk menjadi kunci strategis dalam mendorong UMKM untuk memperoleh sertifikasi halal. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar perumusan kebijakan dan program pendampingan UMKM halal yang lebih efektif. Keterbatasan penelitian ini pada waktu peneliti, sehingga populasi yang digunakan hanya kota Medan saja tidak Sumatera Utara.

Kata Kunci: Sertifikasi Halal, UMKM, Literasi Halal, Kesadaran Kesehatan

PENDAHULUAN

Isu sertifikasi halal semakin penting dalam konteks ekonomi global, terutama di negara dengan populasi Muslim yang besar seperti Indonesia. Kota Medan, sebagai salah satu pusat ekonomi di Sumatera, memiliki banyak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berpotensi memenuhi kebutuhan konsumen akan produk halal. Meskipun ada potensi ini, banyak UMKM di Medan yang belum sepenuhnya memahami pentingnya sertifikasi halal, yang dapat mengakibatkan hilangnya peluang di pasar. Salah satu tantangan utama adalah rendahnya tingkat literasi halal di kalangan pelaku UMKM (Fachrurazi, 2023). Banyak dari mereka tidak memiliki pemahaman yang cukup mengenai apa itu sertifikasi halal, prosesnya, dan manfaat yang dapat diperoleh. Akibatnya, mereka merasa ragu untuk mengajukan sertifikasi halal, meski permintaan dari konsumen semakin meningkat. Penelitian menunjukkan bahwa literasi halal yang minim berhubungan langsung dengan keputusan UMKM untuk mendapatkan sertifikasi, sehingga menjadi penghambat utama (Al-shami, 2023).

Religiusitas juga memiliki peranan penting dalam konteks ini. Di masyarakat yang religius seperti di Kota Medan, nilai-nilai agama dapat mendorong pelaku usaha untuk memperoleh sertifikasi halal. Terdapat variasi dalam tingkat religiositas di antara pelaku UMKM, yang dapat mempengaruhi keputusan mereka. Beberapa pelaku usaha mungkin lebih fokus pada keuntungan finansial daripada kepatuhan pada prinsip halal, sehingga mengabaikan sertifikasi yang sebenarnya dapat meningkatkan kepercayaan konsumen (Dwiono, 2024). Kesadaran kesehatan juga menjadi aspek penting dalam konteks sertifikasi halal. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya produk yang sehat dan aman, UMKM yang tidak memiliki sertifikasi halal mungkin akan kehilangan pangsa pasar (Vargas-

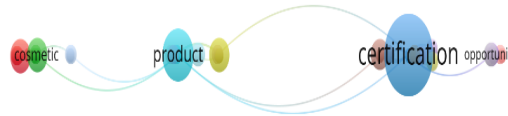
Sánchez, 2020). Banyak konsumen saat ini lebih memilih produk bersertifikat halal karena diyakini lebih berkualitas dan aman untuk dikonsumsi. Di sinilah peran sertifikasi halal menjadi sangat penting, tidak hanya untuk kepatuhan agama tetapi juga untuk memenuhi tuntutan pasar yang semakin ketat.

Masalah lain yang dihadapi UMKM di Medan adalah kurangnya dukungan dan informasi yang memadai mengenai proses sertifikasi halal. Banyak pelaku usaha tidak tahu bagaimana cara memulai proses tersebut atau merasa bahwa biaya dan waktu yang diperlukan terlalu besar. Hal ini menciptakan kesenjangan antara potensi pasar dan kemampuan UMKM untuk memenuhinya (Ruhaeni, 2023). Dalam konteks ini, penelitian yang mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan UMKM untuk mendapatkan sertifikasi halal sangat diperlukan. Dengan memahami hubungan antara literasi halal, religiusitas, dan kesadaran kesehatan, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang tantangan dan peluang yang dihadapi oleh UMKM di Kota Medan. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang berguna bagi pelaku UMKM, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya untuk meningkatkan literasi halal, mendorong religiusitas, serta meningkatkan kesadaran kesehatan. Dengan demikian, sertifikasi halal tidak hanya akan menjadi kewajiban, tetapi juga kesempatan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di era yang semakin kompetitif ini.

Dalam konteks penelitian ini, penting untuk mengaitkan hasil-hasil penelitian sebelumnya dengan kebutuhan saat ini. Peneliti melakukan pemetaan dengan menggunakan aplikasi Publish or peris sebagai Upaya untuk mengumpulkan penelitian yang satu tema dengan penelitian yang akan dilakukan, dan peneliti

melakukan pengumpulan berdasarkan indeks yang ada pada tulisan, dan indeks yang digunakan yaitu scopus, maka terkumpul sebanyak 676 dokumen.

Kemudian dilanjutkan dengan pemetaan dengan menggunakan VosViewer, Adapun hasilnya sebagai berikut :



Gambar.1. Pemetaan Indeks Scopus

Gambar di atas menunjukkan bahwa, artikel yang banyak diperbicarkan pada jurnal internasional dan terindeks scopus yaitu terkait dengan sertifikasi itu sendiri, bahkan banyak negara-negara yang terus mengembangkan sertifikasi halal di negara-negara maju Malaysia (Saima, 2024), Italy (Secinaro, 2021), Jepang (Takeshita, 2020), Thailand (Wannasupchue, 2023), Arab (Alzeer, 2021), bahkan Indonesia (Sahir, 2021). Hal yang selalu dikaitkan dengan sertifikasi halal yaitu produk yang dimiliki oleh negara itu sendiri, yang dapat menjamin konsumen (Hamzah, 2020; Muin, 2023) selain itu ada juga penelitian yang sering kali dibahas terkait dengan kosmetik halal yang beredar luar, hal ini dikarenakan banyaknya jumlah Wanita dibanding dengan pria, sehingga banyak peneliti yang membahas terkait dengan kosmetik halal (Hussain-Gambles, 2020; Isa, 2023; Shahid, 2023; Widyanto, 2022). Pembahasan terkait dengan sertifikasi halal juga dikaitkan dengan kepercayaan masyarakat terhadap produk yang di produksi oleh Perusahaan, hal ini tentunya menjadi krusial, karena produk yang baik adalah produk yang halal bagi setiap konsumen (Attwood, 2023; Hariani, 2024; Arif et. al, 2025; Arif et.al, 2026). Maka untuk itu, dari pemetaan yang didapatkan, ditemukan gap penelitian belum

banyak peneliti memfokuskan kepada literasi halal yang saat ini banyak dari masyarakat, baik itu konsumen maupun produsen yang belum memahami sertifikasi halal itu sendiri, sehingga perlu untuk dikaji secara mendalam literasi halal pada masyarakat. Kemudian kesadaran Kesehatan atas sertifikasi halal juga belum ditemukan di dalam pembahasan jurnal yang ada, dan ini juga menjadi salah satu yang sering kali tidak diketahui oleh masyarakat, dan pembahasan ini masih jarang untuk ditemukan. Maka untuk itu, penelitian ini hadir untuk mengisi gap tersebut dengan memberikan analisis yang lebih komprehensi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah pelaku UMKM di Kota Medan, dengan sampel ditentukan secara purposive sesuai dengan kriteria UMKM yang bergerak di sektor produk konsumsi. Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup yang disusun menggunakan skala Likert.

Variabel penelitian terdiri atas Literasi Halal (X1) dan Kesadaran Kesehatan (X2) sebagai variabel independen, serta Minat UMKM dalam Sertifikasi Halal (Y) sebagai

variabel dependen. Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Tahapan analisis meliputi pengujian model pengukuran (outer model) untuk menilai validitas dan reliabilitas konstruk, serta pengujian model struktural (inner model) untuk menguji pengaruh antar variabel dan kekuatan model penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil penelitian mengenai urgensi sertifikasi halal bagi UMKM yang ditinjau dari aspek literasi halal (X1) dan kesadaran kesehatan (X2) terhadap

minat UMKM dalam melakukan sertifikasi halal (Y). Instrumen penelitian disusun dalam bentuk kuesioner dengan rincian: variabel literasi halal (X1) diukur melalui 8 butir pernyataan, variabel kesadaran kesehatan (X2) melalui 7 butir pernyataan, dan variabel minat UMKM sertifikasi halal (Y) melalui 5 butir pernyataan. Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Square (PLS), yang meliputi pengujian model pengukuran (outer model) dan model struktural (inner model) untuk memastikan validitas, reliabilitas, serta pengaruh antar variabel penelitian.



Gambar.1. Hasil Uji Outer Loading

Tabel.1.

Hasil Uji Outer Loading

	Kesadaran Kesehatan_(X2)	Literasi Halal_(X1)	Minat UMKM Sertifikat Halal_(Y)
X1.1		0,810	
X1.2		0,849	
X1.3		0,837	
X1.4		0,831	
X1.5		0,794	
X2.1	0,717		
X2.3	0,917		
X2.4	0,900		
X2.5	0,886		
X2.6	0,871		
X2.7	0,781		

Y1.1	0,725
Y1.2	0,867
Y1.3	0,867
Y1.4	0,933
Y1.5	0,848

Berdasarkan Gambar 1 dan Tabel 1, seluruh indikator pada masing-masing variabel memiliki nilai outer loading di atas 0,70, sehingga dinyatakan valid secara konvergen. Pada variabel Literasi Halal (X1), indikator X1.1 hingga X1.5 menunjukkan nilai outer loading berkisar antara 0,794–0,849, yang mencerminkan bahwa indikator-indikator tersebut mampu merepresentasikan konstruk literasi halal dengan baik. Variabel Kesadaran Kesehatan

(X2) juga menunjukkan nilai outer loading yang kuat, dengan rentang 0,717–0,917, menandakan tingkat keterkaitan indikator yang tinggi terhadap konstruk kesadaran kesehatan. Sementara itu, indikator variabel Minat UMKM Sertifikat Halal (Y) memiliki nilai outer loading antara 0,725–0,933, yang menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan mampu menjelaskan minat UMKM dalam melakukan sertifikasi halal secara memadai.

Tabel.2.

Construct Reliability and Validity

	Kesadaran Kesehatan (X2)	Literasi Halal (X1)	Minat UMKM Sertifikat Halal (Y)
(X2)	0,848		
(X1)	0,456	0,824	
(Y)	0,617	0,712	0,850

Hasil pengujian reliabilitas dan validitas konstruk pada Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability di atas 0,70, sehingga instrumen dinyatakan reliabel. Selain itu, nilai Average Variance Extracted

(AVE) untuk setiap konstruk berada di atas 0,50, yakni sebesar 0,680 untuk Literasi Halal, 0,720 untuk Kesadaran Kesehatan, dan 0,723 untuk Minat UMKM Sertifikat Halal. Hal ini menegaskan bahwa masing-masing konstruk memiliki validitas konvergen yang baik

Tabel.3.

Fornell-Larcker Criterion

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	AVE
(X2)	0,920	0,928	0,939	0,720
(X1)	0,885	0,904	0,914	0,680
(Y)	0,902	0,910	0,928	0,723

Berdasarkan Tabel 3, hasil uji validitas diskriminan menggunakan Fornell–Larcker Criterion menunjukkan bahwa nilai akar kuadrat AVE pada setiap variabel (nilai diagonal) lebih besar dibandingkan dengan korelasi antar variabel lainnya. Dengan

demikian, dapat disimpulkan bahwa setiap konstruk dalam penelitian ini memiliki perbedaan yang jelas dan mampu mengukur konsep yang berbeda, sehingga validitas diskriminan terpenuhi.

Tabel.4.

R square

	R Square	R Square Adjusted
Minat UMKM Sertifikat Halal_(Y)	0,614	0,598

Hasil uji R-Square pada Tabel 4 menunjukkan nilai R Square sebesar 0,614 dan R Square Adjusted sebesar 0,598 untuk variabel Minat UMKM Sertifikat Halal (Y). Nilai ini mengindikasikan bahwa 61,4% variasi minat UMKM dalam melakukan

sertifikasi halal dapat dijelaskan oleh literasi halal dan kesadaran kesehatan, sedangkan sisanya 38,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Tabel.5.
Uji Statistik

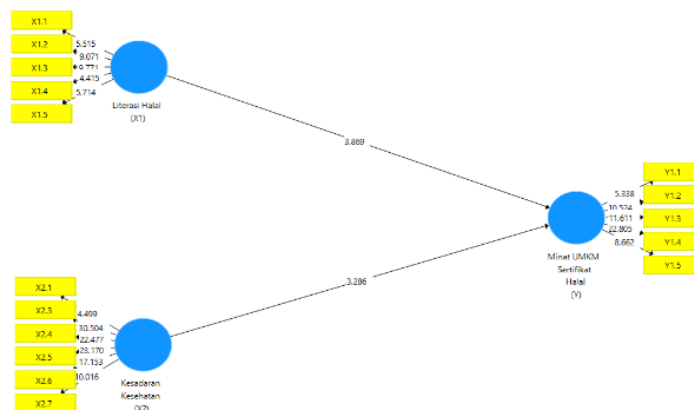
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kesadaran Kesehatan (X2) -> Minat UMKM Sertifikat Halal (Y)	0,369	0,385	0,112	3,286	0,001
Literasi Halal (X1) -> Minat UMKM Sertifikat Halal (Y)	0,544	0,519	0,140	3,869	0,000

Berdasarkan Tabel 5, hasil uji pengaruh antar variabel menunjukkan bahwa:

1. Kesadaran Kesehatan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat UMKM Sertifikat Halal (Y), dengan nilai t-statistik sebesar 3,286 ($> 1,96$) dan p-value sebesar 0,001 ($< 0,05$).
2. Literasi Halal (X1) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat

UMKM Sertifikat Halal (Y), dengan nilai t-statistik sebesar 3,869 ($> 1,96$) dan p-value sebesar 0,000 ($< 0,05$).

Hasil ini menegaskan bahwa semakin tinggi tingkat literasi halal dan kesadaran kesehatan pelaku UMKM, maka semakin besar pula minat mereka untuk melakukan sertifikasi halal



Gambar.2. Inner Model

Hasil pengujian inner model menunjukkan bahwa Literasi Halal (X1) dan Kesadaran Kesehatan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat UMKM dalam Sertifikasi Halal (Y). Pengaruh Literasi Halal (X1) terhadap Minat UMKM Sertifikat Halal (Y) ditunjukkan oleh nilai t-statistik

sebesar 3,869 ($> 1,96$), yang menandakan pengaruh signifikan pada taraf 5 persen. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pemahaman UMKM mengenai konsep, regulasi, dan manfaat halal, maka semakin besar minat mereka untuk melakukan sertifikasi halal. Sementara itu, Kesadaran

Kesehatan (X2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat UMKM Sertifikat Halal (Y) dengan nilai t-statistik sebesar 3,286 ($> 1,96$). Temuan ini mengindikasikan bahwa kesadaran pelaku UMKM terhadap aspek kebersihan, keamanan, dan kualitas produk turut mendorong minat untuk mengajukan sertifikasi halal. Secara keseluruhan, hasil inner model menegaskan bahwa Literasi Halal memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan Kesadaran Kesehatan, meskipun keduanya sama-sama berperan penting dalam meningkatkan minat UMKM terhadap sertifikasi halal.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis urgensi sertifikasi halal bagi UMKM dengan meninjau pengaruh literasi halal dan kesadaran kesehatan terhadap minat UMKM dalam melakukan sertifikasi halal. Berdasarkan hasil pengujian model pengukuran dan model struktural menggunakan metode Partial Least Square (PLS), seluruh konstruk dan hubungan antar variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid, reliabel, dan signifikan secara empiris. Hasil uji outer model menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel Literasi Halal, Kesadaran Kesehatan, dan Minat UMKM Sertifikat Halal memiliki nilai outer loading di atas batas minimal yang disyaratkan. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan konstruk yang diukur secara memadai. Selain itu, nilai Cronbach's Alpha, Composite Reliability, dan Average Variance Extracted (AVE) pada seluruh variabel telah memenuhi kriteria, sehingga instrumen penelitian dinyatakan konsisten dan memiliki tingkat keandalan yang tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap literasi halal, kesadaran kesehatan, dan minat sertifikasi halal telah terukur secara tepat.

Dari sisi validitas diskriminan, hasil pengujian Fornell-Larcker Criterion

menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki karakteristik yang berbeda dan tidak saling tumpang tindih. Dengan demikian, literasi halal dan kesadaran kesehatan merupakan dua faktor yang berdiri sendiri namun saling melengkapi dalam menjelaskan minat UMKM terhadap sertifikasi halal.

Hasil inner model memperlihatkan bahwa baik Literasi Halal maupun Kesadaran Kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat UMKM Sertifikat Halal. Literasi Halal terbukti memiliki pengaruh yang lebih dominan, yang menunjukkan bahwa pemahaman pelaku UMKM mengenai konsep halal, regulasi sertifikasi halal, serta manfaat ekonomi dan kepercayaan konsumen menjadi faktor utama dalam mendorong minat untuk melakukan sertifikasi halal. Hal ini menegaskan bahwa rendahnya minat sertifikasi halal pada UMKM tidak semata-mata disebabkan oleh faktor biaya atau prosedur, tetapi juga oleh keterbatasan pengetahuan dan pemahaman halal.

Di sisi lain, Kesadaran Kesehatan juga berperan signifikan dalam meningkatkan minat UMKM terhadap sertifikasi halal. Temuan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai memandang sertifikasi halal sebagai bagian dari jaminan kualitas, keamanan, dan kesehatan produk. Kesadaran akan pentingnya kebersihan, keamanan pangan, dan bahan baku yang aman mendorong UMKM untuk memastikan produknya memenuhi standar yang selaras dengan prinsip halal. Dengan demikian, sertifikasi halal tidak hanya dipahami sebagai kewajiban religius, tetapi juga sebagai instrumen perlindungan konsumen dan peningkatan mutu produk.

Nilai R-square sebesar 0,614 menunjukkan bahwa literasi halal dan kesadaran kesehatan secara bersama-sama mampu menjelaskan lebih dari separuh variasi minat UMKM dalam sertifikasi halal.

Hal ini menandakan bahwa model penelitian memiliki daya jelaskan yang cukup kuat, meskipun masih terdapat faktor lain di luar model yang berpotensi memengaruhi minat UMKM, seperti dukungan pemerintah, biaya sertifikasi, kemudahan prosedur, dan tekanan pasar.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperkuat argumen bahwa sertifikasi halal merupakan kebutuhan strategis bagi UMKM. Peningkatan literasi halal dan kesadaran kesehatan menjadi kunci utama dalam mendorong UMKM untuk bersertifikat halal. Oleh karena itu, upaya edukasi halal yang berkelanjutan serta integrasi aspek kesehatan dalam kebijakan dan pendampingan UMKM menjadi langkah penting dalam mempercepat peningkatan jumlah UMKM bersertifikat halal di Indonesia.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai urgensi sertifikasi halal bagi UMKM di Kota Medan, dapat disimpulkan bahwa literasi halal dan kesadaran kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM dalam melakukan sertifikasi halal. Literasi halal terbukti menjadi faktor yang paling dominan, yang menunjukkan bahwa pemahaman pelaku UMKM terhadap konsep, regulasi, dan manfaat sertifikasi halal merupakan kunci utama dalam mendorong minat sertifikasi.

Kesadaran kesehatan juga berperan penting dalam membentuk minat UMKM, karena sertifikasi halal dipersepsikan sebagai jaminan kebersihan, keamanan, dan kualitas produk. Secara simultan, kedua variabel mampu menjelaskan sebagian besar variasi minat UMKM terhadap sertifikasi halal, meskipun masih terdapat faktor lain di luar model penelitian.

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa sertifikasi halal bukan hanya kewajiban normatif, tetapi juga strategi peningkatan daya saing UMKM. Oleh karena itu,

diperlukan upaya berkelanjutan dari pemerintah, lembaga terkait, dan perguruan tinggi untuk meningkatkan literasi halal dan kesadaran kesehatan melalui edukasi, pendampingan, serta kemudahan akses sertifikasi halal bagi UMKM. Untuk penelitian selanjutnya disarankan menggunakan variabel lainnya yang belum diteliti, dan menggunakan populasi yang lebih luas

DAFTAR RUJUKAN

- Al-Shami, H. A. (2023). Halal Food Industry certification and operation challenges and manufacturing execution system opportunities: A review study from Malaysia. *Materials Today: Proceedings, 80*, 3607–3614.
- Alzeer, J. (2021). Halal certification of food, nutraceuticals, and pharmaceuticals in the Arab world. In *Handbook of Healthcare in the Arab World*.
- Arif, M., Umar, H. M., Hamzah, Z., Abd Latib, M. F. B., & Hamsal, H. (2026). Employee performance in Islamic banking: Examining the effects of employee empowerment and organizational commitment. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 12*(1), 221–234.
- Attwood, S. (2023). Halal cultivated meat: An untapped opportunity. *Frontiers in Nutrition, 10*.
- Arif, M., Zulkifli, Z., Firdaus, F., Hamzah, Z., Alfani, M. H., Nuraini, P., & Sudianto, S. (2025). Meningkatkan Komitmen Organisasi Bank Syariah: Peran Pemberdayaan dan Etika Kerja Islam. *Al-Hikmah: Jurnal Agama dan Ilmu Pengetahuan, 22*(1), 270-280.
- Dwiono, S. (2024). An analysis on the Omnibus Law and its challenges in Indonesia: The perspectives of the constitutional and the Islamic law. *Samarah, 8*(2), 706–725.
- Fachrurazi. (2023). Building halal industry in Indonesia: The role of electronic

- word of mouth to strengthen the halal brand image. *Journal of Islamic Marketing*, 14(8), 2109–2129.
- Hamzah, M. I. (2020). The relationship between halal factors and purchase intention of food products as moderated by word-of-mouth communications. *International Journal of Business and Society*, 21(2), 865–882.
- Hariani, D. (2024). The competitiveness, challenges and opportunities to accommodate the halal tourism market: A Sharia-law tourism destination perspectives. *Journal of Islamic Marketing*, 15(3), 919–942.
- Hussain-Gambles, M. (2020). Halal personal hygiene and cosmetics. In *Halal Food Handbook*.
- Isa, R. M. (2023). Determinants of consumer adoption of halal cosmetics: A systematic literature review. *Journal of Cosmetic Dermatology*.
- Muin, F. (2023). Legal policy of halal products for the development of small and micro enterprises after the enactment of Government Regulation in Lieu of Law No. 2 of 2022 on the Job Creation. *Al-Risalah: Forum Kajian Hukum dan Sosial Kemasyarakatan*, 23(1), 1–12.
- Ruhaeni, N. (2023). Halal food certification as an exception clause under the rule of the WTO-GATT: An Indonesia experience. *Cogent Social Sciences*, 9(2).
- Sahir, S. H. (2021). Effect of halal food management system certification on buying interest of Indonesian consumer goods. *Uncertain Supply Chain Management*, 9(3), 731–738.
- Saima, S. U. (2024). Challenges and ways forward for the Malaysian SMEs in the halal food industry: A systematic review. *Potravinarstvo Slovak Journal of Food Sciences*, 18, 223–238.
- Secinaro, S. (2021). Halal certification impact on firms' corporate social responsibility disclosure: Evidence from the food & beverage sector in Italy. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(4), 1376–1385.
- Shahid, S. (2023). Determinants of Muslim consumers' halal cosmetics repurchase intention: An emerging market's perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 14(3), 826–850.
- Takeshita, S. (2020). Halal certification or ingredient disclosure: A comparative analysis of serving food in Japanese tourist destinations. *Journal of Islamic Marketing*, 11(3), 765–781.
- Vargas-Sánchez, A. (2020). Halal tourism: Literature review and experts' view. *Journal of Islamic Marketing*, 11(3), 549–569.
- Wannasupchue, W. (2023). Challenges to obtain halal certification among restaurants in northeast Thailand. *Journal of Islamic Marketing*, 14(2), 607–621.
- Widyanto, H. A. (2022). Muslim millennials' purchase intention of halal-certified cosmetics and pharmaceutical products: The mediating effect of attitude. *Journal of Islamic Marketing*, 13(6), 1373–1394.