



Overview Industri Halal di Perdagangan Global

Rahmawati¹; Husni Thamrin²; Zulfadli Nugraha Triyan Putra³

^{1,2,3} Program Pascasarjana Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
e-mail: 22190323212@students.uin-suska.ac.id

Abstrak : Tulisan ini membahas mengenai industri halal di perdagangan global. Permasalahan yang sering terjadi pada industri halal yakni rendahnya jumlah produk-produk bersertifikat halal, regulasi pemerintah, dan sumber daya manusia yang minim pemahaman halal. Masalah-masalah tersebut harus ditemukan solusi dalam mengatasinya. Rumusan masalah pada penelitian ini yakni bagaimana perkembangan industri halal di perdagangan global. Penelitian ini bersifat penelitian kepustakaan (*library research*) dengan metode tematik. Data primer dalam penelitian ini yakni data yang diperoleh langsung dari sumber utama yaitu literatur-literatur yang membahas tentang industri halal di perdagangan global. Hasil dari penulisan ini menunjukkan bahwa Industri halal di perdagangan global mengalami perkembangan secara signifikan di setiap negara muslim, bahkan di negara non muslim sekalipun. Setiap negara memiliki lembaga dan regulasi khusus yang mengurus sertifikasi halal terhadap suatu produk. Dan terus melakukan edukasi perbaikan kualitas sumber daya manusia. Saat ini halal menjadi tren global, banyak negara yang berlomba-lomba menjadi pusat industri halal dunia.

Kata Kunci: Industri Halal, Sertifikat Halal, Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

PENDAHULUAN

Bank Industri halal di perdagangan global relatif terus meningkat, baik dari sisi permintaan maupun penawaran. Pengembangan industri halal telah menjadi agenda utama bagi perencanaan strategi pembangunan negara-negara di dunia. Bahkan, beberapa negara yang mayoritas bukan sebagai negara muslim mempunyai tingkat kesadaran dan kepedulian yang tinggi terhadap integritas status halal yang melibatkan semua aktivitas di sepanjang rantai pasokan serta menangkap peluang pasar industri halal sebagai bagian dari perubahan konstelasi perdagangan dunia (Zulfakar, 2014 : 58-67).

Era *new normal* saat ini peluang industri halal sangatlah besar karena masyarakat cenderung menginginkan produk yang *higienis* dan halal. Dengan berbagai strategi baik dari pemerintah dan lembaga-lembaga di bawahnya serta masyarakat, maka proyeksi industri halal di era *new normal* ini sangatlah potensial (Maharani, 2020 : 13).

Industri halal terindikasi sebagai arus perekonomian baru yang berpotensi mampu mendorong pertumbuhan ekonomi global. Tingginya permintaan produk halal disebabkan oleh tingkat pertumbuhan masyarakat muslim di dunia yang tinggi dengan jumlah populasi mencapai dua milyar. Hal ini menyebabkan industri halal memegang peranan penting pada sistem perdagangan global melihat banyaknya negara muslim di dunia yang bergantung pada pasar internasional untuk memenuhi kebutuhan konsumsi mereka akan produk halal (Arifin dan Hadi, 2007 : A87-89).

Besarnya pertumbuhan populasi muslim dunia, industri halal dalam dekade terakhir menjadi segmen yang populer di pasar global. Isu perkembangan industri halal ini tidak hanya terbatas pada perkara agama

maupun sudut pandang sosial masyarakat saja, tapi juga merambat pada pembahasan dari perspektif ekonomi dan bisnis dalam perdagangan global. Industri halal yang dimaksudkan disini meliputi jasa keuangan syariah, pariwisata halal, Busana Muslim (*fashion*), halal Media dan terlebih pada industri makanan minuman, kosmetik, obat-obatan dan barang konsumsi lainnya (Ismail, 2015 : 124-133).

METODE

Penulisan pada metode ini menggunakan penelitian kepustakaan (*library research*) dengan metode tematik. Dan yang di jadikan sebagai data primer dalam penelitian ini yakni data yang di peroleh langsung dari sumber utama yaitu buku-buku dan jurnal mengenai industri halal di perdagangan global. Metode pengumpulan data yang digunakan penulis yakni deskriptif (Evanirosa *et al.*, 2022:15).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Industri Halal di Perdagangan Global

Kata *Halal* memiliki sifat hukum dalam ajaran agama Islam. *Halal* berasal dari bahasa arab *Halaal* yang berarti “diperbolehkan” atau diizinkan. Konsep ini tidak terbatas pada perkara untuk mengonsumsi sesuatu saja, tapi juga termasuk dalam perkara suatu tindakan ataupun perbuatan. Dalam Al-Quran, perbedaan antara *halal* dan *haram* dijelaskan secara eksplisit dalam Surat Al-A’raf (7): 157. Urgensi mengonsumsi *Halal* dan konsekuensinya dalam Islam dalam Q.S Abasa ayat 24 yang disebutkan bahwa Allah memerintahkan manusia untuk senantiasa memperhatikan makannya, makanan yang dikonsumsi dapat memberikan dampak yang sangat besar bagi kehidupan, antara lain yakni: (i)Dapat mempengaruhi pertumbuhan fisik dan kecerdasan akal,

(ii) mempengaruhi sifat dan perilaku manusia, (iii) mempengaruhi anak-anak yang dilahirkan, (iv) mempengaruhi diterima atau ditolakny suatu ibadah dan doa seorang hamba, (v). Dapat mempengaruhi kehidupan di alam akhirat. Selain itu terdapat pada Q.S Al-Baqarah : 168.

Industri halal bermakna kegiatan produksi yang sifatnya halal dan diperbolehkan untuk dikonsumsi di gunakan oleh kaum muslim sesuai dengan *syariat* (Azam, & Abdullah, 2020 : 47-59).

Konteks halal bukan hanya terbatas pada konsumsi, namun juga seluruh proses produksi dan layanan, yang terhubung dalam rantai pasokan. Industri halal harus mencakup semua lini kegiatan operasi, baik pengemasan, pemasaran, manufaktur, logistik, pasokan, pemeliharaan, penyembelihan, dan beragam kegiatan mulai dari hulu hingga hilir (Mohamad & Backhouse, 2014 : 693-702).

Perdagangan global bermakna suatu kegiatan jual beli yang dilakukan oleh masyarakat antar negara dalam skala global atas dasar persetujuan atau perjanjian dagang yang disepakati bersama oleh pihak yang terlibat (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 2019 : 21).

Ruang Lingkup Industri Halal

Industri halal pada awalnya lahir sebagai kebutuhan konsumen muslim akan produk pangan yang halal, kini berkembang seiring dengan berkembangnya kesadaran ummat Islam akan pentingnya mengaplikasikan nilai-nilai syariah dalam kehidupan yang lebih luas (Nurrachmi, 2017 : 39-56).

Dalam perkembangannya beberapa karakteristik muncul sebagai respon dari berkembangnya industri halal saat ini sebagai berikut :

1. Produk halal tidak hanya untuk ummat Islam, tetapi dapat di peruntukkan bagi seluruh umat manusia.
2. Secara khusus bagi Muslim, halal untuk pemenuhan terhadap persyaratan keamanan secara *religijs* (*Spiritual Safety Concern*). Sedangkan secara umum, bagi konsumen dan pelaku industri, arti penting halal yakni pemenuhan persyaratan mutu, keamanan dan kesehatan dalam penggunaan dan konsumsi produknya (*Quality and health Concern*).
3. Produk halal yang diperdagangkan yakni produk yang telah di audit kehalalannya melalui proses sertifikasi halal oleh lembaga audit halal dengan persetujuan lembaga Ulama Islam suatu negara. Sertifikat halal berbentuk fatwa tertulis suatu lembaga Ulama Islam atas produk dan jasa yang telah lulus dalam proses sertifikasi halal.
4. Pelaku bisnis halal dapat berupa produsen dari negara-negara Muslim ataupun non-Muslim selama terpenuhinya hal-hal mendasar yakni mencakup 4M, sumber daya manusia (*Man*), bahan baku (*Materials*), proses (*Mechanism*), dan pembiayaan (*Monetary*).

Industri halal telah berkembang menjadi sektor manufaktur baru yang tumbuh bersama menjadi bisnis global dengan pertumbuhan yang paling cepat di seluruh dunia. Hal tersebut seiring dengan semakin banyaknya negara yang menerima konsep Halal sebagai salah satu faktor penentu mutu sebuah produk (Sukoso, *et.al*, 2020 : 43).

Gambar 1 : Cakupan Industri Halal



Gambar 4.3. Cakupan Sektor Industri Halal Dunia

Ekosistem Industri Halal

Ekosistem industri halal dapat diartikan sebagai kondisi lingkungan yang mempengaruhi dinamika perkembangan dan tingkat pertumbuhan industri halal, yakni mencakup pedoman, kontrol, pengaturan, prosedur tata kelola, karakter pemangku kepentingan, dan regulasi. Ekosistem industri halal juga dimaknai sebagai seperangkat pengaturan kelembagaan dan organisasi, kebijakan, proses, prosedur, peraturan dan hukum yang mengarahkan organisasi atau perusahaan pelaku industri halal menuju kepatuhan syariah (Annisa, 2019 : 1-8).

Ekosistem industri halal dipengaruhi oleh beberapa indikator yakni perkembangan demografi umat muslim, gaya hidup masyarakat yang terdorong pada prinsip syariah yang mengedepankan kebaikan dan menghindari keburukan, pertumbuhan perdagangan berbasis syariah, perkembangan pelaku industri halal, perkembangan regulasi yang mampu memberikan peluang kuat untuk pertumbuhan penawaran dan permintaan industri halal dan perkembangan teknologi informasi, *financial technology* maupun *fintech* (Fauzi, Karia, & Mokhtar, 2017 : 18-28).

Urgensi Sertifikasi Halal Global

Sertifikasi halal merupakan proses sertifikasi produk atau layanan sebagaimana yang disebutkan sesuai dengan syariah. Dalam memberikan jaminan kepada konsumen Muslim tentang kualitas halal, sistem sertifikasi dan verifikasi halal dipandang sebagai elemen kunci. Sertifikasi halal juga memberikan jaminan kepada semua Muslim konsumen bahwa produk tersebut mematuhi hukum syariah dan bagi *non-muslim* bahwa produk halal adalah produk berkualitas berdasarkan konsep *halalan toyyiban* (Khan & Haleem, 2016 : 32-42).

Gambar 2 : Urgensi Jaminan Produk Halal Global



Setiap negara memiliki lembaga khusus yang mengurus sertifikasi halal terhadap suatu produk. Memiliki regulasi tersendiri dalam melakukan sertifikasi halal akan sebuah produk. Sertifikasi halal di Eropa, benua Amerika hingga Australia. Lembaga sertifikasi Halal di Eropa di antaranya: *Halal Food Council of Europe* (HFCE) Belgia, *Halal Quality Control* (HQC) Jerman, *Instituto Halal de Junta Islamica Spanyol*, *World Halal Authority* (WHA) Italia, *Halal Certification Europe* (HCE) UK, hingga *Halal Certification Services* (HCS) di Swiss. Sementara itu di Amerika terdapat *Halal Food Council* dan *American Halal Foundation* (AHF) dan

Islamic Dissemination Centre for Latin America (CDIAL) di Brazil. Di Australia terdapat lembaga sertifikasi halal *Australian Halal Development & Accreditation (AHDA)* dan *Asia Pacific Halal Service (APHSNZ)* di Selandia Baru. Sedangkan sertifikasi Halal di beberapa negara Asia yakni Majelis Ulama Islam Singapura (MUIS), *Muslim Professional Japan Association (MPJA)*, *Taiwan Halal Integrity Development Association (THIDA)*, *Jamiat Ulama Halal Foundation (India)*, *Asia Pacific Halal Council Co Ltd (APHC)* Hongkong, *The Central Islamic Committee of Thailand (CICOT)*, *Halal Certification Agency (HCA)* Vietnam, hingga *Halal Development Institute of the Philippines (HDIP)* (Ramlan & Nahrowi, 2014 : 145-154).

Di negara Indonesia, sertifikasi *halal* yakni bentuk legal yang dikeluarkan oleh Lembaga Pengkajian, Obat-Obatan dan Kosmetik oleh Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) sebagai bentuk untuk menyatakan suatu produk sudah sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat halal ini dapat digunakan untuk pembuatan label halal pada sebuah produk (Razalli, *et.al*, 2013 : 316-326).

Sebelum lahirnya Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan produk Halal, sertifikasi halal di Indonesia diwadahi oleh Majelis Ulama Indonesia. Akan tetapi semuanya berubah saat Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014, di bentuknya Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai instansi resmi pemerintah di bawah Kementerian Agama yang memiliki otoritas dan kewenangan menyelenggarakan jaminan produk halal di seluruh wilayah Indonesia. Sehingga kewenangan MUI dalam sertifikasi Halal, berfokus pada hal yang terkait dengan sidang fatwa penetapan kehalalan produk (Mairinda, 2021 : 1).

Gambar 3 : Alur JPH



Gambar 4 : Alur Sertifikasi Halal



Di Negara Malaysia merupakan salah satu negara yang sertifikasi halalnya dikeluarkan oleh Pemerintah.

Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) menangani proses sertifikasi halal untuk produk-produk untuk pasar domestik dan pasar internasional. Logo Halal JAKIM yakni salah satu simbol kepatuhan halal yang paling dikenal dan paling dihormati di dunia. Malaysia menetapkan beberapa standar untuk mengatur produk dan layanan halal. Malaysia telah disebut sebagai contoh terbaik di dunia dalam pembenaran makanan halal oleh *Codex Alimentarius Commission* yang bertanggung jawab dibawah PBB, untuk peraturan persiapan

makanan secara global. Malaysia dianggap sebagai model panutan bagi pengembangan industri halal di dunia (Yusuf, *et.al*, 2016 : 247-251; Rusby & Muhammad Arif, 2020).

Industri Halal di Perdagangan Global

Globalisasi sistem perdagangan yang berjalan dengan cepat, menyebabkan terjadinya perubahan. Baik perubahan dalam segi persaingan global, maupun dalam perubahan perilaku, paradigma dan kinerja produsen maupun konsumen. Organisasi Kerjasama Islam (OKI) pada awal tahun 1970-an, industri halal berkembang secara signifikan di setiap negara muslim, bahkan di negara *non* muslim sekalipun. Saat ini Halal menjadi tren global, banyak negara yang berlomba lomba menjadi pusat industri halal dunia. Faktanya saat ini banyak negara *non* muslim merajai Industri Halal. Seperti Brazil, negara yang jumlah penduduk muslimnya di bawah 1% telah menjadi pemasok daging unggas terbesar ke negara Timur Tengah. Di Australia saat ini merupakan pemasok daging sapi halal terbesar ke negara muslim yang tergabung OKI. Dari Asia terdapat negara Tiongkok yang merupakan raksasa ekonomi dunia, saat ini tercatat sebagai *eksportir* pakaian terbesar ke Timur Tengah. Di Korea Selatan menargetkan menjadi tujuan utama wisata halal di dunia. Jepang juga menyatakan bahwa industri halal menjadi kontributor utama ekonomi Jepang. Thailand memiliki visi menjadi halal *kitchen* di dunia. Di London mencanangkan menjadi pusat *Islamic Finance* di kawasan barat (Zainuddin, *et.al*, 2019 : 1075–1081).

Blok blok perdagangan terus tumbuh dan mempengaruhi kondisi global. Industri Halal memiliki potensi pasar yang besar di dunia.

Gambar 5 : Potensi Industri Halal



Gaya hidup Halal (*Halal lifestyle*) ini berdampak langsung pada peningkatan permintaan akan produk Halal. Kesadaran akan produk Halal (*Halal Awareness*) berlaku juga pada pelaku usaha, produsen atau penyedia layanan. Fakta bahwa *halal lifestyle* dan *Halal Awareness* mengharuskan pelaku UMKM memiliki sertifikat produk Halal, *branding position*, menjamin keamanan dan higienisan produk dan meningkatkan daya saing produk untuk di *eksport* ke negara konsumen produk halal (Puporini, 2021 : 11).

Berikut ini Top 10 *Country GIE Indicator Score Sumber Global Islamic Economy Report (2020/2021)* :

Gambar 6 :
Top 10 Country GIE Indicator Score



Posisi Indonesia yang diukur menggunakan *Global Islamic Economy Indicator (GIEI)* tersebut, masih dibawah Malaysia yang memperoleh peringkat 1, disusul oleh Uni Emirat Arab dan Arab Saudi. Indonesia berada di posisi ke-4, yang berhasil menyalip Brunei. Secara keseluruhan, belanja ekonomi syariah (diluar keuangan syariah) penduduk dunia mencapai 2,2 triliun dollar AS, dimana angka tersebut akan meningkat 6,2 persen selama periode tahun 2018-2024, dan diperkirakan akan mencapai 3,2 triliun dollar AS pada tahun 2024 (Sukoso, *et.al*, 2020 : 48).

Overview Industri Halal di Indonesia

Indonesia merupakan negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia, yakni 87,2% dari 268 juta penduduk di Indonesia. Jumlah ini merupakan 13% dari seluruh populasi muslim di dunia. Dengan total itu, kebutuhan produk halal di Indonesia tentunya juga besar. Ekspor produk-produk halal dari Indonesia ke negara-negara OKI sebesar 10,7%. Ekspor Indonesia ke pasar global hanya sebesar 3,8% (USD 7,6M). Untuk mengembangkan potensi Indonesia dan memenuhi pasar

global, setidaknya diperlukan dua hal. Pertama, pengembangan kawasan khusus yang menghasilkan produk halal. Kedua, Jaminan Produk Halal untuk konsumen dalam negeri dan luar negeri (Nour, *et.al*, 2020 : 1).

Gambar 7 :
Overview Industri Halal Indonesia



Tantangan pengembangan industri halal di Indonesia meliputi : a) rendahnya jumlah produk UMKM (usaha mikro, kecil, menengah) yang bersertifikat halal, b) belum keluarnya Peraturan Menteri Keuangan (PMK) yang mengatur tarif sebagai landasan BLU bagi BPJPH, c) belum optimalnya Sistem Informasi Halal dalam pelayanan JPH, dan d) sumber daya manusia yang paham halal masih terbatas secara kualitatif dan kuantitatif (Sukoso, *et.al*, 2020 : 58).

Peluang pengembangan industri halal di Indonesia meliputi : a) tingginya jumlah penduduk yang beragama Islam, b) tingginya permintaan dan daya beli produk halal di Indonesia, c) terbukanya peluang *ekspor* ke negara OKI maupun non OKI, d) kebijakan substitusi produk impor, e) terbentuknya Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS) per Februari 2020 menjadi Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), dan f) berlakunya Undang Undang Jaminan Produk Halal dan terbentuknya Badan

Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Dari data *Global Islamic Economy Indicator* (GIEI), mengukur kekuatan ekonomi syariah pada 73 negara. Indonesia menempati peringkat ke-4 pada 2020/2021, peringkat ini mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Enam sektor yang dinilai, sektor *halal food*, media dan rekreasi, serta *pharma* dan kosmetik menjadi sektor yang perlu di kembangkan untuk mengimbangi performa sektor lain. Indonesia mempunyai 4 strategi utama untuk mewujudkan pusat ekonomi syariah terkemuka di dunia dalam Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024. Diantaranya yakni : a) penguatan halal *value chain*, b) penguatan keuangan syariah, c) penguatan UMKM, dan d) penguatan ekonomi digital (Nour, *et.al*, 2020 : 2; Arif, *et.al*, 2020).

Ada beberapa strategi khusus pengembangan industri halal di Indonesia antara lain yakni :

1. Penguatan produk ekspor dan substitusi impor meliputi :
 - a. Negosiasi penurunan tarif produk ekspor dengan negara anggota OKI, melalui beberapa kerjasama, seperti Indonesia-Iran PTA, Indonesia-Turkey CEPA.
 - b. Memperkuat rantai nilai produk halal berbasis produk prioritas ekspor, seperti olahan makanan, daging, pakan ternak, pakaian (*fesyen*), kosmetik dan farmasi.
 - c. Memperkuat branding produk, melalui promosi ekspor dan kerjasama negara-negara OKI.
2. Pengembangan Zona Ekonomi Khusus Halal atau Kawasan Industri Halal meliputi : Pemerintah melalui Kementerian Perindustrian (KEMENPERIN) berkomitmen mengembangkan kawasan industri halal, diantaranya yakni *Batamindo Industrial Estate*, *Bintan Industrial Park*, *Jakarta Industrial Estate*

Pulogadung, dan *Modern Cikande Industrial Estate*. Sedangkan di Riau didukung dengan regulasi Perda 9 tahun 2018 yg di dalamnya memuat pengembangan *industry halal roadmap* 2018-2030. Dan juga pergub no. 18 thn 2018 tentang pariwisata halal. Sejumlah kawasan untuk *industry halal* seperti Dumai, Tanjung Buton, Kuala Enok da lainnya. Dari kawasan ini sudah ada pengembangan kawasan ekonomi khusus. Riau yang kaya dengan sumber daya lokal dengan komoditas yang cukup besar seperti sawit, kelapa, karet, sagu, pinang dan lainnya.

3. Inisiasi badan khusus pengembangan industri halal.
4. Penguatan rantai nilai halal. (Sukoso, *et.al*, 2020 : 61).





Gambar 8 :
Indonesia Halal Industry Award 2021

Indonesia diprediksi akan menjadi *leader* industri halal dunia di masa depan, jika pemerintah dan pemangku kepentingan (*stakeholders*) bersama-sama fokus pada pengembangan dan pembangunan industri halal sebagai prioritas pembanguan perekonomian (Sukoso, *et.al*, 2020 : 58).

SIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa Globalisasi sistem perdagangan yang berjalan dengan cepat, menyebabkan terjadinya perubahan. Saat ini Halal menjadi tren global, banyak negara yang berlomba lomba menjadi pusat industri halal dunia. Konsep industri halal di perdagangan global yakni konteks halal bukan hanya terbatas pada konsumsi, namun juga seluruh proses produksi dan layanan, yang terhubung dalam rantai pasokan.

Industri halal harus mencakup semua lini kegiatan operasi, baik pengemasan, pemasaran, manufaktur, logistik, pasokan, pemeliharaan, penyembelihan, dan beragam kegiatan mulai dari hulu hingga hilir. Sertifikasi halal juga memberikan jaminan kepada semua Muslim konsumen bahwa produk tersebut mematuhi hukum syariah dan

bagi non-muslim bahwa produk halal yakni produk berkualitas berdasarkan konsep *Halalan Toyyiban*. Setiap negara memiliki lembaga dan regulasi khusus yang mengurus sertifikasi halal terhadap suatu produk. Industri halal di perdagangan global mengalami perkembangan secara signifikan di setiap negara Muslim, bahkan di negara non muslim sekalipun. Saat ini halal menjadi tren global, banyak negara yang berlomba lomba menjadi pusat industri halal dunia. Sedangkan *overview* industri halal di Indonesia diprediksi akan menjadi *leader* industri halal dunia di masa depan, jika pemerintah dan pemangku kepentingan (*stakeholders*) bersama-sama fokus pada pengembangan dan pembangunan industri halal sebagai prioritas pembanguan perekonomian.

DAFTAR RUJUKAN

- Mairinda, Astuti. (2021). *Berkenalan Dengan Jaminan Produk Halal di Indonesia*, Jakarta : Guepedia Publisher.
- Evanirosa. (2022). *Metode Penelitian Kepustakaan (Library Research)*. Bandung : Media Sains Indonesia.
- Hadi, Arifin. (2007). *Membuka Cakrawala Ekonomi*, Bandung : PT.Setia Purna Inves.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. (2019). *KBBI Kemendikbud RI*, Jakarta : Grafindo Press.
- Maharani, LPPOM MUI. (2020). *Bersinergi Dengan Perusahaan Bersertifikat Halal Menghadapi New Normal*, Jakarta : Persada.
- Nour, Athiroh, *et.al*. (2020). *Potret Budaya Halal dan Industri Halal*, Jawa Timur : Inara Publisher.
- Puporini, Tati Handayani. (2021). *Membangun UMKM Syariah Di Industri Halal*, Yogyakarta : Deepublish Publisher.

- Sukoso. *et.al* (2020). *Ekosistem Industri Halal*, Jakarta : Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah Bank Indonesia.
- Annisa, A. A. (2019). Kopontren dan Ekosistem Halal Value Chain. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(01), 1-8.
- Azam, M. S. E., & Abdullah, M. A. (2020). Global halal industry: realities and opportunities. *IJIBE (International Journal of Islamic Business Ethics)*, 5(1), 47-59.
- Fauzi, Karia., & Mokhtar. (2017). The antecedents of halal competency model: towards improvement of halal certification for smes products. *International Journal of Business, Economics and Law*, 14 (5), 18-28.
- Ismail, R.M. (2015). Global Issues and Challenges for The Halal Food Industry, (Jakarta : *International Cooperation Forum on Halal Food Certification*), h. 124-133.
- Khan, M. I., & Haleem, A. (2016). Understanding “halal” and “halal certification & accreditation system”-a brief review. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 1(1), 32-42.
- Mohamad, & Backhouse, C. 2014. A framework for the development of halal food products in malaysia. *Proceedings of the 2014 International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, pp. 693-702.
- Nurrachmi, R. (2017). The global development of halal food industry: A survey. *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 11(1).
- Ramlan, R., & Nahrowi, N. (2014). Sertifikasi Halal Sebagai Penerapan Etika Bisnis Islami Dalam Upaya Perlindungan Bagi Konsumen Muslim. *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, 14(1).
- Razalli, M. R., Yusoff, R. Z., & Mohd Roslan, M. W. (2013). A framework of halal certification practices for hotel industry. *Asian Social Science*, 9(11), 316-326.
- Yusuf, A. H., Shukor, S. A., & Bustamam, U. S. A. (2016). Halal certification vs business growth of food industry in Malaysia. *Journal of Economics, Business and Management*. 4 (3), 247-251.
- Zainuddin, N., Saifudin, A. M., Deraman, N., & Mahidin, N. (2019). Effect of Halal certification and labelling process on Halal supply chain performance. *International Journal of Supply Chain Management*, 8(4), 1075-1081.
- Zulfakar, M. H., Anuar, M. M., & Ab Talib, M. S. (2014). Conceptual framework on halal food supply chain integrity enhancement. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 121, 58-67.
- Rusby, Z. & Arif, M. (2020). Development of Sharia Tourism in Riau Province Indonesia. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 9(1), 1-13.
- Arif, M., Zulfa, M., & Purwati, A. A. (2020). Potensi Pasar Modern Syariah dalam Pengembangan Ekonomi Masyarakat Kota Pekanbaru. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 4(1), 182-195.