



Public Response to Halal Certification of LP-POM-MUI and its Legal Implications

Dhiasti Eka Wulandari

Student of the Sharia Economics Master Study Program, Postgraduate of UIN KHAS Jember, East Java, Indonesia

 : <https://doi.org/10.55120/iltizammat.v1i2.600>

Abstract

Indonesia is a very potential market for the production and distribution of halal goods. This is because Indonesia is the largest Muslim country in the world. A survey conducted by the 2010 LP-POM-MUI shows that public awareness of halal products is increasing. In 2009 it was 70%, then increased to 92.2% in 2010. Thus, halal certification in Indonesia is an obligation that must be fulfilled and as a symbol to fulfill the interests of the majority of Muslims. This research uses a qualitative approach with the type of field research or case studies, where this research looks for facts about the community's response to the LP-POM-MUI halal certification and its legal implications, the primary data used in this study was obtained from public information on the LP halal certification. - POM-MUI while secondary data is taken from data related to the halal supply chain in the form of documents and related books. The results of the study show that the public response to halal product certification is low due to various factors; First, the factor of religious moral belief, because not all Muslims are able to capture and apply the revealed text as a living law, so a change in human attitude is needed. Second, economic considerations, as the most dominant factor for producers and consumers in influencing changes in attitudes towards halal product certification. Third, the legal factor. Fourth, cultural factors.

Article Info

Keywords:

*Halal certification,
LP-POM-MUI,
Legal,
Public Response*

* E-mail address: dhiastieka20@gmail.com

Articel Submitted : 3 April 2022
Revised : 10 April 2022

Accepted : 28 April 2022
Published : 30 June 2022



Respon Publik Terhadap Sertifikasi Halal LP-POM-MUI dan Implikasi Hukumnya

Dhiasti Eka Wulandari

Mahasiswa Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Pascasarjana UIN KHAS Jember, Jawa Timur, Indonesia

 <https://doi.org/10.55120/iltizamat.v1i2.600>

Abstrak

Informasi Artikel

Survei yang dilakukan oleh LP-POM-MUI 2010 lalu menunjukkan bahwa kepedulian masyarakat terhadap produk halal meningkat. Tahun 2009 adalah sebesar 70%, lalu meningkat menjadi 92,2% di tahun 2010. Maka, sertifikasi halal di Indonesia adalah sebagai suatu kewajiban yang harus dipenuhi dan sebagai simbol untuk memenuhi kepentingan mayoritas umat Muslim. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan atau studi kasus, dimana penelitian ini mencari fakta-fakta mengenai respons masyarakat terhadap sertifikasi halal LP-POM-MUI dan implikasi hukumnya, data primer yang digunakan dalam penelitian ini didapat dari keterangan masyarakat terhadap sertifikasi halal LP-POM-MUI sedangkan untuk data sekunder diambil dari data-data yang terkait dengan rantai suplai halal yang berupa dokumen dan buku-buku terkait. Hasil Penelitian menunjukan respon masyarakat terhadap sertifikasi produk halal rendah akibat berbagai faktor; *Pertama*, faktor keyakinan moral agama, sebab tidak semua muslim mampu menangkap dan menerapkan teks wahyu sebagai hukum yang hidup (*living law*), sehingga dibutuhkan perubahan sikap manusia. *Kedua*, faktor pertimbangan ekonomis, sebagai faktor yang paling dominan produsen dan konsumen dalam memengaruhi perubahan sikap terhadap sertifikasi produk halal. *Ketiga*, faktor hukum. *Keempat*, faktor budaya.

Kata kunci:

Sertifikasi halal,
LP-POM-MUI,
Hukum,
Respon Publik

* Alamat email: dhiastieka20@gmail.com

Artikel diserahkan : 3 April 2022
Direvisi : 10 April 2022

Diterima : 28 April 2022
Dipublikasi : 30 Juni 2022

Pendahuluan

Indonesia merupakan pasar yang sangat potensial untuk produksi dan distribusi barang-barang halal. Hal ini mengingat bahwa Indonesia adalah jumlah umat muslim terbesar di dunia. Survei yang dilakukan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LP-POM-MUI) pada 2010 lalu menunjukkan bahwa kepedulian masyarakat terhadap produk halal meningkat (Afronoyati, 2014). Tahun 2009 adalah sebesar 70%, lalu meningkat menjadi 92,2% di tahun 2010. Maka, sertifikasi halal di Indonesia adalah sebagai suatu kewajiban yang harus dipenuhi dan sebagai simbol untuk memenuhi kepentingan mayoritas umat Muslim. Kenyataannya, di beberapa usaha label halal sangat mudah untuk dipalsukan (Astuti et al., 2020).

Beberapa produsen dan pengusaha diketahui tidak memiliki sertifikasi halal tetapi melabelkan simbol halal pada produknya. MUI sebagai lembaga sertifikasi halal merasa dirugikan, sehingga MUI pun menetapkan label halal secara resmi. Hal ini mulai diketahui publik sejak diterbitkannya Surat Keputusan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia tentang logo LP-POM-MUI bernomor surat SK.10/Dir/LP POM MUI/ XII/07 tahun 2007 (Agus, 2017). Dalam undang-undang yang menjelaskan tentang penetapan sertifikasi halal dinyatakan bahwa “sertifikasi halal harus ada pada setiap produk”, hal ini tentu jadi polemik pada produk yang belum memiliki label halal khususnya pada produk yang terdapat di usaha mikro kecil menengah. Bagi konsumen muslim adanya label halal pada kemasan memberi kepastian produk mana saja yang boleh dikonsumsi, yaitu produk yang memiliki dan mencantumkan label halal padaemasannya. Keputusan konsumen Muslim untuk mengonsumsi atau tidak produk tanpa label halal merupakan hak dari konsumen itu sendiri sebagaimana diatur dalam hukum yang berlaku di Indonesia (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 34 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, 2014).

Artikel ini akan mendeskripsikan respon masyarakat terkait sertifikasi halal yang dilakukan oleh LP-POM-MUI, hal ini didasari argumentasi hipotesis bahwa masyarakat kurang mengetahui bagaimana proses yang ada dan cara pengolahan yang dilakukan. Kenyataannya untuk memproduksi suatu produk halal tidak hanya berdasarkan bahan baku saja tapi mulai dari tata cara produksi, pengolahan, tambahan bahan lain ataupun dari segi lainnya yang mencakup produksi produk tersebut juga harus bersifat halal dari segi apapun (Noordin et al., 2014). Islam mengajarkan bahwa muslim tidak boleh mengonsumsi dan memakan produk tertentu karena unsur yang dikandungnya atau proses yang mengikutinya (Susanti et al., 2018).

Tinjauan Literatur

Respon Masyarakat Atas Label Halal

Pengertian Respon bermacam-macam tergantung pada cara pandang masing-masing para ahli, kendatipun pada dasarnya pengertian tersebut mempunyai makna yang sama, respon berasal dari kata response, yang berarti jawaban, balasan atau tanggapan (*reaction*) (Mashudi, 2015). Jadi definisi respon adalah berupa tanggapan, reaksi dan jawaban. Menurut Simamora dalam buku konstruksi hukum menerangkan bahwa, respons adalah reaksi konsumen terhadap stimuli tertentu (Xie et al., 2020).

Dari definisi diatas menunjukkan bahwa munculnya respons karena diawali adanya stimulan yang kemudian ditanggapi sampai muncul keinginan untuk bertindak. Respons hanya akan ada bila digambarkan dalam bentuk perilaku lisan dan perilaku perbuatan,

kemudian timbul proses evaluasi yang menentukan apakah menerima ataukah menolak terhadap objek atau produk yang dihadapi (Zhang et al., 2021). Menurut Steven M. dalam buku konstruksi hukum menjelaskan bahwa respons terbentuk oleh tiga komponen dasar, yakni: (Astutik et al., 2021)

1. Komponen kognitif, yaitu respon yang berkaitan erat dengan pengetahuan keterampilan dan informasi seseorang mengenai sesuatu.
2. Komponen Afektif, yaitu respons yang berhubungan dengan emos, sikap dan menilai seseorang terhadap sesuatu.
3. Komponen Konatif, yaitu respons yang berhubungan dengan perilaku nyata yang meliputi tindakan atau perbuatan.

Perhatian terhadap perilaku konsumen produk halal merupakan bagian dari penilaian pasar yang penting untuk mencapai keberhasilan dalam industri halal. Selain dari struktur industri dan persaingan, serta situasi perekonomian dan kebijakan perdagangan, respon konsumen merupakan determinan dalam melihat potensi dan *trend* (Bian et al., 2022). Produk halal merupakan topik penting yang tidak hanya terkait dengan sisi penawaran, yakni bagaimana memanfaatkan peluang usaha dan menjadi pemain utama dalam industri ini tetapi juga dari sisi permintaan yakni mencakup upaya agar konsumen dapat terpenuhi permintaannya sesuai dengan standar halal. Pelaku usaha perlu berupaya untuk memberikan produk halal dengan akuntabilitas yang baik dan terverifikasi bagi target pasar halal (Soesilowati & Yuliana, 2010).

Makanan Halal

Pangan merupakan kebutuhan penting dalam tubuh seorang manusia untuk bertumbuh dan mempertahankan hidup (Andriyani, 2019). Keamanan pangan merupakan kebutuhan masyarakat yang menjadi sumber energi sehingga melalui makanan yang aman, masyarakat akan terlindungi dari penyakit atau gangguan kesehatan lainnya (Supriyadi & Asih, 2021). Keamanan pangan pada dasarnya merupakan upaya hygiene sanitasi makanan, gizi dan keamanan. Dalam Peraturan Menteri Kesehatan disebut penyehatan makanan merupakan upaya untuk mengendalikan faktor tempat, peralatan, orang dan makanan yang dapat menyebabkan gangguan kesehatan atau keracunan makanan, berkenaan dengan keamanan pangan, Islam telah menerapkan kepada umatnya tentang *halalan thoyyiban* (Edison & Lestari, 2020).

Makanan yang dimakan tidak hanya bernilai enak, namun syariat Islam mewajibkan umat muslim untuk mengkonsumsi makanan dengan cara yang halal dan bahan-bahan yang halal (Hidayatullah, 2020). Selain halal, yang harus diperhatikan oleh konsumen muslim dalam mengkonsumsi makanan, juga haruslah *thayyib*, artinya pangan tersebut haruslah baik dari segi kesehatan, bergizi dan tidak mengandung racun. Persoalan makanan dan minuman bagi seorang muslim tidak hanya untuk kepentingan jasmani, namun juga menyangkut segi aqidah dan akhlak (Hervina, 2017). Dengan mengkonsumsi makanan dan minuman halal diharapkan akan tumbuh generasi yang berakhlak mulia dan terpuji sebagai pengendali pembangunan. Seruan Allah mengkonsumsi makanan yang halal, seperti dalam Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 88, yang artinya: "*Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezezikkan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.*"

Makanan yang halal menurut syariat Islam merupakan makanan yang diperbolehkan untuk dikonsumsi, makanan haram merupakan makanan yang dilarang untuk dikonsumsi

oleh syariat dan berakibat dosa pada pelakunya (Denyinghot et al., 2021). Pada hakikatnya yang menghalalkan dan mengharamkan atas sesuatu hanya Allah SWT (Ali, 2016). Bagi seseorang mematuhi kepatuhan ketetapan Allah adalah sebuah bentuk kepatuhan, meskipun kepatuhan hanya berdasarkan keyakinan tanpa mengetahui hikmah atas ketetapan Allah tersebut. Makanan haram yang dikonsumsi akan mempunyai pengaruh yang luas pada aspek kehidupan, diantaranya merupakan dosa, membahayakan tubuh yakni dapat merusak pertumbuhan fisik dan kecerdasan akal, mempengaruhi sifat dan perilaku manusia, menjadi sebab ditolakannya amal ibadah dan doa. Oleh karena itulah bagi setiap muslim, mencari halal adalah kewajiban sekaligus kebutuhan sebagai perwujudan ketaatan manusia dalam melaksanakan hukum-hukum Allah yang merupakan manifestasi keimanan (Sukoso et al., 2020).

Sertifikasi Halal

Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal, di Indonesia lembaga yang diberi wewenang oleh Pemerintah dalam proses sertifikasi halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI). Dari penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan, Label Halal merupakan suatu apresiasi yang diberikan kepada produk-produk yang telah memenuhi kriteria halal menurut ajaran agama Islam, perusahaan yang telah mencantumkan label halal di kemasan produk mereka berarti telah melakukan dan melewati proses pelabelan halal yang dilakukan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) (Busrah, 2019).

Semua produsen muslim berhak untuk mendaftarkan produk yang dibuat usahanya untuk mendapatkan sertifikasi halal, agar terjamin perlindungan dari Negara. Dalam Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen menyatakan bahwa konsumen berhak mendapatkan informasi dengan benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang atau jasa (Rahayuningsih & Ghazali, 2021). Jaminan penyelenggaraan produk halal bertujuan untuk memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengkonsumsi dan menggunakan produk pangan. Hal ini menjadi penting sebagai bagian dari upaya melindungi konsumen dari produk-produk pangan yang tidak halal (Asri, 2016).

Proses pengajuan permohonan sertifikat halal diatur pada Pasal 29-45 UUPH bahwa permohonan sertifikat halal diajukan oleh pelaku usaha secara tertulis kepada BPJPH dengan melengkapi dokumen data pelaku usaha, nama dan jenis produk, daftar produk dan bahan yang digunakan dan proses pengolahan produk. BPJPH menetapkan LPH untuk melakukan pemeriksaan dan pengujian kehalalan produk. Pemeriksaan dan pengujian kehalalan produk dilakukan oleh auditor halal (Rakhmawati et al., 2021). Pemeriksaan dilakukan pada saat proses produksi sedang berlangsung. Jika pada saat proses pemeriksaan ditemukan bahan yang diragukan kehalalannya dapat dilakukan pengujian pada laboratorium. Selama proses pemeriksaan pada saat proses produksi, pelaku usaha berkewajiban memberikan informasi kepada auditor halal. Pelaku usaha yang telah memperoleh sertifikat halal wajib mencantumkan label halal pada kemasan produk. Pencantuman label halal yang tidak sesuai ketentuan dapat dikenai sanksi administratif berupa teguran lisan, peringatan tertulis dan pencabutan sertifikat halal. Sertifikat halal berlaku selama empat tahun sejak diterbitkan oleh BPJPH kecuali terdapat perubahan komposisi. Sertifikat halal yang telah habis masa berlakunya wajib diperpanjang oleh pelaku

usaha dengan mengajukan pembaharuan sertifikat halal paling lambat tiga bulan sebelum masa berlaku sertifikat halal berakhir.

Kebutuhan seorang muslim terhadap produk halal seharusnya didukung oleh jaminan halal. Namun produk yang beredar di Indonesia tidak semuanya telah terjamin kehalalannya. Konsumen muslim termasuk pihak yang dirugikan dengan banyaknya produk tanpa label halal maupun keterangan non-halal. Berdasarkan data sertifikasi LP-POM-MUI, selama kurun waktu delapan tahun terakhir (2011-2018) terdapat total sebanyak 59.951 perusahaan. Dari 727.617 produk yang diproduksi dan terdapat 69.985 produk yang telah tersertifikasi halal. Hal ini berarti hanya 9,6% produk telah tersertifikasi, sedangkan sisanya belum memiliki sertifikat halal (Faridah, 2019).

Metode, Data, dan Analisis

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif (Priadana & Muis, 2009) Sementara untuk jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan atau studi kasus (Moleong, 2018) yang mana pada penelitian ini mencari fakta-fakta mengenai respons masyarakat terhadap sertifikasi halal LP-POM-MUI dan implikasi hukumnya, data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini didapat dari keterangan masyarakat terhadap sertifikasi halal LP-POM-MUI, sedangkan untuk data sekunder diambil dari data-data yang terkait dengan rantai suplai halal yang berupa dokumen dan buku-buku terkait.

Hasil dan Diskusi

Respons Masyarakat Terhadap Penerapan Sertifikasi Produk Halal LP-POM-MUI

Diskursus mengenai respons masyarakat terhadap penerapan sertifikasi produk halal LP POM-MUI selalu berkaitan dengan sistem penerapan hukum yang melingkupinya. Mengingat pentingnya perhatian terhadap persoalan halal haram, kehalalan suatu produk menjadi perhatian dan peraturan yang serius dari codex sebuah organisasi dunia yang mengatur sistem perdagangan internasional (Mashudi, 2015). Kehalalan produk makanan, minuman, obat dan kosmetika serta lainnya, bukan saja menjadi masalah internal umat Islam. Akan tetapi, isu ini telah menjadi bagian penting dalam sistem produksi dan perdagangan internasional (Rejeb et al., 2021). Berdasarkan kenyataan tersebut negara-negara telah menerapkan sistem produksi halal untuk memenuhi pangsa pasar ekspornya (Kohilavani et al., 2021). Oleh karena itu, Indonesia sebagai negara berpenduduk muslim terbesar di dunia perlu memacu diri dalam mengembangkan manajemen dan jaminan produk halal, bahkan diharapkan menjadi pelopor terdepan bagi negara-negara muslim.

Respons Masyarakat Produsen Terhadap Sertifikasi Produk Halal dan Implikasinya

Menelusuri respons pelaku usaha terhadap pelaksanaan sertifikasi produk halal dan implikasinya, sangat penting. Hal ini agar terjadi *balance* dalam mewujudkan kepastian hukum kehalalan suatu produk (untuk masyarakat konsumen), sambil di saat bersamaan mengacu pengembangan usaha dan peningkatan profit (untuk masyarakat produsen) (Hasri et al., 2016). Dari hasil temuan di lapangan, yaitu tentang usaha mikro kecil menengah (UMKM) AROMA yang sudah mempunyai produk bersertifikat halal, mengalami peningkatan omset secara signifikan pasca melakukan sertifikasi halal pada produknya. Dengan kata lain, pelaku usaha merespons baik terhadap keberadaan sertifikasi produk halal. Sikap antusias para produsen untuk melakukan sertifikasi halal produknya, dilandasi dua harapan mendasar bagi kemajuan perusahaannya, yakni: meningkatkan produktivitas di pasaran, dan memperoleh keamanan dan kepastian hukum dalam menjalankan roda perusahaan (Mashudi, 2015).

Berikut ini respons produsen terhadap sertifikasi halal LP-POM-MUI: *Pertama*, Owner dari UMKM Aroma yaitu Toyibatur Rohmah, UMKM Aroma merupakan sebuah usaha mikro kecil dan menengah yang berada di desa Kalibendo, Kec. Pasirian, Kab. Lumajang. UMKM Aroma memiliki berbagai produk yang sudah bersertifikat halal seperti dalam gambar berikut ini :

Gambar.1 Produk Roll Sale Pisang



Menurut keterangan narasumber, terjadi penambahan jumlah pesanan yang cukup banyak antara sebelum dengan sesudah produk bersertifikat halal dan semakin mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Baginya, sertifikat halal merupakan bukti meyakinkan bahwa suatu produk layak dimilikinya sertifikasi halal, perasaannya selaku produsen dan konsumen menjadi lebih aman secara hukum dan agama.

Sertifikasi halal berpotensi menangkalkan isu-isu negatif yang dapat mempengaruhi penjualan. Sertifikasi halal dinilai tepat untuk memberikan rasa aman dan rasa nyaman bagi konsumen yang mayoritas muslim. Keuntungan yang dirasakan oleh perusahaan adalah kepercayaan konsumen berpengaruh pada aspek penjualan. Adanya sertifikat dan label halal menyebabkan penjualan meningkat. Jauh lebih mudah masuk ke retail daripada tidak ada halalnya. Sistem Jaminan Halal yang diterapkan di sebuah perusahaan merupakan sebuah komitmen perusahaan tersebut dalam merespons sertifikasi halal yang dimilikinya (Busrah, 2019). Upaya untuk memelihara SJH adalah dengan menjaga sistem yang diiringi komitmen halal bagi seluruh bagian perusahaan. Auditor internal halal senantiasa mengawasi seluruh bagian dan menjadi tukang punggung dalam menjaga jaminan kehalalan. Mulai dari *research and development* (R&D), produksi, distribusi hingga transportasi. Samapai sekarang, halal telah menjadi manual mutu dan kebijaksanaan (Rejeb et al., 2021).

Merespons sertifikat produk halal ini, Sertifikat hanya sebagai bukti, tetapi halal yang utama. Sebenarnya sertifikat bukanlah tujuan, tetapi kehalalan itulah yang terpenting. Sertifikat memang berfungsi sebagai bukti dari pihak yang berkompeten untuk menyatakan produk memang benar-benar halal (Rahayuningsih & Ghozali, 2021). Tetapi, komitmen menjaga produk halal dari perusahaan jauh lebih penting dan menentukan, meskipun adanya sertifikat halal ditambah dengan SJH nya, sebuah perusahaan bisa saja menunjukkan kepada pihak lain bahwa secara formal dan legal perusahaan tersebut sudah diperiksa dan terjamin kehalalannya.

Faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Respon Masyarakat

Respon masyarakat terhadap sertifikasi produk halal rendah akibat berbagai faktor, yakni: Pertama, faktor keyakinan moral agama. Kenyataannya, tidak semua muslim mampu menangkap dan menerapkan teks wahyu sebagai hukum yang hidup (*living law*), sehingga dibutuhkan perubahan sikap manusia. Kedua, faktor pertimbangan ekonomi,

sebagai faktor yang paling dominan produsen dan konsumen dalam memengaruhi perubahan sikap terhadap sertifikasi produk halal. Ketiga, faktor hukum. Pelaku usaha harus berpijak pada ketentuan peraturan perundang-undangan dalam melaksanakan unit usahanya dan beritikad baik terhadap tatanan peraturan hukum. Seperti menggunakan bahan baku yang haram menurut agama, menggunakan zat adiktif tanpa prosedur yang diperbolehkan, dan lain-lain. Sehingga asas-asas hukum ekonomi yang patut diterapkan adalah asas keseimbangan kepentingan, asas keterbukaan dan tanggungjawab, asas pengawasan publik, dan asas campur tangan negara. Keempat, faktor budaya.

Kesimpulan

Sertifikasi halal berpotensi menangkalkan isu-isu negatif yang dapat mempengaruhi penjualan. Sertifikasi halal dinilai tepat untuk memberikan rasa aman dan rasa nyaman bagi konsumen yang mayoritas muslim. Keuntungan yang dirasakan oleh perusahaan adalah kepercayaan konsumen berpengaruh pada aspek penjualan. Adanya sertifikat dan label halal menyebabkan penjualan meningkat. Jauh lebih mudah masuk ke retail daripada tidak ada halalnya. Sistem Jaminan Halal yang diterapkan di sebuah perusahaan merupakan sebuah komitmen perusahaan tersebut dalam merespons sertifikasi halal yang dimilikinya. Respon masyarakat terhadap sertifikasi produk halal rendah akibat berbagai faktor: *Pertama*, faktor keyakinan moral agama. Kenyataannya, tidak semua muslim mampu menangkap dan menerapkan teks wahyu sebagai hukum yang hidup (*living law*), sehingga dibutuhkan perubahan sikap manusia. *Kedua*, faktor pertimbangan ekonomis, sebagai faktor yang paling dominan produsen dan konsumen dalam memengaruhi perubahan sikap terhadap sertifikasi produk halal. *Ketiga*, faktor hukum. *Keempat*, faktor budaya

Referensi

- Afronoyati, L. (2014). Analisis Ekonomi Politik Sertifikasi Halal Oleh Majelis Ulama Indonesia Lies. *Jurnal Kebijakan & Administrasi Publik*, 18(1), 43. <http://www.springer.com/series/15440%0Apapers://ae99785b-2213-416d-aa7e-3a12880cc9b9/Paper/p18311>
- Agus, P. A. (2017). Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(1), 150–165. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i1.2172>
- Ali, M. (2016). Konsep Makanan Halal dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal. *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, 16(2), 291–306. <https://doi.org/10.15408/ajis.v16i2.4459>
- Andriyani, A. (2019). Kajian Literatur pada Makanan dalam Perspektif Islam dan Kesehatan (Literature analysis on food in islam and Health Perspective). *Jurnal Kedokteran Dan Kesehatan*, 15(2), 178.
- Asri. (2016). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Yang Tidak Bersertifikat Halal. *Ius*, IV(2), 2–21.
- Astuti, D., Bakhri, B. S., Zulfa, M., & Wahyuni, S. (2020). Sosialisasi Standarisasi & Sertifikasi Produk Halal di Kota Pekanbaru. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 23–32. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v2i1.171>

- Astutik, N. D., Mawardi, A. A. K., & Mahardiyanto, A. (2021). Persepsi Konsumen Muslim terhadap Sertifikasi Halal pada De Dapoer Rhadana Hotel Kuta Bali. *Jurnal Al-Qardh*, 6(1), 67–75. <https://doi.org/10.23971/jaq.v6i1.2753>
- Bian, S., Serra, T., Garcia, P., & Irwin, S. (2022). New evidence on market response to public announcements in the presence of microstructure noise. *European Journal of Operational Research*, 298(2), 785–800. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ejor.2021.07.030>
- Busrah. (2019). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Fkip Unasman. *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Sosial Budaya Islam*, 4(2), 1–16.
- Denyingyhot, A., Phraephaisarn, C., Vesaratchavest, M., Dahlan, W., & Keeratipibul, S. (2021). A new tool for quality control to monitor contamination of six non-halal meats in food industry by multiplex high-resolution melting analysis (HRMA). *NFS Journal*, 25, 31–40. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.nfs.2021.09.002>
- Edison, E., & Lestari, R. (2020). Konsep Makanan Halal Dan Thoyyib Dalam Tradisi Masyarakat Melayu Riau. *Fikri: Jurnal Kajian Agama, Sosial Dan Budaya*, 247–257. <https://doi.org/10.25217/jf.v5i2.1169>
- Faridah, H. D. (2019). Halal certification in Indonesia; history, development, and implementation. *Journal of Halal Product and Research*, 2(2), 68. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.2-issue.2.68-78>
- Hasri, N. H., Taib, M. Z. M., & Ahmad, S. S. (2016). Relevance of Regulatory Policies in Governing Adherence to Halal Concept in the Design of Food Premises in Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 222, 306–314. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.168>
- Hervina. (2017). Trend halal food di Kalimantan Timur. *FENOMENA: Jurnal Penelitian*, 9(1), 175–186.
- Hidayatullah, M. S. (2020). Sertifikasi dan Labelisasi Halal Pada Makanan dalam Perspektif Hukum Islam (Perspektif Ayat Ahkam). *YUDISIA: Jurnal Pemikiran Hukum Dan Hukum Islam*, 11(2), 251. <https://doi.org/10.21043/yudisia.v11i2.8620>
- Kohilavani, Wan Abdullah, W. N., Yang, T. A., Sifat, S. A., & Zzaman, W. (2021). Development of Safe Halal Food Management System (SHFMS). *Food Control*, 127, 108137. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2021.108137>
- Mashudi. (2015). *Konstruksi Hukum dan Respons Masyarakat Terhadap Sertifikasi Produk Halal*. Pustaka Pelajar.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Noordin, N., Noor, N. L. M., & Samicho, Z. (2014). Strategic Approach to Halal Certification System: An Ecosystem Perspective. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 121(September 2012), 79–95. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1110>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 34 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal,

(2014).

Priadana, M. S., & Muis, S. (2009). *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Graha Ilmu.

Rahayuningsih, E., & Ghozali, M. L. (2021). Sertifikasi Produk Halal dalam Perspektif Mashlahah Mursalah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 135. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1929>

Rakhmawati, N. A., Fatawi, J., Najib, A. C., & Firmansyah, A. A. (2021). Linked open data for halal food products. *Journal of King Saud University - Computer and Information Sciences*, 33(6), 728–739. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jksuci.2019.04.004>

Rejeb, A., Rejeb, K., Zailani, S., Treiblmaier, H., & Hand, K. J. (2021). Integrating the Internet of Things in the halal food supply chain: A systematic literature review and research agenda. *Internet of Things*, 13, 100361. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.iot.2021.100361>

Soesilowati, E. S., & Yuliana, I. (2010). Di Area Mayoritas Dan Minoritas Muslim a Comparison of Consumers ' S Behaviour in Muslim Majority. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 21(2), 167–178.

Sukoso, Wiryawan, A., Kusnadi, J., & Sucipto. (2020). Ekosistem Industri Halal. In *Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah-Bank Indonesia Pusat Studi Halal Thoyyib-Universitas Brawijaya*.

Supriyadi, E. I., & Asih, D. B. (2021). Regulasi Kebijakan Produk Makanan Halal Di Indonesia. *Jurnal RASI*, 2(1), 18–28. <https://doi.org/10.52496/rasi.v2i1.52>

Susanti, E., Nilam, S., & Khairul, A. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah, Volume 2*, 44–50.

Xie, T., Wei, Y., Chen, W., & Huang, H. (2020). Parallel evolution and response decision method for public sentiment based on system dynamics. *European Journal of Operational Research*, 287(3), 1131–1148. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ejor.2020.05.025>

Zhang, N., Guo, X., Zhang, L., & He, L. (2021). How to repair public trust effectively: Research on enterprise online public opinion crisis response. *Electronic Commerce Research and Applications*, 49, 101077. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.elerap.2021.101077>