

# JURNAL EL-KAHFI

## Journal of Islamic Economics

Vol. 04 No.02 Tahun 2023

ISSN Media Elektronik: 2722-6557

### Eksplorasi Kesiapan Perguruan Tinggi Mendukung Pengembangan UMKM Halal Food

Nenengsih<sup>1</sup>, Radia Fitri<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Ekonomi Syariah, STEI Ar Risalah Sumatera Barat

<sup>2</sup>Ekonomi Syariah, STEI Ar Risalah Sumatera Barat

<sup>1</sup>[nenengsiharmin@gmail.com](mailto:nenengsiharmin@gmail.com), <sup>2</sup>[radiafitri58@gmail.com](mailto:radiafitri58@gmail.com)

#### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesiapan perguruan tinggi di Sumatera Barat dalam mendukung perkembangan UMKM makanan halal. UMKM makanan halal memiliki potensi pertumbuhan dan pengembangan yang besar, terutama di negara-negara dengan mayoritas penduduk muslim seperti Indonesia. Namun, ada berbagai tantangan yang dihadapi oleh UMKM makanan halal, seperti pemahaman yang rendah terhadap sertifikasi halal dan keterbatasan kegiatan sosialisasi. Oleh karena itu, universitas, sebagai lembaga pendidikan dan penelitian, memainkan peran strategis dalam membantu perkembangan makanan halal. Penelitian ini mengadopsi pendekatan analisis deskriptif dengan mengumpulkan data melalui tinjauan literatur dan wawancara dengan komunitas akademik di Sumatera Barat. Hasilnya menunjukkan bahwa perguruan tinggi di daerah tersebut memiliki keterlibatan yang terbatas dalam mendukung industri halal. Meskipun beberapa perguruan tinggi telah mendirikan pusat studi atau pusat halal, partisipasi langsung masih relatif rendah. Peran perguruan tinggi dalam pengembangan UMKM makanan halal dapat dilakukan melalui berbagai kegiatan, seperti menghasilkan sumber daya manusia berkualitas tinggi, mendirikan pusat penelitian produk halal, melakukan sosialisasi, edukasi, pendampingan, dan konsultasi terkait sertifikasi halal, serta mengembangkan literasi halal. Penelitian ilmu dan teknologi halal juga sangat penting dalam menghasilkan produk halal yang memenuhi ekspektasi konsumen. Untuk mengatasi tantangan global dan meningkatkan daya saing UMKM makanan halal, perguruan tinggi perlu meningkatkan kesiapannya dengan memperkuat peran dan kolaborasi antar perguruan tinggi, lembaga pemerintah, entitas bisnis, dan lembaga terkait lainnya. Dengan demikian, pengembangan UMKM makanan halal di Sumatera Barat dapat diimplementasikan secara efektif, berkontribusi pada ekonomi regional, dan memenuhi kebutuhan meningkatnya konsumen muslim.

Kata kunci: Perguruan Tinggi, UMKM, Halal Food

#### Abstract

*This research aims to analyze the readiness of universities in West Sumatra to support the development of halal food SMEs. Halal food SMEs have great potential for growth and development, especially in countries with a majority Muslim population like Indonesia. However, there are various challenges faced by halal SMEs, such as low understanding of halal certification and limited socialization activities. Therefore, universities, as educational and research institutions, play a strategic role in assisting the development of halal food. This study adopts a descriptive analysis approach by collecting data through literature review and interviews with the academic community of universities in West Sumatra. The results show that universities in the region have limited involvement in supporting the halal industry. Although some universities have established study centers or halal centers, direct participation is still relatively low. The role of universities in the development of halal food SMEs can be carried out through various activities,*

such as producing high-quality human resources, establishing halal product research centers, conducting socialization, education, mentoring, and consultation related to halal certification, as well as developing halal literacy. Halal science and technology research are also crucial in producing halal products that meet consumer expectations. To address global challenges and enhance the competitiveness of halal food SMEs, universities need to enhance their readiness by intensifying their roles and collaborations among universities, government agencies, business entities, and other relevant institutions. By doing so, the development of halal food SMEs in West Sumatra can be effectively implemented, contributing to the regional economy, and meeting the increasing needs of Muslim consumers.

Keywords: Higher Education, SMEs, Halal Food

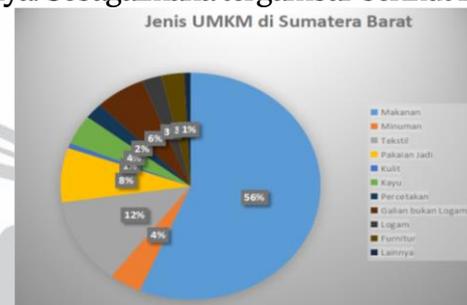
#### A. Pendahuluan

"Wahai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu", (QS. Al Baqarah: 168). Firman Allah SWT tentang perintah mengkonsumsi yang halal juga terdapat dalam Alquran surat Al-maidah ayat 88 dan surat An-nahl 114. Undang-undang nomor 11 tahun 2020 tentang cipta kerja yakni jaminan produk halal. Label halal memberikan kepastian hukum khususnya bagi konsumen muslim.

Sebagai negara dengan populasi mayoritas muslim, produk makanan halal (*halal food*) memiliki potensi untuk tumbuh dan berkembang. Hal ini sejalan dengan temuan *The state of the global Islamic Economy Report 2018/2019* yang melaporkan bahwa besaran pengeluaran makanan dan gaya hidup halal umat Islam di dunia mencapai USD 2.1 triliun pada tahun 2017. Jumlah ini diperkirakan akan terus tumbuh mencapai USD 3 triliun pada 2023. Faktor utama yang mempengaruhi kondisi tersebut adalah peningkatan jumlah penduduk muslim di dunia. Pada tahun 2017 totalnya mencapai 1.84 miliar orang. Pada tahun 2030 angka tersebut diprediksi melonjak mencapai 27,5 persen.

Pengembangan *halal food* menjadi peluang strategis bagi Indonesia, khususnya provinsi Sumatera Barat. Hal ini didukung dengan jumlah UMKM di ranah Minang

yang pada umumnya di bidang kuliner. UMKM yang bergerak pada sektor makanan dan minuman pada tahun 2020 sebanyak 158.018 usaha atau 60% dari total usaha lainnya. Sebagaimana tergambar berikut ini.



Sumber: BPS 2021, data diolah.

Diagram di atas memperlihatkan bahwa pada tahun 2020, UMKM yang bergerak di bidang makanan mendominasi usaha yang ada di Sumatera Barat. Untuk terus tumbuh dan berkembang menjawab tantangan global, terdapat berbagai hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM halal. Hambatan tersebut antara lain UMKM yang telah mengantongi sertifikasi halal jumlahnya belum signifikan. Selain itu, rendahnya pemahaman pelaku UMKM tentang sertifikasi halal yang disebabkan karena masih minimnya kegiatan sosialisasi masih jamak terjadi (Akim dkk, 2018). Pertumbuhan dan perkembangan UMKM makanan halal memerlukan dukungan banyak pihak salah satunya perguruan tinggi. Perguruan tinggi sebagai wadah para cendekiawan dalam berkarya untuk mendorong kemajuan ekonomi, sosial, budaya dan teknologi, tentunya memiliki posisi strategis untuk membantu pengembangan *halal food*.

Peran perguruan tinggi untuk memajukan sektor industri produk makanan halal dapat dilakukan mulai dari melahirkan sumber daya manusia (SDM), pusat riset produk halal, sosialisasi, edukasi, pembinaan dan konsultasi terkait sertifikasi halal, duta halal dan berbagai aktivitas pengembangan literasi halal. Adanya riset sains dan teknologi halal dapat mempermudah pelaku usaha dalam mengembangkan produk halal yang sesuai dengan harapan konsumen.

Beberapa Perguruan Tinggi sudah mendirikan pusat studi atau halal *center* di antaranya Institut Pertanian Bogor, Universitas Gadjah Mada dan IAI Tazkia Bogor. Namun di Sumatera Barat, perguruan tinggi yang ikut berpartisipasi langsung dalam mendukung industri halal relatif sedikit. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesiapan perguruan tinggi dalam pengembangan UMKM halal *food* di Sumatera Barat.

Penelitian sejenis telah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu. Antara lain Arif Pujiyono dkk (2018) menyatakan bahwa kelemahan (*weakness*) yang dihadapi UMKM halal khususnya di Jawa Tengah berdasarkan analisa SWOT, antara lain banyak UMKM halal yang belum tersertifikasi, jenis UMKM halal terkonsentrasi pada makanan, rendahnya skill SDM UMKM halal, rendahnya teknologi UMKM halal, keterkaitan UMKM halal lemah, rendahnya literasi UMKM halal. Selanjutnya peneliti tersebut mencoba menguraikan strategi yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan daya saing UMKM halal di Jawa Tengah adalah meningkatkan sertifikasi UMKM halal, meningkatkan kualifikasi SDM UMKM halal, menggunakan teknologi modern dan tepat guna untuk memenuhi standar produk UMKM halal, memperkuat keterkaitan dengan UMKM (hilirisasi), melakukan diversifikasi produk UMKM halal,

Meningkatkan peran lembaga keagamaan dan pendidikan untuk literasi produk UMKM halal kepada masyarakat muslim, meningkatkan peran fintech untuk pembiayaan dan sertifikasi produk UMKM halal beserta pemasarannya, membangun sinergi dengan institusi terkait untuk inovasi produk UMKM halal, meningkatkan branding produk UMKM halal melalui media teknologi dan informasi, memperkuat kajian fikih untuk menghasilkan produk UMKM halal.

Selanjutnya hasil penelitian Rozalinda dkk (2019) mengklaim bahwa tempat wisata di Sumatera Barat merupakan salah satu tujuan wisata yang sangat populer di Indonesia. Banyaknya destinasi wisata yang bisa dikunjungi memberi peluang pada peningkatan perekonomian masyarakat, dan peningkatan jumlah wisatawan ke objek wisata. Namun di balik itu, pengembangan wisata halal di daerah ini masih menghadapi kendala, yakni minimnya rumah makan dan perusahaan kuliner yang sudah bersertifikat halal.

Insannul Kamil dkk (2017) menguraikan bahwa peningkatan daya saing diperlukan untuk mempercepat pertumbuhan UMKM Kecil Menengah (IKM) makanan ringan Sumatera Barat. Pembangunan klaster UMKM merupakan salah satu pendekatan yang strategis dan efektif untuk mencapai hal tersebut. Strategi peningkatan daya saing yang dikembangkan melalui Matriks SWOT menghasilkan 10 rencana strategi.

Sementara itu hasil penelitian Shadiq dan Nenengsih (2019) menyarankan beberapa strategi untuk mengatasi masalah peningkatan daya saing UMKM. Model dalam strategi pengembangan UMKM makanan khas daerah di Kota Padang yaitu perlu adanya inovasi dalam pengemasan dan pemasaran yang berbasis teknologi, selain itu dukungan penuh dari stakeholders sehingga akan meningkatkan kualitas

kemasan dan kegiatan pemasaran yang efektif dan efisien. Dengan demikian akan terjadi peningkatan penjualan dan daya saing, kemudian terjadi peningkatan pangsa pasar yang dengan sendirinya akan meningkatkan pendapatan UMKM makanan tersebut. Peningkatan pendapatan akan membuat UMKM tersebut semakin berkembang.

Faqiatul dan Anissa (2018), menemukan bahwa potensi pasar untuk UMKM makanan halal di Indonesia mengalami perkembangan pesat. Selama beberapa tahun terakhir, Indonesia berada di peringkat pertama sebagai konsumen makanan halal di dunia. Namun demikian, potensi pasar yang sangat besar tersebut belum mampu dimanfaatkan secara optimal oleh pemerintah untuk meningkatkan perekonomian Indonesia. Menjaga kualitas kehalalan produk makanan (halal integrity) merupakan salah satu cara agar dapat bersaing dengan negara lain dalam UMKM makanan halal.

Peran perbankan syariah dalam pengembangan UMKM makanan halal perlu lebih dimaksimalkan. Menurutnya, peran perbankan syariah tidak hanya terbatas pada pembiayaan berbasis syariah yang bebas riba (bunga), maysir (ketidakpastian), dan gharar (perjudian), tapi juga pada seluruh tahapan proses produksi (halal value chain management). Terdapat beberapa peran penting yang dapat dilakukan perbankan syariah guna mengembangkan dan meningkatkan UMKM makanan halal, diantaranya dalam tiga proses halal integrity.

Pertama, pengendalian halal untuk memastikan proses produksi berjalan sesuai dengan standar jaminan halal yang sudah ditentukan. Poin penting yaitu produsen dapat menghasilkan produk makanan yang bersertifikat halal MUI. Kedua, halal logistic untuk memastikan produk halal tidak terkontaminasi produk non halal pada saat

proses distribusi. Ketiga yaitu halal *verification* yaitu peran bank syariah untuk mempromosikan gaya hidup halal, melakukan edukasi terhadap konsumen tentang pentingnya mengkonsumsi produk halal. Bahwa mengkonsumsi makanan halal bukan merupakan kewajiban namun kebutuhan yang harus dipenuhi oleh setiap umat manusia. Adanya peran yang terintegrasi antara pemerintah, perbankan syariah, pelaku usaha, dan MUI diharapkan Indonesia dapat mewujudkan potensi ekonomi dengan menjadi pelaku di UMKM makanan halal. Perbankan syariah memiliki peran yang penting dalam pengelolaan UMKM secara tidak langsung yaitu melalui bantuan pembiayaan dan konsultan manajemen di setiap tahap proses halal integrity. Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia harus mulai berperan aktif. Bukan hanya menjadi konsumen, tetapi pelaku UMKM baik untuk pasar domestik maupun luar negeri.

Hana Khairunnisa et al (2020) berdasarkan hasil penelitiannya menemukan bahwa terdapat perubahan omzet UMKM sebelum dan sesudah memiliki sertifikat halal. Faktor-faktor yang memengaruhi peningkatan perolehan omzet UMKM setelah memiliki sertifikat halal secara positif dan signifikan adalah modal, jam kerja, lama usaha, dan dummy promosi.

Bunga Aditi (2017) menyebutkan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, kepuasan konsumen berpengaruh positif

Sodiman (2018) dalam penelitiannya peran LPPOM-MUI dalam perlindungan konsumen muslim sebagai lembaga dan aktor penjaga standar halal terhadap produk

yang akan beredar kepada masyarakat. Peneliti berargumen bahwa impact sertifikasi halal adalah terlindunginya konsumen (muslim). Namun, tidak diterapkan sertifikasi haram terhadap produk yang tidak tersertifikasi halal menjadi celah dan ruang untuk beredarnya produk-produk makanan, obat-obatan dan kosmetika yang tidak halal ke pasaran (masyarakat).

Kholis AN dan Siti NIR (2019) dalam penelitiannya yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kesadaran halal dan logo halal terhadap minat beli produk pada praktisi bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Gresik. Adapun uji pengaruh simultan semua model diperoleh hasil signifikan. Uji parsial menyimpulkan adanya pengaruh kesadaran halal terhadap logo halal. Pada analisis pengaruh kesadaran halal dan logo halal secara positif terbukti signifikan mempengaruhi minat beli.

Kebaruan (*novelty*) pada penelitian ini dibandingkan dengan penelitian terdahulu adalah dari segi cakupan penelitian. Hal yang menjadi fokus adalah melihat bagaimana kesiapan SDM perguruan tinggi di Sumatera Barat dalam mendukung terwujudnya UMKM halal.

## B. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kombinasi yaitu suatu metode yang menggabungkan antara metode kuantitatif dan metode kualitatif untuk digunakan secara bersama-sama dalam suatu kegiatan penelitian (Sudaryono, 2017). Hal ini bertujuan agar diperoleh data peran perguruan tinggi dalam pengembangan UMKM halal *food* di Sumatera Barat yang lebih komprehensif, valid, reliabel dan objektif.

Lokasi penelitian dilakukan di seluruh kampus di Sumatera Barat yang memiliki Program Studi Ekonomi Syariah (Universitas Nahdatul Ulama Sumatera Barat, STES Padang Panjang, STEI Ar Risalah Sumatera Barat, IAIN Batusangkar, Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang, UIN Bukittinggi). Populasi penelitian adalah seluruh dosen dan mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah di Sumatera Barat.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuisioner, wawancara dan data dokumentasi. Kuisioner diberikan kepada responden dan jawaban pernyataan pada kuisioner menggunakan tipe skala pengukuran Likert.

Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa yang telah menempuh semester 5 dan seluruh dosen pada Prodi Ekonomi Syariah. Teknik penarikan sampel adalah berstrata proporsional. Teknik ini digunakan apabila populasi mempunyai anggota atau unsur yang tidak homogeni dan berstrata secara proporsional (Sudaryono, 2017). Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah dosen yang memiliki latar belakang ekonomi syariah dan mahasiswa ekonomi syariah minimal yang telah menduduki semester 5.

Dalam menentukan ukuran sampel (*sample size*), dilakukan dengan menggunakan metode persentase. Peneliti menetapkan jumlah sampel adalah 80% dari populasi masing-masing perguruan tinggi. Data yang digunakan adalah data *cross-section*. Pengolahan data menggunakan *Software Microsoft Excel 2010*. Sistem skor digunakan untuk menjelaskan nilai dari masing-masing pertanyaan yang diajukan. Untuk jawaban ya=3, ragu-ragu=2, dan tidak=1.

## C. Hasil dan Pembahasan

a. Peran Perguruan Tinggi dalam pengembangan UMKM Halal Food

Di tengah minimnya permasalahan implementasi UU tentang jaminan produk halal, terutama pada aspek sertifikasi halal, di sinilah pentingnya peran perguruan tinggi. Perguruan tinggi dan lembaga riset memiliki peran dalam pengembangan sains dan teknologi halal agar dapat mempermudah pelaku usaha dalam mengembangkan produk halal yang sesuai dengan harapan konsumen antara lain dengan cara mendirikan pusat studi atau hala center (Yeni dan Ahmad, 2020).

Jumlah perguruan tinggi negeri dan swasta di Sumatera Barat pada tahun 2022 sebanyak 103 perguruan tinggi. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan dari 103 perguruan tinggi hanya ada empat perguruan tinggi yakni Universitas Andalas, Universitas Negeri Padang (UNP), Universitas Muhammadiyah dan STAI Yastis Sumbar.

Selain sebagai mendirikan pusat studi halal, perguruan tinggi juga dapat memainkan perannya melalui kegiatan tri dharma perguruan tinggi yang diarahkan pada pengabdian masyarakat. Terhadap hal itu penting adanya SDM yang ada diperguruan tinggi yang kompeten dalam hal sertifikasi halal.

Minimnya jumlah perguruan tinggi yang memiliki pusat studi halal atau halal center juga diikuti tren minimnya SDM perguruan tinggi yang paham seputar halal food. Hal ini tergambar dari jawaban responden dengan status pendidikan berlatar belakang Ekonomi Syariah.

1) Urgensi produk makanan halal

Pada pertanyaan bagian pertama terkait urgensi produk makanan halal, sebanyak 85 responden atau 100%

menyatakan sepakat atau 'ya' bahwa semua produk makanan yang dikonsumsi orang Islam harus halal. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada keraguan tentang perintah mengkonsumsi makanan halal.

2) Pemahaman tentang tata cara produksi makanan halal.

Pada bagian kedua pertanyaan terkait pemahaman tentang tata cara produksi makanan halal yang terdiri dari tiga item

(P2,P3,P4). sebanyak 54% responden menyatakan yakin bahwa makanan yang dibuat oleh orang Islam pasti halal. Menariknya 14% responden malah berpendapat ragu, dan 32% menyatakan tidak yakin orang Islam pasti membuat makanan yang halal. Gambaran ini menunjukkan bahwa sivitas akademika masih banyak yang tidak yakin bahwa produk makanan itu sudah pasti halal. Kondisi ini sejalan dengan masih adanya responden (6%) yang tidak paham tentang kriteria makanan halal. Sementara itu soal bahan utama (daging, ayam,tepung) dan bahan tambahan (penyedap rasa, bahan pewarna) berasal dari produk halal sebanyak 59% responden menyatakan yakin dan 39% lainnya tidak yakin. Kesimpulan dari pertanyaan tentang pemahaman tata cara produksi makanan halal adalah sebanyak 26% responden tidak paham tentang tata cara memproduksi makanan halal.

3) Pemahaman tentang sertifikasi halal

Sepuluh butir pernyataan (P5 sampai P15) berkaitan tentang pemahaman sertifikasi halal. Berdasarkan pernyataan tentang pemahaman responden terhadap sertifikasi halal tergambar bahwa masih banyak responden yang tidak yakin dengan jawabannya dan tidak tau sama sekali cara, syarat, dan prosedur memperoleh izin sertifikasi halal. Begitupula terkait dengan sistem jaminan produk halal, bahan yang

digunakan dalam produk halal, proses pengolahan produk makanan halal, proses distribusi dan penyajian produk halal, lokasi pengolahan produk halal, tugas auditor halal serta pengalaman melakukan riset di bidang halal food.

### 1.Simpulan

Berikut adalah beberapa kesimpulan yang dapat diambil:

1. Mayoritas responden sepakat bahwa semua produk makanan yang dikonsumsi oleh orang Islam harus halal.
2. Terdapat keraguan dan ketidakpercayaan dari sebagian responden terkait apakah makanan yang dibuat oleh orang Islam pasti halal.
3. Sebagian responden masih memiliki kekurangan pemahaman tentang kriteria makanan halal.
4. Terdapat ketidakpercayaan dan kurangnya pemahaman tentang bahan utama dan bahan tambahan yang digunakan dalam produk makanan halal.
5. Sejumlah responden tidak paham tentang tata cara produksi makanan halal.
6. Kurangnya pemahaman tentang prosedur, syarat, sistem jaminan, distribusi, lokasi produksi, tugas auditor halal, dan penelitian di bidang halal food.

### Daftar Pustaka

- Abdullah, Piter dkk., 2002. Daya Saing Daerah: Konsep dan Pengukurannya Di Indonesia. Yogyakarta: BPFE.
- Arif Pujiono, Ro'fah Setyowati, Idris. (2018). Strategi Pengembangan UMKM Halal di Jawa Tengah dalam Menghadapi Persaingan Global. *Indonesia Journal of Halal*. ISSN:2623-162X.
- Bohari, A. M, Cheng,W.H., & Fuad,N. (2013). An Analysis on the Competitiveness of Halal Food Industry in Malaysia: An Approach of SWOT and ICT Strategy. *Malaysia Journal of Society and Space*, 9 (1), 1-11.
- Bunga Aditi. (2017). Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Harga, dan Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen UMKM di Kota Medan. *Proceedings Roundtable for Indonesia Entrepreneurship Educators Ke-5*
- Elfindri dkk, Ekonomi Pembangunan Daerah. (2019). *PT. Raja Grafindo Persada*. Depok.
- Faqiatul MW dan Annissa HP. (2018). Model Pengembangan UMKM Halal Food di Indonesia. *Muqtasid* 9(1). DOI:<http://dx.doi.org/10.18326/muqtasid.v9i1.1-13>
- Gillani, S. H., Ijaz, F., dan Khan, M. M. (2016). Role of Islamic Financial Institutions in Promotion of Pakistan Halal Food Industry. *Islamic*.
- Hana Khairunnisa et al. (2020). Kenaikan Omzet UMKM Makanan dan Minuman di Kota Bogor Pasca Sertifikasi Halal. *Al-Muzara'ah* Vol.8 No.2. 2020, ISSN p:2337-6333. e:2615-7659.
- Insannul Kamil, et al. (2016). Desain Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Pengolahan Makanan Ringan Berbasis Klaster di Sumatera Barat. *Jurnal Optimasi Sistem UMKM*, Vol.15 No.2.
- Kholis AR dan Siti NIR. (2019). Kesadaran Logo Halal: Apakah Menentukan Minat Beli? (Studi pada Praktisi Bisnis UMKM di Gresik). *Jurnal of Halal Product and Research*. Pusat Riset dan Pengembangan Produk Halal Universitas Airlangga.
- Kementerian Agama RI, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2015), h.4 29Ibid., h.3 47

- Kuran, T. (1995). Islamic Economics and Islamic Subeconomy. *Journal of Economics Perspectives*, 9(4), 155-173. <https://doi.org/DOI: 10.1257/jep.9.4.155>
- Pryor, Frederic L. 1985. The Islamic Economic System. *Journal of Comparative Economics*. Vol. 9 No. 2.
- Rozalinda, Nurhasnah dan Sri Ramadhan. (2019). UMKM Wisata Halal di Sumatera Barat: Potensi, Peluang dan Tantangan. *Maqdis:Jurnal Kajian Ekonomi Islam*-Volume 4, Nomor 1, Januari-Juni 2019. UIN Imam Bonjol.
- Shadiq dan Nenengsih. (2019). Strategi Pengembangan UMKM Makanan Khas Daerah di Kota Padang dengan Pengemasn dan Pemasaran berbasis Teknologi. *Menara Ekonomi*. ISSN: 2407-8565; E-ISSN:2579-5295
- Sodiman. (2018). Sertifikasi Halal Produk Makanan Sebagai Perlindungan Konsumen Muslim: Studi di Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetik-Majelis Ulama Indonesia Sulawesi Tenggara. *Li Falah Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*. Volume 3 nomor 1 Juni 2018.
- Samori, Z., Md Salleh, NZ, dan Khalid, MM. 2016. Current Trends on Halal Tourism: Cases on Selected Asian Countries. *Tourism Management Perspective*. 19: 131-136.
- Sudaryono. (2017). Metodologi Penelitian. Jakarta: Rajawali Press.
- Tambunan. (2001). Perekonomian Indonesia Teori dan Temuan Empiris. Jakarta:Ghalia Indonesia.