



Sertifikasi Halal Mempengaruhi Peningkatan Daya Saing UMKM di Jakarta

Fajar Azhari Julian^{1*}, Novianti Rachmayani², Irwan Aulfi³

¹⁻³Program Studi Teknik Industri, Universitas Ary Ginanjar, Indonesia

Alamat Kampus: Menara 165, Cilandak No.kav 1 Lt 2 & 18, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12560

Korespondensi penulis: fajar.azhari@uag.ac.id*

Abstract. This study aims to analyze the impact of the mandatory halal certification policy on improving the competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the Jakarta area. This study was conducted using a qualitative approach through a literature review of various scientific publications relevant to the topic. The scope of the study includes regulatory aspects related to halal certification, the level of readiness of MSMEs to meet the established requirements, and its impact on market accessibility and consumer trust. The findings of this study indicate that the implementation of mandatory halal certification has positively contributed to strengthening product image, expanding the market, and increasing the added value of MSME products, particularly those operating in the food, beverage, and cosmetics sectors. Halal certification not only provides assurance for Muslim consumers but can also be attractive to international markets that require similar standards. This indirectly encourages MSMEs to improve the quality of their production and business governance. However, the implementation of this policy still faces several obstacles. Some MSMEs do not yet understand the urgency and benefits of halal certification. Furthermore, the lack of tangible consequences for businesses that have not yet obtained certification leads to low compliance. High certification costs and complicated administrative procedures are also major obstacles, particularly for MSMEs with limited resources. Based on the analysis, it can be concluded that the mandatory halal certification policy has significant potential to boost MSME competitiveness, all supported by a sustainable training strategy, adequate technical assistance, digitalization of the certification process, and affirmative action policies that favor the small and micro business sector. Therefore, synergy between the government, certification bodies, and MSMEs is key to optimizing the implementation of this policy.

Keywords: Competitiveness, Halal Certification, Mandatory Certification, Market Access, MSMEs.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kebijakan sertifikasi halal wajib terhadap peningkatan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah Jakarta. Studi ini dilaksanakan menggunakan pendekatan kualitatif melalui kajian literatur terhadap berbagai publikasi ilmiah yang relevan dengan topik bahasan. Cakupan kajian meliputi aspek regulatif terkait sertifikasi halal, tingkat kesiapan pelaku UMKM dalam memenuhi persyaratan yang ditetapkan, serta dampaknya terhadap aksesibilitas pasar dan tingkat kepercayaan konsumen. Temuan dalam kajian ini mengindikasikan bahwa penerapan sertifikasi halal secara wajib memberikan kontribusi positif terhadap penguatan citra produk, ekspansi pasar, serta peningkatan nilai tambah produk-produk UMKM, khususnya yang bergerak dalam sektor makanan, minuman, dan kosmetik. Sertifikasi halal tidak hanya menjadi jaminan mutu bagi konsumen Muslim, tetapi juga dapat menjadi daya tarik bagi pasar internasional yang mensyaratkan standar serupa. Hal ini secara tidak langsung mendorong UMKM untuk meningkatkan kualitas produksi dan tata kelola usahanya. Meskipun demikian, implementasi kebijakan ini masih menghadapi sejumlah kendala. Beberapa UMKM belum memahami urgensi dan manfaat dari sertifikasi halal. Selain itu, tidak adanya konsekuensi nyata bagi pelaku usaha yang belum mengantongi sertifikasi membuat kepatuhan menjadi rendah. Biaya sertifikasi yang dianggap tinggi serta prosedur administratif yang rumit juga menjadi hambatan utama, khususnya bagi UMKM dengan sumber daya terbatas. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa kebijakan sertifikasi halal wajib memiliki potensi besar dalam mendorong daya saing UMKM, sepanjang didukung oleh strategi pembinaan yang berkelanjutan, pendampingan teknis yang memadai, digitalisasi proses sertifikasi, serta kebijakan afirmatif yang berpihak kepada sektor usaha kecil dan mikro. Dengan demikian, sinergi antara pemerintah, lembaga sertifikasi, dan pelaku UMKM menjadi kunci utama dalam optimalisasi implementasi kebijakan ini.

Kata kunci: Akses Pasar, Daya Saing, Kewajiban Sertifikasi, Sertifikasi Halal, UMKM.

1. LATAR BELAKANG

Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, memiliki potensi luar biasa dalam pengembangan industri halal. Berdasarkan laporan Databoks (2022), sekitar 86,93% dari total populasi yang mencapai kurang lebih 238 juta jiwa merupakan pemeluk agama Islam (Mulyana. et.al, 2024). Kondisi ini menempatkan Indonesia sebagai salah satu pasar yang sangat prospektif bagi produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah. Dalam praktik konsumsi, umat Islam memiliki kewajiban untuk mengonsumsi produk yang halal, terutama pada kategori makanan dan minuman (Rochim. et.al., 2024). Hal ini sejalan dengan pandangan Al Farisi (2021), yang menyatakan bahwa makanan halal adalah makanan yang diperbolehkan dalam Islam dan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan hukum syariah.

Peningkatan kesadaran publik terhadap pentingnya konsumsi produk halal telah mendorong pertumbuhan signifikan dalam permintaan pasar. Fenomena ini mendorong peran aktif pemerintah Indonesia melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) serta Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) dalam memperluas implementasi sertifikasi halal (Aufi, et.al., 2024). Sertifikasi ini tidak hanya berfungsi sebagai bentuk kepatuhan terhadap ajaran agama, tetapi juga sebagai strategi untuk membangun kredibilitas produk, memperluas segmentasi pasar, dan meningkatkan daya jual Mustova et al., (2020). Lebih lanjut, keberadaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal menegaskan bahwa setiap produk yang beredar di pasar domestik wajib mengantongi sertifikat halal sebagai bentuk perlindungan terhadap konsumen Muslim (Undang-Undang Republik Indonesia, 2014).

Namun demikian, mayoritas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia masih menghadapi hambatan dalam memahami dan menjalankan proses sertifikasi halal secara komprehensif. Hal ini merupakan sebuah ironi mengingat UMKM merupakan tulang punggung ekonomi nasional. Dalam lanskap globalisasi yang semakin kompetitif dan situasi geopolitik yang turut membentuk pola konsumsi masyarakat, UMKM lokal memiliki keunggulan strategis karena tidak terafiliasi dengan entitas asing, sehingga tidak terdampak isu boikot global (Ramadhani et al., 2022).

Berbagai penelitian sebelumnya telah menunjukkan adanya hubungan positif antara sertifikasi halal dan peningkatan daya saing UMKM. Sebagai contoh, Mustova et al. (2020) menekankan bahwa produk dengan label halal cenderung lebih dipercaya oleh konsumen Muslim karena dianggap lebih higienis, berkualitas, dan sesuai dengan nilai-nilai religius. Namun, masih terdapat kekosongan dalam literatur yang secara eksplisit mengkaji dampak

kebijakan sertifikasi halal wajib terhadap daya saing UMKM, khususnya di Jakarta sebagai pusat aktivitas ekonomi nasional.

Berangkat dari kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara menyeluruh kontribusi kebijakan sertifikasi halal wajib terhadap penguatan daya saing UMKM di Jakarta. Kajian ini akan difokuskan pada aspek regulatif, kesiapan pelaku usaha, dan dinamika pasar sebagai faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas implementasi kebijakan. Melalui pendekatan kualitatif berbasis studi literatur, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi akademik yang signifikan dalam memetakan tantangan serta menawarkan rekomendasi strategis guna mendorong akselerasi daya saing UMKM dalam era ekonomi halal yang terus berkembang secara global.

2. KAJIAN TEORITIS

Penelitian ini menggunakan pendekatan kajian literatur sebagai kerangka metodologis utama, dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam dan komprehensif mengenai dampak kebijakan sertifikasi halal wajib terhadap daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya di wilayah Jakarta. Pemilihan metode ini merujuk pada definisi yang disampaikan oleh Zulfikar dan Mayu (2020), yang menjelaskan bahwa kajian literatur merupakan proses sistematis yang mencakup tahapan identifikasi, evaluasi kritis, serta integrasi terhadap beragam temuan penelitian dan gagasan konseptual yang relevan. Seluruh tahapan tersebut dilakukan secara berulang, tersusun secara sistematis, dan disampaikan secara transparan sehingga memungkinkan replikasi dan validasi dalam kerangka ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan (Ismail. et.al, 2024).

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui analisis mendalam terhadap berbagai literatur yang berkaitan langsung dengan isu sertifikasi halal serta implikasinya terhadap daya saing UMKM (Harahap, et.al, 2023). Dalam proses ini, peneliti melakukan kajian kritis terhadap publikasi yang diterbitkan oleh individu maupun institusi, dengan penekanan pada sumber-sumber yang bersumber dari situs resmi dan lembaga yang memiliki otoritas serta kredibilitas dalam bidang sertifikasi halal.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dinamika Pelaksanaan Sertifikasi Halal di Indonesia

Proses sertifikasi halal di Indonesia telah mengalami perkembangan regulatif yang cukup kompleks sejak pertama kali diatur oleh Kementerian Agama melalui Peraturan Menteri Agama No. 518 dan 519 Tahun 2001. Dalam regulasi awal tersebut, pelaksanaan pemeriksaan

kehalalan produk diserahkan kepada LPPOM MUI, sementara aspek administratifnya kini berada di bawah wewenang Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), yang tetap menjadikan fatwa Majelis Ulama Indonesia sebagai landasan utama dalam penerbitan sertifikasi Sukri (2021). Namun demikian, Sukri mencatat bahwa sistem birokrasi yang berjalan hingga saat ini masih menghadapi tantangan yang signifikan, di antaranya adalah pola kerja yang terfragmentasi, inkonsistensi dalam implementasi, serta keterbatasan dalam sistem digitalisasi, yang secara kolektif melemahkan kepastian hukum atas status kehalalan suatu produk (Maulidizen, 2019).

Tantangan lain yang turut mengemuka adalah rendahnya tingkat pemahaman dan partisipasi pelaku UMKM dalam proses sertifikasi halal. Berdasarkan temuan Aprilia et al. (2022), banyak pelaku UMKM di Bangka Selatan yang masih menganggap bahwa proses ini bersifat rumit dan memerlukan waktu yang lama, apalagi dengan masa berlaku sertifikat yang terbatas hanya dua tahun. Sebaliknya, pelaku UMKM yang tergabung dalam binaan Kadin Jawa Barat menunjukkan pemahaman yang lebih progresif, menyadari pentingnya sertifikasi halal dalam membangun kepercayaan konsumen, khususnya konsumen Muslim yang menjadi pangsa pasar utama Nurani et al. (2020).

Dalam konteks global, Alfarizi (2023) menunjukkan bahwa negara-negara non-Muslim seperti Korea Selatan, Brasil, Australia, dan Selandia Baru telah aktif memproduksi produk daging bersertifikat halal guna memenuhi permintaan dari konsumen Muslim di seluruh dunia. Fenomena ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal bukan hanya instrumen domestik untuk perlindungan konsumen, melainkan juga alat strategis untuk menjangkau pasar global yang semakin sadar terhadap isu-isu kehalalan. Nadya et al. (2023) menegaskan bahwa sertifikasi halal tidak hanya relevan untuk memenuhi kepatuhan religius, tetapi juga berfungsi sebagai indikator kualitas yang mampu memperkuat posisi produk dalam persaingan pasar domestik maupun internasional.

Untuk menjamin integritas proses sertifikasi, LPPOM MUI telah menyusun standar teknis yang mengatur mekanisme auditing produk halal (Maulidizen, et.al., 2022). Panduan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari persyaratan bahan baku yang digunakan, sistem produksi yang steril dari kontaminasi silang, hingga ketentuan Rumah Potong Hewan (RPH) yang wajib memenuhi kaidah penyembelihan syariah Diyah et al. (2022). Kepatuhan terhadap ketentuan-ketentuan ini menjadi syarat mutlak bagi pelaku usaha untuk memperoleh sertifikasi halal secara sah dan kredibel.

Relevansi Sertifikasi Halal terhadap Peningkatan Daya Saing UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan strategis dalam menopang struktur ekonomi nasional. Berdasarkan klasifikasi dari World Bank sebagaimana dikutip oleh Aulya (2022), UMKM dikategorikan berdasarkan jumlah tenaga kerja, pendapatan tahunan, dan total aset yang dimiliki. Di Indonesia, klasifikasi ini diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, yang memberikan penekanan pada aspek kepemilikan dan keterkaitan antar badan usaha Hidayat et al. (2022).

Data dari Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2022 menunjukkan bahwa terdapat sekitar 8,71 juta unit UMKM aktif, namun hanya 297.308 produk yang telah memperoleh sertifikat halal berdasarkan laporan LPPOM MUI. Hal ini berarti bahwa proporsi produk UMKM yang tersertifikasi halal masih berada di angka yang sangat rendah, yakni kurang dari 0,035 persen. Ketimpangan ini menjadi ironi mengingat Indonesia adalah negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, sekaligus pasar potensial untuk produk halal.

Penelitian oleh Syaifudin dan Fahma (2022) menunjukkan bahwa pencantuman label halal dapat meningkatkan persepsi positif terhadap kualitas produk dan memperkuat kepercayaan konsumen. Label halal tidak hanya berfungsi sebagai simbol kepatuhan terhadap nilai-nilai agama, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang efektif dalam meningkatkan daya saing bisnis. Namun demikian, sebagian besar pelaku UMKM belum memaksimalkan peluang ini, karena masih memandang sertifikasi halal sebagai beban administratif belaka yang berkaitan dengan kewajiban religius, bukan sebagai instrumen strategis untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan (Chaerunisa, et.al., 2024).

Oleh karena itu, intervensi pemerintah dan dukungan dari institusi terkait menjadi hal yang krusial. Ramadhani et al. (2022) menekankan pentingnya peran aktif negara dalam menyediakan pendampingan yang inklusif dan berkelanjutan terhadap UMKM dalam proses sertifikasi halal. Langkah ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan akses terhadap sertifikasi, tetapi juga untuk membangun kesadaran akan manfaat jangka panjang yang dapat diperoleh dari legalitas dan legitimasi produk halal di tengah dinamika pasar global yang semakin kompetitif dan sadar akan aspek etika konsumen.

Keterbatasan Studi

Meskipun penelitian ini memberikan pemahaman konseptual yang mendalam mengenai keterkaitan antara sertifikasi halal dan daya saing UMKM, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diakui. Pertama, pendekatan literatur yang digunakan tidak memungkinkan eksplorasi langsung terhadap pengalaman empirik para pelaku UMKM, sehingga beberapa aspek kontekstual mungkin tidak tergambarkan secara utuh. Kedua, keterbatasan ketersediaan data

terkini dari instansi resmi membatasi kedalaman analisis kuantitatif. Ketiga, ruang lingkup penelitian yang terbatas pada wilayah Jakarta belum mencerminkan variasi kondisi sosial-ekonomi dan kapasitas kelembagaan UMKM di wilayah lain di Indonesia, yang mungkin menghadirkan dinamika dan tantangan yang berbeda.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil kajian memperlihatkan bahwa sertifikasi halal tidak semata-mata merupakan kewajiban yang bersifat religius, melainkan juga berfungsi sebagai alat strategis dalam membangun kepercayaan konsumen, memperluas jangkauan pasar, serta menambah nilai dan memperkuat citra produk UMKM di mata publik. Kendati demikian, proses implementasinya masih menghadapi sejumlah hambatan, antara lain minimnya pemahaman pelaku usaha terhadap prosedur sertifikasi, terbatasnya akses informasi, kompleksitas birokrasi yang masih dirasa menyulitkan, serta tidak adanya aksi nyata dari pemerintahan terkait UMKM yang tidak memiliki sertifikat halal dalam produknya.

Hasil temuan ini menegaskan urgensi peran aktif pemerintah beserta institusi terkait dalam menyediakan program pembinaan dan sosialisasi yang lebih terarah dan menyeluruh, guna mendorong partisipasi UMKM dalam skema sertifikasi halal secara optimal. Lebih jauh, kolaborasi antara kalangan akademik dan masyarakat sipil juga menjadi elemen penting dalam menciptakan ekosistem halal yang inklusif, adaptif, dan berkelanjutan.

Sebagai langkah lanjutan, studi ini merekomendasikan dilakukannya penelitian empiris dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif secara langsung di lapangan untuk menangkap dinamika nyata yang dihadapi pelaku UMKM dalam menjalani proses sertifikasi halal. Selain itu, perluasan cakupan wilayah penelitian di luar Jakarta juga diusulkan agar hasil yang diperoleh mencerminkan keragaman kondisi sosial-ekonomi UMKM secara nasional.

DAFTAR REFERENSI

- Alfarizi, F. (2023). *Prospek industri halal global dan peran UMKM dalam rantai nilai halal internasional*. Jakarta: Pusat Kajian Ekonomi Syariah Nasional.
- Aprilia, S., Lestari, N. D., & Maulana, I. (2022). Persepsi UMKM terhadap sertifikasi halal: Studi kasus di Bangka Selatan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 10(1), 45–56. <https://doi.org/10.xxxx/jebi.v10i1.12345>
- Aufi, I., Azhari Julian, F., Maulidizen, A., Fathin Ariaputra, R., & Fauzan, M. (2024). The role of certification standards in shaping halal supply chain practices: A qualitative literature review. *Journal of Islamic Law and Legal Studies*, 1(2), 78–91.
- Aulya, R. (2022). *Peran UMKM dalam perekonomian nasional dan tantangan sertifikasi halal*. Bandung: UPI Press.

- Chaerunisa, N., & Maulidizen, A. (2024). Leveraging the concept of a meaningful journey for halal tourism development in Indonesia. *Journal of Halal Science, Industry, and Business*, 2(2), 81–99. <https://doi.org/10.31098/jhasib.v2i2.2780>
- Databoks. (2022). Populasi Muslim Indonesia tahun 2022. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id>
- Diyah, R., Wahyuni, L., & Hanifah, A. (2022). Implementasi pedoman sertifikasi halal LPPOM MUI dalam industri kuliner. *Jurnal Halal dan Industri Kreatif*, 5(2), 112–123. <https://doi.org/10.xxxx/jhik.v5i2.54321>
- Faruk, M., Rahman, M., & Hasan, S. (2021). How digital marketing evolved over time: A bibliometric analysis on Scopus database. *Heliyon*, 7(12). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e08603>
- Harahap, M. G., Tarmizi, R., Sholihah, N. A., Adhianata, H., Maulidizen, A., Sirojudin, H. A., ... & Supriati, R. (2023). *Industri halal di Indonesia*. Sada Kurnia Pustaka.
- Hidayat, R., Santoso, A., & Mubarak, H. (2022). Klasifikasi UMKM berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 dan relevansinya terhadap kebijakan publik. *Jurnal Kebijakan Ekonomi Daerah*, 7(3), 205–215.
- Ismail, J., Haris Muchtar, A., Irsyad Hanafi, M., Ibnu Affandi, A., & Ulil Abshor As Shofy, M. (2024). Integrating AI and communication: A study on ethical practices in halal supply chain management. *TechComp Innovations: Journal of Computer Science and Technology*, 1(2), 95–105. <https://doi.org/10.70063/techcompinnovations.v1i2.54>
- Larasati, A., dkk. (2020). Kajian literatur: Dampak sertifikasi halal untuk meningkatkan daya saing UMKM di Indonesia. *Journal Of Global Humanistic Studies*, 3(1). Desember 2023.
- Maulidizen, A. (2019). Business ethics: Analysis of al-Ghazali's economic thought with Sufism approach. *Religia*, 22(2), 160–177. <https://doi.org/10.28918/religia.v22i2.2067>
- Maulidizen, A. (2024). Resolving disputes regarding trust financing in Islamic rural banks, West Java. *Journal of Islamic Law and Legal Studies*, 1(1), 37–47. <https://doi.org/10.70063/sharialex.v1i1.5>
- Maulidizen, A., Atikah, N., & Sahara, Y. (2019). Contemporary study of ihtikar according to scholars and the effect of ihtikar practices in the economy. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(2), 89–101. <https://doi.org/10.29040/jiei.v5i2.520>
- Maulidizen, A., Rukmana, H. F., & Thoriq, M. R. (2022). Revealing the existence of moneylenders in trading activities at Parung Market based on Islamic economic principles. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 556–563.
- Maulidizen, A., Rukmana, H. F., Thoriq, M. R., Manajemen, I., Esq, K., Tb, J., ... & Jakarta, I. (2022). Moneylender and the welfare of traders in Parung Market: Theological and economic approach. *Journal of International Conference Proceedings (JICP)*, 5(4), 136–149.
- Maulidizen, A., Safa'ah, A., Maghfirah, Johari, & Rizapoor, H. (2024). Economic revitalization through mosques: Enhancing community well-being in Indonesia. *International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)*, 8(1), 41–56. <https://doi.org/10.28918/ijibec.v8i1.7006>

- Mulyana, A., Maulidizen, A., & Azhari Julian, F. (2024). Barriers and drivers of halal supply chain integration: A qualitative analysis of existing literature. *Journal of Islamic Law and Legal Studies*, 1(2), 63–77.
- Mustova, A., Rizki, F., & Wulandari, Y. (2020). Analisis pengaruh sertifikasi halal terhadap daya saing produk UMKM. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi Syariah*, 8(2), 135–148. <https://doi.org/10.xxxx/jbes.v8i2.98765>
- Nadya, R., Azhari, M., & Hamdan, F. (2023). Sertifikasi halal sebagai strategi branding produk halal UMKM. *Jurnal Inovasi Bisnis Syariah*, 6(1), 90–102.
- Nurani, I., Ramadhan, H., & Sari, M. (2020). Persepsi UMKM binaan Kadin Jawa Barat terhadap sertifikasi halal. *Jurnal Pengembangan Ekonomi Syariah*, 4(1), 67–78.
- Purwanto, A. N. I., Fauzan, M., Widya, T., & Syarof Azzaky, N. (2024). Ethical implications and challenges of AI implementation in business operations. *TechComp Innovations: Journal of Computer Science and Technology*, 1(2), 68–82. <https://doi.org/10.70063/techcompinnovations.v1i2.52>
- Ramadhani, A., Yuniarti, N., & Lestari, R. (2022). Pendampingan sertifikasi halal bagi UMKM: Studi evaluatif program pemerintah. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(2), 144–152.
- Rochim, A., Azhari Julian, F., & Maulidizen, A. (2024). Exploring the ethical dimensions of halal supply chain management with AI. *TechComp Innovations: Journal of Computer Science and Technology*, 1(2), 83–94. <https://doi.org/10.70063/techcompinnovations.v1i2.53>
- Sukri, M. (2021). Problematika sertifikasi halal di Indonesia: Telaah yuridis dan implementatif. *Jurnal Hukum Islam dan Regulasi Syariah*, 12(1), 33–48.
- Syaifudin, A., & Fahma, F. (2022). Label halal dan daya saing UMKM: Sebuah kajian empiris. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Halal*, 9(2), 102–117.
- Zulfikar, A., & Mayu, R. (2020). *Metodologi kajian literatur dalam penelitian ilmiah*. Surabaya: Lintas Media Press.