

Tingkat Kesadaran Sertifikat Halal Pelaku UMK di Pulau Madura

Mochamad Reza Adiyanto* dan Evaliati Amaniyah

Universitas Trunojoyo Madura

*Email: reza.adiyanto@trunojoyo.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kesadaran pelaku UMKM di sektor kuliner di Pulau Madura terkait sertifikasi halal. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif dan merupakan data primer. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 pelaku UMKM di sektor makanan dan minuman yang berlokasi di Kabupaten Sampang, Kabupaten Bangkalan, Kabupaten Pamekasan, dan Kabupaten Sumenep di Pulau Madura. Sampel responden dipilih dengan cara convenience sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMK tahu dengan sertifikasi halal (95%), dimana sumber informasi tentang sertifikasi halal berasal dari pejabat pemerintah (46%) serta media sosial (23%). Meski, seluruh pelaku UMK dalam penelitian ini adalah pelaku UMK yang belum memiliki sertifikasi halal.

Kata kunci: Sertifikat Halal; UMK; Madura; Kesadaran

PENDAHULUAN

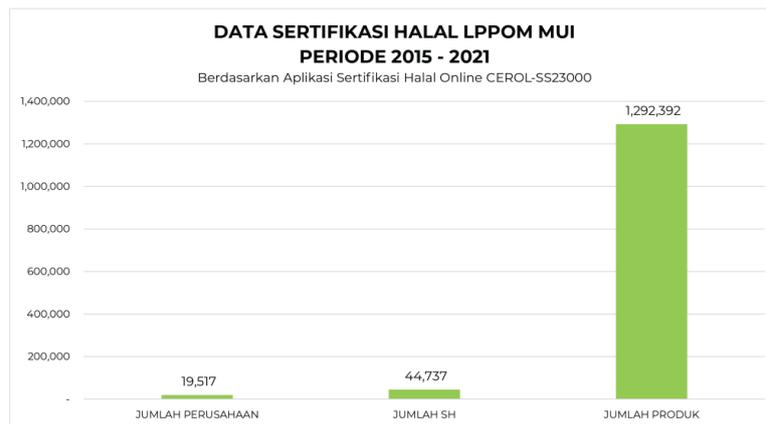
Indonesia, dengan mayoritas penduduknya menganut Islam sebanyak 87.2% dari total 268 juta penduduk (WPR 2022), memiliki potensi besar dalam industri produk halal. Meskipun begitu, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia 2018), kontribusi produk halal Indonesia di antara anggota Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) berada di peringkat ke-10. Hal ini disebabkan oleh kurangnya kesadaran produsen produk halal dalam menjalani proses sertifikasi, sehingga nilai ekspor produk halal Indonesia tetap rendah di pasar global.

Selain itu, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan pernyataan dari Ketua Umum Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman (GAPMMI), hanya 10 persen dari total 1,6 juta Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang telah mendapatkan sertifikasi halal. Ini mengindikasikan bahwa masih ada 90 persen UMKM yang belum mengantongi sertifikasi halal untuk produk mereka. Penyebabnya melibatkan beberapa faktor, termasuk biaya sertifikasi halal yang tinggi, tingkat kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya sertifikasi halal, kurangnya motivasi pelaku usaha untuk menjalani proses sertifikasi halal karena dianggap rumit, dan keterbatasan kemampuan sumber daya manusia yang dimiliki oleh pelaku usaha (Sukoso, Wiryawan Adam, Kusnadi Joni 2020).

Penelitian empiris sebelumnya menunjukkan bahwa ada beberapa faktor yang menyebabkan banyak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) belum mengikuti proses sertifikasi halal, antara lain: (1) Kurangnya pemahaman mereka tentang pentingnya sertifikasi halal dan dampaknya terhadap UMKM; (2) Keterbatasan pengetahuan pelaku UMKM dalam mengajukan sertifikat halal untuk produk mereka; (3) Pelaku UMKM belum sepenuhnya memahami manfaat dari sertifikasi halal; dan (4) Pandangan negatif pelaku UMKM terhadap kompleksitas proses pengajuan sertifikasi halal (Agustina et al. 2019).

Menghadapi situasi ini, pemerintah telah menginisiasi langkah untuk memberikan keyakinan hukum terkait status kehalalan produk dengan mengeluarkan (Undang Undang Nomor 33 tahun 2014 2014) tentang Jaminan Produk Halal. Kepastian tentang kehalalan produk makanan dapat ditegaskan melalui kepemilikan sertifikat halal yang bisa diketahui oleh konsumen melalui labelisasi halal. Labelisasi halal adalah praktik mencantumkan keterangan atau pernyataan tentang kehalalan pada kemasan produk sebagai indikasi bahwa produk tersebut memenuhi standar halal. Sertifikat halal dan labelisasi halal ini diperoleh melalui proses sertifikasi halal.

Sebelum UU Jaminan Produk Halal tahun 2014 diimplementasikan, memiliki sertifikat halal masih menjadi tindakan sukarela. Namun, setelah undang-undang tersebut diberlakukan, kepemilikan sertifikat halal menjadi wajib. Kewajiban ini mulai berlaku lima tahun setelah UU Jaminan Produk Halal diundangkan pada tahun 2014. Dengan kata lain, pada tahun 2019, semua produk yang diwajibkan memiliki sertifikat halal harus sudah memilikinya. Data statistik yang tercatat melalui aplikasi CerolSS23000 menunjukkan bahwa dalam periode 2015-2021, sebanyak 1.292.392 produk telah memperoleh sertifikat halal (Lihat Gambar 1).



Gambar 1. Data Sertifikasi Produk Halal Periode 2015-2021

Berdasarkan (Undang Undang Nomor 33 tahun 2014 2014) tentang Jaminan Produk Halal, produk mencakup barang dan layanan yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimia, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang konsumen yang digunakan oleh masyarakat. Kepemilikan sertifikat halal memberikan manfaat baik bagi produsen maupun konsumen. Dalam konteks pelaku usaha, penilaian terhadap sertifikasi halal memiliki dampak positif yang signifikan pada peningkatan penjualan perusahaan (Segati 2018). Studi yang dilakukan oleh (Faridah 2019) dan (Ramlan and Nahrowi 2014) juga menunjukkan bahwa label halal memberikan keuntungan ekonomis bagi produsen, seperti meningkatkan kepercayaan konsumen, memberikan keunggulan kompetitif, memungkinkan ekspansi ke pasar global yang mengutamakan produk halal, meningkatkan daya tarik produk di pasar, serta memberikan hasil investasi yang terjangkau jika dibandingkan dengan peningkatan pendapatan yang dapat dicapai. Penelitian empiris lainnya juga mencatat perubahan dalam omzet Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebelum dan setelah mendapatkan sertifikat halal (Khairunnisa, Lubis, and Hasanah 2020). Dari sudut pandang konsumen, tingkat pengetahuan konsumen berpengaruh pada persepsi risiko yang mereka rasakan (Nawang, D. S., Marwanti, S., Antriyandarti, E., & Ani 2020). Oleh karena itu, tujuan sertifikasi halal adalah untuk memberikan pengakuan formal secara hukum bahwa produk yang diproduksi telah memenuhi persyaratan halal (Nukeriana 2018).

Penelitian ini dilaksanakan di Pulau Madura, yang dikenal dengan populasi yang kuat dalam praktik Islam dan potensi wirausaha yang tinggi di kalangan penduduknya. Namun, jika kita menilai berdasarkan Indeks Pembangunan Manusia, kabupaten-kabupaten di Madura berada di peringkat terendah jika dibandingkan dengan kota dan kabupaten lain di Jawa Timur. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pertumbuhan ekonomi di Pulau Madura dapat dikategorikan menjadi tiga jenis, yaitu: (1) Kuadran I, yang mencakup Kabupaten Pamekasan dengan pertumbuhan yang cepat dan signifikan; (2) Kuadran III, yang mencakup Kabupaten Sumenep, yang mengalami tekanan ekonomi; dan (3) Kuadran IV, yang mencakup Kabupaten Bangkalan dan Kabupaten Sampang, yang relatif tertinggal dalam hal pertumbuhan ekonomi (Sari, I. P., Riyono, B., & Supandi 2019).

Keterkaitan rendahnya Indeks Pembangunan Manusia di Pulau Madura ini berhubungan dengan tingkat literasi yang rendah di antara penduduk pulau tersebut, termasuk tingkat literasi yang rendah di kalangan pelaku usaha. Literasi dalam konteks ini merujuk pada kemampuan seseorang untuk memahami informasi yang diterima melalui membaca dan menerapkan pemahaman tersebut dalam tindakan (Permatasari 2015). Dengan kata lain, literasi mencakup kemampuan individu untuk mengolah dan mengerti informasi yang disampaikan melalui berbicara, mendengarkan, dan membaca (Veddayana, Anita, and Hardiana Rizka Puspita Ningrum 2020).

Kendala literasi yang rendah di kalangan penduduk Pulau Madura berdampak pada kurangnya akses mereka terhadap informasi bisnis yang seharusnya mereka terima. Ini juga berhubungan dengan ketidakpahaman yang umumnya dimiliki oleh pelaku usaha terkait dengan sertifikasi halal. Akibatnya, banyak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Pulau Madura belum mendapatkan sertifikat halal untuk produk mereka yang dijual kepada masyarakat. Literasi juga memiliki peran penting dalam meningkatkan kompetensi individu dan membantu dalam pembentukan karakter seseorang (Baharuddin 2017); (Ningrum and Amelia 2019).

Mengacu pada situasi yang telah disebutkan di atas, penelitian ini akan mengeksplorasi

sejauh mana tingkat kesadaran masyarakat di Pulau Madura terkait dengan Sertifikat Halal berdasarkan tingkat literasi yang mereka miliki.

Dasar teori dalam penelitian ini merujuk pada Teori Literasi Kesadaran (Awareness Literacy Theory) yaitu tingkat kesadaran dipengaruhi oleh tingkat literasi (Anam and Setyawan 2023; Wahdiniwaty et al. 2022). Teori ini berpendapat bahwa kemampuan seseorang untuk meningkatkan kesadaran mereka terhadap suatu isu atau topik tertentu secara signifikan dipengaruhi oleh tingkat literasi atau pemahaman mereka tentang isu tersebut. Dalam konteks tertentu, teori ini juga dapat merujuk pada Teori Literasi Media, yang fokus pada bagaimana tingkat literasi media seseorang dapat memengaruhi pemahaman dan kesadaran mereka terhadap informasi yang disampaikan melalui media massa (Kusnindar, Arum Arupi; Wagiyono; Prastiyo 2022).

Berdasarkan kajian (Kusnindar, Arum Arupi; Wagiyono; Prastiyo 2022) bahwa pentingnya literasi atau pemahaman dalam membentuk dan memengaruhi tingkat kesadaran individu terhadap isu-isu sosial, politik, atau lingkungan. Teori ini berargumen bahwa individu yang memiliki tingkat literasi yang lebih tinggi cenderung lebih mampu memahami, menilai, dan merespons isu-isu penting dalam masyarakat. Literasi dalam konteks ini mencakup pemahaman tentang fakta, konteks, dan implikasi dari isu-isu tersebut.

Teori Literasi Kesadaran juga menekankan bahwa tingkat literasi individu memengaruhi kemampuan mereka dalam mengakses, mengevaluasi, dan menginterpretasikan berbagai sumber informasi yang berkaitan dengan isu-isu tersebut, termasuk informasi yang disampaikan melalui media massa. Dengan kata lain, individu yang memiliki literasi yang lebih baik cenderung memiliki tingkat kesadaran yang lebih tinggi karena mereka lebih mampu mengidentifikasi isu-isu krusial, memahami implikasi dari isu-isu tersebut, dan berpartisipasi dalam diskusi atau tindakan yang terkait dengan isu-isu tersebut (Adam and Siharis 2023; Nonci et al. 2022). Teori Literasi Kesadaran memandang literasi sebagai alat penting dalam memberdayakan individu untuk menjadi anggota aktif dan berpartisipasi dalam masyarakat yang tercerahkan dan bertanggung jawab.

METODE PENELITIAN

Pengetahuan mengenai sertifikasi halal dapat dinilai dengan cara mengajukan pertanyaan kepada pelaku Usaha Mikro Kecil (UMK). Evaluasi terhadap tingkat pengetahuan ini akan memberikan wawasan tentang sejauh mana kemampuan responden dalam mengidentifikasi dan mengingat informasi mengenai sertifikasi halal. Kerangka pemikiran yang mendukung konsep ini dapat ditemukan dalam Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka pemikiran konseptual

Penelitian ini mengadopsi pendekatan deskriptif dan menggunakan alat analisis tabulasi silang. Dengan pemahaman yang diperoleh tentang tingkat pengetahuan masyarakat di Pulau Madura terkait dengan sertifikasi halal, langkah-langkah yang perlu diambil oleh pemerintah untuk mengkomunikasikan kewajiban kepada pelaku Usaha Mikro Kecil (UMK) di sektor Makanan dan Minuman terkait pengurusan sertifikat halal akan menjadi lebih jelas.

Analisis tabulasi silang digunakan untuk memetakan karakteristik responden yang memiliki pengetahuan dan yang belum memiliki pengetahuan tentang sertifikasi halal di Pulau Madura. Harapannya, hasil penelitian ini akan membantu pemerintah dalam merumuskan strategi pengembangan sektor UMK di industri halal dengan cara yang efektif dan efisien.

Penelitian ini berlokasi di Pulau Madura, khususnya di Kabupaten Sampang, Kabupaten Bangkalan, Kabupaten Pamekasan, dan Kabupaten Sumenep. Subjek penelitian terdiri dari pelaku Usaha Mikro Kecil (UMK) di sektor kuliner yang tinggal di wilayah-wilayah tersebut. Mengingat jumlah populasi yang besar, penelitian ini memilih pendekatan sampel probability, yang berarti setiap pelaku UMK memiliki kesempatan untuk menjadi bagian dari sampel penelitian. Teknik sampling yang digunakan adalah sampling convenience.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan alat analisis kelompok (cluster) dan analisis deskriptif dengan bantuan perangkat lunak Microsoft Excel. Proses analisis cluster dilakukan dengan menggunakan tabulasi silang, di mana responden dikelompokkan berdasarkan pengetahuan

mereka tentang sertifikasi halal dengan atau tanpa bantuan, serta mereka yang sama sekali tidak mengenalinya. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memahami pengetahuan pelaku UMKM tentang sertifikasi halal berdasarkan karakteristik demografi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, informasi mengenai demografi responden mencakup aspek-aspek seperti usia, jenis kelamin, produk yang dihasilkan, tingkat pendidikan, dan lokasi usaha responden. Rincian data demografi ini dapat ditemukan dalam Tabel 1 dan 2.

Tabel 1. Profil UMK (N=100)

No	Profil Usaha	Deskripsi	Jumlah	Persentase (%)
1	Lokasi usaha	Kabupaten Bangkalan	27	27,0
		Kabupaten Pamekasan	36	36,0
		Kabupaten Sampang	9	9,0
		Kabupaten Sumenep	28	28,0
2	Produk yang dihasilkan	Makanan	41	41,0
		Makanan dan Minuman	46	46,0
		Minuman	13	13,0
3	Bentuk badan usaha	Perorangan	100	100,0
4	Omzet/bulan	< Rp 20.000.000	76	76,0
		> Rp 20.000.000 - Rp 40.000.000	20	20,0
		> Rp 40.000.000	4	4,0
5	Lama usaha	< 10 tahun	75	75,0
		> 10 - 20 tahun	21	21,0
		> 20 tahun	4	4,0
6	Jumlah pegawai	Tidak punya pegawai	51	51,0
		1 – 10 orang	47	47,0
		> 10 orang	2	2,0

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti.

Dalam Tabel 1, terdapat informasi berikut:

1. UMK di Pulau Madura tersebar di empat Kabupaten, yaitu Kabupaten Pamekasan (36%), Kabupaten Bangkalan (27%), Kabupaten Sumenep (26%), dan Kabupaten Sampang (9%).
2. UMK di Pulau Madura bergerak dalam bidang kuliner, termasuk Makanan dan Minuman (46%), Makanan (41%), serta Minuman (13%).
3. Semua UMK yang menjadi subjek penelitian adalah usaha perorangan, yang berarti belum ada yang berbentuk badan hukum.
4. Sebanyak 76% UMK memiliki omzet per bulan kurang dari Rp20.000.000, 20% memiliki omzet antara Rp20.000.000 hingga Rp40.000.000 per bulan, dan hanya 4% memiliki omzet melebihi Rp40.000.000 per bulan. Dengan demikian, sebagian besar pelaku UMK masih memiliki omzet di bawah Rp20 juta.
5. Mayoritas UMK di Pulau Madura telah beroperasi selama kurang dari 10 tahun (75%), sementara sekitar 21% di antaranya berusia 10 hingga 20 tahun. Namun, ada juga UMK yang sudah berusia lebih dari 20 tahun (4%).
6. Sebagian besar UMK di Pulau Madura (53%) tidak memiliki pegawai tetap dan dikelola oleh pemiliknya sendiri. Meskipun begitu, ada juga UMK yang mempekerjakan 1 hingga 10 orang pegawai (47%), serta sejumlah kecil yang memiliki lebih dari 10 orang pegawai (2%).

Dari informasi yang telah dijelaskan mengenai karakteristik UMK sebelumnya, dapat disarikan bahwa sebagian besar UMK di Pulau Madura adalah usaha perorangan dengan usia usaha kurang dari 10 tahun, dan mereka dikelola secara mandiri tanpa mempekerjakan karyawan. Sektor kuliner yang dominan dijalankan oleh UMK di Pulau Madura adalah sektor makanan dan minuman, dengan mayoritas dari mereka memiliki omzet kurang dari Rp20.000.000. Adapun profil pelaku UMK dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Profil Pelaku UMK (N=100)

No	Profil Pelaku Usaha	Deksripsi	Jumlah	Persentase (%)
1	Jenis kelamin	Laki-Laki	45	45,0
		Perempuan	55	55,0
2	Usia	< 30 tahun	28	28,0
		31 - 60 tahun	68	68,0
		> 60 tahun	4	4,0
3	Tingkat pendidikan	Tidak lulus SMA/SMK sederajat	41	41,0
		Lulus SMA/SMK sederajat	35	35,0
		Lulus Diploma/S1/S2	24	24,0
4	Status	Belum menikah	9	9,0
		Menikah	88	88,0
		Pernah menikah	3	3,0
5	Jumlah tanggungan	Tidak ada	21	21,0
		1-2 anak	56	56,0
		3-4 anak	22	22,0
		5-6 anak	1	1,0
6	Pengeluaran per bulan	< Rp. 1.500.000	35	35,0
		Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	37	37,0
		Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	19	19,0
		> Rp. 5.000.000	9	9,0
7	Mengetahui sertifikat halal	Saya Tahu	95	95,0
		Ragu-ragu	1	1,0
		Tidak Tahu	4	4,0
8	Sumber informasi sertifikat halal	Belum tahu	3	3,0
		Dari Anggota Keluarga	9	9,0
		Dari Media Sosial	23	23,0
		Dari Pejabat Pemerintah	46	46,0
		Dari produk yang ada di pasaran	1	1,0
		Dari Teman	3	3,0
		Dosen	1	1,0
		Iklan	2	2,0
		Kampus	2	2,0
		Pelatihan	2	2,0
		Pendidikan/seminar	1	1,0
		Pesantren	2	2,0
9	Kepemilikan sertifikat halal	Sekolah	5	5,0
		Belum	100	100,0

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti.

Tabel 2 menggambarkan profil pemilik UMK sebagai berikut:

1. Sebagian besar dari mereka adalah perempuan (55%), sementara sisanya adalah laki-laki (45%).
2. Mayoritas pemilik UMK berada dalam rentang usia 31 hingga 60 tahun (68%), sedangkan sebagian kecil adalah mereka yang berusia di bawah 30 tahun (28%) dan di atas 60 tahun (4%).
3. Kebanyakan dari pemilik UMK memiliki pendidikan setara SMA/SMK (41%), dengan 35% lainnya memiliki tingkat pendidikan yang sama.
4. Sebagian besar dari mereka sudah menikah (88%).
5. Mayoritas pemilik UMK memiliki 1 hingga 2 anak yang menjadi tanggungannya (56%).
6. Mayoritas pemilik UMK menghadapi pengeluaran bulanan antara Rp. 1.500.000 hingga Rp. 3.000.000 (37%), dan 35% lainnya memiliki pengeluaran bulanan kurang dari Rp. 1.500.000.
7. Hampir semua pemilik UMK (95%) mengetahui tentang sertifikat halal.
8. Sumber informasi utama bagi mayoritas pemilik UMK adalah pejabat pemerintah (46%), diikuti oleh media sosial (23%).
9. Semua pemilik UMK yang menjadi subjek penelitian ini adalah yang belum memiliki sertifikat halal.

Tabel 3. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian (N = 100)

Variabel	Item	Minimum	Maksimum	Rata-rata
Kemampuan literasi	Lit1	2,00	5,00	4,750
	Lit2	1,00	5,00	4,550
	Lit3	3,00	5,00	4,340
	Lit4	2,00	5,00	4,320
	Lit5	2,00	5,00	3,460
	Lit6	1,00	5,00	4,710
	Lit7	2,00	5,00	4,760
	Lit8	2,00	5,00	4,260
	Lit9	2,00	5,00	3,620
	Lit10	1,00	5,00	3,090
	Lit11	1,00	5,00	3,070
	Lit12	2,00	5,00	4,030
	Lit13	1,00	5,00	3,150
	Lit14	1,00	5,00	2,550
Rata-rata kemampuan literasi				3,904

Sumber: Data Primer, Diolah Peneliti.

Tabel 3 menyajikan statistik deskriptif dari hasil penelitian, yang menunjukkan bahwa rata-rata literasi pelaku UMK mengenai sertifikat halal adalah sekitar 3,904. Nilai rata-rata ini mengindikasikan bahwa pelaku UMK secara umum setuju dengan pernyataan-pernyataan dalam kuesioner. Pernyataan yang memiliki rata-rata tertinggi adalah Lit1, yang menyatakan bahwa "Saya tahu bahwa kehalalan produk adalah penting untuk konsumen," dengan rata-rata skor sekitar 4,750. Di sisi lain, pernyataan yang mendapatkan rata-rata skor terendah adalah Lit14, yang mengungkapkan bahwa "Saya memiliki nomor kontak orang yang bisa membantu saya dalam mendapatkan sertifikat halal untuk produk kuliner saya," dengan rata-rata skor sekitar 2,550.

KESIMPULAN

Temuan dari penelitian ini menyimpulkan bahwa sebagian besar pelaku UMK memiliki pengetahuan tentang sertifikat halal (95%). Fakta ini diperkuat oleh nilai rata-rata literasi mereka dalam hal sertifikat halal, yang mencapai 3,904. Pelaku UMK ini mendapatkan informasi mengenai sertifikasi halal terutama dari pejabat pemerintah (46%) dan media sosial (23%). Namun, patut dicatat bahwa meskipun mereka memiliki pengetahuan tentang sertifikat halal, seluruh pelaku UMK yang menjadi subjek penelitian belum memiliki sertifikat halal.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Ridwan, and Alkadri Siharis. 2023. "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Personal Interest Terhadap Kesadaran Investasi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Tidar Angkatan 2018." *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan* 2(5):1579–88.
- Agustina, Yuli, Heri Pratikto, Madziatul Churiyah, and Buyung Adi Dharma. 2019. "Pentingnya Penyuluhan Sertifikasi Jaminan Produk Halal Untuk Usaha Kecil Menengah (UKM)." *Jurnal Graha Pengabdian* 1(2):139–50.
- Anam, Khoirul, and Supanji Setyawan. 2023. "Analisis Perilaku Manajemen Keuangan Generasi Milenial : Prespektif Literasi Keuangan , Literasi Ekonomi , Dan Kesadaran Digital." *Jurnal Ilmiah Akuntansi* 4(1):14–21.
- Baharuddin. 2017. "Pembentukan Karakter Siswa Dan Profesionalisme Guru Melalui Budaya Literasi Sekolah." *Journal of Islamic Education Management ISSN: 2461-0674* 3(Literasi):21–40.
- Faridah, Hayyun Durrotul. 2019. "Sertifikasi Halal Di Indonesia: Sejarah, Perkembangan Dan Implementasi." *Journal of Halal Product and Research* 2(2):68.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. 2018. "LAPORAN AKHIR ANALISIS POTENSI PRODUK-PRODUK HALAL INDONESIA KE NEGARA ANGGOTA ORGANISASI KERJASAMA ISLAM (OKI) PUSAT KEBIJAKAN KERJASAMA PERDAGANGAN." *Pusat Kajian Perdagangan Internasional*.
- Khairunnisa, Hana, Deni Lubis, and Qoriatul Hasanah. 2020. "Kenaikan Omzet UMKM Makanan

- Dan Minuman Di Kota Bogor Pasca Sertifikasi Halal.” *Al-Muzara’Ah* 8(2):109–27.
- Kusnindar, Arum Arupi; Wagiyono; Prastiyo, Yoga. 2022. “Peran Model Penerimaan Teknologi, Literasi Digital Dan Promosi Sosial Media Dalam Meningkatkan Kesadaran Dalam Membayar Zakat Secara Online.” *Journal of Islamic Philanthropy and Disaster (JOIPAD)* 2(2):137–66.
- Nawang, D. S., Marwanti, S., Antriandarti, E., & Ani, S. W. 2020. “Dampak Pengetahuan Pada Persepsi Risiko Daging Sapi Tidak Bersertifikat Halal.” *Webinar Nasional Pengabdian Masyarakat* 247–50.
- Ningrum, Tia Ayu, and Winanda Amelia. 2019. “Upgrading Manajemen Organisasi Kenagarian Dan Literasi Masyarakat Melalui Rumah Baca.” *Jurnal Halaqah* 1(4):412–18.
- Nonci, Nurmi, Muhammad Masdar, Haslinda B. Anriani, Universitas Negeri Makassar, Universitas Bosowa, and Universitas Tadulako. 2022. “Penyuluhan Kesadaran Lingkungan Kaum Muda Perkotaan Di Kelurahan Rappocini Kota Makassar.” 1(1):18–26.
- Nukeriana, Debbi. 2018. “Implementasi Sertifikasi Halal Pada Produk Pangan Di Kota Bengkulu.” *Qiyas* 3(1):154–66.
- Permatasari, Ane. 2015. “Membangun Kualitas Bangsa Dengan Budaya Literasi.” *Seminar Nasional Bulan Bahasa UNIB* 146–56.
- Ramlan, Ramlan, and Nahrowi Nahrowi. 2014. “Sertifikasi Halal Sebagai Penerapan Etika Bisnis Islami Dalam Upaya Perlindungan Bagi Konsumen Muslim.” *AHKAM : Jurnal Ilmu Syariah* 17(1):145–54.
- Sari, I. P., Riyono, B., & Supandi, A. 2019. “Indeks Pembangunan Manusia Di Madura: Analisis Tipologi Klassen.” *Journal of Applied Business and Economics* 6(2):82–95.
- Segati, Ahda. 2018. “Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan Ahda.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3(2).
- Sukoso, Wiryawan Adam, Kusnadi Joni, Sucipto. 2020. *Ekosistem Industri Halal 2020*.
- Undang Undang Nomor 33 tahun 2014. 2014. “Jaminan Produk Halal.”
- Veddayana, Campin, Fenny Anita, and Hardiana Rizka Puspita Ningrum. 2020. “Meningkatkan Literasi Masyarakat Bangko Kanan Dalam Menghadapi Pandemi COVID-19.” *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI* 4(2):231–36.
- Wahdiniwaty, Rahma, Deri Firmansyah, Dede Dede, Asep Suryana, and Asep Achmad Rifa’i. 2022. “The Concept of Quadruple Helix Collaboration and Quintuple Helix Innovation as Solutions for Post Covid 19 Economic Recovery.” *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen* 12(3):418.
- WPR. 2022. “Muslim Population by Country 2022.” *World Population Review* 1–10. Retrieved (<https://worldpopulationreview.com/country-rankings/muslim-population-by-country>).