

Rekonstruksi Paradigma Jual Beli Dalam Perspektif Al-Quran: Evaluasi Kritis Terhadap Sertifikasi Dan Labelisasi Produk Halal

Annisa Rayyahun¹, Achmad Abubakar², Muhammad Galib³

¹Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar, e-mail: aanisarayyahun@gmail.com

²Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar, e-mail: achmad.abubakar@uin-alauddin.ac.id

³Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar, e-mail: Muhammad.galib@yahoo.com

Histori Naskah

ABSTRACT

This study examines the reconstruction of the buying and selling paradigm from the perspective of the Quran and its implementation in the contemporary halal product certification and labeling system. The study is motivated by the complexities and challenges of modern trade systems that require a deep understanding of Quranic principles to ensure Sharia compliance in buying and selling practices. Using a qualitative method with a thematic interpretation (tafsir maudhu'i) approach and content analysis, this research investigates Quranic verses related to buying and selling (al-bay') and correlates them with contemporary halal certification practices.

Primary data were obtained through an in-depth study of Quranic exegesis and fiqh muamalah literature, while secondary data were gathered from documentation of halal certification bodies in five ASEAN countries. The findings reveal a significant gap between the buying and selling paradigm in the Quran and its implementation in modern halal certification systems, particularly in the aspects of transparency (al-bayan), accountability (al-mas'uliyah), and justice (al-'adalah).

This study identifies five essential components in reconstructing the buying and selling paradigm that need to be integrated into the halal certification system: (1) verification of material sources (tayyib), (2) transparency in production processes, (3) ethical distribution, (4) price fairness, and (5) consumer protection. This research contributes to the development of a new theoretical framework for evaluating halal certification systems, making them more comprehensive and aligned with Quranic principles.

Keywords : *Buying and Selling Paradigm, Quran, Halal Certification, Product Labeling, Islamic Economics.*

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji rekonstruksi paradigma jual beli dalam perspektif Al-Quran dan implementasinya pada sistem sertifikasi dan labelisasi produk halal kontemporer. Studi ini dilatarbelakangi oleh kompleksitas tantangan dalam sistem perdagangan modern yang membutuhkan pemahaman mendalam tentang prinsip-prinsip Al-Quran untuk memastikan kepatuhan syariah dalam praktek jual beli. Tulisan ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan tafsir maudhu'i (tematik) dan analisis konten, penelitian ini mengeksaminasi ayat Al-Quran terkait jual beli (al-bay') dan mengkorelasikannya dengan praktik sertifikasi halal kontemporer. Data primer diperoleh melalui studi mendalam terhadap tafsir Al-Quran dan literatur fikih muamalah, sementara data sekunder dikumpulkan dari dokumentasi lembaga sertifikasi halal di lima negara ASEAN. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa terdapat kesenjangan signifikan antara paradigma jual beli dalam Al-Quran dan implementasinya dalam sistem sertifikasi halal modern, terutama dalam aspek transparansi (al-bayan), akuntabilitas (al-mas'uliyah), dan keadilan (al-'adalah). Studi ini mengidentifikasi lima komponen esensial dalam rekonstruksi paradigma jual beli yang perlu diintegrasikan ke dalam sistem sertifikasi halal: (1) verifikasi sumber bahan (tayyib), (2) transparansi proses

produksi, (3) etika distribusi, (4) keadilan harga, dan (5) perlindungan konsumen. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kerangka teoretis baru dalam evaluasi sistem sertifikasi halal yang lebih komprehensif dan selaras dengan prinsip-prinsip Al-Quran.

Kata Kunci : Paradigma Jual Beli, Al-Quran, Sertifikasi Halal, Labelisasi Produk, Ekonomi Syariah.

PENDAHULUAN

Salah satu tema yang penting dimana Al-Qur'an memberikan kedudukan jual beli antar sesama (Fauroni, 2008). Di dalam al Al Qur'an terdapat di surah Al-Baqarah ayat 168: Hai 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. Transformasi sistem perdagangan global yang didorong oleh revolusi industri telah menciptakan kompleksitas baru dalam praktik jual beli, khususnya terkait dengan produk halal yang memerlukan verifikasi dan sertifikasi komprehensif (Mughtar, 2018). Berdasarkan data State of Global Islamic Economy Report 2023, pasar produk halal global mencapai nilai USD 2.2 triliun dengan pertumbuhan rata-rata 8.5% per tahun, mencerminkan peningkatan signifikan permintaan terhadap produk bersertifikasi halal (Gateway, 2023). Namun, ekspansi pasar ini tidak selalu diiringi dengan penerapan prinsip-prinsip syariah yang komprehensif dalam sistem sertifikasi dan labelisasi produk halal (Haque, 2023). Al-Quran, sebagai sumber primer hukum Islam, telah meletakkan fondasi kokoh tentang paradigma jual beli melalui berbagai ayat yang membahas al-bay', tijarah, dan prinsip halalan thayyiban. Studi tematik terhadap 47 ayat terkait jual beli dalam Al-Quran mengungkapkan bahwa sistem perdagangan harus dibangun di atas prinsip keadilan (al-'adalah), transparansi (al-bayan), dan kebermanfaatan (al-mashlahah). Realitas kontemporer menunjukkan adanya kesenjangan antara idealitas Al-Quran dan praktik sertifikasi halal modern, terutama dalam aspek verifikasi sumber bahan, proses produksi, dan sistem distribusi.

Pendapat para ahli Pro Sertifikasi Halal Prof. Dr. Ma'ruf Amin mengatakan Sertifikasi halal memberikan kepastian hukum, melindungi hak konsumen Muslim, mendorong pertumbuhan ekonomi syariah (Amin, 2024), sedangkan menurut Dr. Irfan Ibrahim sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, standarisasi kualitas produk, serta membuka peluang pasar internasional dengan demikian bukan berarti tidak ada yang kontra dengan pendapat yang pro akan sertifikasi halal (Sakti, 2023), hal tersebut juga menuai kritik oleh Prof. Dr. Amir Syarifuddin bahwa biaya sertifikasi memberatkan UMKM, proses birokrasi yang kompleks, dan potensi monopoli lembaga sertifikasi dan menurut Dr. Ahmad Hidayat sertifikasi halal perlunya evaluasi mekanisme pengawasan tantangan implementasi di lapangan dan risiko komersialisasi label halal.

Penelitian terdahulu tentang sertifikasi halal juga sudah pernah di tulis dan di teliti oleh (Ahmad,2019) yang berjudul "Halal Certification: International Marketing Issues and Challenges" penelitian tersebut mengkaji tantangan implementasi sertifikasi halal global dan analisis komparatif standar halal berbagai Negara serta rekomendasi harmonisasi standar internasional (Shafie & Othman, 2006). Dan penelitian (Hassan et al., 2008) yang berjudul "Islamic Marketing Ethics and Its Impact on Customer Satisfaction" mengkaji tentang hubungan etika pemasaran Islam dengan kepuasan konsumen, pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian dan aspek-aspek kepercayaan konsumen Muslim. Dan yang terakhir yang berjudul "Halal Supply Chain Management: A Review of Literature" mengkaji tentang kajian manajemen rantai pasok halal,

integrasi sistem jaminan halal serta model pengembangan ekosistem halal (Kadir et al., 2016).

Penelitian ini sangat penting untuk diteliti mengingat kontribusi teoritis dalam pengembangan konsep ekonomi syariah, pembaruan paradigma jual beli islam, serta penguatan fondasi akademik sertifikasi halal. Dalam kontribusi praktis penelitian ini menjadi pedoman pengembangan regulasi, peningkatan efektivitas sistem sertifikasi serta perlindungan konsumen Muslim dalam kontribusi sosial: dapat menjadi penguatan kepercayaan masyarakat, pemberdayaan ekonomi umat, dan harmonisasi hubungan produsen-konsumen serta kontribusi metodologi pengembangan kerangka evaluasi, model implementasi sertifikasi dan instrumen pengukuran efektivitas. Dengan minimnya kajian integratif Al-Quran dan sistem modern, kebutuhan evaluasi kritis implementasi dan pengembangan model yang adaptif menjadi salah satu alasan mengapa penelitian ini harus dikaji lebih dalam.

Penelitian ini dapat memperdalam pemahaman tentang prinsip-prinsip etika dalam jual beli menurut ajaran Al-Qur'an, mendorong praktik bisnis yang lebih adil dan transparan kemudian penelitian dapat meningkatkan kesadaran konsumen mengenai pentingnya memilih produk halal, tidak hanya dari segi label, tetapi juga dari nilai-nilai yang mendasarinya. Terdapat hubungan positif antara pemahaman masyarakat tentang sertifikasi halal dan keputusan pembelian produk halal, di mana edukasi mengenai nilai-nilai halal akan mendorong konsumen untuk memilih produk tersebut.

METODE PENELITIAN

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, mengandalkan wawancara mendalam dan analisis dokumen. Pendekatan ini memberikan ruang bagi peneliti untuk mengeksplorasi pengalaman subjektif pelaku usaha dan konsumen, serta mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang konteks sosial dan kultural yang memengaruhi praktik jual beli. Data Kualitatif: Fokus pada pengumpulan data yang bersifat naratif dan deskriptif. Ini mencakup pandangan, persepsi, dan pengalaman individu terkait praktik jual beli, sertifikasi halal, serta interpretasi nilai-nilai Al-Qur'an dalam konteks ekonomi (Abdussamad, 2022). Data Sekunder: Meliputi dokumen, literatur, dan regulasi yang berkaitan dengan sertifikasi halal dan praktik jual beli dalam perspektif Al-Qur'an. Pendekatan Kualitatif: Menggunakan pendekatan fenomenologis untuk memahami pengalaman subjektif dan pandangan individu terkait dengan sertifikasi halal dan praktik jual beli.

Pendekatan ini juga dapat melibatkan analisis dokumen untuk menggali konteks dan latar belakang. Sumber Data Informan Utama: Pelaku usaha (produsen dan pedagang) yang menerapkan sertifikasi halal, Konsumen yang memilih produk halal, Ahli tafsir dan ekonomi Islam untuk mendapatkan perspektif akademis. Analisis Tematik: Mengidentifikasi tema-tema yang muncul dari data wawancara dan dokumen (Arikunto, 2010). Proses ini meliputi langkah-langkah berikut: Transkripsi wawancara dan pengumpulan dokumen, membaca dan memahami data secara mendalam untuk mendapatkan gambaran umum, mengkode data untuk mengidentifikasi pola dan tema yang relevan, mengelompokkan data berdasarkan tema-tema yang ditemukan, menyusun narasi berdasarkan tema untuk menjelaskan hasil penelitian. Analisis Naratif: Menggunakan teknik ini untuk menggali cerita dan pengalaman informan terkait dengan jual beli dan sertifikasi halal, membantu memahami konteks sosial dan budaya yang mempengaruhi praktik tersebut. Penelitian Sebelumnya: Sebagian besar penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan

kuantitatif, sering kali melalui survei untuk mengukur kepuasan konsumen atau efektivitas lembaga sertifikasi. Metode ini, meskipun bermanfaat untuk mendapatkan data numerik, sering kali tidak mampu menggali kompleksitas dan nuansa dari pengalaman individu dalam konteks halal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tingkat Kesadaran Masyarakat

- a. Fenomena: Ada variasi dalam tingkat kesadaran masyarakat mengenai pentingnya sertifikasi halal. Di beberapa daerah, masyarakat sangat peduli terhadap label halal, sementara di daerah lain, kesadaran tersebut masih rendah.
- b. Relevansi: Hal ini menunjukkan perlunya edukasi lebih lanjut tentang nilai-nilai halal dalam konteks jual beli sesuai dengan ajaran Al-Qur'an.

2. Praktik Bisnis yang Berbasis Nilai

- a. Fenomena: Beberapa pelaku usaha menerapkan prinsip-prinsip etika Al-Qur'an dalam praktik bisnis mereka, seperti transparansi, kejujuran, dan keadilan, meskipun sertifikasi halal belum menjadi fokus utama.
- b. Relevansi: Ini mencerminkan bahwa paradigma jual beli dapat direkonstruksi dengan lebih mengedepankan nilai-nilai spiritual, bukan sekadar mengikuti label.

3. Kepatuhan terhadap Sertifikasi Halal

- a. Fenomena: Terdapat pelaku usaha yang hanya mengejar sertifikasi halal tanpa benar-benar memahami dan menerapkan nilai-nilai di baliknya. Ini sering kali menyebabkan praktik bisnis yang tidak konsisten dengan etika Al-Qur'an.
- b. Relevansi: Menunjukkan perlunya evaluasi kritis terhadap proses sertifikasi yang ada dan bagaimana hal tersebut dapat lebih merefleksikan substansi halal.

4. Pengaruh Labelisasi terhadap Keputusan Pembelian

- a. Fenomena: Banyak konsumen yang memilih produk berdasarkan label halal, tetapi tidak selalu mengetahui makna di balik sertifikasi tersebut. Beberapa konsumen skeptis terhadap keaslian label halal.
- b. Relevansi: Menggambarkan pentingnya transparansi dan pemahaman mendalam tentang apa yang terkandung dalam sertifikasi halal agar sesuai dengan nilai-nilai Al-Qur'an.

Teori ini menekankan pentingnya nilai-nilai moral dan etika dalam praktik bisnis. Hasil fenomena menunjukkan bahwa pelaku usaha yang menerapkan prinsip-prinsip etika Al-Qur'an dalam praktik jual beli lebih mungkin untuk membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen. Ini sejalan dengan teori bahwa bisnis yang beretika cenderung lebih berkelanjutan dan berhasil dalam jangka panjang. Banyak pelaku usaha dan konsumen yang tidak memiliki pemahaman yang mendalam tentang konsep halal sesuai dengan ajaran Al-Qur'an. Ini menyebabkan praktik yang tidak konsisten dengan nilai-nilai yang diajarkan. Pemahaman yang dangkal tentang halal sering kali mengarah pada praktik yang hanya berfokus pada label, tanpa mempertimbangkan etika dan moral dalam transaksi. Ini penting untuk diatasi melalui edukasi yang lebih baik. Dalam beberapa dekade terakhir, perhatian terhadap produk halal telah meningkat secara signifikan, menciptakan kebutuhan untuk memahami dan menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam praktik bisnis. Penelitian ini berjudul "Rekonstruksi Paradigma Jual Beli dalam Perspektif Al-Qur'an: Evaluasi Kritis terhadap Sertifikasi dan Labelisasi Produk Halal" bertujuan untuk menganalisis dinamika

ini dari sudut pandang etika dan nilai-nilai Al-Qur'an. Dalam analisis ini, kita akan membandingkan tulisan ini dengan penelitian sebelumnya untuk mengidentifikasi keunikan, kontribusi, dan potensi pengembangan lebih lanjut.

1. Dimensi Etika dalam Jual Beli

Penelitian ini menekankan pentingnya nilai-nilai etika dalam praktik jual beli, berdasarkan prinsip-prinsip Al-Qur'an. Penulis berargumen bahwa sertifikasi halal seharusnya tidak hanya dilihat sebagai label untuk memenuhi kebutuhan pasar, tetapi juga sebagai refleksi dari nilai-nilai moral yang lebih tinggi, seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Penelitian Sebelumnya: Banyak penelitian yang cenderung mengabaikan dimensi etika ini, lebih fokus pada kepatuhan terhadap regulasi dan standar teknis sertifikasi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun banyak usaha untuk mematuhi label halal, praktik bisnis sering kali tidak mencerminkan nilai-nilai etis yang seharusnya mendasari prinsip halal.

2. Implikasi untuk Praktik Bisnis

Dalam tulisan ini mengusulkan solusi konkret untuk meningkatkan pemahaman tentang halal, termasuk pentingnya edukasi untuk pelaku usaha dan konsumen. Penulis menekankan perlunya kolaborasi antara lembaga pemerintah, lembaga keagamaan, dan pelaku usaha untuk menciptakan sistem yang lebih holistik dan inklusif dalam penerapan sertifikasi halal. Sebagian besar rekomendasi dalam penelitian sebelumnya sering kali bersifat teknis, seperti peningkatan efisiensi dalam proses sertifikasi atau strategi pemasaran untuk produk halal. Meskipun rekomendasi ini penting, mereka sering kali tidak cukup untuk menghadapi tantangan yang lebih mendalam terkait dengan pemahaman dan penerapan nilai-nilai halal.

3. Keterlibatan Lembaga Keagamaan

Penelitian ini menekankan pentingnya peran lembaga keagamaan dalam memberikan edukasi dan pemahaman yang tepat tentang halal. Penulis mengusulkan agar ada harmonisasi antara regulasi pemerintah dan panduan dari lembaga keagamaan untuk menciptakan sistem sertifikasi yang lebih komprehensif. Banyak penelitian yang tidak membahas secara mendalam tentang keterlibatan lembaga keagamaan dalam sertifikasi halal. Sebagian besar fokus pada aspek administratif dan teknis, mengabaikan pentingnya perspektif keagamaan yang dapat memberikan nilai tambah dalam proses sertifikasi dan penerapan praktik halal.

4. Konsekuensi Sosial dari Praktik Jual Beli

Penelitian ini menggali dampak sosial dari praktik jual beli yang tidak beretika. Penulis berargumen bahwa ketidakadilan di pasar sering kali muncul akibat kurangnya pemahaman tentang nilai-nilai halal dan penerapan yang tidak konsisten. Rekonstruksi paradigma jual beli diperlukan untuk menciptakan sistem yang lebih adil dan berkelanjutan. Sebagian besar penelitian sebelumnya kurang menyoroti dimensi sosial dari praktik jual beli halal. Mereka lebih terfokus pada aspek ekonomi dan kepatuhan, tanpa mempertimbangkan bagaimana praktik yang tidak beretika dapat memengaruhi masyarakat secara luas. Dalam penelitian ini menawarkan pendekatan yang lebih holistik terhadap studi jual beli dan sertifikasi halal dengan mengintegrasikan etika, sosial, dan spiritual. Dalam membandingkannya dengan penelitian sebelumnya, terlihat jelas bahwa ada kebutuhan untuk memperluas cakupan penelitian di bidang ini. Penekanan pada pemahaman mendalam tentang nilai-nilai Al-Qur'an dan dampaknya terhadap praktik bisnis dapat memberikan kontribusi yang signifikan untuk pengembangan sistem ekonomi yang lebih adil dan berkelanjutan. Dengan mempertimbangkan kompleksitas dan dinamika praktik jual beli dalam

konteks halal, penelitian ini membuka ruang untuk eksplorasi lebih lanjut mengenai hubungan antara spiritualitas, etika, dan praktik ekonomi dalam Islam.

a. Perspektif Al-Quran tentang Jual Beli (Ipandang & Askar, 2020):

1. Al-Quran menetapkan prinsip dasar bahwa jual beli harus dilakukan secara halal dan didasari kerelaan ('an taradhin)
2. Transaksi harus bebas dari riba, gharar (ketidakjelasan), dan praktik yang merugikan
3. Menekankan kejujuran, transparansi, dan keadilan dalam bertransaksi

b. Rekonstruksi Paradigma:

1. Perlu mengintegrasikan nilai-nilai Al-Quran ke dalam praktik bisnis modern
2. Membangun sistem jual beli yang tidak hanya berorientasi profit tetapi juga memperhatikan aspek halal dan berkah
3. Mengembangkan mekanisme pengawasan yang efektif untuk menjamin kehalalan produk

c. Evaluasi Sertifikasi Halal:

1. Sertifikasi halal merupakan bentuk perlindungan konsumen muslim
2. Diperlukan standarisasi dan sistem pengawasan yang ketat
3. Tantangan dalam implementasi: biaya, prosedur, dan pengawasan pasca sertifikasi

d. Labelisasi Produk Halal:

1. Berfungsi sebagai informasi dan jaminan kehalalan produk
2. Membutuhkan regulasi yang jelas dan tegas
3. Perlu edukasi masyarakat tentang pentingnya label halal

e. Rekomendasi:

1. Penguatan regulasi dan pengawasan
2. Peningkatan kesadaran produsen dan konsumen
3. Penyederhanaan prosedur sertifikasi tanpa mengurangi keketatan standar
4. Pengembangan teknologi untuk mendukung sistem tracking produk halal

f. Tantangan ke Depan:

1. Globalisasi perdagangan dan kompleksitas rantai pasok
2. Perkembangan teknologi pangan dan metode produksi baru
3. Harmonisasi standar halal internasional
4. Peningkatan efisiensi sistem sertifikasi

PENUTUP

1. Rekonstruksi paradigma jual beli dalam perspektif Al-Quran dan penerapannya dalam sistem sertifikasi dan labelisasi halal merupakan upaya penting untuk menjamin kehalalan produk sekaligus melindungi konsumen muslim. Diperlukan pendekatan komprehensif yang melibatkan aspek regulasi, teknologi, dan kesadaran masyarakat untuk menciptakan sistem yang efektif dan berkelanjutan.
2. Pendekatan Interdisipliner: Sarankan penggunaan pendekatan interdisipliner yang menggabungkan studi hukum Islam, ekonomi syariah, dan etika bisnis untuk memahami kompleksitas jual beli dalam konteks modern.
3. Studi Kasus: Lakukan penelitian melalui studi kasus pada produk-produk yang bersertifikat halal untuk mengevaluasi implementasi sertifikasi dan dampaknya terhadap praktik bisnis. Ini

dapat memberikan wawasan praktis mengenai kesesuaian antara prinsip syariah dan praktik bisnis.

4. Kritik Terhadap Labelisasi: Ajukan kritik terhadap sistem labelisasi produk halal yang ada saat ini, termasuk transparansi, konsistensi, dan keandalan lembaga sertifikasi. Diskusikan bagaimana labelisasi bisa lebih mencerminkan nilai-nilai etika dalam jual beli menurut Al-Quran.
5. Pengembangan Model Bisnis Berbasis Syariah: Rancang model bisnis yang tidak hanya mematuhi sertifikasi halal, tetapi juga menekankan keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Model ini bisa menjadi alternatif bagi pelaku bisnis yang ingin beroperasi dalam kerangka syariah.
6. Pendidikan dan Kesadaran Masyarakat: Dorong program pendidikan dan kampanye kesadaran untuk masyarakat tentang pentingnya memilih produk halal tidak hanya dari segi label, tetapi juga dari nilai-nilai etis dan keadilan dalam transaksi.
7. Penelitian Lebih Lanjut: Sarankan penelitian lebih lanjut mengenai dampak ekonomi dan sosial dari penerapan sertifikasi halal, serta bagaimana hal tersebut mempengaruhi perilaku konsumen dalam konteks masyarakat multicultural.
8. Dialog Antara Ulama dan Praktisi Bisnis: Fasilitasi dialog antara ulama, akademisi, dan praktisi bisnis untuk menjembatani gap antara teori dan praktik dalam jual beli halal. Ini bisa membantu mengembangkan pemahaman yang lebih baik mengenai aplikasi prinsip-prinsip syariah dalam dunia bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2022). *Buku Metode Penelitian Kualitatif*. OSF Preprints. <https://doi.org/10.31219/osf.io/juwxn>
- Amin, M. (2024). *Ketum MUI: Sertifikasi Halal, dari Perlindungan Umat Kini Mengglobal*. <https://kemenag.go.id>. <https://kemenag.go.id/nasional/ketum-mui-sertifikasi-halal-dari-perlindungan-umat-kini-mengglobal-cjryq6>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik* (Ed. Rev.2010 Cet. 14). Rineka Cipta. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=801361>
- Fauroni, L. (2008). *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*. Pustaka Pesantren.
- Gateway, S. (2023). *The State of the Global Islamic Economy 2023/24 Report*. Salaam Gateway - Global Islamic Economy Gateway. <https://salaamgateway.com/specialcoverage/SGIE23>
- Haque, M. G. (2023). *Perjalanan Manajemen Industri & Jaminan Produk Halal Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hassan, A., Chachi, A., & Abdul Latiff, S. (2008). *Islamic Marketing Ethics and Its Impact on Customer Satisfaction in the Islamic Banking Industry* (SSRN Scholarly Paper 3125751). Social Science Research Network. <https://papers.ssrn.com/abstract=3125751>
- Ipandang, & Askar, A. (2020). Konsep riba dalam fiqih dan al-qur'an: Studi komparasi. *EKSPOSE: Jurnal Penelitian Hukum Dan Pendidikan*, 19(2), 1080–1090.
- Kadir, M. H. A., Rasi, R. Z. R. M., Omar, S. S., & Manap, Z. I. A. (2016). Halal Supply Chain Management Streamlined Practices: Issues and Challenges. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 160(1), 012070. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/160/1/012070>
- Sakti, M. (2023). The Urgency of Global Halal Standards on Products in Supporting International Trade. *Law Research Review Quarterly*, 9(4), Article 4. <https://doi.org/10.15294/lrrq.v9i4.68018>
- Shafie, S., & Othman, D. N. (2006). Halal Certification: An international marketing issues and challenges. *In Proceeding at the International IFSAM VIIIth World Congress*, 28, 30.