

## HALAL FRAUD : KASUS DAN BUKTI DI INDONESIA

Ramadhan Razali<sup>1</sup>, Ryandi Ahmad Barus<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> IAIN Lhokseumawe, Aceh, Indonesia

Email corespondent: [ramadhan@iainlhokseumawe.ac.id](mailto:ramadhan@iainlhokseumawe.ac.id)

**Abstrak :** *Harus diakui bahwa proses produk halal harus mengikuti aturan Islam. Tidak hanya itu, supply chain harus terjamin kehalalan. Untuk meningkatkan peran produk halal, pemerintah memberikan sertifikasi gratis dan pengawasan. Selain itu, pemerintah juga mengalokasikan dana untuk meningkatkan industry halal. Namun, ketidakkonsistenan pelaku usaha didapatkan. Adapun pengumpulan data dalam artikel ini dilakukan dengan wawancara, observasi, dan survey. Wawancara dilakukan terhadap 20 pelaku usaha yang diambil dari 3 Kota Madya, yaitu kota Bireun, Kota Lhokseumawe, dan Kota Banda Aceh. Berdasarkan hasil kajian ditemukan adanya indikasi ketidakkonsistenan pelaku usaha dalam penerapan nilai-nilai halal terhadap produk. Selain itu, adanya komersialisasi keuntungan yang dilakukan oleh pelaku usaha, sehingga pelaku usaha enggan melakukan sertifikasi halal.*

**Kata Kunci :** *Pelaku usaha, Produk Halal, Penjaminan Halal, Sertifikasi Halal*

**Abstract :** *It must be recognized that the process of halal products must follow Islamic rules. Not only that, the supply chain must be guaranteed halal. To increase the role of halal products, the government provides free certification and supervision. In addition, the government also allocates funds to improve the halal industry. However, the inconsistency of business actors is obtained. The data collection in this article was carried out by interview, observation, and survey. Interviews were conducted with 20 business actors taken from 3 Madya cities, namely Bireun City, Lhokseumawe City, and Banda Aceh City. Based on the results of the study, there are indications of inconsistency of business actors in the application of halal values to products. In addition, there is a commercialization of profits made by business actors, so that business actors are reluctant to carry out halal certification.*

**Keywords:** *Business actors, Halal Products, Halal Assurance, Halal Certification*

### A. Introduction

Artikel ini meneliti tentang konsistensi pelaku usaha dalam melakukan sertifikasi halal dan menjamin kehalalan pada produk. Banyaknya jumlah muslim di Indonesia berimplikasi terhadap peningkatan permintaan produk halal (Razali, 2021). Pada tahun 2023 akumulasi jumlah masyarakat di Indonesia sebesar 13% dari seluruh jumlah muslim di dunia (Dinar Standard, 2022; Islamic Economy, 2021; Monavia Ayu Rizaty, 2022). Namun, jumlah makanan tersertifikasi halal hanya 20%. Padahal dengan beberapa produk yang tersertifikasi berdampak terhadap citra negara itu sendiri.

Tentunya permintaan terhadap produk halal menimbulkan berbagai problematika (Suryawan et al., 2022). Salah satunya, produsen tidak lagi meimplementasi nilai-nilai halal secara maksimal. Mengejar keuntungan menjadi salah satu motivasi produsen dalam menjual produk halal. Sehingga, penanaman nilai-nilai halal dalam produksi tidak dilakukan. Dengan adanya hal ini, produk halal tidak lagi menjadi suatu dogmatis keagamaan, melainkan hanya bahan mengejar keuntungan.

Kajian tentang halal telah banyak dilakukan oleh cendekiawan. Seperti kajian yang dilakukan oleh (Al-Ansi & Han, 2018a; Jannah & Al-Banna, 2021; Mohamed et al., 2021; Ngah et al., 2014; Rahman & Razimi, 2023; Sani et al., 2023; Tumiwa et al., 2023; Zainuddin et al., 2020). Dalam kajian mereka disimpulkan bahwa urgensitas sertifikasi halal dalam produk.

Tidak hanya sertifikasi halal, namun eksistensi penjaminan halal juga sangat penting. Adanya dua point ini berimplikasi terhadap peningkatan penjualan produk halal serta kenyamanan konsumsi pada konsumen. Namun, dalam kajian terdahulu tidak menyebutkan adanya indikasi non halal pada produk.

Padahal, konsistensi produsen dalam penerapan halal tidak sejalan dengan harapan. Dalam kajian ini, ditemukan adanya celah-celah ketidakhalalan pada produk. Padahal ketidakonsisten produsen menjadi indikator ketidakpercayaan, dan ketidaknyamanan masyarakat terhadap produk halal (Nafi'ah et al., 2020; van der Spiegel et al., 2012). Kajian dalam artikel ini sangat penting guna mengetahui sejauhmana pelaku usaha menerapkan nilai-nilai kehalalan dalam produk. Selain itu, artikel ini mengkaji tentang konsistensi pelaku usaha dalam menjamin kehalalan produk.

Adapun sistematika artikel ini akan dibahas memahami secara holistik tentang halal. Kemudian artikel ini menjelaskan kontestasi pelaku usaha dalam memahami *term* halal. Selanjutnya dijelaskan mengenai pembahasan tarik ulur implementasi nilai-nilai halal dan inkonsistensi produsen halal dalam analisis. Adapun hasil analisis dari artikel ini dijelaskan pada kesimpulan, disertai dengan saran dan kekurangan dari artikel.

## **B. Method**

Artikel ini merupakan artikel analisis deskriptif. Dimana pengumpulan data dalam artikel ini dilakukan melalui wawancara, kuesioner, dan observasi. Adapun metode wawancara yang dilakukan terhadap pelaku usaha adalah metode wawancara terstruktur. Jumlah pelaku usaha yang menjadi responden dalam artikel ini sebanyak 20 pelaku usaha yang tersebar di 3 Kotamadya yaitu Kota Lhokseumawe, Kota Banda Aceh, dan Kota Bireun, Provinsi Aceh.

Pertanyaan-pertanyaan wawancara yang ditanyakan berkaitan dengan pemahaman pelaku usaha terhadap halal, model produksi yang diterapkan oleh pelaku usaha, model kewirausahaan yang digunakan, serta penetapan harga. Selain melakukan wawancara, juga dilakukan observasi secara mendalam terhadap proses produksi, model promosi, dan penetapan harga.

## **C. Result and Discussion**

### **1. Dinamika Persepsi Pelaku Usaha Terhadap Produk Halal**

Meningkatnya pendapatan masyarakat dipengaruhi oleh perkembangan UMKM dan IKM di Provinsi Aceh (Admin DPMPTSP, 2021; Badan Pusat Statistik Provinsi Aceh, 2022; Kusnandar, 2022; Ramadhan Razali, 2021). Pemda Aceh sebagai pemegang kebijakan menaruh perhatian terhadap UMKM dan IKM yang merupakan salah satu pilar perekonomian. Berdasarkan hasil wawancara dengan Dinas Perindustrian Provinsi Aceh mengungkapkan bahwa pertumbuhan UMKM dan IKM di Provinsi Aceh selama lima tahun terakhir cukup signifikan. Masyarakat Aceh didorong untuk membeli produk UMKM dan IKM. Sementara dari pelaku usaha UMKM dan IKM sendiri telah sedikit melakukan ekspor dan impor (Fuadi & Razali, 2023). Banyaknya UMKM dan IKM di Provinsi Aceh yang mampu berdiri tidak lepas dari pendampingan yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian. Padahal tugas Dinas Perindustrian hanya sebagai fasilitator dan pendamping.

Tentu saja banyak pihak yang mendorong kegiatan ekspor dan impor yang dilakukan oleh pelaku usaha UMKM dan IKM. Misalnya saja, UMKM dan IKM binaan Bank Indonesia (Sucipto et al., 2021). Bank Indonesia selaku bank sentral juga menyelenggarakan berbagai seminar dan workshop kewirausahaan dengan mengundang para UMKM dan IKM tersebut dalam upaya menginspirasi masyarakat luas. Selain bank-bank BUMN, bank daerah juga melakukan

hal serupa. Tentu saja, salah satu program pendokrang penjualan produk adalah sertifikasi halal. Labelisasi halal berfungsi sebagai kodifikasi undang-undang penjualan dan pernyataan bahwa produk tersebut halal (Nafi'ah et al., 2020). Untuk memudahkan pendaftaran izin edar produk, LPPOM menyediakan platform online guna pelaku usaha melakukan sertifikasi halal. Hal ini membuat masyarakat bisa dengan mudah memperoleh sertifikasi halal. Namun, tidak sedikit UMKM dan IKM enggan melakukan sertifikasi halal, dan mengajukan izin edar BPOM (Hamid & Tan, 2022; Mardiyah et al., 2021; Tan et al., 2020).

Bisa dikatakan, ada berbagai alasan mengapa para pelaku usaha UMKM enggan melakukan sertifikasi halal. Pertama adalah mereka tidak memahami bagaimana sertifikasi halal dikelola (Khadijah et al., 2014; Rashid & Bojei, 2018). Aspek ini diakibatkan oleh kegagalan LPOM MPU dalam mensosialisasikan sertifikasi halal kepada pengusaha UMKM pendatang baru. Kedua, masyarakat kurang mengetahui perkembangan dan strategi UMKM. Aspek ini diakibatkan karena masyarakat kurang mendapat bantuan dari lembaga terkait. Persepsi masyarakat terhadap pentingnya sertifikasi halal menempati urutan ketiga. Provinsi lain juga mengalami permasalahan ini, tidak hanya Provinsi Aceh .

Berdasarkan laporan Van Der Spiegel, persoalan pengusaha di yang masih enggan mengajukan sertifikasi halal (van der Spiegel et al., 2012). Dalam kajiannya, Ririn berkesimpulan bahwa tidak adanya sosialisasi dari pemerintah mengenai kewajiban pengusaha dalam mendaftarkan label halal menjadi akar penyebab keengganan pemilik usaha untuk melakukan sertifikasi halal. Kedua, pelaku usaha UMKM kesulitan mengurus sertifikasi halal karena biaya yang rendah. Ketiga, pembatasan yang panjang, misalnya mengharuskan pelaku usaha untuk mendokumentasikan operasionalnya melalui NIB, PIRT, dan NPWP, membuat pemilik usaha enggan memperoleh sertifikasi halal.

Banyak pengusaha UMKM baru maupun kelompok pengusaha UMKM terpilih di provinsi Aceh termotivasi untuk mengejar sertifikasi halal. Temuan wawancara dengan pelaku usaha tambahan membenarkan hal ini. Para pebisnis tidak hanya ragu-ragu, tetapi mereka juga mempertimbangkan keterbatasan sumber daya keuangan mereka. UMKM pun tidak mampu mengembangkan perusahaannya (Faridah Hassan, 2019; Razali et al., 2022). UMKM bukan satu-satunya pihak yang menangani masalah ini; UKM juga melakukan hal yang sama. UKM lain di Provinsi Aceh juga mengalami hal serupa. Ia harus puas menjual barang dagangannya hanya dari daerah Aceh Besar hingga Aceh Tamiang karena bantuan pengelola dari pemerintah. Oleh karena itu, bisnis pelaku SMI ini terutama mempertimbangkan bisnis yang dijalankannya untuk membiayai sekolah anak-anaknya. Jatuhnya pelaku usaha yang berkualitas tentunya dipengaruhi oleh adanya pola pikir tersebut. Padahal, UKM dan UMKM merupakan sumber daya negara yang paling berharga dalam pendanaan APBN (Hashim & Shariff, 2016).

Perbankan dan pemerintah baru-baru ini bekerja sama melalui Kementerian Koperasi dan UKM. Melalui pemberian kredit usaha rakyat (KUR), hubungan ini bertujuan untuk mendukung pelaku usaha UKM (Bank Aceh, 2022) (Admin, 2021; Jais, 2022; Ruslan Burhani, 2018). Selain itu, pemerintah berencana membiayai Rp373,17 triliun. Peneliti meyakini, tanpa menjangkau pelaku usaha, bantuan yang diberikan tidak akan maksimal. Untuk memberikan pendanaan kepada seluruh pelaku usaha UMKM dan IKM, pemerintah juga membutuhkan bantuan LSM, akademisi, dan seluruh elemen masyarakat lainnya.

Menurut Acehprov, Provinsi Aceh pernah menjadi jembatan antara budaya barat dan timur. Agama Hindu dan Budha dibawa ke masyarakat oleh para pedagang dari India pada

abad ketujuh. Sedangkan istilah Aceh mulai menonjol pada abad kesembilan seiring dengan masuknya Islam (acehprov, 2022)(Provinsi Aceh, n.d.) . Provinsi Aceh adalah rumah bagi 5.274.871 jiwa pada tahun 2020. Sedangkan Islam merupakan agama yang dianut mayoritas penduduknya.

Salah satu provinsi yang sedang dalam tahap pembangunan adalah Provinsi Aceh. Fakta bahwa tingkat partisipasi angkatan kerja sebesar 64,15% pada Februari 2022 menunjukkan hal tersebut. Sebaliknya, Provinsi Aceh mempunyai 14,64% penduduknya hidup dalam kemiskinan pada Maret 2022. Hingga September 2022, ekspor Provinsi Aceh berjumlah 58,14 juta dolar AS. Hingga September 2022, impor hanya sebesar US\$11,75 juta (Kota Banda Aceh, 2022).

Prevalensi penduduk Muslim di Aceh berdampak pada meningkatnya permintaan terhadap makanan halal. Masakan halal juga dipasarkan di berbagai tempat, termasuk supermarket dan pasar segar lokal. Masyarakat Aceh suka mendapatkan makanan sehari-hari dari pasar lokal, pasar segar, atau pasar tradisional. Selain rendahnya harga, pasar tradisional juga terkenal memiliki harga yang lebih baik serta pilihan yang lebih banyak dan produk yang lebih segar. Namun toko lebih disukai masyarakat Aceh saat membeli makanan kering. Selain pilihan yang banyak, efisiensi waktu dan mendapatkan banyak barang di satu tempat menjadi faktor penting. Berdasarkan temuan penelitian pada salah satu konsumen, pembeli di Provinsi Aceh lebih menyukai barang halal.

Pelabelan produk halal diperlukan. Apalagi umat Islam lah yang mengkonsumsinya. Selain keharusan seluruh umat Islam mengonsumsi makanan halal, komunitas Muslim juga berpendapat bahwa makanan non-halal itu berbahaya. Jasman dkk sama-sama membenarkan pernyataan tersebut. Menurut penelitian Jasman, faktor ritualistik, pengalaman, dan intelektual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen membeli barang halal. Di sisi lain, keputusan konsumen untuk membeli barang halal tidak terpengaruh oleh dampak dari pembelian tersebut (Jasman & Mohd Ariffin, 2021; Zulfakar et al., 2014).

Tentu saja, keyakinan seorang Muslim dipengaruhi oleh informasi. Islam mewajibkan seluruh umat manusia untuk melek agama. Berdasarkan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa konsumen merasa percaya diri dalam melakukan pembelian. Konsumen harus terlebih dahulu memastikan bahwa barang yang dipilihnya halal sebelum melakukan pembelian. Sertifikasi halal yang tercantum menunjukkan status kehalalan produk. Penjelasan senada disampaikan McElwee dkk. Menurut penelitian McElwee dkk, pelanggan dipengaruhi oleh elemen subjektif seperti keluarga dan lingkungan serta variabel sikap termasuk aspek kognitif, emosional, dan perilaku saat mengambil keputusan tentang produk (Novita, 2017) (McElwee et al., 2017). Konsumen A dan B sama-sama sepakat bahwa label halal itu penting: "Menurut saya label itu penting pak. Saya bisa menentukan kehalalan suatu produk berkat label halal. Sebaliknya, kalau tidak ada label halal, ada dua kemungkinannya: halal atau tidak. Makanya saya lihat dulu sebelum membeli.

Kita dapat menyimpulkan dari wawancara bahwa individu lebih berhati-hati saat memilih sesuatu. Masyarakat menganggap makanan yang tidak halal itu tidak sehat. Pilihan masakan halal secara signifikan dipengaruhi oleh perspektif keamanan, menurut penelitian sebelumnya. Masyarakat beranggapan bahwa makanan halal akan banyak dikonsumsi ketika mereka memilihnya. Selain kecocokan masakan, pemilihan makanan halal sangat

dipengaruhi oleh pertimbangan kesehatan. Masyarakat umum beranggapan bahwa mengonsumsi makanan berlabel halal menjamin makanan tersebut bergizi.

## **2. Tarik Ulur Implementasi Nilai-Nilai Halal Pada Produk**

Perjalanan industri halal memberikan ilustrasi bahwa pendapatan, pertumbuhan, dan perkembangan masih terus berlangsung. Kondisi ini memberikan manfaat terhadap konsumsi global. Saat ini, makanan tidak hanya dilihat dari konsep hidangan saja, melainkan juga dari kehalalannya. Makanan halal, diproduksi dengan penerapan nilai-nilai keislaman, serta menggunakan bahan-bahan yang diperoleh secara legal dan aman. Oleh karena itu, konsumsi halal sangat dianjurkan karena aman bagi tubuh individu. Berbanding terbalik dengan makanan yang tidak halal atau tidak diberi label umumnya tidak dianjurkan untuk dikonsumsi dan digunakan, karena berpotensi membahayakan kesehatan. Selain substansi bahan halal, sertifikasi halal juga merupakan hal wajib disertakan dalam produk.

Tentunya kriteria sertifikasi halal dan produk halal berbeda. Dalam konteks produk halal ditentukan bahan-bahan yang digunakan dalam produk. Penentuan bahan-bahan dasar pada produk perlu terjamin kehalalannya. Sedangkan sertifikasi halal mengacu pada proses produksi, yang mencakup pengadaan bahan baku, pembelian, penelitian mikroba, manufaktur, distribusi, dan transportasi, serta praktik terbaik manajerial untuk setiap tahapan proses manufaktur. Selain itu, keamanan pangan dan nilai gizi menjadi terganggu ketika sertifikasi halal diperoleh.

Hal ini selaras dengan fakta dilapangan. Labelisasi halal pada produk berimplikasi terhadap peningkatan jumlah konsumen. Tidak hanya berasal dari konsumen muslim saja, konsumen non muslim juga tertarik untuk membeli produk tersebut. Berbagai kajian menyimpulkan bahwa sebagian besar konsumen lebih cenderung membeli makanan dan barang bersertifikat halal dibandingkan produk non label. Dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan langsung antara label halal pada produk dengan minat konsumen dalam membeli produk.

## **3. Discussion**

### **Inkonsistensi Produsen Halal dalam Analisis**

Sertifikasi halal umumnya tidak diikuti oleh makanan saja, melainkan harus dilakukan dalam segala sektor, seperti pariwisata, kosmetik, bahkan fesyen. Kewajiban ini kemudian diikuti oleh barang-barang impor asing (Thongplew et al., 2017). Namun, ketidakkonsistensi produsen dalam menjamin kehalalannya produk menyebabkan produk rawan dikonsumsi. Produksi seringkali menggunakan bahan tambahan yang mengandung unsur haram, yang dilarang oleh Islam. Padahal setiap mekanisme produksi harus mengikuti tahapan dan prosedur halal. Oleh karena itu MUI mengeluarkan sertifikat halal secara periodik (Alkhowaiter, 2022). Tidak hanya itu, pada tahun 2005 Lembaga Pengkajian Produk Pangan, Obat, dan Kecantikan Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) mengembangkan Sistem Jaminan Halal (SJH) sebagai kerangka MUI untuk melakukan verifikasi status halal produk. Diterapkannya dua prosedur tersebut guna menjamin kehalalannya setiap produk.

Meski makanan halal sudah terjamin, namun masih banyak pemilik usaha yang belum mengetahui tentang makanan. Selain itu, banyak pemilik usaha yang tidak menyadari pentingnya sertifikasi halal. Berdasarkan data BPOM untuk seluruh produk pangan, terdapat 143.006 individu pemegang sertifikat halal yang mendaftarkannya antara tahun 2017 hingga

2020 (Bossman et al., 2022). Keengganan untuk mendaftar sertifikat halal juga disebabkan oleh tingkat pendidikan pelaku usaha. Pembeli yang sensitif terhadap data mungkin kehilangan tingkat kepercayaannya, yang juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

Informasi mengenai pelanggan yang membeli atau menggunakan barang bersertifikat halal, serta informasi mengenai status kehalalan suatu produk, sangatlah penting. Selain itu, ada pula makanan seperti bakso, coklat, yogurt, dan berbagai masakan lainnya yang mengandung unsur haram seperti babi (Indah, 2022; Van der Linden, 2011). Mayoritas masyarakat Indonesia yang beragama Islam khawatir makanan halal yang dimakannya mengandung daging babi yang haram. Hal ini disebabkan oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat dan besar yang terjadi akhir-akhir ini.

Pemahaman konsumen terhadap status halal merupakan elemen kunci dalam menentukan perilaku konsumen yang tepat. Sebaiknya konsumen diharuskan melakukan penelitian lebih lanjut sebelum membeli suatu bahan makanan. Salah satu hak yang dimiliki konsumen ketika membeli suatu produk adalah hak untuk mengetahui produk. Iklan atau nama yang dikaitkan dengan produk di masa lalu dapat memberikan informasi kepada pembeli. Cara paling sederhana dalam memilih produk halal adalah dengan mencari label halal dari LPPOM MUI pada kemasan produk makanan .

Barang tidak akan terjual dengan sendirinya jika upaya pemasaran, promosi, dan periklanan tidak dilakukan. Jadi ada satu faktor yaitu harga, promosi, dan produk yang mempengaruhi keputusan pembelian pembeli, yang menyebabkan barang halal laris manis. Oleh karena itu, produsen wajib mencantumkan label BPJPH. Produsen harus mempertanggungjawabkan barang yang ditawarkannya guna melindungi akses masyarakat terhadap pengetahuan produk. Berikut klasifikasi responden dalam artikel ini.

Pertanyaan	Katagori Narasumber A	Katagori Narasumber B	Katagori Narasumber C	Katagori Narasumber D	Katagori Narasumber E
Jenis Usaha	Makanan Cemilan	Minuman Sirup	Unggas	Kopi	Bawang Goreng
Lama usaha	4 Tahun	6 Tahun	2 Tahun	8 Tahun	7 Tahun
Sertifikasi Halal	Belum ada	ada	Belum ada	Ada	Ada
Harga	5 ribu/cup	15 ribu/pcs	50 ribu/kg	20 ribu/pcs	30 ribu/pcs
Modal	10 juta/hari	1.8 juta/hari	13 Juta/hari	8 juta/hari	5 Juta/hari
Keuntungan	25-30 juta/hari	5-7 juta/hari	20 Juta/hari	13 juta/hari	9 Juta/hari

Kondisi Bahan usaha	Segar dan baru	Segar dan baru	Tidak terjamin kehalalannya	Tidak terjamin kehalalannya	Terjamin kehalalannya
Kondisi tempat usaha	Bersih	Bersih	Kurang bersih	Kurang bersih	Bersih
Distribusi	Dalam Daerah	Luar Daerah	Dalam Daerah	Luar Daerah	Luar Daerah
Jumlah Retailer	>20	>20	<20	<20	<20

4. **Tabel 1.** Klasifikasi Responden (Sumber: Hasil Wawancara, 2023)

Responden dalam artikel ini merupakan responden yang bergerak dalam usaha makanan, daging, dan kopi. Berdasarkan dari tabel di atas lama usaha responden beragam mulai dari 2 sampai dengan 8 tahun. Begitu juga modal yang dikeluarkan per hari mulai dari 1.8 sampai dengan 13 juta per hari. Keuntungan yang didapatkan per hari juga mulai 5 juta sampai dengan 30 juta per hari. Hasil observasi dan wawancara yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa 20 orang pelaku usaha memiliki jumlah retailer 18-25 orang. Sedangkan ekspansi penjualan produk tidak hanya dilakukan di daerah saja, namun juga merambat keluar daerah.

Hasil survey yang peneliti lakukan setidaknya 62% mengakui bahwa produk yang dimiliki terjamin kehalalan. Sedangkan 25% memilih untuk menjawab tidak terjamin kehalalan. Adapun hasil survey dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

NO	DAFTAR PERTANYAAN	JAWABAN			KETERANGAN RESPONDEN
		IYA	NETRAL	TIDAK	
1	2	3			4
1	Dalam memproduksi produk saya selalu mengutamakan nilai-nilai halal pada produk	100%	0%	0%	Responden A-S menjawab setuju
	Proses produksi dan distribusi terjamin kehalalannya	100%	0%	0%	Responden A-S menjawab setuju
	Modal yang saya gunakan dalam dalam usaha bersumber dari uang yang halal	60%	40%	0%	12 Responden menjawab setuju; 6 responden menjawab netral.
2	Saya selalu menerapkan point-point kesepakatan sertifikasi halal pada produk saya	80%	10%	10%	16 Responden menjawab setuju; 2 responden menjawab netral; 2 responden menjawab tidak.

	Kesepakatan yang saya buat dengan semua distributor dan retailer sesuai syariat	100 %	0%	0%	Responden A-S menjawab setuju
	Saya selalu menggunakan akad-akad muamalah dalam bertransaksi dengan semua distributor dan retailer	0%	0%	100%	Responden A-S menjawab tidak setuju
3	Saya selalu melakukan koordinasi dengan Majelis Permusyawaratan Ulama terkait dengan Ssistem penjaminan halal	20%	10%	70%	4 responden menjawab setuju; 2 responden menjawab netral; 14 responden menjawab tidak setuju.
	Saya selalu melakukan koordinasi dengan semua distributor dan retailer terkait dengan proses halal supply chain	0%	30%	70%	6 responden menjawab netral; 14 responden menjawab tidak setuju
	Saya selalu mengintegrasikan nilai-nilai kehalalan dalam semua lini usaha yang dijalankan	100 %	0%	0%	Responden A-S menjawab setuju

5. **Tabel 2.** Survey Responden (Sumber: Hasil Survey, 2023)

Temuan di atas menunjukkan bahwa adanya celah kecurangan pelaku usaha dalam menjamin kehalalan produk. Seharusnya kehalalan pada supply chain produk harus bisa dipastikan. Dengan terjamin kehalalan pada produk berimplikasi terhadap peningkatan konsumen. Konsumen akan merasa nyaman dan aman dalam mengkonsumsi produk. Sebaliknya, jika ada celah ketidak halalan pada produk akan menghilangkan kepercayaan konsumen.

Kehilangan kepercayaan konsumen dipertegas oleh halal (Muhammad Aswad, 2022a) yang menyatakan bahwa salah satu faktor yang meningkatkan kepercayaan konsumen adalah label halal. Selain label halal, penjaminan halal adalah faktor lain dalam menjaga kepercayaan konsumen. Hal serupa juga dijelaskan oleh (Falahuddin et al., 2022; Muhammad Aswad, 2022b). Dimana penjaminan halal terhadap konsumen dalam pembelian produk halal harus dilakukan. Pemerintah harus memberikan sanksi tegas terhadap pelaku usaha yang melakukan tindak kecurangan.

Pada dasarnya penerapan terhadap Undang-undang penjaminan halal telah lama dilakukan. Namun, penerapan tersebut dianggap belum maksimal (Al-Ansi & Han, 2018b; Fuadi, 2022). Hal ini disebabkan oleh enggan nya pelaku usaha dalam melakukan sertifikasi halal. Pada Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal tidak menyebutkan tentang kewajiban pelaku usaha dalam melakukan sertifikasi halal. Sehingga pelaku usaha tidak hanya enggan, namun merasa “risih” dalam mendaftarkan label halal.

Dengan disahkan Undang-undang Nomor 11 Tahun 2020 dimana pelaku usaha wajib melakukan sertifikasi halal, pemerintah telah melakukan upaya selangkah maju kedepan. Namun, kurangnya pengawasan proses supply chain juga harus diperhatikan oleh pemerintah.

Sertifikasi halal tidak menjamin tentang kehalalan dalam proses produksi. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, tidak sedikit pelaku usaha yang belum memaksimalkan penerapan nilai-nilai halal. Padahal penerapan nilai-nilai halal merupakan *core value* dalam produk.

Hasil wawancara yang dilakukan Bersama pelaku usaha O katagori D menunjukkan bahwa, pelaku usaha sering kali merasa kecolongan dalam menjaga konsistensi kehalalan pada produk. Misalnya proses penjemuran kopi, pengawasan yang dilakukan terlalu longgar. Lalu-lalang hewan liar tidak dapat dihindari, sehingga untuk memastikan kehalalan pada proses penjemuran sulit dilakukan. Selain pada proses penjemuran, kelonggaran dalam menjaga kehalalan juga ditemukan pada proses penyangrai. Pelaku usah sering kali tidak membersihkan alat sangrai. Sehingga ketidak halalan pada alat dapat terjadi.

Tidak hanya itu, kebersihan rumah produksi juga harus diperhatikan. Dalam Islam, salah satu tolak ukur kehalalan adalah kebersihan. Tidak hanya bersih dari barang bernajis, kehalalan juga diukur dari sterilisasi alat. Karena dengan alat yang steril akan meminimalisir kemunculan penyakit yang ada. Namun, sterilisasi ini tidak ditemukan pada rumah produksi responden. Bahkan berdasarkan penelusuran data yang dilakukan, kebersihan rumah produksi pelaku usaha O jarang diperhatikan.

Kelonggaran terjadinya indikasi non halal tidak hanya terjadi pada rumah produksi kopi, melainkan juga terjadi pada proses penyembelihan unggas. Observasi yang peneliti temukan menunjukkan bahwa adanya indikator non halal pada penyembelihan unggas. Penyembelih sering tidak dapat membedakan saluran makan (*esofagus/mari'*) dan saluran nafas (*trachea/hulqum*). Bahkan pelafazan *bismillahirrahmanirrahim* jarang sekali dilakukan.

Padahal MUI melalui standarisasi SNI 99002:2016 tentang pemotongan halal pada unggas menjelaskan bahwa, setidaknya standarisasi pemotongan unggas harus dilakukan dengan 9 tahapan. Pertama, penyembelihan harus dilakukan oleh penyembelih yang paham terhadap cara pemotongan halal. Kedua, juru sembelih harus beragama Islam, dewasa (baligh), dan berakal sehat. Ketiga, unggas yang akan sembelih harus dalam keadaan sehat dan bersih. Keempat, proses penyembelihan disunnahkan menghadap kiblat. Kelima, sebelum menyembelih, penyembelih unggas harus melafazkan basmalah atau *bismillahi allahuakbar*. Keenam, proses penyembelihan harus dilakukan pada pangkal leher unggas dengan memutuskan saluran pernafasan, saluran makan, dan dua urat lehernya darah di kanan dan kiri. Ketujuh, penyembelihan dilakukan dengan sekali sayatan tanpa mengangkat pisau. Kedelapan, penyembelihan dilakukan dari leher bagian depan dan tidak memutus tulang leher. Kesembilan, darah ayam dibiarkan keluar dengan waktu minimal 3 menit sebelum proses berikutnya.

Standarisasi SNI 99002:2016 merupakan prosedur Islam yang harus dilaksanakan oleh setiap penyembelih unggas. Tanpa dilaksanakan standarisasi tersebut, maka penyembelihan unggas tidak termasuk kedalam penyembelihan halal. Observasi yang dilakukan pada rumah potong unggas, penyembelih sering kali menganggap hal remeh yang seharusnya dilakukan. Selain tidak dapat membedakan saluran makan (*esofagus/mari'*) dan saluran nafas (*trachea/hulqum*), serta pelafalan basmalah, ditemukan tidak dilaksanakan prosedur sunnah. Seperti penyembelihan yang menghadap kiblat. Bahkan penyembelih tidak menunggu waktu mati unggas untuk dibersihkan. Dengan ditemukannya kasus seperti ini, pengawasan terhadap juru sembelih harus segera dilakukan. Tentunya pengawas haruslah paham terhadap mekanisme penyembelihan halal. Dalam hal ini, pemerintah daerah harus bekerja sama dengan Majelis Permusyawaratan Ulama guna meminimalisir ketidakhalalan pada daging unggas.

Ketidakkonsistenan tidak hanya terjadi pada proses penyembelihan unggas, melainkan juga pada penjualan ayam goreng. Observasi yang dilakukan ditemukan bahwa sebelum

melakukan penggorengan ayam, pelaku usaha sering kali tidak membersihkan ayam dengan bersih. Oleh karena itu, sering kali ditemukan adanya darah beku pada ayam yang digoreng. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, pelaku usaha menjelaskan bahwa “yang penting bersih bang. Kalau harus bersih kali bang, ntar pelanggannya marah bang, karena nunggunya lama.”

Alasan ini tidak hanya didapatkan dari satu pelaku usaha, melainkan juga diungkapkan oleh pelaku usaha yang lain. Pelaku usaha lain mengakui bahwa selama ini penjaminan kehalalan pada ayam yang dijualnya masih belum maksimal. Salah satu yang menjadi penyebab hal tersebut adalah pelayanan cepat yang harus dilakukan. “jika tidak seperti itu bang, pelanggan lari bang. Apalagi kalau siang hari bang, pelanggan pingin saja ayam dibeli cepat digoreng.”

Padahal penjaminan halal harus dilakukan oleh setiap pelaku usaha. Penjaminan halal tidak hanya dilakukan pada prosesnya, melainkan juga dilakukan dalam setiap tahapan produksi. Ketidakkonsistenan pelaku usaha dalam menerapkan nilai-nilai halal pada produk akan berimplikasi terhadap ketidaknyamanan konsumen, terutama konsumen muslim. Sehingga kepercayaan konsumen terhadap produk halal akan hilang. Tentunya hilangnya dua variabel tersebut akan berdampak signifikan terhadap perkembangan industri halal, terutama pada produk halal.

Selain proses produksi, sertifikasi halal terhadap produk menjadi problematika lain dalam artikel ini. Hasil wawancara yang dilakukan terhadap dua pelaku usaha makanan cemilan menjelaskan bahwa, ketidakpengetahuan pelaku usaha terhadap urgensi sertifikasi halal menjadi salah satu faktor yang menyebabkan produk tidak memiliki label halal. Tentunya ketidakpengetahuan tersebut menyebabkan ekspansi produk tidak dapat dilakukan. Sehingga pelaku usaha mengalami stagnansi dalam penjualan produk.

Dalam kajian terdahulu disebutkan bahwa terdapat beberapa faktor yang menyebabkan pelaku usaha tidak mengetahui pendaftaran label halal. diantara faktor-faktor tersebut adalah : Pertama, kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah terhadap pelaku usaha. Kedua, heterogenisme yang dianut oleh pelaku usaha, sehingga pelaku usaha enggan mensertifikasi produk. Ketiga, kurangnya fasilitator dalam membantu pelaku usaha melakukan sertifikasi halal.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan adanya faktor lain yang menyebabkan pelaku usaha enggan mensertifikasi halal terhadap produk. Faktor tersebut adalah keengganan pelaku usaha terhadap pengawasan yang akan dilakukan. “ribet pak, nanti kami harus membeli setiap produk yang harus berlabelkan halal. Padahal harga barang yang ada label halal, harganya mahal lho pak. Kami harus mengeluarkan modal dua kali untuk membeli barang itu.”

Dalam persepsi pelaku usaha, mereka harus menyediakan modal dua kali lipat dalam membeli setiap bahan berlabelkan halal. Para pelaku usaha berfikir pengeluaran modal tersebut tidak sesuai dengan laba yang didapatkan. Padahal dengan menerapkan prosedur yang berlaku, dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dalam membeli produk. Namun, stigma tersebut masih menjadi paradigma pelaku usaha. Oleh karena itu, pentingnya sosialisasi atau lokakarya guna memberikan wawasan dan penanaman terhadap pelaku usaha.

Hasil analisis di atas menunjukkan bahwa ketidakkonsistenan pelaku usaha dalam menerapkan nilai-nilai halal sering terjadi. Menurut pelaku usaha, hal tersebut lumrah terjadi. Karena keinginan pelaku usaha dalam mendapatkan laba yang lebih. Padahal dengan tidak diterapkan nilai-nilai halal secara maksimal, akan menyebabkan pelaku usaha rugi dalam

penjualan. Selain itu, kepercayaan dan kenyamanan konsumen terhadap produk akan berkurang.

## **E. Conclusion**

Berdasarkan hasil dari analisis di atas dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat ketidakkonsistenan pelaku usaha dalam menerapkan nilai-nilai halal pada produk. Ketidakkonsistenan tersebut disebabkan oleh keinginan pelaku usaha dalam mendapatkan laba yang lebih dari konsumen, sehingga ketidakhalalan pada produk terjadi. Selain keinginan laba yang lebih, penyebab lain adalah ketidaktahuan pelaku usaha terhadap mekanisme atau prosedur yang syar'i. Faktor ini terjadi pada pelaku usaha rumah unggas. Dalam hal ini, pemerintah harus melakukan upaya-upaya sosialisasi prosedur penyembelihan halal yang syar'i. Selain itu, pemerintah juga harus segera melakukan upaya-upaya dalam mengkaderisasi juru sembelih halal.
2. Adapun faktor yang menyebabkan enggan pelaku usaha dalam melakukan sertifikasi halal adalah: Pertama, kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah terhadap pelaku usaha. Kedua, heterogenisme yang dianut oleh pelaku usaha, sehingga pelaku usaha enggan mensertifikasi produk. Ketiga, kurangnya fasilitator dalam membantu pelaku usaha melakukan sertifikasi halal. Keempat, keinginan pelaku usaha dalam mendapatkan laba yang lebih berdasarkan dari pengeluaran modal yang sedikit. Dalam hal ini, pemerintah, praktisi, dan akademisi harus melakukan seminar atau lokakarya guna memberikan wawasan dan penanaman urgensi halal pada pelaku usaha. Tentunya, artikel ini memiliki kelemahan dan kekurangan. Adapun kekurangan yang akan tersebut adalah enggan pelaku usaha dalam memberikan data dan menutupi observasi yang dilakukan secara mendalam. Kekurangan ini akan menjadi pijakan awal untuk cendekiawan di masa yang akan datang.

## **Acknowledgment**

Artikel ini merupakan bagian dari penelitian. Peneliti mendapatkan pendanaan dari Kementerian Agama Republik Indonesia dalam melakukan penelitian ini. Ucapan terima kasih peneliti ucapkan kepada semua pelaku usaha yang telah memberikan informasi guna memaksimalkan penelitian ini,

## **Bibliography**

- Admin. (2021, October 18). *Anak Muda, Jangan Lupakan Sejarah Aceh*. Suara Indonesia News. <https://suaraindonesianews.com/news/anak-muda-jangan-lupakan-sejarah-aceh/>
- Admin DPMPTSP. (2021, September 29). *Kepala DPMPTSP Aceh : Industri Halal di Aceh Perlu Ekosistem Yang Komprehensif*. DPMPTSP Provinsi Aceh.
- Al-Ansi & Han. (2018a). Role of halal-friendly destination performances, value, satisfaction, and trust in generating destination image and loyalty. *Journal of Destination Marketing and Management*, 13, 51–60.

- Al-Ansi & Han. (2018b). Role of halal-friendly destination performances, value, satisfaction, and trust in generating destination image and loyalty. *Journal of Destination Marketing and Management*, 13, 51–60.
- Alkhowaiter, W. A. (2022). Use and behavioural intention of m-payment in GCC countries: Extending meta-UTAUT with trust and Islamic religiosity. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4), 100240. <https://doi.org/10.1016/J.JIK.2022.100240>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Aceh. (2022, September 3). *Badan Pusat Statistik Provinsi Aceh*. BPS Provinsi Aceh. [https://aceh.bps.go.id/istilah/index.html?Istilah\\_sort=keyword\\_ind](https://aceh.bps.go.id/istilah/index.html?Istilah_sort=keyword_ind)
- Bossmann, A., Owusu Junior, P., & Tiwari, A. K. (2022). Dynamic connectedness and spillovers between Islamic and conventional stock markets: time- and frequency-domain approach in COVID-19 era. *Heliyon*, 8(4), e09215. <https://doi.org/10.1016/J.HELIYON.2022.E09215>
- Dinar Standard. (2022). *State of the Global Islamic Economy Report 2022 Unlocking Opportunity*. <https://salaamgateway.s3.us-east-2.amazonaws.com/special-coverage/sgie22/pdf/State%20of%20the%20Global%20Islamic%20Economy%20Report%202022%20-%20Eng.%20Summary%20-.pdf>
- Falahuddin, Fuadi, Munandar, Reza Juanda, & Rico Nur Ilham. (2022). Increasing Business Supporting Capacity IN MSMES Business Group Tempe Bungong Nanggroe Kerupuk IN Syamtalira Aron District Utara Aceh Regency. *International Review Of Practical Innovation, Technology, and Green Energy*, 2(2), 65–67.
- Faridah Hassan, I. O. E. Su. K. B. H. (2019). Contemporary Management and Science Issues in the Halal Industry. In Rohana Hassan (Ed.), *Contemporary Management and Science Issues in the Halal Industry* (2019th ed.). Springer Singapore. <https://doi.org/10.1007/978-981-13-2677-6>
- Fuadi, F. N. H. & F. L. (2022). THEORY OF PLANNED BEHAVIOR ANALYSIS OF MANUFACTURER'S INTEREST IN DOING HALAL LABELIZATION IN SHARIA ECONOMIC PERSPECTIVE (CASE STUDY OF SALT FARMING BUSINESS IN NORTH ACEH DISTRICT). *International Journal of Educational Review, Law And Social Sciences (IJERLAS)*, 2(6), 978–984.
- Fuadi, & Razali, R. (2023). Industri Halal: Kontestasi Label Halal Pada Sektor Makanan di Provinsi Aceh. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi (EMT)*, 7(3), 819–827. <https://journal.lembagakita.org/index.php/emt/article/view/1456/1009>
- Hamid, Z. J. B. I. M. H., & Tan, M. I. bin I. (2022). Traceability technology in Halal logistics and supply chain. *Halal Logistics and Supply Chain Management*, 67–77. <https://doi.org/10.4324/9781003223719-8>
- Hashim, H. I. C., & Shariff, S. M. M. (2016). Halal Supply Chain Management Training: Issues and Challenges. *Procedia Economics and Finance*, 37, 33–38. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30089-2](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30089-2)
- Indah. (2022). *Ini Capaian Jaminan Produk Halal di Indonesia*. Kemenag. Islamic Economy. (2021). *INDONESIA HALAL MARKETS REPORT 2021/2022*. [https://isef.co.id/wp-content/uploads/2021/10/ReportIndonesiaHalal2021\\_2022.pdf](https://isef.co.id/wp-content/uploads/2021/10/ReportIndonesiaHalal2021_2022.pdf)

- Jais, M. (2022, July 4). *Membangun Ekosistem Halal di Aceh*. AJNN. <https://www.ajnn.net/news/membangun-ekosistem-halal-di-aceh/index.html?page=all>
- Jannah, S. M., & Al-Banna, H. (2021). Halal Awareness and Halal Traceability: Muslim Consumers' and Entrepreneurs' Perspective. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 7(2), 285–316. <https://doi.org/10.21098/JIMF.V7I2.1328>
- Jasman, N. A. B., & Mohd Ariffin, N. H. B. (2021). A Proposed of Halal Food Supply Chain Traceability Model. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 10(3). <https://doi.org/10.6007/IJAREMS/V10-I3/11167>
- Khadijah, S., Manan, A., Abd, F., Mardhiyyah, R., & Editors, S. (2014). *Contemporary Issues and Development in the Global Halal Industry Selected Papers from the International Halal Conference 2014*. [https://doi.org/DOI 10.1007/978-981-10-1452-9](https://doi.org/DOI%2010.1007/978-981-10-1452-9)
- Kota Banda Aceh. (2022). *Agama*. Banda Aceh Kota. <https://bandaacehkota.go.id/p/agama.html>
- Kusnandar, V. B. (2022, March 14). *Aceh Utara Miliki Pemeluk Islam Terbesar di Aceh pada 2021*. Data Books. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/14/aceh-utara-miliki-pemeluk-islam-terbesar-di-aceh-pada-2021>
- Mardiyah, R., Ismail, A. U., Khairani, D., Durachman, Y., Rosyadi, T., & Masrurroh, S. U. (2021). Conceptual Framework on Halal Meat Traceability to Support Indonesian Halal Assurance System (HAS 23000) using Blockchain Technology. *2021 9th International Conference on Cyber and IT Service Management, CITSM 2021*. <https://doi.org/10.1109/CITSM52892.2021.9588953>
- McElwee, G., Smith, R., & Lever, J. (2017). Illegal activity in the UK halal (sheep) supply chain: Towards greater understanding. *Food Policy*, 69, 166–175. <https://doi.org/10.1016/J.FOODPOL.2017.04.006>
- Mohamed, Y. H., Rahim, A., Ma'aram, A., & Nordin, M. (2021). The Moderating Effect of Halal Traceability System on Halal Food Supply Chain Management and Halal Integrity Assurance Relationship. *The Journal of Contemporary Issues in Business and Government*. <https://doi.org/10.47750/CIBG.2021.27.02.519>
- Monavia Ayu Rizaty. (2022, November 3). *Jumlah Penduduk Muslim Indonesia Terbesar di Dunia Pada 2022*. Data Indonesia. <https://dataindonesia.id/>
- Muhammad Aswad. (2022a). Halal Industries: Markets and The Rising of Middle-Class Muslims in Contemporary Java. *Episteme: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman*, 17(01), 7895.
- Muhammad Aswad. (2022b). Halal Industries: Markets and The Rising of Middle-Class Muslims in Contemporary Java. *Episteme: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman*, 17(01), 7895.
- Nafi'ah, U., Sulhaini, S., & Mulyono, L. E. H. (2020). Analysis of Halal Supply Chain Management and Internal Halal Traceability System on the Halal Integrity of Tourism in Support of UMKM Products in Lombok. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*. <https://doi.org/10.18415/IJMMU.V7I9.1871>

- Ngah, A. H., Zainuddin, Y., & Thurasamy, R. (2014). Adoption of Halal Supply Chain among Malaysian Halal Manufacturers: An Exploratory Study. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 129, 388–395. <https://doi.org/10.1016/J.SBSPRO.2014.03.692>
- Provinsi Aceh. (n.d.). <https://datakumkm.acehprov.go.id/index.php/umkm.2023>. UMKM Provinsi Aceh.
- Rahman, M. M., & Razimi, M. S. A. (2023). Halal biotechnology product: halal supply chain compliance and integrity risk. *Innovation of Food Products in Halal Supply Chain Worldwide*, 195–204. <https://doi.org/10.1016/B978-0-323-91662-2.00016-8>
- Ramadhan Razali. (2021). Industri Halal di Aceh: Strategi dan Perkembangan. *Jurnal Al-Qardh*, 6(1), 17–29.
- Rashid, N. A., & Bojei, J. (2018). HALAL FOOD SUPPLY CHAIN INTEGRITY: THE INFLUENCE OF HALAL TRACEABILITY SYSTEM ADOPTION AND ENVIRONMENTAL FACTORS IN MALAYSIA.
- Razali, R. (2021). Akselerasi Daya Beli Masyarakat Terhadap Produk Halal Melalui E-Commerce di Provinsi Aceh. *Jurnal Iqtisaduna*, 7(2), 115–126. <https://doi.org/10.24252/IQTISADUNA.V7I2.24080>
- Razali, R., Maulina, I., & Sufrizal. (2022). E-Marketing and Halal Product Assurance. *Jurisprudensi: Jurnal Ilmu Syariah, Perundangan-Undangan Dan Ekonomi Islam*, 14(2), 116–128. <https://doi.org/10.32505/JURISPRUDENSI.V14I2.3955>
- Ruslan Burhani. (2018, January 2). Aceh Daerah Pertama di Indonesia Menerima Islam. Aceh Provinsi. <https://acehprov.go.id/berita/kategori/jelajah/aceh-daerah-pertama-di-indonesia-menerima-islam>
- Sani, M. S. A., Nordin, N. F. H., & Elgharbawy, A. A. M. (2023). Halal detection technologies: analytical method approaches, validation and verification, and multivariate data analysis for halal authentication. In *Innovation of Food Products in Halal Supply Chain Worldwide* (pp. 253–271). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-323-91662-2.00015-6>
- Sucipto, S., Hidayati, L., Perdani, C. G., & Hasanah, N. (2021). Traceability of Halal Control Point in Material, Production, and Serving to Support Halal Certification in Universitas Brawijaya Canteen. *Indonesian Journal of Halal Research*, 3(2), 75–86. <https://doi.org/10.15575/IJHAR.V3I2.11401>
- Suryawan, A. S., Hisano, S., & Jongerden, J. (2022). Negotiating halal: The role of non-religious concerns in shaping halal standards in Indonesia. *Journal of Rural Studies*, 92, 482–491. <https://doi.org/10.1016/J.JRURSTUD.2019.09.013>
- Tan, A., Gligor, D., & Ngah, A. (2020). Applying Blockchain for Halal food traceability. *International Journal of Logistics Research and Applications*, 25(6), 947–964. <https://doi.org/10.1080/13675567.2020.1825653>
- Thongplew, N., Spaargaren, G., & van Koppen, C. S. A. K. (2017). Companies in search of the green consumer: Sustainable consumption and production strategies of companies and intermediary organizations in Thailand. *NJAS - Wageningen Journal of Life Sciences*, 83, 12–21. <https://doi.org/10.1016/J.NJAS.2017.10.004>
- Tumiwa, R. A. F., Ningsih, G. M., Romarina, A., Setyadjit, Slamet, B., Waruwu, E., Ie, M., & Utomo, Y. T. (2023). Investigating halal food Supply chain management,

- halal certification and traceability on SMEs performance. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(4), 1889–1896. <https://doi.org/10.5267/J.USCM.2023.6.003>
- Van der Linden. (2011). Charitable intent: A moral or social construct? A revised theory of planned behavior model. *Current Psychology*, 30(4), 355–374.
- van der Spiegel, M., van der Fels-Klerx, H. J., Sterrenburg, P., van Ruth, S. M., Scholtens-Toma, I. M. J., & Kok, E. J. (2012). Halal assurance in food supply chains: Verification of halal certificates using audits and laboratory analysis. *Trends in Food Science & Technology*, 27(2), 109–119. <https://doi.org/10.1016/J.TIFS.2012.04.005>
- Zainuddin, N., Saifuddin, A. M., Deraman, N., & Osman, A. A. (2020). The Effect of Halal Traceability System on Halal Supply Chain Performance. *International Journal of Supply Chain Management*.
- Zulfakar, M. H., Anuar, M. M., & Talib, M. S. A. (2014). Conceptual Framework on Halal Food Supply Chain Integrity Enhancement. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 121, 58–67. <https://doi.org/10.1016/J.SBSPRO.2014.01.1108>