
PRESEPSI KONSUMEN TERHADAP PENGGUNAAN LOGO HALAL PADA PRODUK UMKM DI KOTA SAMARINDA

Reslianty Rachim¹, Zulkifli², Abdul Rachim³

Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda, Indonesia^{1,2}, Universitas Mulawarman³

Resliantyrachim@gmail.com, Zulkifli@Uwgm.ac.id

Abstract

The aim of this research is to provide an understanding or meaning of the importance of the halal logo on MSME products. The data analysis method used in this research is three types of activities, namely data condensation, presenting data (data display), and drawing conclusions or verification (conclusion drawing and verification). The results of research using observations, questionnaires and interviews state that it is very important to implement halal certification in Samarinda City. Study to realize certainty of halal products for the Muslim community..

Keywords: Halal Logo, UMKM, Persepsi

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman atau pemberian makna atas pentingnya logo halal pada produk UMKM. Metode analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan tiga macam kegiatan yaitu kondensasi data (data condensation), menyajikan data (data display), dan menarik simpulan atau verifikasi (conclusion drawing and verification). Hasil penelitian dengan observasi, kuisioner dan wawancara menyatakan sangat penting penerapan sertifikasi halal di Kota Samarinda. Kajian untuk mewujudkan kepastian produk halal untuk masyarakat muslim.

Kata Kunci: Logo Halal, UMKM, Persepsi

PENDAHULUAN

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian makanan adalah logo halal pada kemasan. Bagi umat Islam, logo halal merupakan indikasi khusus bahwa makanan tersebut boleh dimakan. Kehalalan suatu produk menjadi perhatian utama khususnya pada masyarakat muslim karena berkaitan dengan tuntunan dan syariat Islam serta kebaikan produk yang terkandung di dalamnya. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil penelitian tentang kemasan makanan berlogo halal, diantaranya hasil penelitian Maulina et al., (2022) yang menemukan bahwa logo halal berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menandakan bahwa logo halal merupakan salah satu faktor yang diperlukan untuk menentukan keputusan pembelian.

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk yakni 87,2% penganut agama Islam atau sejumlah 209.000.000 jiwa. Jumlah tersebut tentunya berimbas pada banyaknya permintaan produk makanan halal. Oleh karena itu, maka penting bagi setiap usaha kuliner memiliki sertifikat halal. Di Indonesia terdapat Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia

(LPPOM MUI) dan Komisi Fatwa MUI sebagai pengatur kehalalan umat islam di Indonesia serta mengatur perihal sertifikasi halal. Akan tetapi, pada kenyataannya di lapangan masih banyak perusahaan belum memiliki sertifikat halal. Pada tahun 2018, jumlah sertifikat halal yang terdaftar masih jauh dari semestinya yaitu dari 727.617 produk makanan dengan merek berbeda, hanya 69,985 produk makanan yang memiliki sertifikat halal (katadata.co.id).

Dalam undang-undang yang menjelaskan tentang penetapan sertifikasi halal dinyatakan bahwa “sertifikasi halal harus ada pada setiap produk”, hal ini sedikit banyaknya bertentangan pada setiap produk yang belum memiliki label halal khususnya pada produk yang terdapat di usaha mikro kecil menengah. Bagi konsumen muslim adanya label halal pada kemasan produk dapat memastikan produk mana saja yang boleh mereka konsumsi, yaitu produk yang memiliki dan mencantumkan label halal pada kemasannya. Konsumen Muslim yang memilih-milih dalam memutuskan untuk mengkonsumsi atau tidak produk-produk tanpa label halal merupakan hak dari konsumen itu sendiri (UUD Nomor 33 tahun 2014).

Dalam pandangan Islam, sertifikasi halal merupakan bagian dari etika bisnis Islam. Sistem ekonomi bisnis dalam pandangan islam mempunyai pengawasan internal atau ketulusan yang ditimbulkan oleh iman didalam hati ummat muslim dan menjadikan pendamping untuknya. Ekonomi syariah bertujuan untuk manusia mencukupi kebutuhan hidupnya yang disyariatkan oleh Allah swt. Manusia membutuhkan hidup dengan pola kehidupan yang agamis sekaligus manusiawi sehingga ia bisa melaksanakan kewajibannya kepada Tuhan, diri dan keluarganya serta sesama manusia (Rivai, 2009). Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Presepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Logo Halal Pada Produk Umkm Di Kota Samarinda. E-ISSN 2685-3000

TINJAUAN PUSTAKA

Presepsi

Persepsi adalah proses pemahaman atau pemberian makna atas suatu informasi terhadap stimulus. Stimulus didapat dari proses penginderaan terhadap objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan antar gejala yang selanjutnya diproses oleh otak. Istilah Persepsi biasanya digunakan untuk mengungkapkan tentang pengalaman terhadap suatu benda ataupun suatu kejadian yang dialami. Persepsi ini didefinisikan sebagai proses yang menggabungkan dan mengorganisir data-data indra kita (pengindraan) untuk dikembangkan sedemikian rupa sehingga kita dapat menyadari di sekeliling kita, termasuk sadar akan diri kita sendiri.

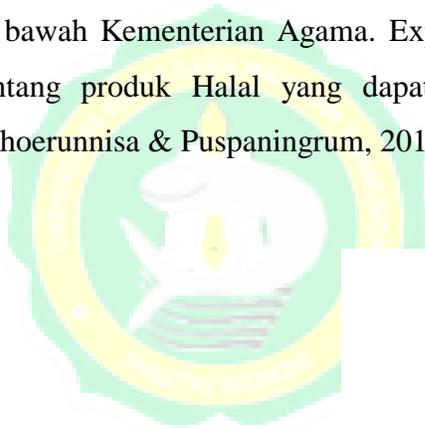
Menurut William James persepsi terbentuk atas dasar data-data yang kita peroleh dari lingkungan yang diserap oleh indra kita, serta sebagian lainnya diperoleh dari pengolahan ingatan (memori) kita (diolah kembali berdasarkan pengalaman yang kita miliki).

Logo Halal

Menurut Isdiana & Susiana (2020) logo halal sebenarnya adalah jaminan kepada konsumen bahwa produk dengan logo halal pada kemasannya berarti makanan tersebut secara hukum "halal". Menurut Mathew dalam Kusumaningtyas (2022:21) logo halal pada makanan merupakan bagian yang umum dan tidak terpisahkan dari kemasan makanan.

Menurut Pasal 10 Nomor 69 Tahun 1999 tentang label dan iklan pangan tersebut, setiap produsen atau penyalur makanan, obat atau kosmetik yang dikemas untuk diperdagangkan di wilayah Indonesia, yang menyatakan bahwa makanan tersebut halal bagi umat Islam, bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan halal atau tertulis pada label dan logo halal yang dikeluarkan oleh MUI (Widyaningrum, 2016).

Pemerintah Indonesia meluncurkan faktor logo halal untuk menyusun strategi di pasar halal. Salah satu strategi yang diterapkan adalah sertifikasi kehalalan pangan oleh LPPOM MUI di bawah Kementerian Agama. Exposure adalah peran produsen untuk memberikan informasi tentang produk Halal yang dapat meningkatkan brand awareness di kalangan konsumen (Khoerunnisa & Puspaningrum, 2016).



Gambar 1
Logo Halal



Sumber : Kemenag.go.id

Logo halal pada produk digunakan sebagai acuan oleh konsumen untuk memastikan kehalalan produk. Logo Halal dikeluarkan oleh LPPOM MUI dan penerapan logo pada kemasan pangan diatur oleh BPOM. Konsumen khususnya muslim mencari logo Halal saat membeli suatu produk. Namun masih ada masyarakat yang belum mengetahui logo Halal LPPOM MUI. Pengetahuan tentang Logo Halal, Bentuk Logo Halal, Fungsi logo halal dan manfaat logo halal penting untuk diketahui oleh masyarakat. Pengetahuan tersebut dapat memberikan dampak positif

bagi masyarakat, masyarakat akan lebih mengenal logo halal resmi MUI, memahami fungsi dan manfaat logo halal tersebut, sehingga masyarakat dapat lebih berhati-hati dalam memilih makanan kemasan.

Usaha Mikro Kecil Menengah

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian nasional. Berdasarkan data Kementerian KUKM, tahun 2020, jumlah UMKM mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07 persen atau senilai Rp8.573,89 triliun. UMKM juga berkontribusi dalam menyerap 97 persen dari total tenaga kerja Indonesia dan mempunyai porsi investasi sebesar 60,4 persen.

Indonesia mempunyai potensi basis ekonomi yang kuat karena jumlah UMKM yang sangat banyak dan daya serap tenaga kerja sangat besar. UMKM juga terbukti kuat dalam menghadapi krisis ekonomi, mempunyai perputaran transaksi yang cepat, menggunakan produksi domestik dan bersentuhan dengan kebutuhan primer masyarakat. Oleh sebab itu, Indonesia harus dapat menjadikan UMKM kuat dan maju sehingga berkontribusi maksimal dalam ekonomi Indonesia dan peningkatan kesejahteraan rakyat. Di samping itu, UMKM juga akan mengurangi kesenjangan sosial atau gini ratio.

Untuk mewujudkan UMKM yang kuat dan maju, pemerintah bersama institusi terkait harus dapat menyelesaikan permasalahan struktural yang dihadapi oleh pelaku UMKM selama ini. Permasalahan dimaksud antara lain kualitas SDM, pendanaan, kualitas dan kontinuitas produk, dan pemasaran UMKM. Permasalahan tersebut harus diselesaikan secara substantif, komprehensif dan sistemik.

UMKM merupakan kekuatan strategis dalam mempercepat pembangunan seperti yang dikemukakan oleh Abdullah Abidin, bahwa UMKM memiliki posisi penting bukan saja dalam penyerapan tenaga kerja dan kesejahteraan masyarakat didaerah, dalam banyak hal mereka menjadi perekat dan menstabilkan masalah kesenjangan sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dikategorikan kedalam penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Disebut jenis penelitian deskriptif karena penelitian ini bermaksud untuk memaparkan secara cermat terhadap gejala-gejala (fenomena) sosial, situasi dan kondisi, atau kejadian-kejadian yang diamati dengan mengembangkan konsep dan berusaha untuk menghimpun fakta-fakta yang nampak namun tidak melakukan pengujian hipotesis. Dalam arti ini pada penelitian sebenarnya

tidak mencari atau menerangkan saling hubungan atau komparasi, sehingga tidak memerlukan hipotesis (Arikunto, 2013:74). Menurut Sekaran dan Bougie (2013:97) studi deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi.

Dalam menentukan informan dalam penelitian ini, penulis menggunakan rancangan non probability sampling dengan teknik yaitu *purposive sampling*. Metode analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan tiga macam kegiatan yaitu kondensasi data (*data condensation*), menyajikan data (*data display*), dan menarik simpulan atau verifikasi (*conclusion drawing and verification*). Kondensasi data merujuk pada proses pemilihan (*selecting*), pengerucutan (*focusing*), penyederhanaan (*simplyfying*), peringkasan (*abstracting*), dan transformasi data (*transforming*).

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada tanggal 15 Maret 1962, John F. Kennedy (Presiden Amerika Serikat) memperkenalkan hak-hak dasar konsumen melalui pidato kenegaraan berjudul “A special Message for the Protection of Consumer Interest”. Berdasarkan pada ini, masyarakat dunia kemudian mengenal empat hak dasar konsumen yang kini dikenal dengan sebutan *product warranty* atau *product liability*, yaitu (1) hak untuk mendapatkan produk yang aman; (2) hak untuk mendapatkan informasi tentang produk yang digunakan; (3) hak untuk memilih barang dengan jelas dan teliti; dan (4) hak untuk didengar sebagai konsumen.

Sebagai konsumen, maka setiap muslim memiliki hak-hak dasar tersebut, khususnya terkait kehalalan suatu produk. Terminologi halal merupakan bagian dari kewajiban yang harus dipatuhi bagi setiap pemeluk agama Islam. Oleh karena itu, sudah sepatutnya Pemerintah Republik Indonesia melegalisasi Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Pada Pasal 4 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH disebutkan bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal.

Pelaku usaha wajib melakukan sertifikasi selambat-lambatnya 17 Oktober 2019 sebagaimana ketentuan Pasal 67 UU JPH. Rentang waktu sosialisasi selama lima tahun (2014-2018) diharapkan dapat menumbuhkan persepsi positif atas implementasi UU JPH. Diharapkan, mulai 2019 produk yang beredar di tengah masyarakat sudah sepenuhnya bersertifikat halal. Sehingga, konsumen tidak lagi was-was dan khawatir atas kehalalan suatu produk. Konsumen, cukup dengan melihat ada tidaknya logo halal pada kemasan. Jika telah ada logo halal, maka produk tersebut dijamin halal. Namun jika tidak ada logo halalnya, maka terdapat dua kemungkinan, (1) produk tersebut tidak lolos sertifikasi; (2) produk tersebut belum

mengajukan sertifikasi. Namun terkadang terdapat beberapa kesalahan persepsi terkait kehalalan suatu produk. Diantara akan dipaparkan seperti dibawah ini

Bahan Utama Halal tidak Menjamin Kehalalan Produk, Produk herbal yang berasal dari bahan alam biasanya diklaim sebagai produk halal. Begitu juga dengan produk yang tidak mengandung bahan baku dari babi dan alkohol juga langsung diartikan halal. Secara garis besar memang bisa dikatakan demikian, namun bisa jadi selama proses pengolahannya terbentuk alkohol yang bisa menjadikan produk tersebut menjadi tidak halal.

Contohnya seperti Angciu (dikenal masyarakat sebagai Arak Cina). Angciu memang terbuat dari bahan dasar beras ketan yang halal. Namun bahan tersebut kemudian difermentasi sehingga pada akhirnya mengandung alkohol sekitar 15%. Tingginya kandungan alkohol inilah yang menyebabkan tidak halalnya angciu. Oleh karena itu, sertifikasi halal tetap diperlukan walaupun produk tersebut berasal dari bahan baku herbal atau nabati.

Varian Halal tidak Menjamin Keseluruhan Produk juga Halal, Brand produk tertentu biasanya memiliki banyak varian. Jika salah satu varian telah memiliki sertifikat halal, bukan berarti semua produk yang berada pada brand tersebut juga sudah halal. Misalnya pada bakery; roti yang dijual telah bersertifikat halal sementara cake yang dijual masih mengandung alkohol dan rhum. Kondisi seperti ini tidak bisa dikatakan bahwa brand bakery tersebut adalah halal. Konsumen harus tetap waspada dan mengecek setiap varian produk yang dibelinya.

“Zero Alkohol” pasti halal, Produk minuman atau makanan yang tertuliskan “zero alkohol” belum bisa dipastikan bahwa produk tersebut halal. Misalnya pada tahun 2008 lalu, salah satu produsen minuman keras memproduksi minuman non alkohol yang diberi nama Cham'alal bagi orang muslim yang ingin merasakan sensasi sampanye. Walaupun zero alkohol, namun Majelis Ulama Indonesia tidak bisa memberikan sertifikat halal bagi produk yang memiliki nama menyerupai yang haram. Begitu pula bagi produk lain yang mengklaim dirinya zero alkohol namun sebenarnya belum tentu halal. Kehalalan produk makanan dan minuman tidak hanya karena terbebas dari alkohol namun juga harus terbebas dari bahan non halal lainnya. Konsumen juga harus selalu mengecek komposisi yang lain, seperti ada tidaknya porcine, swine, pork atau boar yang merupakan istilah lain untuk daging babi.

Kosmetik Halal belum Tentu Sah untuk Berwudhu, Kosmetik halal berarti yang diharamkan adalah produknya, dalam arti kosmetik tersebut tidak tercampur bahan dari babi dsb. Secara produk, bisa saja produk ini sudah tersertifikasi halal namun tidak menghilangkan sifat produknya. Misalnya maskara dan kutek halal yang bersifat waterproof. Dua produk ini aman dan halal untuk digunakan, namun tetap saja

ketika berwudhu harus dihilangkan terlebih dahulu agar air wudhu bisa langsung bersentuhan dengan kulit. Hal ini perlu diperhatikan karena terkadang konsumen beranggapan bahwa ketika kosmetik tersebut memiliki logo halal, maka boleh digunakan kapanpun termasuk saat berwudhu.

Kode E pada makanan = Babi, Kode E (E-codes) pernah diasumsikan sebagai kode untuk bahan tambahan makanan (BTM) yang berasal dari babi. Hal ini mulai marak ketika beredar berita di media sosial bahwa terdapat suatu produk makanan yang mencantumkan kode E pada kemasan komposisi dan diduga mengandung lemak babi.

Sebenarnya E merupakan singkatan dari “Europe”. Menurut UK Food Standar Agency, kode E merupakan kode untuk bahan tambahan/aditif makanan yang telah dikaji oleh Uni Eropa. Bahan aditif yang digunakan sebagai pengemulsi, pewarna, pengawet, pengasam, dsb. Sebagai contohnya; kode E100-E199 merupakan kode untuk pewarna makanan sedangkan E200-E299 merupakan kode pengawet makanan. Jadi, produk yang dalam komposisi nya terdapat kode E bukan berarti produk tersebut haram. Namun status kehalalannya tetap tergantung pada bahan baku dan proses produksi.

Menjelang tahun 2019, dimana semua produk yang beredar di Indonesia harus memiliki sertifikat halal, maka diharapkan masyarakat juga memahami arti dari logo tersebut. Sehingga tidak lagi ditemui kesalahan persepsi yang dapat menimbulkan ketidaksengajaan dalam memakai atau mengonsumsi yang tidak halal.

Menurut para ahli di LPPOM MUI bahwa kriteria kehalalan pangan yang ditentukan oleh para ahli LPPOM MUI bersifat umum dan sangat berkaitan dengan masalah teknis pemeriksaan. Melalui auditor halal, pangan yang akan diperiksa harus melalui proses yang telah ditetapkan sesuai Standar Operasional Prosedur (SOP) yang telah disahkan. Seorang auditor harus memeriksa suatu makanan, selalu berdasarkan standar yang ada, mulai dari bahan baku yang digunakan, bahan tambahan, bahan penolong,

proses produksi dan jenis kemasan. Pencarian bahan-bahan tersebut tidak hanya berasal dari babi atau bukan, tetapi juga meliputi cara penyembelihan, cara penyimpanan dan cara produksi. Kalaupun ditemukan saat auditor memeriksa produk yang akan diperiksa status kehalalannya, bahkan benda atau hewan peliharaan yang ditemukan di sana juga menjadi pertimbangan auditor untuk memutuskan kehalalan produk tersebut. Adapun yang berkaitan dengan pantangan makanan haram dalam Islam terbagi menjadi makanan hewani segar; Ada tiga kelompok bahan pangan hewani segar yang najis, yaitu bagian yang dapat dimakan (terutama daging dan lemak) dari babi, bangkai, dan hewan yang tidak disembelih menurut syariat Islam. . bahan makanan hewan olahan; Produk hewani olahan (selain ikan, telur dan susu olahan), dapat dalam bentuk lain seperti: sosis, daging kaleng (corned beef), salami, meat loaf, steak, dan dendeng. Artinya

kehalalan produk olahan tidak hanya bergantung pada bahan utama (daging), tetapi juga sangat bergantung pada bahan tambahan yang digunakan dalam pembuatan produk olahan. c. hasil samping hewan potong; berupa darah, kulit, tulang, sisa daging dan turunannya

Produk halal adalah produk yang tidak mengandung unsur apapun atau barang haram di dalamnya proses pembuatannya, dan dilarang untuk dikonsumsi oleh umat Islam, baik yang berkaitan dengan bahan baku, bahan pelengkap, bahan penolong lainnya termasuk bahan produksi yang diproses melalui rekayasa genetika maupun proses penyinaran yang diproses menurut syariat. Islam dan dapat memberikan manfaat lebih dari mudharat (efek). Dalam undang-undang jaminan produk halal nomor 33 tahun 2014 pengertian produk halal disebutkan: “Produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariah Islam.” Sesuai dengan aturan yang berlaku di Indonesia, maka tolok ukur kehalalan suatu produk dikembalikan kepada prinsip-prinsip dalam hukum Islam. seperti yang dijelaskan di atas. Jika melihat hukum dasar “halal” dalam Islam bukan “label halal” karena label halal baru muncul di zaman modern ini. Dahulu yang menentukan kehalalan suatu produk adalah dari bahan baku yang dibuat, dan proses yang juga sesuai dengan syariah. pengertian bahwa makanan tersebut tidak mengandung khamar, tidak najis, dan tidak menggunakan ramuan tambahan yang diharamkan, baik yang jelas tidak jelas, maupun yang masih diragukan. Jadi jika kita melihat kebiasaan sebelumnya, asalkan dimasak oleh umat Islam,

Dari uraian di atas dapat dipahami bahwa ada beberapa tingkatan hukum sertifikasi halal. Namun jika dilihat dari kondisi Kota Samarinda, dan juga kesadaran konsumen muslim Samarinda. Dapat disimpulkan bahwa hukum sertifikasi halal di Samarinda merupakan tahapan haji, karena mayoritas penduduk Kota Samarinda beragama Islam. Dan masalah yang berkaitan dengan penyalahgunaan yang menyebabkan konsumen bertahan masih belum pada tingkat darurat. Hanya saja konsumen akan kesulitan menemukan restoran yang bersertifikat halal, apalagi makanan yang dijual di pinggir jalan, pedagang kaki lima. Begitu juga dengan rumah makan tradisional, maka hukum sertifikasi halal di Samarinda adalah sunnah karena kebutuhan konsumen muslim yang sudah mulai menyadari pentingnya sertifikasi halal. Dan untuk memenuhi keamanan dan keselamatan produk yang dikonsumsi umat Islam.

KESIMPULAN

Setelah meneliti, mengkaji dan mengkaji lebih dalam lagi tentang kesadaran hukum konsumen muslim akan pentingnya produk bersertifikat halal di Kota Samarinda, maka menghasilkan temuan dan kesimpulan yaitu: Pentingnya Produk Bersertifikat Halal di Samarinda. Dari hasil penelitian dengan observasi, kuisisioner dan wawancara menyatakan sangat penting

penerapan sertifikasi halal di Kota Samarinda. Kajian untuk mewujudkan kepastian produk halal untuk masyarakat muslim.

KUTIPAN DAN REFERENSI

- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Astuti, R., & Febrianty, H. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pasar Modern: Studi Kasus Pada Indomaret Di Kecamatan Medan Denai Kota Medan*. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 1(1), 35–42.
- Awan, H. M., Siddiquei, A. N., & Haider, Z. (2015). Factors affecting Halal purchase intention—evidence from Pakistan’s Halal food sector. *Management Research Review*, 38(6), 640-660.
- Hapsari, D. R., Kusumaningrum, I., Aminah, S., & Puspitasari, S. D. (2019). Studi Kasus Pengaruh Logo Halal dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian Bakso Sapi di Ciawi-Bogor. *Jurnal Agroindustri Halal*, 5(2), 196-203.
- Imamuddin, M., & Dantes, R. (2020). Pengaruh Label Halal Dimoderasi Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kemasan oleh Mahasiswa PTKIN Se-Sumatera Barat. *KABILAH: Journal of Social Community*, 5(1), 14-25.
- Isdiana, F., & Susiana. (2020). Pengaruh Labelisasi Halal dan Komposisi Bahan Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Kerupuk Cabe Mai Satun pada Masyarakat Muslim Kota Dumai. *JURNAL AL-HISBAH*, 1(2), 25-38.
- Izzuddin, A. (2018). Pengaruh label halal, kesadaran halal dan bahan makanan terhadap minat beli makanan kuliner. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 100-114.
- Ningrum, A. K. (2015). *Pengetahuan Label Kemasan Pangan*. Penerbit Gunung Samudera [Grup Penerbit PT. Book Mart Indonesia].
- Riyanto, A. Anwar, AN. Aidil, NR (2023). Sosialisasi Penerapan Tata Kelola Usaha Berbasis UMKM Pada Sektor Usaha Kecil. *Jurnal Dharmagama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 32-33