

**PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KESADARAN HALAL
TERHADAP MINAT BELI PADA UMKM DI WISATA RELIGI
GUNUNGPRING**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Alma Ata
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
(S1)

Disusun Oleh :

Miftakhul Janah

NIM 212200329

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ALMA ATA
YOGYAKARTA**

2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal dan kesadaran halal terhadap minat beli konsumen UMKM oleh-oleh makanan di sekitar wisata religi Gunungpring. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner, melibatkan 100 responden yang pernah membeli atau mengonsumsi oleh-oleh makanan produk UMKM di sekitar wisata religi Gunungpring. Analisis data dilakukan menggunakan *Software SPSS* dengan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, uji T dan Uji R². Hasil menunjukkan bahwa kedua variabel independen berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen UMKM oleh-oleh makanan.

Kata Kunci : Sertifikasi Halal, kesadaran halal, minat beli

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of halal certification and halal awareness on consumer purchasing interest in UMKM food souvenir products around the Gunungpring religious tourism area. This research employs a quantitative method using a questionnaire, involving 100 respondents who have purchased or consumed food souvenirs produced by UMKM in the vicinity of Gunungpring. Data analysis was conducted using SPSS software, including tests for validity, reliability, classical assumptions, multiple linear regression, t-test, and R^2 test. The results indicate that both independent variables have a positive influence on consumer purchasing interest in UMKM food souvenir products.

Keywords: Halal certification, halal awareness, purchasing interest

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi seperti saat ini, konsumen sudah semakin cerdas dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi, salah satunya terkait kehalalan. Menurut data World Population Review, Indonesia sebagai negara yang meduduki posisi pertama dengan penduduk Muslim terbanyak melampaui Pakistan. Jumlah penduduk Muslim Indonesia berkisar 242,7 juta jiwa, sedangkan Pakitan berkisar 240, 76 jiwa (CNBC Indonesia, 2025).

10 Negara dengan Populasi Penganut Agama Islam Terbanyak 2025

Negara	Populasi Muslim	Total Populasi	% Populasi Muslim	% Populasi Muslim Global
Indonesia	242,700,000	275,000,000	88.3	12.3
Pakistan	240,760,000	249,600,000	96.5	12.2
India	200,000,000	1,370,000,000	14.6	10.1
Bangladesh	150,800,000	165,200,000	91.3	7.6
Nigeria	97,000,000	200,000,000	48.5	4.9
Egypt	90,000,000	95,000,000	94.7	4.6
Turkey	84,400,000	86,000,000	98.1	4.3
Iran	82,500,000	83,000,000	99.4	4.2
China	50,000,000	1,390,000,000	3.6	2.5
Algeria	43,737,096	44,178,884	99.0	2.2

Source: World Population Review • [Get the data](#) • Created with [Datawrapper](#)

Gambar 1.1 Data Negara Berpenduduk Muslim Terbesar di Dunia

Indonesia, sebagai negara dengan penduduk Muslim yang banyak, menjadi kebutuhan produk-produk halal menjadi sesuatu yang penting dan tidak boleh dikesampingkan. Di dalam agama Islam, pemeluknya diwajibkan

mengonsumsi makanan dan minuman yang halal. Dalam hal ini halal berarti diijinkan oleh syariat.

Kehalalan sebuah produk dapat dilihat jika memenuhi syarat sebagaimana yang ada dalam agama Islam, yakni: (1) Tidak mengandung babi, dan hal yang berasal dari babi; (2) Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan oleh agama, seperti darah, kotoran, organ manusia, dan ssemacamnya; (3) semua bahan berasal dari hewan yang disembelih sesuai dengan tuntunan syariat; (4) semua tempat yang berkaitan dengan pengolahan, penyimpanan, penjualan, dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi dan bahan-bahan yang diharamkan oleh syariat Islam. Kemudian semua makanan dan minuman yang di dalamnya tidak terkandung khamar. Allah sudah menegaskan melalui ayat al-Qur'an yang artinya : *Katakanlah, "Tidak kudapati di dalam apa yang diwahyukan kepadaku, sesuatu yang diharamkan memakannya bagi yang ingin memakannya, kecuali daging hewan yang mati (bangkai), darah yang mengalir, daging babi – karena semua itu kotor atau hewan yang disembelih bukan atas (nama) Allah. Tetapi barangsiapa terpaksa bukan karena menginginkan dan tidak melebihi (batas darurat) maka sungguh, Tuhanmu Maha Pengampun, Maha Penyayang (Q.S: Al'An'am:145)*

Makanan halal saat ini adalah sektor yang memberikan peluang baru untuk meningkatkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi. Kesempatan ini tidak hanya menjadi angin segar bagi negara-negara yang memiliki

populasi penduduk Muslim yang banyak, tetapi juga bagi negara-negara yang memiliki populasi penduduk yang kecil. Oleh karena itu, pemerintah mengambil langkah sebagai upaya untuk mengembangkan industri makanan dan minuman halal di negara ini, dengan tujuan untuk mendorong pertumbuhan sektor ini. Sangat penting untuk memahami tentang industri halal, yang dapat dicapai dengan terlebih dahulu mempelajari cara implementasi sertifikasi dan jaminan produk halal (Ummah et al., 2023). Sertifikasi halal ini menjadi penting, sebab merupakan jaminan keamanan bagi penduduk Muslim dalam mengonsumsi produk halal. Bukti bahwa produk tersebut halal adalah dengan tercantumnya logi halal di kemasan produk sertifikasi halal merupakan sebuah jaminan keamanan bagi umat muslim untuk dapat mengonsumsi suatu produk. Sertifikasi halal sendiri bukan hanya sebagai simbol legalitas, tetapi juga sebagai daya tarik konsumen yang memperhatikan aspek kehalalan (Hartini et al., 2024). Sebuah produk yang telah mendapatkan sertifikat halal dipastikan bahwa produk tersebut baik dan aman untuk dikonsumsi (Fitri et al., 2024).

Kesadaran terhadap kehalalan merujuk pada pemahaman dan perhatian seseorang akan aspek kehalalan sebuah produk yang mereka konsumsi (Nupuspitasari et al., 2022). Dalam konteks penduduk Muslim, kesadaran akan kehalalan ini sangat penting sebab berkaitan langsung dengan kepatuhan seseorang terhadap ajaran agama. Produk yang memiliki sertifikat halal bukan hanya terjamin dalam hal terpenuhinya syarat-syarat tertentu dalam produksi, tetapi juga memberikan jaminan akan keamanan

dan kesesuaian dengan syariat-syariat Islam. Indonesia dengan penduduk muslimnya sangat banyak, mengalami peningkatan kesadaran akan pentingnya produk halal. Menurut hasil survei Majelis Ulama Indonesia (MUI) menunjukkan bahwa sekitar 90% penduduk Muslim Indonesia memilih produk yang berlabel halal (MUI, 2022). Di samping itu, produk yang memiliki sertifikasi halal tidak hanya menunjukkan kehalalannya, tetapi juga memastikan kebersihan, keamanan, dan kualitasnya (Kamal et al., 2023).

Pemahaman yang terus meningkat tentang agama membawa dampak pada semakin selektifnya masyarakat Muslim dalam hal minal beli. Minat beli adalah keinginan atau kecenderungan konsumen untuk membeli sebuah jasa atau produk. Ini adalah langkah awal dari proses pembelian di mana konsumen memiliki ketertarikan dan mempertimbangkan untuk membeli sebuah prduk atau jasa. Hal ini disebabkan oleh naiknya kesadaran konsumen terkait pentingnya jaminan halal dalam memilih sebuah produk. Kecenderungan memilih produk yang berlabel halal karena konsumen merasa aman dalam mengonsumsinya (MUI, 2022). Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk berlabel halal lebih banyak diminati, sehingga daya saing di pasar dapat meningkat (Muntholip et al., 2025).

Salah satu daerah yang memiliki keanekaragaman budaya dan potensi ekonomi yang tidak kecil adalah Kabupaten Magelang, Provinsi Jawa Tengah. Potensi ekonomi tersebut dapat dilihat dibidang pariwisata,

khususnya wisata religi. Salah satu destinasi yang ramai pengunjung dan menarik perhatian banyak orang adalah Gunungpring, yang dikenal sebagai tempat wisata religi dan ziarah makam aulia' bagi masyarakat Muslim. Gunungpring sendiri menjadi daerah wisata religi sebab di desa tersebut terdapat makam Aulia Gunungpring. Di bukit Gunungpring terdapat berbagai makam, diantaranya makam Kyai Raden Santri (seorang tokoh yang memiliki jasa besar dalam pengajaran agama Islam di wilayah Karesidenan Kedu), KH. Dalhar Watungcongol (seorang tokoh ulama besar, pendiri PP Darussalam, watungcongol, Muntilan, Magelang), Kiyai Jogorekso dan Kiyai Krapyak III. Gunungpring tidak pernah sepi peziarah. Peziarah datang dari berbagai daerah. Keberadaan objek wisata ini menjadi peluang besar bagi penduduk setempat dalam menawarkan produk-produk yang diminati pengunjung, sebagai contoh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) oleh-oleh makanan.

Pemilihan kawasan Gunungpring sebagai lokasi penelitian tidak dilakukan tanpa alasan. Gunungpring merupakan salah satu destinasi wisata religi unggulan di Kabupaten Magelang yang setiap tahunnya dikunjungi oleh ribuan peziarah dari berbagai daerah (Hirawati et al., 2022). Selain itu, karakteristik unik dari kawasan ini adalah adanya kombinasi antara lingkungan pesantren, situs makam tokoh agama, dan keberadaan UMKM oleh-oleh makanan.

Keunikan Gunungpring juga terletak pada tingkat religiusitas masyarakatnya yang tinggi, serta interaksi langsung antara konsumen Muslim dan produk oleh-oleh UMKM lokal yang sebagian besar belum bersertifikasi halal. Di lokasi ini, para pelaku UMKM memperjualbelikan berbagai makanan khas di sepanjang jalan hingga anak tangga menuju kompleks makam, yang menciptakan pengalaman belanja yang erat dengan kegiatan ziarah. Ini memberikan landasan kontekstual dan ilmiah yang kuat untuk meneliti pengaruh sertifikasi halal dan kesadaran halal terhadap minat beli, karena kawasan ini menjadi titik temu antara nilai keagamaan dan perilaku ekonomi konsumen Muslim. Dengan kata lain, Gunungpring mencerminkan fenomena sosial-ekonomi yang relevan dan signifikan untuk dikaji dari perspektif ekonomi syariah.

UMKM adalah salah satu kegiatan produktif yang kepemilikannya ada yang individu maupun lembaga yang memiliki beberapa karyawan, skala omzet yang relatif kecil serta umumnya dibangun dengan modal yang terbatas. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah bagian penting yang berperan besar dalam ekonomi Indonesia. UMKM tidak hanya berfungsi untuk menciptakan peluang kerja, tetapi juga berperan dalam menurunkan tingkat kemiskinan (Surani et al., 2025). Melihat pelaku UMKM yang berjualan Melihat pelaku UMKM yang berjualan berbagai oleh-oleh disekitar wisata religi Gunungpring adalah orang muslim, begitupun dengan pembelinya. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH), pada pasal 4 berbunyi “Produk yang

masuk, beredar, dan diperdagangkan di Indonesia wajib bersertifikat halal”. Undang-undang ini berlaku bagi produk UMKM yang terus mengalami perkembangan di pasaran. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya sertifikasi halal bagi para produsen sebagai wujud kepatuhan terhadap aturan yang ditetapkan oleh negara (Afifah et al., 2025). Produk yang memiliki sertifikat halal tidak hanya menunjukkan aspek legalitas, tetapi juga memberi jaminan kepada konsumen terkait keamanan produk dan kesesuaiannya dengan syariat Islam (Zulfa et al., 2023). Namun, di tengah meningkatnya minat terhadap produk halal, masih ada beberapa masalah yang muncul di lapangan. Salah satu di antaranya adalah kurangnya perhatian dari sebagian konsumen terhadap label halal dan bahan-bahan yang terdapat dalam makanan yang mereka konsumsi (Nika et al., 2025). Berdasarkan survei lapangan terdapat dua macam UMKM oleh-oleh makanan disekitar wisata religi Gunungpring yang sudah bersertifikasi halal yaitu wajik ibu Jayariyah dan rengginang Eko. Dengan mengetahui pengaruh sertifikasi halal dan kesadaran halal terhadap minat beli konsumen UMKM oleh-oleh makanan disekitar wisata religi Gunungpring dapat meningkatkan penjualan produk dan mendorong konsumen agar lebih sadar terhadap pentingnya konsumsi produk halal.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terfokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksudkan, maka skripsi ini membahas ruang lingkup penelitian

pada UMKM oleh-oleh makanan bersertifikasi halal yang ada di sekitar wisata religi Gunungpring.

C. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Efektivitas Sertifikasi Halal: Masih belum diketahui dengan pasti sejauh mana sertifikasi halal yang dimiliki oleh UMKM oleh-oleh yang ada di sekitar wisata religi Gunungpring dapat memengaruhi minat beli konsumen.
2. Tingkat Kesadaran terkait kehalalan produk: Kesadaran konsumen terkait pentingnya kehalalan produk belum begitu terukur, karena itu perlu ditinjau lebih jauh pengaruhnya terhadap minat beli konsumen UMKM oleh-oleh makanan yang ada di sekitar wilayah religi Gunungpring.
3. Pengaruh Terhadap Minat Beli: Belum diketaui secara jelas apakah ada pengaruh yang signifikan sertifikasi halal dan kesadaran halal bersamaan memiliki pengaruh yang beggitu signifikan terhadap minat beli konsumen terhdap UMKM oleh-oleh makanan yang ada disekitar wisata relingi Gunungpring.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh sertifikasi halal terhadap minat beli konsumen UMKM oleh-oleh makanan di sekitar wisata religi Gunungpring?

2. Bagaimana pengaruh kesadaran halal terhadap minat beli konsumen UMKM oleh-oleh makanan di sekitar wisata religi Gunungpring?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal terhadap terhadap minat beli konsumen UMKM oleh-oleh makanan di sekitar wisata religi Gunungpring
2. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran halal konsumen terhadap minat beli UMKM oleh-oleh makanan di sekitar wisata religi Gunungpring

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah, dan tujuan dari penelitian yang sudah disajikan, adapun manfaat pada penelitian ini, yakni:

1. Bagi Pelaku Usaha: Memberikan pengetahuan terkait pentingnya sertifikasi halal dan kesadaran halal untuk menarik minat beli konsumen. Hasil penelitiann ini dapat menjadi rujukan bagi pelaku usaha dalam meningkatkan strategi kualitas UMKM oleh-oleh yang diproduksi.
2. Bagi Konsumen: Membantu konsumen untuk lebih paham tentang pentingnya memiliki produk yang bersertifikat halal dan meningkatkan kesadaran tentang pentingnya membeli produk yang sudah terjamin kehalalannya.
3. Bagi Pembuat Kebijakan: Menjadi bahan rujukan bagi pemerintah dan lembaga terkait dalam membuat kebijakan yang menunjang

pengembangan industri makanan dan minuman halal, termasuk yang berkaitan dengan sertifikasi dan edukasi tentang kehalalan produk.

4. Bagi Akademisi dan Peneliti: Menambah wawasan dan pengetahuan di bidang studi halal, perilaku konsumen, dan pemasaran. Hasil penelitian ini dapat menjadi pegangan dan rujukan bagi penelitian lebih lanjut.
5. Bagi Pengembangan Ekonomi Lokal: Memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan dan perkembangan produk lokal di daerah wisata religi seperti Gunungpring.

Daftar Pustaka

- Adinda, R. F., & Ummah, C. (2023). Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 11(1), 45–56.
- Afifah, N., Kamal, A. H., Sujono, R. I., & Yunadi, A. (2025). Pengaruh Sertifikasi Halal Self Declare, Branding, Kreativitas Produk terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner di Teras Malioboro Yogyakarta.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alfiyani, N., Rahmawati, I., & Sari, D. P. (2024). Kesadaran Halal Konsumen Muslim di Era Global. *Jurnal Ekonomi dan Syariah*, 13(2), 66–73.
- Anjani, R., Wahyuni, E., & Zuhri, A. (2023). Implementasi BPJPH dan Peran MUI dalam Sertifikasi Halal. *Jurnal Hukum Islam dan Sosial*, 9(1), 31–42.
- Ar Rehla. (n.d.). *Profil Desa Wisata Religi Gunungpring*. Arrehla.id. Diakses pada 6 Juli 2025, dari <https://arrehla.id/desa-wisata-gunungpring>
- Chasanah, U., & Muzammil, A. (2024). Perubahan Regulasi Sertifikasi Halal Pasca BPJPH. *Jurnal Hukum Islam*, 15(1), 12–25.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitri, A., Azizah, N., Yunadi, A., Salam, A., Ismiati, B., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2024). The Effect of Halal Price Label Product Quality and Halal

- Knowledge on Muslim Consumer Preference in Purchasing Scarlett Whitening Body Lotion. *CITIZEN: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 4(1), 25–35. <https://doi.org/10.53866/jimi.v4i1.524>
- Hartini, S., Pramono, H., & Suwondo, A. (2024). Implikasi Sertifikat Halal dalam Manajemen Bisnis Industri Makanan dan Minuman. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Halal*, 6(1), 15–28.
- Hirawati, D., Sari, N. P., & Ramadhani, A. (2022). Pengaruh Label Halal dan Religiusitas terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Makanan. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 10(1), 55–65.
- Inayah, R. (2020). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kamal, A. H., Wiyandi, W., & Wibowo, A. (2023). Keputusan Pembelian Produk Halal di Kalangan Wanita Muslim: Bukti dari Indonesia. [*Jurnal Tidak Dicantumkan*], 8(3), 309–321.
- Lada, S., Tanakinjal, G. H., & Amin, H. (2009). Predicting intention to choose halal products using theory of reasoned action. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2(1), 66–76. <https://doi.org/10.1108/17538390910946276>
- Mahfuzah, S., Nurul, H., & Khasanah, A. (2023). Urgensi Kesadaran Halal dalam Perilaku Konsumen Muslim. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 77–85.
- Mukhtar, A., & Butt, M. M. (2012). Intention to choose Halal products: The role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, 3(2), 108–120. <https://doi.org/10.1108/17590831211232519>

- Muntholip, H., Prasetyo, A., & Khairunnisa, R. (2025). Sertifikasi Halal dan Daya Saing UMKM di Indonesia: Studi Systematic Literature Review. *Jurnal UMKM Halal Indonesia*, 9(1), 18–34.
- Muzhiroh, L. (2020). Teknik Pengambilan Sampel dalam Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 5(2), 101–110.
- Nika, D., Kamal, A. H., Wibowo, F., & Yunadi, A. (2025). Pengaruh Literasi Halal, Sertifikasi Halal, Ingredients, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *[Jurnal Tidak Dicantumkan]*, 2.
- Nupuspitasari, S., Fitriani, D., & Wulandari, R. (2022). Pengaruh Kesadaran Halal, Label Halal, dan Bahan Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Jurnal Konsumen Halal*, 4(1), 43–53.
- Nur Indriantoro, & Supomo, B. (1999). *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Nurjanah, A., & Budiati, T. (2019). Teknik Penentuan Sampel Menggunakan Rumus Cochran. *Jurnal Statistika dan Metodologi Penelitian*, 8(1), 22–30.
- Nursyawal, A., Listyaningrum, R., & Mae, F. (2021). Analisis Pengaruh Label Halal dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen Muslim. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(2), 120–130.
- Purnomo, A., Widodo, R., & Susanti, M. (2023). Minat Beli Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ekonomi Konsumen*, 5(2), 75–84.
- Rofiq, A. (2020). Peran BPJPH dalam Regulasi Sertifikasi Halal di Indonesia. *Jurnal Hukum Islam Indonesia*, 2(1), 20–29.

- Salsabila, L. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif: Pengantar dan Aplikasi SPSS*. Surabaya: UB Press.
- Sayekti, T. (2023). Mekanisme Sertifikasi Halal di Indonesia dan Peran Pemerintah. *Jurnal Regulasi dan Kebijakan Halal*, 6(2), 33–47.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Consumer Behavior* (10th ed.). Pearson Education.
- Soebahar, A., Mubarak, R., & Akbar, N. (2021). Model Teori Perilaku Konsumen Muslim. *Jurnal Psikologi Islam*, 12(3), 92–104.
- Sugiyono. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulastri, I. (2023). Peningkatan Kesadaran Halal dan Dampaknya pada Industri Makanan Global. *Jurnal Global Halal Studies*, 4(1), 58–66.
- Suparto, H., Wulandari, S., & Zaki, F. (2024). Reformasi Lembaga Sertifikasi Halal di Era BPJPH. *Jurnal Syariah dan Regulasi*, 5(1), 40–55.
- Surani, B., Al Haq Kamal, Febrian Wahyu Wibowo, & Baiq Ismiati. (2025). Pengaruh Sertifikat Halal, Kualitas Produk dan Variasi Produk terhadap Volume Penjualan UMKM Bakpia di Kota Yogyakarta. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 4(3), 3846–3858.
<https://doi.org/10.56799/peshum.v4i3.8206>
- Zahroh, L. (2021). Jaminan Produk Halal dan Tanggung Jawab BPJPH. *Jurnal Legislasi Islam*, 3(2), 12–21.

Zulfa, N., Wahyuni, E., & Hasanah, F. (2023). Sertifikasi Halal dan Implikasinya bagi UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Halal*, 7(2), 45–56.