

# **HALAL DAN SEKTOR PARIWISATA RELIGI: ANALISIS KRITIS TERHADAP SERTIFIKASI, KOLABORASI, DAN DAMPAK EKONOMI DI INDONESIA**

E.A. Chuzaemi Abidin, Program Doktor Studi Islam Universitas Islam Darul 'Ulum Lamongan, e-mail: [Chuzaemi@gmail.com](mailto:Chuzaemi@gmail.com)

Nur Syam, Program Doktor Studi Islam Universitas Islam Darul 'Ulum Lamongan, e-mail: [nursyam@uinsa.ac.id](mailto:nursyam@uinsa.ac.id)

doi: <https://doi.org/10.24843/KS.2025.v13.i12.p19>

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis integrasi industri halal dengan sektor pariwisata religi di Indonesia, dengan fokus pada peran sertifikasi halal, kolaborasi antar-pemangku kepentingan, serta dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi inklusif, terutama pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Melalui kajian pusat, penelitian ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal berfungsi sebagai instrumen utama dalam membangun kepercayaan konsumen, memperluas akses pasar, dan meningkatkan daya saing produk, baik di pasar domestik maupun global. Namun, implementasi integrasi ini masih menemukan tantangan besar, seperti rendahnya literasi halal, biaya sertifikasi yang tinggi, keterbatasan infrastruktur pendukung, dan koordinasi yang belum optimal antara pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat. Demikian juga studi ini menyoroti pentingnya pendekatan berbasis kearifan lokal dan digitalisasi dalam memperkuat ekosistem halal. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan analisis tematik, penelitian ini menyimpulkan bahwa penguatan kebijakan, peningkatan edukasi, dan sinergi antar-pihak merupakan faktor krusial untuk memaksimalkan potensi industri halal sebagai penggerak ekonomi inklusif dan berkelanjutan di Indonesia.

**Kata Kunci:** : Industri Halal, Pariwisata Religi, Sertifikasi Halal, Ekonomi Inklusif, Kolaborasi, Kearifan Lokal.

## **ABSTRACT**

*This study examines the integration of the halal industry with the religious tourism sector in Indonesia, focusing on the role of halal certification, multi-stakeholder collaboration, and its implications for inclusive economic growth, particularly for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). Drawing on a systematic literature review, the findings indicate that halal certification functions as a critical mechanism for enhancing consumer trust, expanding market access, and improving product competitiveness in both domestic and international markets. Despite its potential, the integration process faces substantial challenges, including limited halal literacy, high certification costs, inadequate supporting infrastructure, and weak coordination among government institutions, industry actors, and local communities. Moreover, this study underscores the significance of local wisdom-based approaches and digitalization in strengthening the halal ecosystem. Employing a qualitative research design with thematic analysis, the study concludes that policy reinforcement, capacity-building initiatives, and strengthened cross-sectoral synergy are essential to optimize the role of the halal industry as a catalyst for inclusive and sustainable economic development in Indonesia.*

**Key Words:** Halal Industry, Religion Tourism, Halal Certificate, Collaboration, Inclusive Economy, Local Pride

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Industri halal telah berkembang menjadi fenomena global yang mencakup berbagai sektor, mulai dari makanan, minuman, fashion, farmasi, hingga pariwisata. Di Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, industri halal tidak hanya memenuhi kebutuhan religius, tetapi juga menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi yang signifikan.<sup>1</sup> Potensi pasar halal Indonesia diperkirakan mencapai USD 218,8 miliar, menjadikannya salah satu yang terbesar di dunia.<sup>2</sup> Pengembangan industri halal di Indonesia memiliki landasan hukum melalui Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, yang menetapkan kewajiban halal untuk produk yang beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia. Regulasi ini tidak hanya memberikan kepastian hukum bagi konsumen muslim, tetapi juga untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing pelaku usaha, termasuk UMKM yang terlibat dalam sektor pariwisata religi. Sektor pariwisata religi, dengan destinasi seperti Masjid Agung Demak, Candi Borobudur, dan makam Sunan Kalijaga, memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan Muslim domestik dan internasional.<sup>3</sup> Integrasi antara industri halal dan pariwisata religi diyakini dapat menciptakan sinergi yang meningkatkan daya saing daerah, memperkuat ekonomi lokal, dan membuka lapangan kerja baru.<sup>4</sup>

Pemerintah telah mengeluarkan aturan berkaitan dengan Jaminan Produk Halal yaitu Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 sebagai dukungan pemerintah dalam melindungi konsumen dari produk yang tidak halal. Penerapan Undang-undang ini memiliki peran dalam peningkatan citra pangan di dunia internasional sekaligus penghasil devisa. Undang-Undang ini juga ada hubungannya dengan wisata religi, yaitu menyentuh berbagai kebutuhan wisatawan, terutama wisatawan muslim.(Haries, Hervina, and Hasan 2023) Walaupun adanya regulasi Jaminan Produk Halal di Indonesia melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, serta peraturan pelaksanaannya, implementasi sertifikasi halal pada sektor pariwisata religi ini belum optimal akibat berbagai tantangan. Studi oleh Efendi dan Khomairoh (2025) mengungkapkan bahwa hanya 30% hotel dan restoran di Jawa Tengah yang telah bersertifikasi halal, padahal 72% wisatawan Muslim menjadikan sertifikasi halal sebagai pertimbangan utama dalam memilih destinasi.<sup>5</sup> Rendahnya infrastruktur pendukung, seperti fasilitas ibadah dan akomodasi halal, serta kurangnya koordinasi antar-pemangku kepentingan, menjadi penghambat utama pengembangan pariwisata halal.<sup>6</sup> Di sisi lain, UMKM sebagai tulang punggung ekonomi Indonesia – dengan kontribusi 61,07% terhadap PDB dan penyerapan 97,02% tenaga kerja – masih menghadapi kendala dalam memperoleh sertifikasi halal akibat biaya tinggi, prosedur rumit, dan rendahnya literasi halal.

<sup>1</sup> Mohamad Nur Efendi dan Selvina Khomairoh, “Integrasi Industri Halal dengan Sektor Pariwisata Religi di Jawa Tengah,” *Jurnal Pembangunan Daerah* 1, no. 1 (2025): 57–76, hlm. 57.

<sup>2</sup> Abdul Chadjib Halik dkk., “Integrasi Kaidah Fiqih dan Standar Produksi Halal Dalam Bisnis Kuliner : Studi Kasus Pada Hosen’s Culinary Di Indonesia,” *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora* 4, no. 3 (2025): hlm. 21.

<sup>3</sup> Efendi dan Khomairoh, “Integrasi Industri Halal,” hlm. 58

<sup>4</sup> Ibid., hlm. 57–58

<sup>5</sup> Ibid., hlm. 65

<sup>6</sup> Ibid., hlm. 63–64

Hal ini ditegaskan dalam Indonesia Halal Markets Report 2021/2022 yang melaporkan bahwa ekonomi halal berpotensi meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sebesar USD 5,1 miliar per tahun melalui peluang ekspor dan investasi (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2023). Ekosistem ekonomi halal ini sangat didukung oleh sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), mengingat jumlah UMKM telah mencapai 64,2 juta unit usaha (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2021) dan telah berkontribusi sekitar 61,07% terhadap PDB nasional, atau setara dengan Rp8.573,89 triliun, dan menyerap sekitar 99,9% dari total tenaga kerja.<sup>7</sup>

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis merumuskan permasalahan-permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana Implementasi sertifikasi halal dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen dan daya saing UMKM di sektor pariwisata religi?
2. Apa saja faktor yang menjadi tantangan dan peluang dalam implementasi regulasi jaminan produk halal terhadap pengembangan pariwisata religi dan pertumbuhan ekonomi inklusif?

## 1.3 Tujuan Penulisan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara kritis integrasi industri halal dan pariwisata religi di Indonesia, dengan fokus pada: (1) peran sertifikasi halal dalam membangun kepercayaan konsumen dan meningkatkan daya saing UMKM; (2) pentingnya kolaborasi dan sinergi antar-pemangku kepentingan; (3) dampak integrasi terhadap pertumbuhan ekonomi inklusif; serta (4) strategi pengembangan berbasis kearifan lokal dan digitalisasi. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dan praktis bagi penguatan kebijakan industri halal di Indonesia.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur sistematis (systematic literature review). Sumber data utama berasal dari sejumlah artikel ilmiah yang dipublikasikan dalam jurnal terakreditasi nasional dan internasional, mencakup topik integrasi industri halal dengan pariwisata religi, sertifikasi halal, UMKM, dan ekonomi inklusif.<sup>8</sup> Proses seleksi literatur dilakukan berdasarkan kriteria relevansi, aktualitas (2019–2025), dan kualitas metodologi.

Teknik analisis data menggunakan analisis tematik (thematic analysis) dengan tahapan: (1) pengkodean data untuk mengidentifikasi pola dan konsep kunci; (2) pengelompokan kode menjadi tema-tema utama; serta (3) interpretasi temuan dalam kerangka teoritis

---

<sup>7</sup> Aria Yudisatria, "Industri Halal Sebagai Pendorong Pertumbuhan Ekonomi Inklusif: Menilai Ketenagakerjaan dan Pengembangan UMKM di Indonesia," *SLER Journal* 3, no. 1 (2024): hlm. 9-14

<sup>8</sup> Artikel berikut menjadi sumber utama bahana kajian. Efendi dan Khomairoh (2025), Halik dkk. (2025), Zahra dkk. (2025), Yudisatria (2024), Latifah dan Yusuf (2024), serta Fatah dan Harizah (2024).

yang relevan.<sup>9</sup> Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dengan membandingkan temuan dari berbagai artikel, serta diskusi dengan pakar di bidang ekonomi syariah dan pariwisata.

### 3.HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Sertifikasi Halal Sebagai Fondasi Kepercayaan dan Daya Saing

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal memiliki peranan besar dalam peningkatan citra pangan di dunia internasional sekaligus penghasil devisa. Oleh karena itu, keamanan dan jaminan produk halal harus dimaksimalkan, seiring dengan penerapan UU Jaminan Produk Halal, yang bertujuan untuk memberikan keamanan, kenyamanan, keselamatan dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat. maka, sertifikasi halal menjadi salah satu tolak ukur untuk mengontrol produk yang beredar, agar tidak merugikan konsumen dan membahayakan, serta yang paling penting adalah, produk tersebut halal, untuk kepastian produk yang dikonsumsi, dan sebagai bentuk ta'at kepada agama Islam.<sup>10</sup> Data dari BPJPH (2023) menunjukkan bahwa destinasi dengan fasilitas bersertifikasi halal mengalami peningkatan kunjungan sebesar 25% dibandingkan dengan yang tidak bersertifikasi.<sup>11</sup> Namun, implementasi sertifikasi halal masih menghadapi tantangan serius, terutama bagi UMKM. Studi kasus pada Hosen's Culinary mengungkap bahwa meskipun usaha tersebut telah menerapkan Sistem Jaminan Halal (SJPH) dengan bimbingan LPH Hidayatullah, kendala seperti keterbatasan bahan baku halal dan biaya sertifikasi tetap menjadi penghambat.<sup>12</sup> Program sertifikasi halal gratis (SEHATI) dan pendampingan oleh Pendamping Proses Proses Produk Halal (P3H) dinilai efektif dalam meningkatkan literasi dan akses UMKM terhadap sertifikasi.

Pendampingan P3H berperan sebagai jembatan antara regulasi nasional dengan praktik usaha lokal, sehingga pelaku usaha dapat memahami pentingnya sertifikasi halal tidak hanya sebagai kewajiban administratif, tetapi juga sebagai bagian dari identitas budaya dan nilai agama. Dampak dari integrasi ini meliputi peningkatan kualitas produk, kepercayaan konsumen, dan perluasan pasar, baik di tingkat lokal maupun nasional. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kehalalan produk, pendekatan berbasis kearifan lokal menjadi strategi efektif dalam memastikan kepatuhan dan keberlanjutan sertifikasi halal di sektor UMKM.<sup>13</sup>

#### 3.2 Kolaborasi Antar-Pemangku Kepentingan: Pemerintah, Industri, dan Masyarakat

Kolaborasi yang efektif antara pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat merupakan kunci keberhasilan integrasi industri halal dan pariwisata religi. Penelitian di Jawa Tengah menunjukkan bahwa kurangnya koordinasi antara pengelola destinasi

<sup>9</sup> Virginia Braun dan Victoria Clarke, "Using Thematic Analysis in Psychology," *Qualitative Research in Psychology* 3, no. 2 (2006): 77–101.

<sup>10</sup> (Haries, Hervina, and Hasan 2023) hlm 60–76.

<sup>11</sup> Efendi dan Khomairoh, "Integrasi Industri Halal," hlm. 65.

<sup>12</sup> Halik dkk., "Integrasi Kaidah Fiqih," hlm. 26–27

<sup>13</sup> Fatah dan Harizah, "Integrasi Sertifikasi Halal," hlm. 97–98

wisata, pelaku usaha halal, dan lembaga pemerintah menghambat pengembangan sektor pariwisata halal.<sup>14</sup> Di sisi lain, sinergi yang baik – seperti yang terlihat dalam program “Jawa Tengah Halal Tourism” dapat meningkatkan kualitas fasilitas, promosi destinasi, dan pemenuhan kebutuhan wisatawan Muslim.<sup>15</sup> Peran pemerintah dalam menyediakan kebijakan yang mendukung, alokasi anggaran, dan infrastruktur halal sangat krusial untuk menciptakan ekosistem yang kondusif, sehingga perlu peningkatan investasi yang lebih besar lagi.

Perlunya peningkatan investasi dalam fasilitas halal, penguatan kebijakan, dan kerjasama yang lebih baik antara pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat. Untuk mengatasi tantangan tersebut, perlu dilakukan langkah-langkah strategis termasuk memperkuat kebijakan dukungan, meningkatkan fasilitas dan infrastruktur, serta membangun sinergi antar pihak terkait. Implikasi dari hasil ini adalah bahwa dengan mengatasi hambatan tersebut dan memanfaatkan peluang yang ada, Jawa Tengah dapat secara efektif mengembangkan pariwisata halal, meningkatkan daya tarik destinasi, dan memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian lokal.<sup>16</sup>

### 3.3 Dampak Integrasi terhadap Pertumbuhan Ekonomi Inklusif

UU nomor 33 Tahun 2014 tidak hanya berorientasi pada perlindungan konsumen muslim, tetapi juga mencakup pemberdayaan pelaku usaha, terutama para pelaku usaha UMKM, dengan jaminan kepastian hukum atas kehalalan produk. Integrasi industri halal dengan pariwisata religi berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi inklusif, terutama melalui peningkatan pendapatan UMKM dan penciptaan lapangan kerja. Studi oleh Yudisatria (2024) menegaskan bahwa UMKM yang tersertifikasi halal memiliki akses pasar yang lebih luas, baik domestik maupun internasional, sehingga meningkatkan omzet dan kemampuan menyerap tenaga kerja.<sup>17</sup> Sektor kuliner halal, misalnya, tumbuh 5,87% pada tahun 2023, menunjukkan potensi ekonomi yang besar.<sup>18</sup> Namun, untuk memaksimalkan dampak ini, diperlukan peningkatan kapasitas SDM, akses pembiayaan syariah, dan dukungan teknologi digital.

Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan strategi kolaboratif yang melibatkan pemerintah, sektor swasta, lembaga keuangan syariah, dan institusi pendidikan. Strategi tersebut meliputi edukasi dan sosialisasi halal, simplifikasi serta subsidi biaya sertifikasi halal, penguatan infrastruktur halal, ekspansi pasar global berbasis digitalisasi, serta peningkatan akses terhadap pembiayaan syariah. Implikasi kebijakan.....ini memberikan rekomendasi yang dapat menjadi acuan pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya dalam mengembangkan industri halal yang inklusif dan berkelanjutan.<sup>19</sup>

---

<sup>14</sup> Efendi dan Khomairoh, “Integrasi Industri Halal,” hlm. 70.

<sup>15</sup> Ibid., hlm. 59.

<sup>16</sup> Ibid., hlm. 74.

<sup>17</sup> Yudisatria, “Industri Halal Sebagai Pendorong,” hlm. 9-14

<sup>18</sup> Ibid.

<sup>19</sup> Ibid.

### 3.4 Pendekatan Kearifan Lokal dan Digitalisasi

Integrasi kearifan lokal dalam sertifikasi halal terbukti meningkatkan penerimaan masyarakat dan nilai tambah produk. Studi kasus pada Petis Umi Sulis di Probolinggo menunjukkan bahwa penggunaan bahan baku lokal (seperti hasil perikanan) dan metode produksi tradisional – yang didampingi oleh P3H – tidak hanya memenuhi standar halal tetapi juga melestarikan budaya setempat.

Pendampingan berbasis kearifan lokal, yang diterapkan dalam konteks Petis Umi Sulis, menunjukkan bahwa nilai-nilai tradisional masih sangat relevan dan dapat diterapkan dalam standar produksi yang lebih modern dan halal. Penggunaan bahan baku alami, seperti hasil perikanan lokal, dan metode pengolahan tradisional yang tetap mempertahankan teknik perebusan serta fermentasi, menjadi contoh konkret dari integrasi antara kearifan lokal dengan prinsip halal. Prinsip thayyib, yang mencakup kebersihan dan kualitas dalam setiap tahap produksi, menjadi nilai tambah yang membedakan produk ini di pasar. Penelitian sebelumnya oleh Aprilani et al. (2024) menekankan pentingnya penggabungan antara produk halal dengan kualitas, yang pada gilirannya mendorong pertumbuhan UMKM, tidak hanya dalam skala lokal tetapi juga global.<sup>20</sup> Selanjutnya, pendekatan door-to-door dalam pendampingan dinilai efektif untuk menjangkau UMKM di daerah terpencil. Di era digital, pemanfaatan teknologi blockchain untuk pelacakan halal (halal traceability) dan pemasaran digital dapat memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan transparansi.<sup>21</sup> Studi dari Lukman Hakim (2025) mengemukakan bahwa keberhasilan pemasaran digital halal dibangun di atas empat pilar yang saling terhubung: (1) Integrasi nilai-nilai Syariah dalam bisnis dan promosi; (2) Penguatan sertifikasi halal dan legitimasi merek (branding); (3) Inovasi digital dan pemberdayaan melalui teknologi dan literasi; (4) Dukungan ekosistem dan kebijakan yang melibatkan pemerintah, akademisi, serta lembaga Islam. Pilar-pilar ini membentuk landasan bagi pengembangan Ekosistem Pemasaran Digital Halal terintegrasi yang menyelaraskan prinsip-prinsip etika dengan praktik pasar yang kompetitif.<sup>22</sup>

### 3.5 Tantangan dan Peluang Ke Depan

Meskipun adanya regulasi jaminan produk halal di Indonesia melalui UU Nomor 33 Tahun 2014 dan PP Nomor 42 Tahun 2024, Adapun tantangan yang kompleks dalam implementasinya, terutama bagi UMKM di sektor pariwisata religi, antara lain: (1) rendahnya kesadaran dan literasi halal di kalangan pelaku usaha; (2) biaya dan prosedur sertifikasi yang memberatkan UMKM; (3) infrastruktur pendukung yang

---

<sup>20</sup> Fatah dan Harizah, "Integrasi Sertifikasi Halal," hlm. 103.

<sup>21</sup> Zahra dkk., "Halal Certification," hlm. 68-72

<sup>22</sup> Hakim, Lukman, Bambang Iswanto, and Humairah Hafeez. "Halal digital marketing strategy to increase global access for sharia micro, small, and medium enterprises." *Tasharruf: Journal Economics and Business of Islam* 10, no. 1 (2025): 87-100.

belum memadai; serta (4) persaingan global yang semakin ketat.<sup>23</sup> Peluang ke depan terletak pada penguatan kebijakan, peningkatan edukasi, dan kolaborasi multipihak. Digitalisasi proses sertifikasi dan pemasaran, serta integrasi ekonomi syariah dengan sektor kreatif, dapat menjadi strategi jitu untuk mempercepat pertumbuhan industri halal di Indonesia.<sup>24</sup>

Sertifikasi halal tidak hanya menciptakan kepercayaan tetapi juga membuka akses ke pasar yang lebih luas, baik domestik maupun internasional. Latifah et al. (2024) menyatakan bahwa sertifikasi halal menjadi elemen kunci dalam mendorong ekspor produk UMKM ke pasar global, yang semakin menuntut adanya standar yang ketat dalam aspek kehalalan. Dengan memiliki sertifikasi halal, produk UMKM tidak hanya memenuhi harapan konsumen Muslim, tetapi juga dapat diakses oleh pasar global yang lebih besar, meningkatkan daya saing UMKM di tingkat internasional.<sup>25</sup>

#### 4. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi industri halal dengan sektor pariwisata religi memiliki potensi strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif di Indonesia. Sertifikasi halal berperan sebagai fondasi kepercayaan konsumen dan peningkatan daya saing UMKM, sementara kolaborasi antar-pemangku kepentingan menjadi kunci efektivitas implementasi. Pendekatan berbasis kearifan lokal dan digitalisasi dapat memperkuat ekosistem halal yang berkelanjutan. Namun, tantangan seperti rendahnya literasi halal, biaya sertifikasi, dan keterbatasan infrastruktur diatasi melalui kebijakan yang terintegrasi dan dukungan konkret.

#### DAFTAR PUSTAKA

##### Jurnal

- Braun, Virginia, and Victoria Clarke. "Using thematic analysis in psychology." *Qualitative research in psychology* 3, no. 2 (2006): 77-101.
- Efendi, Mohamad Nur, and Selvina Khomairoh. "Integration of Halal Industry with Religious Tourism Sector in Central Java." *Jurnal Pembangunan Daerah* 1, no. 1 (2025): 55-74. doi:10.36762/jpd.v1i1.1211.
- Hakim, Lukman, Bambang Iswanto, and Humairah Hafeez. "Halal digital marketing strategy to increase global access for sharia micro, small, and medium enterprises." *Tasharruf: Journal Economics and Business of Islam* 10, no. 1 (2025): 87-100.
- Hakim, Lukman, Bambang Iswanto, and Humairah Hafeez. "Halal digital marketing strategy to increase global access for sharia micro, small, and medium enterprises." *Tasharruf: Journal Economics and Business of Islam* 10, no. 1 (2025): 87-100.
- Halik, Abdul Chadjib, Nasrullah Bin Sapa, and Cut Muthiadin. "Integrasi Kaidah Fiqh dan Standar Produksi Halal Dalam Bisnis Kuliner: Studi Kasus Pada Hosen's

<sup>23</sup> Efendi dan Khomairoh, "Integrasi Industri Halal," hlm. 72–73; Yudisatria, "Industri Halal Sebagai Pendorong," hlm. 9–14.

<sup>24</sup> Latifah dan Yusuf, "Urgensi Sertifikasi Halal," hlm. 89–90; Fatah dan Harizah, "Integrasi Sertifikasi Halal," hlm. 104.

<sup>25</sup> Fatah dan Harizah, "Integrasi Sertifikasi Halal," hlm. 104.

- Culinary Di Indonesia." PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora 4, no. 3 (2025): 3763-3771. doi:10.56799/peshum.v4i3.7515.
- Haries, Ahkmad, Hervina Hervina, and Irzak Yuliardy Nugroho. "Transformasi Pariwisata Halal di Kalimantan Timur." Ghaly: Journal of Islamic Economic Law 1, no. 2 (2023): 60-76.
- Yudisatria, Aria. "Industri Halal sebagai Pendorong Pertumbuhan Ekonomi Inklusif: Menilai Ketenagakerjaan dan Pengembangan UMKM di Indonesia." The Scientia Law and Economics Review 3, no. 1 (2024): 09-17..
- Zahra, Amelia, Eficandra Eficandra, Hebbi Rahmatul Utamy, Elsy Renie, and Andriyaldi Andriyaldi. "Halal Certification and Contract Validity in Islamic Law." JISRAH: Jurnal Integrasi Ilmu Syariah 6, no. 1 (2025): 67-72. doi:10.31958/jisrah.v6i1.15765.

**Peraturan Perundang-Undangan**

Undang-Undang No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal  
Peraturan Pemerintah No 42 Tahun 2024 tentang Bidang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal