

DIKTUM: Jurnal Syariah dan Hukum

Volume 20 Nomor 2 Desember 2022 hlm: 297-305

Jaminan Konsumsi Halal pada Jual Beli Ayam Potong di Pasar Lakessi Kota Parepare

Dian Resky Pangestu¹, Multazam Mansyur Addury², Nur Hishaly GH³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Parepare

E-mail: dianreskypangestu@iainparepare.ac.id,

multazam.mansyur@iainpare.ac.id, nurhishalygh@iainpare.ac.id

Abstract

The purpose of this study was to examine the relationships between Slaughter Understanding (halal consumption guarantee) and Purchase Interest (buying and selling) of chicken pieces at Lakessi Market, Parepare City. The research method used in this research is mixed methods, namely by combining two form sofresearch, namely quantitative and qualitative research. The number of samples that will be used as part of this research is 100 people. The result of there search is that there is no significant influence on the level of understanding of slaughtering on the interest in buying chicken pieces at Lakessi Market, Parepare City. There were 12 respondents who questioned the process of slaughtering animals at Lakessi Market, Parepare City, but not in detail. This is because consumers fully entrust the slaughtering process to chicken traders.

Keywords: understanding of slaughtering; halal assurance

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh pemahaman penyembelihan (Jaminan Konsumsi Halal) dan minat beli (jual beli) ayam potong di Pasar Lakessi Kota Parepare. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Mixed Methods*, yaitu dengan menggabungkan dua bentuk penelitian ialah penelitian kuantitatif dan kualitatif. Jumlah sampel yang akan dijadikan sebagai bagian dalam penelitian ini sebanyak 100 Orang. Hasil yang penelitian yang diperoleh yaitu tidak terdapat pengaruh signifikan tingkat pemahaman penyembelihan terhadap minat beli ayam potong di Pasar Lakessi Kota Parepare. Terdapat 12 responden yang mempertanyakan proses penyembelihan hewan di Pasar Lakessi Kota Parepare, namun tidak secara rinci. Hal ini dikarenakan konsumen mempercayakan secara penuh terkait dengan proses penyembelihan kepada pedagang ayam potong.

Kata Kunci: pemahaman penyembelihan; jaminan halal

Pendahuluan

Pangan merupakan bagian terpenting bagi kehidupan manusia. Kebutuhan akan pangan memiliki sebuah peran yang amat penting untuk kelangsungan hidup dan menjaga kesehatan. Tubuh yang sehat tentu memiliki energi yang dapat digunakan manusia dalam beraktivitas seperti bekerja, belajar, dan kegiatan yang produktif lainnya. Bagi konsumen muslim, mengonsumsi makanan yang sehat dan bernutrisi tidaklah cukup. Terdapat faktor lain yang sangat penting bagi konsumen muslim yaitu faktor kehalalan produk. Menurut Sanrego, setiap warga negara khususnya yang beragama Islam, memiliki hak untuk dapat mengonsumsi produk-produk yang terjamin kehalalannya. Hak tersebut telah menjadi jaminan berdasarkan pada Undang-undang 1945, Pancasila, dan syaria Islam.¹

Perintah untuk mengonsumsi produk makanan dan minuman yang halal telah ditunjukkan dengan jelas dalam Al-Qur'an. Perintah tersebut mendorong konsumen muslim untuk memiliki makanan dan minuman yang halal dan baik. Hal ini sebagaimana diatur dalam Q.S. An-Nahl ayat 114.

“فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ”

Potongan Q.S. An-Nahl ayat 114 tersebut memberikan informasi bahwa yang diperlukan oleh manusia dalam hal konsumsi makan dan minum, bukan hanya sebatas pada yang halal tapi juga yang baik (*toyib*) bagi tubuh. Menjalankan perintah Allah SWT dalam setiap aspek termasuk pada aspek makanan dan minuman, merupakan ciri keimanan seseorang. Makanan halal atau haram, makanan yang boleh atau dilarang untuk dikonsumsi merupakan sesuatu yang memiliki sebab dan akibat serta mengandung hikmah dibaliknya.² Q.S Al-Maidah Ayat 3 menjelaskan sebagai berikut:

“حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالِدَمُّ وَالْحُمُّ الْخَنْزِيرُ وَمَا أَهْلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْحَنِقَةُ وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْوَاجِ لَكُمْ فَسْقٌ”

Membeli dan mengonsumsi produk halal menjadi persoalan dimasyarakat. Perlu ditegaskan bahwa permasalahan ini tidak hanya menjadi tugas konsumen terhadap dirinya sendiri tapi menjadi tanggung jawab negara dengan pentingnya menyamakan pemikiran terkait jaminan halal produk. Kewaspadaan konsumen, kejujuran pedagang (produsen) dan regulasi (aturan) pemerintah merupakan satu ikatan mengenai produk halal. Faktor-faktor tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam menjamin kehalalan produk, namun harus dipahami bahwa Islam menambahkan syarat lain yaitu produk yang dijual-belikan merupakan produk yang halal dan suci.

Salah satu kebutuhan yang dibutuhkan dalam hal ini ialah kebutuhan akan protein hewani seperti ayam potong. Masyarakat Kota Parepare yang dijumpai di

¹Yulizar D Sanrego, “Membangun Konstruksi Keilmuan Ekonomi Islam,” *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman* 5, no. 1 (2010): 175–89.

²Atiqah Hamid, *Buku Pintar Halal Haram Sehari-Hari* (Yogyakarta: Diva Press, 2012).

Pasar Lakessi khusus konsumen jual beli ayam potong (dalam keadaan telah disembelih) merupakan salah satu pilihan konsumen dalam pemenuhan kebutuhan itu, namun yang menjadi permasalahan ialah tidak diketahuinya proses penyembelihan ayam tersebut apakah telah sesuai syariat atau tidak, apakah ada jaminan halal yang diterima oleh konsumen.

Islam telah mengatur secara rinci terkait dengan kriteria produk yang dapat dikategorikan sebagai produk yang halal. Beberapa kriteria tersebut yaitu halal jenis barangnya, diperoleh dengan cara yang halal, diproses dengan cara yang halal, proses penyimpanan yang memperhatikan aspek kehalalan, serta memperhatikan proses pengangkutan dan penyajiannya.³ Termasuk padanya ialah penyembelihan hewan darat yang merupakan syarat halal dikonsumsi hewan tersebut.

Penyembelihan pada mazhab Hambali dan Syafi'i mengartikan bahwa menyembelih hewan yang diperbolehkan untuk dikonsumsi adalah yang telah melalui proses memotong tenggorokan dan kerongkongan hewan.⁴ Namun permasalahan yang terjadi di Pasar Lakessi, yaitu tidak adanya sertifikat halal yang dimiliki oleh pedagang ayam potong di pasar tersebut. Hal ini jelas bertentangan dengan yang telah disampaikan dalam Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal pada pasal 4, "produk yang masuk, beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal." Hal ini terkait daging (ayam potong) yang baik menurut Syariat Islam tidak hanya dagingnya yang segar dan higienis tetapi jauh daripada itu, yaitu unsur halal daging tersebut dan daging (ayam potong) yang halal harus disembelih sesuai dengan tuntunan Hukum Islam. Jika proses penyembelihan hewan tidak sesuai dengan aturan syariat, maka mengonsumsi daging tersebut dapat menjadi haram. Hal ini pun disebutkan pada pasal 18 ayat (1) yang menyatakan bahwa "bahan yang berasal dari hewan yang diharamkan berasal sebagaimana dimaksud dalam Pasal 17 ayat (3) ialah hewan yang disembelih tidak sesuai dengan syariat."

Pada beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kholili, et al menjelaskan bahwa proses penyembelihan hewan yang tidak mengikuti prinsip syariah, memiliki kualitas produk yang rendah dan dapat mengakibatkan produk yang dikonsumsi tersebut menjadi tidak halal. Hasil penelitian ini juga menjelaskan bahwa loyalitas konsumen pada produk dapat muncul jika produk ayam potong memiliki tata cara pemotongan yang jelas.⁵ Warto dan Samsuri dalam penelitiannya bertujuan untuk implikasi sertifikasi halal pada bisnis produk halal di Indonesia. Hasil penelitiannya menemukan bahwa produk yang memiliki sertifikasi produk halal memiliki dampak positif pada perkembangan bisnis produk halal di Indonesia. Hal ini dapat diakibatkan oleh perlindungan

³Kementerian Agama, *Tanya Jawab Seputar Produksi Halal* (Jakarta, 2003).

⁴Imam Syarif'i Abu Abdullah Muhammad, *Al'Umm* (Jakarta: Pustaka Azam, 2003).

⁵Agus Kholili et al., "Pentingnya Rumah Potong Ayam Halal," *LIKUID: Jurnal Ekonomi Industri Halal* 1, no. 1 (2021): 11–22.

yang diberikan sertifikasi halal kepada konsumen.⁶ Hamdani, Sari, dan Umuri membuktikan bahwa kesadaran halal dan label halal pada sebuah produk memiliki dampak positif terhadap niat beli masyarakat di Kota Banda Aceh.⁷ Hasil yang serupa ditemukan pada penelitian Setyaningsih dan Marwansyah bahwa sertifikat halal dan kesadaran halal memiliki dampak positif pada keputusan konsumen untuk membeli produk halal.⁸ Hendradewi, Mustika, dan Darsiah menemukan bahwa kesadaran halal memiliki dampak signifikan terhadap minat beli, sedangkan label halal ditemukan tidak memiliki dampak signifikan.⁹

Penelitian lain oleh Bashir menemukan bahwa kesadaran halal, logo halal, dan perilaku memiliki dampak signifikan terhadap minat beli konsumen luar negeri.¹⁰ Setiawan, Chairy, dan Syahrivar juga menemukan bahwa religiositas, kesadaran halal, dan sikap memiliki dampak signifikan terhadap minat beli produk makanan halal.¹¹ Hasil yang serupa juga ditemukan pada penelitian Nurhayati dan Hendar bahwa religiusitas intrinsik individu dan kesadaran halal memiliki dampak signifikan terhadap minat membeli produk halal.¹² Selanjutnya pada objek produk halal yang diproduksi oleh non-muslim, Yunus dan Rashid menemukan bahwa kesadaran halal dan bahan komposisi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat membeli produk makanan pada kaum muslimin.¹³

⁶Warto Warto and Samsuri Samsuri, "Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia," *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2, no. 1 (2020): 98–112.

⁷Ahmad Hamdani, Nurma Sari, and Khairil Umuri, "Pengaruh Kesadaran Halal Dan Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Produk Kentucky Fried Chicken (KFC)," *Al-Buhuts* 17, no. 2 (2021): 198–212.

⁸Eka Dyah Setyaningsih and Sofyan Marwansyah, "The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products," *Syiar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking* 3, no. 1 (2019): 65–79.

⁹Savitri Hendradewi, Amalia Mustika, and Anis Darsiah, "Pengaruh Kesadaran Halal Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja Sekolah Di Jakarta," *Jurnal Ilmiah Pariwisata* 26, no. 2 (2021): 204–12.

¹⁰Abdalla Mohamed Bashir, "Effect of Halal Awareness, Halal Logo and Attitude on Foreign Consumers' Purchase Intention," *British Food Journal* 121, no. 9 (January 1, 2019): 1998–2015, <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2019-0011>.

¹¹Lilis Mega Setiawati, Chairy Chairy, and Jhanghiz Syahrivar, "Factors Affecting the Intention to Buy Halal Food by the Millennial Generation: The Mediating Role of Attitude," *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen* 14, no. 2 (2019): 175–88.

¹²Tatiek Nurhayati and Hendar Hendar, "Personal Intrinsic Religiosity and Product Knowledge on Halal Product Purchase Intention," *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 3 (January 1, 2020): 603–20, <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2018-0220>.

¹³Nor Sara Nadia Muhamad Yunus et al., "Muslim's Purchase Intention towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer," *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 130 (2014): 145–54, <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.018>.

Berdasarkan pemaparan tersebut, diketahui terdapat gap penelitian pada pembahasan dampak pemahaman penyembelihan dan minat beli. Kebanyakan penelitian menggunakan variabel kesadaran halal sebagai variabel utama untuk mengetahui faktor determinan minat beli produk halal. Hal ini mendorong penulis untuk mengisi gap tersebut dengan melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari pemahaman penyembelihan terhadap minat masyarakat pada ayam potong di Pasar Lakessi Kota Parepare.

Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Mixed Methods*, yang merupakan metode penggabungan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Metode ini digunakan untuk mengkaji hubungan antara Pemahaman Penyembelihan (Jaminan Konsumsi Halal) dan Minat beli (Jual beli) ayam potong. Subjek penelitian ini adalah masyarakat muslim Kota Parepare yang melakukan perbelanjaan ayam potong di Pasar Lakessi Kota Parepare. Guna menentukan sampel, peneliti terlebih dulu mencari jumlah populasi masyarakat muslim Kota Parepare yang merupakan titik fokus peneliti. Berdasarkan data statistik diperoleh bahwa jumlah populasi muslim di Kota Parepare sebanyak 138.699 Jiwa. Jumlah ini berasal dari 4 Kecamatan yang ada di Kota Parepare. Kemudian terkait sampel dalam penelitian ini dilakukan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad n = \frac{138.699}{1 + 138.699 \cdot 0.1^2} \quad n = 99,9 \quad n = 100 \text{ orang}$$

Berdasarkan hal tersebut, diperoleh sampel berjumlah 100 responden. Selanjutnya guna menjawab tujuan penelitian, peneliti menggunakan Teknik analisis regresi linier sederhana.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Tabel 1. Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Mean	Mode
Pemahaman Penyembelihan (X)	100	27,98	30
Minat Beli (Y)	100	31,08	30

Sumber : Data diolah (2022)

Hasil dari olah data yang dilakukan menunjukkan bahwa skor variabel pemahaman penyembelihan (Jaminan halal) memiliki nilai rata-rata sebesar 27.98 dengan nilai modus 30 dapat disimpulkan bahwa variabel ini termasuk dalam kategori rendah. Sementara untuk hasil data terkait minat beli didapatkan nilai rata-rata sebesar 31.08 dan nilai modus 30.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi

Model	Unstandardized		Standardized		
	Coefficients		Coefficients		
(Constant)	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Pemahaman_	30,710	3,694	0,012	8,316	0,000
Penyembelihan	0,013	0,130	0,012	0,098	0,922
F	0,010				
Sig.F	0,922				
R.Square	0,012				
Adjusted R Square	-0,016				

Sumber : Data diolah (2022)

Hasil olahan data regresi linear sederhana terkait pemahaman penyembelihan terhadap minat beli masyarakat, maka persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 30,17 + 0,013 X$$

Hasil pengujian memperoleh nilai konstanta sebesar 30,17. Hal ini menandakan bahwa minat beli masyarakat terhadap ayam potong di Pasar Lakessi adalah sebesar 30,17 persen jika tidak terdapat faktor pemahaman masyarakat terhadap proses penyembelihan. Nilai koefisien faktor pemahaman masyarakat terhadap proses penyembelihan yaitu sebesar 0,013 menandakan bahwa jika terdapat peningkatan pemahaman masyarakat terhadap proses penyembelihan sebesar 1 persen, maka minat beli masyarakat terhadap ayam potong di Pasar Lakessi akan naik sebesar 0,013.

Berdasarkan hasil penelitian, terlihat nilai signifikansi F sebesar $0.922 > 0.05$ maka hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang linear antara variabel pemahaman terhadap minat pembelian konsumen dalam membeli ayam potong di Pasar Lakessi. Sementara itu terkait dengan seberapa besar pengaruh dari pemahaman terhadap minat konsumen muslim membeli ayam potong di Pasar Lakessi didapat hasil bahwa 1.2% pengaruh pemahaman yang dibutuhkan ketika melakukan proses jual beli tersebut dan 98.8% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Pembahasan

Berdasarkan analisis data dengan metode kuantitatif diperoleh kesimpulan bahwa pemahaman penyembelihan atau pun jaminan halal tidak berpengaruh dalam proses jual beli ayam potong di Pasar Lakessi Kota Parepare. Hal ini dapat disebabkan oleh faktor kebiasaan dan sifat percaya kepada sesama muslim. Kultur Kota Parepare yang kental dengan nilai-nilai Islam mengakibatkan para konsumen percaya terhadap jasa ayam potong di Pasar Lakessi. Selain itu, hasil penelitian dengan pendekatan kualitatif memperoleh hasil bahwa mayoritas konsumen tidak paham tentang bagaimana tata cara penyembelihan hewan yang sesuai dengan aturan syariat Islam. Faktor ketidaktahuan inilah yang

mengakibatkan masyarakat lebih memilih untuk melakukan pembelian ayam potong di Pasar Lakessi.

Terkait dengan faktor yang mempengaruhi minat beli ayam potong di Pasar Lakessi Kota Parepare, peneliti memperoleh informasi dari wawancara dengan beberapa responden bahwa faktor informasi yang diperoleh dari rekan atau sesama konsumen dari lingkungan sekitar, memiliki peran yang cukup besar terhadap minat beli. Informasi tersebut terkait dengan harga ayam potong dan kualitasnya. Namun, para konsumen ayam potong di Pasar Lakessi tidak menjadikan informasi seputar proses penyembelihan sebagai faktor penting. Hal ini dikarenakan para konsumen telah percaya dengan para pedagang ayam potong di Pasar Lakessi.

Faktor lain yang juga ditemukan dapat mempengaruhi minat beli ayam potong di Pasar Lakessi Kota Parepare, yaitu faktor kepercayaan pada pedagang ayam potong. Hal ini dikarenakan konsumen telah berulang kali melakukan pembelian produk dan percaya bahwa ayam potong yang dibelinya memiliki kualitas yang baik meskipun tidak memperoleh informasi mengenai proses penyembelihannya.

Selanjutnya, mengenai tingkat frekuensi konsumsi ayam, diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 3. Potong di Pasar Lakessi Kota Parepare

Frekuensi	Jumlah	Persentase (%)
1 x Seminggu	41	41%
1 x Sebulan	25	25%
>2 x Sebulan	33	33%

Sumber : Data diolah (2022)

Data diatas menjelaskan bahwa frekuensi pembelian dari konsumen cukup banyak dilihat dari 41% yang melakukan pembelian dalam waktu Seminggu sekali artinya intensitas yang tinggi harusnya memberikan konsumen kesempatan untuk mempertanyakan terkait jaminan halal ayam potong yang dibelinya. Namun hal tersebut tidak terjadi, peneliti menanyakan secara langsung terkait apakah konsumen mempertanyakan kehalalan dalam prosesnya. Berdasarkan data yang diperoleh dari 100 responden, hanya 12 orang yang menanyakan tentang hal itu tapi tidak secara rinci dengan alasan mereka mempercayai sepenuhnya pedagang dan tetap melakukan pembelian tersebut.

Tabel 4. Mempertanyakan Proses Penyembelihan/Jaminan Halal Ayam

Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
Tidak	88	65%
Ya	12	9%

Sumber : Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4, dapat diketahui bahwa mayoritas konsumen ayam potong di Pasar Lakessi, tidak mempertanyakan bagaimana proses

penyembelihan ayam tersebut karena sikap percaya yang ditunjukkan konsumen kepada pedagang ayam potong di Pasar Lakessi. Konsumen telah menyerahkan bagaimana proses penyembelihan ayam potong tersebut kepada pedagang tanpa bertanya tentang apakah penyembelihan tersebut telah sesuai dengan aturan syariat atau belum, apakah penyembelih mengucapkan *bismillah* ketika melakukan penyembelihan atau memang sedari awal tidak melakukannya.

Padahal kita sebagai umat muslim harusnya tahu bahwa penyembelihan yang sesuai dengan syariat merupakan syarat halalnya memakan hewan darat.¹⁴ Jaminan halal yang menjadi poin penting yang harusnya didapatkan oleh konsumen. Hal ini salah satunya berasal dari proses penyembelihan yang disebutkan nama Allah, karena dalam beberapa kasus tak jarang penyembelihan ayam untuk keperluan yang cepat dan dalam volume yang besar bukan tidak mungkin ayam yang mati tersebut bukan karena proses penyembelihan yang sah sesuai syariat melainkan karena ditumpuk atau langsung masuk ke tong air panas dan sebab lain yang bukan dikarenakan proses penyembelihan. Fakta dan persoalan ini sesungguhnya sangat mungkin terjadi, mengingat kaum muslimin menganggap (penyembelihan) adalah hal yang remeh dan kurang mendapat perhatian dengan ditunjukkan bahwa tidak adanya jaminan halal ataupun kesediaan pembeli untuk bertanya dengan alasan telah menyerahkan semua proses kepada si pedagang serta alasan praktis yang menjadi alasan utama.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka terdapat tiga argumen utama artikel ini. Pertama, tidak terdapat pengaruh pemahaman penyembelihan terhadap minat beli ayam potong di Pasar Lakessi Kota Parepare. Masyarakat tidak mempermasalahkan terkait proses penyembelihan ayam yang akan mereka konsumsi. Hal ini disebabkan kurangnya pemahaman mereka dan secara penuh menyerahkan kepercayaan kepada pedagang terkait proses penyembelihan. Kedua, jaminan konsumsi halal yang dipertanyakan dalam penelitian ini terjawab dengan tidak adanya jaminan yang konsumen dapatkan dari pedagang. Konsumen pun tidak mempertanyakan hal tersebut kepada pedagang selama proses jual beli berlangsung. Ketiga, minat beli atau pun proses jual beli yang dilakukan oleh konsumen, lebih fokus pada harga, ukuran ayam potong, dan faktor kepraktisan dari pembelian ayam potong.

¹⁴Tim Penyusun Materi KMA, *Panduan Ibadah Praktis : Materi Kompetensi Minimal Akademik (KMA)* (Parepare: STAIN Parepare, 2017).

Daftar Pustaka

- Bashir, Abdalla Mohamed. "Effectof Halal Awareness, Halal Logo and Attitudeon Foreign Consumers' PurchaseIntention." *British Food Journal* 121, no. 9 (January 1, 2019): 1998–2015. <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2019-0011>.
- Hamdani, Ahmad, Nurma Sari, and Khairil Umuri. "Pengaruh Kesadaran Halal Dan Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Produk Kentucky Fried Chicken (KFC)." *Al-Buhuts* 17, no. 2 (2021): 198–212.
- Hamid, Atiqah. *Buku Pintar Halal Haram Sehari-Hari*. Yogyakarta: Diva Press, 2012.
- Hendradewi, Savitri, Amalia Mustika, and Anis Darsiah. "Pengaruh Kesadaran Halal Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja Sekolah Di Jakarta." *Jurnal Ilmiah Pariwisata* 26, no. 2 (2021): 204–12.
- Kementerian Agama. *Tanya Jawab Seputar Produksi Halal*. Jakarta, 2003.
- Kementerian Agama RI. *Al-Qur'An Dan Terjemahnya*. Jawa Barat: Syaamil Quran, 2012.
- Kholili, Agus, Dadang Ibnu, Evie Indriani, and Nur Solihat. "Pentingnya Rumah Potong Ayam Halal." *LIKUID: Jurnal Ekonomi Industri Halal* 1, no. 1 (2021): 11–22.
- Muhammad, Imam Syarif'i Abu Abdullah. *Al'Umm*. Jakarta: Pustaka Azam, 2003.
- Nurhayati, Tatiek, and Hendar Hendar. "Personal Intrinsic Religiosity and Product Knowledgeon Halal Product Purchase Intention." *Journalof Islamic Marketing* 11, no. 3 (January 1, 2020): 603–20. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2018-0220>.
- Sanrego, Yulizar D. "Membangun Konstruksi Keilmuan Ekonomi Islam." *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman* 5, no. 1 (2010): 175–89.
- Setiawati, Lilis Mega, ChairyChairy, andJhanghizSyahrivar. "Factors Affecting the Intention to Buy Halal Food by the Millennial Generation: The Mediating Role of Attitude." *DeReMa (Development Researchof Management): Jurnal Manajemen* 14, no. 2 (2019): 175–88.
- Setyaningsih, Eka Dyah, and Sofyan Marwansyah. "The Effectof Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisionson Buying Halal Food Products." *Syiar Iqtishadi: Journalof Islamic Economics, Finance and Banking* 3, no. 1 (2019): 65–79.
- Tim Penyusun Materi KMA. *Panduan Ibadah Praktis : Materi Kompetensi Minimal Akademik (KMA)*. Parepare: STAIN Parepare, 2017.
- Warto, Warto, and Samsuri Samsuri. "Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia." *Al Maal: Journalof Islamic EconomicsandBanking* 2, no. 1 (2020): 98–112.
- Yunus, Nor Sara Nadia Muhamad, Wan Edura Wan Rashid, NorafifaMohdAriffin, and Norhidayah MohdRashid. "Muslim's Purchase Intention towards Non-Muslim's Halal Packaged Food Manufacturer." *Procedia - Socialand Behaviora lSciences* 130 (2014): 145–54. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.018>.