

LITERASI *HALAL FOOD* DAN SERTIFIKASI HALAL BAGI PELAKU USAHA MAKANAN RINGAN DI DESA CUKANGKAWUNG KABUPATEN TASIKMALAYA

Biki Zulfikri Rahmat¹⁾, Qiny Shonia Az Zahra^{2)*}, Elis Nurhasanah³⁾, & Agus Ahmad Nasrulloh⁴⁾

¹⁾Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam

²⁾Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam

³⁾Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam

⁴⁾Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam

Universitas Siliwangi, Indonesia

*Corresponding author: qiny@unsil.ac.id

ABSTRAK

Informasi Artikel

Terima : 28-10-2022

Revisi : 28-02-2023

Disetujui : 14-03-2023

Kata Kunci: Literasi halal, Halal Food, Sertifikasi Halal, Pelaku Usaha

Literasi halal *food* dan Sertifikasi halal sangat penting bagi pelaku usaha pangan. Hal tersebut untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dijual. Bahkan menurut BPJPH, di tahun 2024 produk pangan berupa makanan, minuman, serta hasil dan jasa sembelihan wajib bersertifikasi halal. Tetapi, tidak semua pelaku UMK mengetahui terkait literasi *halal food* dan sertifikasi halal, khususnya Ibu-ibu PKK dan para pelaku usaha makanan ringan di Desa Cukangkawung yang memiliki potensi dalam mengembangkan produknya. Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah untuk menyampaikan literasi terkait pentingnya halal foods dan sertifikasi halal pada produk mitra melalui pelatihan literasi dan pendampingan sertifikasi halal. Metode kegiatan dilakukan dengan observasi, diskusi dan pelatihan. Lokasi kegiatan dilakukan di Desa Cukangkawung Kecamatan Sodonghilir Kabupaten Tasikmalaya. Setelah kegiatan ini dilakukan, >85% literasi peserta terkait *halal food* dan sertifikasi halal meningkat.

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memberikan peran penting dalam masa depan ekonomi Indonesia. Saat ini popularitas produk UMKM yang tersertifikasi halal mereka masih rendah dibandingkan perusahaan besar dan multinasional. Karena halal market tumbuh secara substansial, ada kebutuhan mendesak untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana konsumen Muslim memandang produk dari perspektif agama.

Industri F&B memiliki peluang besar untuk berkembang pada penawaran makanan halal yang diberikan terus berkembang interkoneksi antar negara dan budaya

Ini dapat dicapai melalui pengembangan makanan yang tersertifikasi halal khas daerah atau Indonesia .

Dampak lainnya adalah semakin majunya perkembangan wisata halal sehingga mempengaruhi halal foods atau industry kuliner atau *halal culinary*. Tidak hanya pada proses produksinya yang dituntut lebih efisien, sesuai kebutuhan pasar yang tentu tidak lepas dari syariah compliance sehingga industri makanan halal pun semakin penting untuk memiliki daya saing. (Zahrah & Fawaid, 2019).

Ekosistem halal ini mendorong pangsa pasar perbankan syariah. Sehingga dibutuhkan pemahaman masyarakat terhadap halalfood serta sertifikasi halal yang sudah menjadi kebutuhan saat ini terutama kegiatan usaha mitra dalam mengembangkan produk yang bisa bersaing di pasar. (Masrurroh, 2020) Undang-Undang Jaminan Produk Halal Nomor 33 Tahun 2014, yang mewajibkan semua pengusaha

makanan untuk melakukan sertifikasi halal. Rantai nilai halal di Indonesia menerapkan prinsip ketertelusuran yang membuat produk makanan halal Indonesia berdaya saing.

“Literasi halal adalah kemampuan untuk membedakan barang dan jasa yang diizinkan (halal) dan terlarang (haram) yang berasal dari pemahaman yang lebih baik tentang hukum Islam (syariah). Konsumen muslim memiliki perintah yang ketat dalam memandu perilaku konsumsi mereka. Namun, individu muslim mungkin memiliki kepatuhan berbeda tentang perintah. Perbedaan kepatuhan ini dapat dijelaskan oleh perbedaan tingkat literasi halal pada masing-masing individu.” (Salehudin, 2013) Sedangkan menurut Departemen Agama RI dalam (Faridah, 2019) *“Sertifikat Halal adalah suatu fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at Islam.”*

Kondisi pelaku usaha mitra di Desa Cukangkawung dalam proses produksi masih tergolong konvensional. Belum adanya literasi terkait pentingnya halal foods dan sertifikasi halal yang perlu dicantumkan pada kemasan produk. Hal ini mengurangi justru mengurangi nilai jual juga menunjukkan bahwa pemahaman akan halal foods dan sertifikasi halal yang ditujukan untuk produk pangan yang diproduksi UMKM belum optimal. Seandainya produk dan meski sudah melakukan proses produksi sesuai dengan ketentuan yang tidak melanggar syariah, begitu pula ketika UMKM tersebut belum melaksanakan sertifikasi halal sebagai jaminan bahwa produk yang diproduksinya halal dari segi bahan, proses, dll kemudian tidak mencantulkannya pada kemasan akan kalah bersaing dengan produk yang jenisnya sama.

Usaha kecil dan menengah sangat penting untuk mendukung kemajuan ekonomi suatu negara. (Tobing et al., 2018) Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah kelompok yang paling bertahan hidup ketika krisis ekonomi melanda negeri ini. Tumbuhnya sejumlah usaha kecil dan menengah unit tentunya akan mampu membuka lapangan kerja yang besar. Namun, usaha kecil ini masih dipandang sebagai usaha yang lemah

kinerjanya. (van der Vaart & Gibson, 2008)

Faktanya, di lapangan masih banyak sekali produk lokal yang belum memiliki sertifikasi halal atau label halal. Salah satunya akibat literasi para masyarakat atau pelaku usaha yang kurang memadai sehingga belum bisa bersaing di tangan gempuran produk impor, padahal kualitas produk lokal tersebut tentu tidak kalah dengan pesaing. Kondisi saat ini terkait literasi masyarakat Mudahnya makanan instan yang beredar dari luar negeri, lambat laun bisa menggerus potensi produk lokal yang ada di Indonesia.

Memiliki populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia berpotensi menjadi pemain kunci dalam industri halal. Thomson Reuters pada tahun 2018 melaporkan bahwa konsumen Muslim di Indonesia adalah pembelanja makanan terbesar di antara negara-negara Organisasi Kerja Sama Islam. Namun, Indonesia tidak masuk dalam 10 besar negara dalam Halal Food Indicator dari Thomson Reuters, kalah dengan negara-negara minoritas Muslim seperti Brazil dan Australia. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia menjadi target pasar produk halal, bukan menjadi pemain kunci dalam industri halal.

Pentingnya sertifikasi halal bukan hanya untuk konsumen, melainkan perusahaan sebagai pemasar nantinya yang akan mendapat citra baik dan nilai jual dari para pelaku usaha. Harapannya dengan adanya keliyasan literasi terkait hal tersebut bisa memberikan manfaat dan potensi ekspansi pasar yang lebih luas serta mampu bersaing bagi para pelaku UMKM.

Oleh sebab itu, perlu dibangun suatu program pelatihan literasi halal *food* dan sertifikasi halal yang berbasis pada pelatihan literasi halal foods dan sertifikasi halal dalam meningkatkan keliyasan literasi halal foods maupun sertifikasi halal dalam pengembangan usaha produk makanan ringan di Desa Cukangkawung, Kabupaten Tasikmalaya.

Hasil studi lapangan sebelumnya oleh tim pengabdian, juga berdasarkan hasil evaluasi dari pengabdian sebelumnya terkait optimasi daya saing dan pemasaran oleh tim terkait di 2020, permasalahan dari mitra di Desa Cukangkawung Sodonghilir Kabupaten Tasikmalaya sebagai berikut: 1) Lemahnya pemahaman mitra mengenai

halal food; 2) Kurangnya pemahaman mitra terkait pentingnya sertifikasi halal; 3) Belum adanya pelatihan terkait persiapan sertifikasi halal. Isu sertifikasi halal telah memicu beberapa perdebatan di masyarakat Indonesia. Dari sisi produsen, kewajiban sertifikasi halal akan meningkatkan biaya produksi. Sebagian besar produsen di Indonesia masih enggan mensertifikasi produknya karena menganggap biaya sertifikasi halal sebagai beban. Selain itu, banyak pengusaha yang masih minim pengetahuan baik tentang prosedur maupun urgensi sertifikasi halal itu sendiri.

Untuk pelanggan ada beberapa masalah dalam label halal. Karena definisi produk yang harus bersertifikat halal dalam UU sangat luas, maka pada dasarnya semua produk dan jasa bisa bersertifikat halal. Akibatnya, klausul ini dapat mengarah pada komodifikasi Islam.

“Pada dasarnya keberadaan jaminan produk halal berangkat dari konsep luhur bahwa masyarakat berhak mendapatkan informasi yang benar, jelas dan lengkap baik secara kuantitas maupun kualitas dari produk-produk yang mereka konsumsi menurut Departemen Agama RI” (Faridah, 2019). Berdasarkan hasil dari studi pendahuluan sebelumnya, terkait masalah-masalah yang muncul dalam kondisi para pelaku usaha khususnya Ibu PKK di lokasi, maka solusi yang akan kami berikan sesuai dengan kebutuhan para mitra pelaku usaha tersebut.

Permasalahan terkait peningkatan value added pada mitra yang sama yakni Ibu-Ibu PKK Desa Cukangkawung serta pelaku usaha comring dan makanan lainnya sebelumnya pernah dilakukan oleh tim dengan memberikan pelatihan bagaimana strategi pemasaran dan optimasi e-commerce juga pemberian alat berupa sealer serta packaging untuk meningkatkan nilai jual produk di tahun 2020. Sedangkan, untuk permasalahan mitra di pengabdian kali ini yang terjadi maka dapat dilakukan sebagai berikut:

1. *Halal food* merupakan makanan yang halal dan *thoyib*, yang berarti diperbolehkan dalam syariat agama Islam dan baik bagi tubuh. Selain merupakan kewajiban dari agama, seorang muslim juga mengonsumsi *halal food* karena

telah menyadari bahwa makanan yang halal dan *thoyib* bermanfaat bagi kesehatan tubuh. Tidak hanya orang muslim, orang nonmuslim pun juga lebih memilih makanan halal karena kualitas, kebersihan, dan keamanan yang terjamin dengan adanya label halal. Target dari kegiatan pengabdian ini, mitra mempunyai pengetahuan terkait pentingnya *halal foods* bagi individu sebagai produsen makanan ringan, kelompok, konsumen maupun industry.;

2. Tidak hanya *halal foods*, kebutuhan literasi terkait sertifikasi halal menjadi isu bagi mitra. Karena, dalam proses produksi belum adanya pemahaman terkait pentingnya sertifikasi halal bagi suatu produk. Apalagi dengan akan diwajibkannya bagi produsen produk pangan di tahun 2024 nanti untuk mengajukan sertifikasi halal. Melihat kondisi mitra, tim pengabdian memberikan solusi dengan melakukan pelatihan terkait pentingnya sertifikasi halal dalam pengembangan suatu produk. Bahkan menurut hasil penelitian terdahulu, bahwa pengelompokan skor literasi tinggi, sedang, dan rendah dapat membedakan perbedaan literasi halal yang dirasakan dan niat berpindah antar kelompok. Tes post hoc dan statistik deskriptif mengungkapkan hubungan non linier yang menarik antara skor literasi halal; mengevaluasi sendiri literasi halal dan niat untuk beralih dari produk tanpa label halal. (Salehudin, 2012). Sehingga jelas sekali adanya terkait urgensi literasi *halal foods* maupun sertifikasi halal.

Tidak hanya itu, pentingnya *halal foods* dan sertifikasi halal bisa mendukung pariwisata halal yang diunggulkan oleh Indonesia. Wisata halal adalah bagian dari kegiatan pariwisata yang diarahkan pada Muslim yang selaras dengan prinsip-prinsip Islam. Menanggapi hal ini, banyak pelaku usaha di bidang kuliner ataupun makanan

menyadari pentingnya memiliki sertifikasi halal untuk membangun posisi pasar yang lebih baik.

3. Selain dari belum optimalnya pemahaman terkait halalfoods dan sertifikasi halal, mitra yang sebagian besar merupakan pelaku usaha makanan ringan, pemahaman terkait persiapan sertifikasi halal masih kurang sehingga perlu adanya pelatihan terkait persiapan produsen secara teknis dalam sertifikasi halal.

Karena, tidak semua pelaku usaha memahami teknis dari pengajuan sertifikasi halal, bahkan Sebagian pelaku usaha tidak mengetahui terkait teknis dari mulai persyaratan administrasi yang diperlukan dalam pengajuan sampai pengajuan melalui Self-Declare yang bisa diakses secara mandiri oleh para pelaku usaha tersebut.

METODE KEGIATAN

Kegiatan untuk mengatasi permasalahan mitra dilakukan dengan sosialisasi, pendidikan dan pelatihan bagi mitra untuk mengembangkan usahanya. Sosialisasi yang dilakukan berhubungan dengan literasi halal foods dan sertifikasi halal yang meliputi aspek-aspek *halal foods*.

Dalam melakukan pelatihan dan yang dilakukan yang menggambarkan khas daerah Cukangkawung Sodonghilir sebagai produk kuliner unggulan. Setelah dilakukannya pelatihan dan melakukan monitoring, diskusi dan evaluasi terhadap pelaksanaan pelatihan yang sudah dilakukan

Pendekatan yang dilakukan dalam memecahkan permasalahan mitra adalah sebagai berikut: 1) Metode ceramah, dengan memberikan materi mengenai halal foods dan sertifikasi halal; 2) Metode tutorial, dengan memberikan tutorial untuk persiapan pengajuan sertifikasi halal; 3) Metode diskusi, memberikan kesempatan tanya jawab mengenai hal-hal yang belum dipahami atau kendala-kendala yang dihadapi selama kegiatan ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada pengrajin home industry Makanan ringan di Desa Cukangkawung Kecamatan Sodonghilir Kabupaten Tasikmalaya telah berlangsung dengan baik. Hal ini terlihat dari animo peserta yang mengikuti pelatihan ini terlihat sangat antusias.

Dalam kegiatan pelatihan, para peserta sangat antusias mengikuti setiap instruksi dari instruktur. Tahap pertama kegiatan diawali dengan pelaksanaan Pre-Test terkait literasi para peserta terhadap Halal Foods. Dari hasil pretest, <5% peserta belum mengetahui dan memahami bagaimana proses pengajuan sertifikasi halal. Meskipun begitu, mereka sudah memahami bagaimana konsep halal haram dalam islam secara umum baik itu pengetahuan dasar di bangku sekolah formal maupun sekolah non formal. Tidak hanya itu, pegetahuan ini didapat dari kegiatan pengajian rutin yang dilaksanakan secara mingguan atau bulanan, dengan para pembicara para alim ulama setempat.



Gambar 1. Tahap Pre-Test terkait Literasi Halal Foods dan Sertifikasi Halal

Setelah Pretest dilakukan, tahapan kedua yakni para peserta atau Ibu-ibu PKK kemudian diberikan penyuluhan terkait Konsep Halal-Haram secara lebih detail dan menyeluruh oleh para dosen selaku pembicara. Baik terkait bahan-bahan makanan halal yang umum, maupun bahan makanan tambahan yang memiliki titik kritis yang seringkali digunakan pada industry makanan. Karena, banyak sekali bahan makanan yang tidak berlabel halal. Baik bahan makanan yang dijual kemasan maupun bahan makanan curah.



Gambar 2. Penyuluhan terkait Konsep Halal-Haram

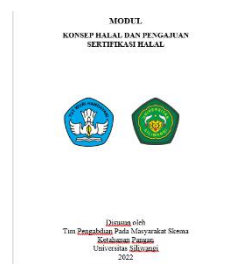
Tahapan ketiga yakni sosialisasi terkait proses sertifikasi halal. Di sisi lain, kewajiban sertifikasi halal memberikan peluang bagi pengembangan industri halal. Pew Research Center pada tahun 2017 melaporkan bahwa masyarakat Muslim global adalah konsumen dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Permintaan dari konsumen Muslim mengembangkan produk dan layanan halal yang digerakkan oleh pasar yang sesuai dengan syariah. Thomson Reuters melaporkan bahwa pada 2017, Muslim menghabiskan US\$1,303



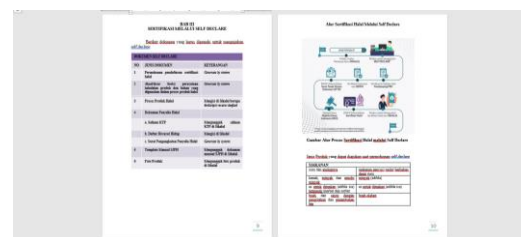
Gambar 3. Sosialisasi Literasi dan Pembagian Modul Konsep Halal & Sertifikasi Halal

miliar untuk makanan dan minuman saja. Pelatihan ini dimulai dari pentingnya Sertifikasi Halal khususnya bagi para pelaku usaha di bidang makanan ringan yang banyak digeluti oleh masyarakat Desa Cukangkawung umumnya, juga Ibu-ibu PKK khususnya. Tidak hanya literasi dan pelatihan terkait halal food dan sertifikasi halal, para mitra juga dibekali dengan Modul berupa Konsep halal dan Sertifikasi halal, baik dari pengetahuan dasar mengenai halal dan proses pengajuan sertifikasi halal serta urgensinya bagi para pelaku usaha atau UMKM.

Peserta dibekali modul atau buku saku terkait Sertifikasi Halal yang disusun oleh Tim. Tidak hanya itu, sosialisasi dilanjutkan dengan bagaimana proses pendaftaran atau pengajuan Sertifikasi Halal secara mandiri yang dilakukan secara online. Pengajuan ini disebut juga Self Declare.



Gambar 4. Cover Modul Konsep Halal & Sertifikasi Halal



Gambar 5. Sekilas Isi Modul Konsep Halal & Sertifikasi Halal

Setelah pemaparan yang dilakukan oleh instruktur peserta ikut aktif terlibat dalam acara diskusi dan tanya jawab, seputar apa yang telah disampaikan oleh masing-masing instruktur, sehingga pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dirasakan oleh peserta sangat efektif, karena bersifat komunikasi dua arah, sekaligus sesi post-test di mana hasilnya menunjukkan sekitar >85% literasi peserta terkait halal foods dan sertifikasi halal meningkat. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu terkait literasi digital yang diberikan kepada mitra sehingga meningkatkan pemahaman dan pengetahuan mitra (Herlina et al., 2022).



Gambar 4. Sesi Diskusi dan Post-Test

Hal ini mengindikasikan bahwa para peserta menyambut positif kegiatan yang dilakukan. Seperti pada penelitian terdahulu bahwa adanya kegiatan pengabdian kepada mitra dapat menguntungkan pihak mitra (Finthariasari et al., 2020) Sesuai dengan harapan Ketua PKK, Ibu Aam dan mitra pada khususnya mereka sangat mengharapkan kegiatan seperti ini dilakukan secara rutin karena dapat memberikan wawasan baru dan peningkatan penguasaan pengetahuan dan pemahaman tentang Konsep Halal Haram Produk Menurut Syariat Islam, Identifikasi Kehalalan bahan dan materi tentang proses serta mekanisme pembuatan sertifikasi halal. Tidak hanya bagi para pelaku usaha sebagai produsen, tapi juga selaku konsumen. Sehingga baik dalam berwirausaha maupun dalam konsumsi, adanya kecenderungan untuk fokus pada produk halal. (Khan et al., 2021) Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa literasi halal dan faktor-faktor yang terkait dengan pembelian produk halal memiliki hubungan yang erat dan berdampak terhadap gaya hidup halal. (Sardiana, 2020)



Gambar 6. Kegiatan pengabdian dengan mitra Ibu-ibu PKK

PENUTUP

Pengetahuan tentang literasi halal

dan sertifikasi halal harus dimiliki oleh para konsumen maupun produsen. Selaku konsumen, kita bisa mengetahui mana yang layak dikonsumsi karena kehalalannya, sedangkan bagi produsen seperti mitra yakni Ibu PKK Desa Cukangkawung yang merupakan para pelaku usaha makanan ringan, kita mampu memberikan jaminan halal atas produk kita agar bisa memiliki daya saing di pasar. Setelah adanya penyuluhan dan sosialisasi sesuai dengan metode yang dilakukan, dari hasil post-test > 85% literasi halal foods dan sertifikasi halal para peserta meningkat. Sehingga, kegiatan pengabdian berhasil mencapai sasaran dan sesuai kebutuhan mitra. Tetapi, tentu diperlukan pendampingan lebih intensif tentang pembinaan bagi para pengrajin home industry Desa Cukangkawung.

Selain itu, saran dari kegiatan ini kepada mitra agar bisa melakukan kerja sama atau kolaborasi dengan pihak Pemerintah Desa terkait untuk melakukan pembinaan lanjutan dari praktisi bisnis serta difasilitasi terkait pengajuan Sertifikat Halal ke BPJPH. Selain itu, bagi pemerintah baiknya kesadaran halal di masyarakat perlu ditingkatkan. Mengubah pola pikir umat Islam dapat dilakukan melalui pendidikan dan pemasaran baik bagi pengusaha maupun konsumen.

Meningkatkan kesadaran halal seperti iklan, sosialisasi dan pelatihan dapat dilakukan oleh pemerintah dan lembaga halal secara menyeluruh di Indonesia. Untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan, pemerintah perlu memperjelas definisi produk yang perlu disertifikasi halal. Selanjutnya, pemerintah bisa memberikan insentif untuk menarik pemohon sertifikasi halal, serta mempermudah prosedur untuk mendapatkan sertifikasi halal, dan memberikan dukungan keuangan, terutama untuk usaha mikro, kecil dan mikro yang ingin mendapatkan sertifikasi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Faridah, H. D. (2019). Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi. *Journal of Halal Product and Research*, 2(2).
- Finthariasari, M., Febriansyah, E., & Pramadeka, K. (2020).

- PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA PELANGKIAN MELALUI EDUKASI DAN LITERASI KEUANGAN PASAR MODAL MENUJU MASYARAKAT CERDAS BERINVESTASI. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Rafflesia*, 3(1). <https://doi.org/10.36085/jpmbr.v3i1.763>
- Herlina, E., Setiawan, I., Prabowo, F. H. E., Usmar, D., & Fauzan, I. (2022). PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN LITERASI DIGITAL DALAM UPAYA MEMPROMOSIKAN DESTINASI WISATA UNTUK KELOMPOK SADAR WISATA KABUPATEN CIAMIS. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Rafflesia*, 5(3), 1006–1012. <https://doi.org/10.36085/jpmbr.v5i3.3409>
- Khan, M. A., Hashim, S., & Bhutto, M. Y. (2021). Factors Affecting Brand Relationship Quality of Halal Food and The Mediating Role of Halal Literacy. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(14). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v11-i14/8576>
- Masruroh, N. (2020). The Competitiveness of Indonesian Halal Food Exports in Global Market Competition Industry. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1). <https://doi.org/10.21580/economica.2020.11.1.3709>
- Salehudin, I. (2012). Halal Literacy and Intention of Muslim Consumers to Switch from Products Without Halal Label: An Instrument Development and Validation in Indonesia. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2004762>
- Salehudin, I. (2013). Halal Literacy: A Concept Exploration and Measurement Validation. *ASEAN Marketing Journal*, 2(1). <https://doi.org/10.21002/amj.v2i1.1987>
- Sardiana, A. (2020). Halal literacy and halal product purchase dimension: A preliminary study. *INSIGHT Journal*, 6(101).
- Tobing, D. S. K., Fathorazz, M., & Wulandari, G. A. (2018). Mapping the Competitive Advantage of SMEs in East Java, Indonesia. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 9(1), 23–32. <https://doi.org/10.15294/jdm.v9i1.14649>
- van der Vaart, H. J., & Gibson, T. (2008). *Defining SMEs: A Less Imperfect Way of Defining Small and Medium Enterprises in Developing Countries*.
- Zahrah, A., & Fawaid, A. (2019). Halal Food di Era Revolusi Industri 4.0: Prospek dan Tantangan. *Hayula: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 3(2). <https://doi.org/10.21009/hayula.003.2.01>