Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis
Volume 4, Nomor 1 Januari 2026
E-ISSN: 2988-5035; P-ISSN: 2988-5043; Hal 52-59
DOI: https://doi.org/10.61132/manuhara.v4i1.2444
Tersedia: https://journal.arimbi.or.id/index.php/Manuhara

Implementasi Sistem Manajemen Halal sebagai Investasi Spriritual dalam Perspektif Pelaku Bisnis

Audia Zein[1*], Novien Rialdy[2]
[1-2] Progdi Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia
Email: zeinnnzein32@gmail.com [1], novienrialdy@umsu.ac.id [2]

**Penulis korespondensi: zeinnnzein32@gmail.com*

Abstract. *The Halal Management System (HMS) has often been positioned as an administrative compliance tool that focuses on regulatory and certification requirements. This approach has the potential to simplify the meaning of halal by overlooking the inherent values, especially in the context of Muslim businesses. This study aims to interpret the understanding of the Halal Management System not only as an administrative compliance mechanism, but also as an expression of worship and spiritual commitment in business practices. This study uses a qualitative approach through a literature review of scientific articles, books, and relevant publications discussing halal management, Islamic business ethics, and the perspectives of business actors. The results of the study show that the HMS is understood by business actors as a manifestation of religious obedience integrated into economic activities, where the application of halal principles is seen as part of devotion to God and a form of moral responsibility in running a business. In this understanding, administrative compliance is positioned as an implication of spiritual awareness, not as the main objective of the system's implementation. The research findings also indicate that the spiritual meaning of SMH encourages consistency in halal practices and strengthens long-term business orientation. Conceptually, this study has implications for the development of halal management studies by placing the spiritual dimension as the main foundation in the implementation of the Halal Management System, particularly in supporting sustainable and ethical business practices.*

Keywords: *Business Practitioners; Halal Compliance; Halal Management System; Spiritual Investment; Worship in Business.*

Abstrak. Sistem Manajemen Halal (SMH) selama ini sering diposisikan sebagai perangkat kepatuhan administratif yang berfokus pada pemenuhan ketentuan regulasi dan sertifikasi. Pendekatan tersebut berpotensi menyederhanakan makna halal dengan mengesampingkan dimensi nilai yang melekat di dalamnya, khususnya dalam konteks pelaku usaha Muslim. Penelitian ini bertujuan untuk menginterpretasikan pemahaman terhadap Sistem Manajemen Halal yang tidak hanya dimaknai sebagai mekanisme kepatuhan administratif, tetapi juga sebagai ekspresi ibadah dan komitmen spiritual dalam praktik bisnis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode studi literatur terhadap artikel ilmiah, buku, dan publikasi relevan yang membahas manajemen halal, etika bisnis Islam, serta perspektif pelaku usaha. Hasil kajian menunjukkan bahwa SMH dipahami oleh pelaku bisnis sebagai perwujudan ketaatan religius yang terintegrasi dalam aktivitas ekonomi, di mana penerapan prinsip halal dipandang sebagai bagian dari pengabdian kepada Tuhan dan bentuk tanggung jawab moral dalam menjalankan usaha. Dalam pemahaman tersebut, kepatuhan administratif diposisikan sebagai implikasi dari kesadaran spiritual, bukan sebagai tujuan utama penerapan sistem. Temuan penelitian juga mengindikasikan bahwa pemaknaan spiritual terhadap SMH mendorong konsistensi praktik halal serta memperkuat orientasi bisnis jangka panjang. Secara konseptual, penelitian ini memberikan implikasi pada pengembangan kajian manajemen halal dengan menempatkan dimensi spiritual sebagai fondasi utama dalam implementasi Sistem Manajemen Halal, khususnya dalam mendukung praktik bisnis yang berkelanjutan dan berlandaskan nilai etis.

Kata kunci: Ibadah dalam Bisnis; Investasi Spiritual; Kepatuhan Halal; Pelaku Bisnis; Sistem Manajemen Halal.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan industri halal dalam lima tahun terakhir menunjukkan dinamika yang signifikan dari sekadar untuk memenuhi kewajiban religius menjadi suatu sistem bisnis yang terintegrasi dan berorientasi global. Hal ini dilihat dengan meningkatnya penggunaan sertifikasi halal yang tidak hanya di negara mayoritas muslim, tetapi juga di berbagai negara

Naskah Masuk: 12 November 2025; Revisi: 19 Desember 2025; Diterima: 14 Januari 2026;
Terbit: 17 Januari 2026

dengan masyarakat non muslim yang melihat halal sebagai simbol kualitas, keamanan, dan kepercayaan konsumen. Dalam hal itu, Sistem Manajemen Halal (SMH) yang merupakan perangkat struktural yang bertujuan memastikan konsistensi konsistensi penerapan prinsip halal dalam seluruh prosesnya. Namun yang harus dipahami halal tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga kultural dan spiritual.

Dalam praktik bisnis kontemporer, sertifikasi halal umumnya ditempatkan sebagai *business requirement*, yaitu instrumen strategis yang berfungsi untuk memenuhi ketentuan regulasi, memperkuat daya saing usaha, serta memperluas jangkauan pasar, terutama pada segmen konsumen Muslim (Hartini, 2022). Hal ini memandang implementasi Sistem Manajemen Halal sebagai respon rasional pelaku bisnis terhadap tuntutan pasar, tekanan institusional, serta kebutuhan kebutuhan standar teknis dan persyaratan administratif lainnya. Namun demikian, dalam konteks bisnis yang berlandaskan nilai, konsep halal tidak hanya dipersepsikan sebagai sekadar label atau sertifikat, tetapi juga dipahami sebagai representatif nilai-nilai etis serta bentuk tanggung jawab moral yang melekat pada praktik usaha.

Dalam perspektif ekonomi Islam, tujuan bisnis tidak berhenti pada maksimalisasi laba, tetapi mencakup pencapaian kemaslahatan dan keberkahan (Huda & Nasution, 2020). Selaras dengan berkembangnya kajian tentang etika bisnis dan spiritualitas dalam organisasi sejumlah kajian bisnis syariah mutakhir menunjukkan adanya pergeseran paradigma yang signifikan. Pelaku bisnis Muslim idak lagi memaknai halal semata secara fungsional, melainkan sebagai wujud komitmen spiritual (halal as a spiritual commitment), di mana aktivitas bisnis dipandang sebagai bagian dari ibadah (‘ibādah mu‘āmalah) yang mengandung dimensi pertanggungjawaban religius (Rohmah & Fasa, 2021).

Sistem Manajemen Halal menjadi sarana bagi pelaku bisnis untuk memastikan bahwa seluruh aktivitas usaha selaras dengan prinsip syariah secara konsisten dan berkelanjutan, karena implementasi Sistem Manajemen Halal tidak hanya berfungsi sebagai alat pengendalian proses produksi dan distribusi, tetapi juga sebagai mekanisme internalisasi nilai-nilai Islam seperti amanah, kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial (Sholiha dkk, 2024). Investasi spiritual merujuk pada upaya yang dilakukan pelaku usaha untuk menanamkan nilai-nilai moral dan spiritual yang diyakini memberikan manfaat jangka panjang, dengan menjalankan aktivitas bisnis yang tidak semata berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga mengedepankan nilai-nilai moral dan spiritual.

Meskipun penelitian mengenai sertifikasi halal dan manajemen halal telah berkembang pesat, sebagian besar kajian masih berfokus pada dampaknya terhadap kinerja usaha, kepercayaan konsumen, dan kepatuhan regulasi terdapat kecenderungan meningkatnya

kesadaran pelaku bisnis terhadap dimensi spiritual dan etis dalam praktik manajerial. Celah inilah yang membuka ruang bagi kajian konseptual yang memposisikan Sistem Manajemen Halal bukan hanya sebagai alat kepatuhan, tetapi sebagai investasi spiritual dalam perspektif pelaku bisnis. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk menggali bagaimana pelaku bisnis memaknai implementasi Sistem Manajemen Halal sebagai investasi spiritual, serta bagaimana keyakinan religius tersebut membentuk sikap dan perilaku bisnis mereka.

2. KAJIAN TEORITIS

Konsep Sistem Manajemen Halal

Sistem Manajemen Halal merujuk pada seperangkat kebijakan, prosedur, dan praktik manajerial yang dirancang untuk menjamin konsistensi penerapan prinsip halal dalam seluruh proses bisnis. Strategi dalam manajemen halal mengacu pada pendekatan yang bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh proses bisnis, dari produksi hingga distribusi, mematuhi prinsip-prinsip halal, (Fikri, 2023). Dalam literatur, Sistem Manajemen Halal sejalan dengan Sistem Jaminan Halal, yang menekankan pentingnya pengendalian internal, dokumentasi, serta pengawasan berkelanjutan terhadap seluruh rantai nilai produk atau jasa. Sistem Jaminan Halal (SJH) merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk menjamin kehalalan suatu produk sesuai dengan ketentuan syariah (Syamsuri, H., Parakkasi, I., & Muthiadin, C., 2024).

Dalam konteks regulasi, SMH sering diposisikan sebagai instrumen kepatuhan terhadap standar halal yang ditetapkan oleh otoritas sertifikasi, seperti yang tercermin dalam berbagai pedoman halal di negara-negara mayoritas Muslim (Baihaqi, 2024). Sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia telah menetapkan kewajiban sertifikasi halal melalui Undang-Undang nomor 33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal. Tidak hanya itu, sertifikasi Halal juga diatur melalui keputusan kepala BPJH Nomor 57 Tahun 2001 tentang standar jaminan produk halal (Yunus, H. R. M., 2025).

Investasi Spiritual dalam Bisnis

Dalam literatur manajemen dan ekonomi Islam, konsep investasi tidak selalu dimaknai secara material. Investasi spiritual mengacu pada penanaman nilai-nilai moral dan perilaku etis dalam kegiatan ekonomi, yang bertujuan untuk manfaat jangka panjang yang melampaui keuntungan finansial (Sazali, 2023). Dalam konteks tersebut, motivasi dan orientasi utama seorang Muslim adalah meraih rida Allah dalam setiap perilaku yang dijalankannya, sehingga harta yang dimiliki tidak hanya bernilai secara personal, tetapi juga memberikan kemanfaatan

bagi orang lain sebagai perwujudan tercapainya maṣlaḥah, yang menjadi tujuan fundamental dalam kerangka maqāṣid al-syarī‘ah (Khairi, 2013) .

Spiritualitas merupakan pemahaman mendalam terhadap makna dan tujuan aktivitas bisnis yang mendorong kinerja pada tingkat keunggulan, di mana pencapaian usaha tidak hanya diukur dari hasil material, tetapi juga dari keselarasan antara nilai spiritual dan praktik kerja sehari-hari (Campuzano & Seteroff, 2010). Dengan demikian, investasi spiritual dalam bisnis tidak diukur melalui return finansial semata, melainkan melalui keberkahan, ketenangan batin, kepercayaan publik, dan keberlanjutan jangka panjang. Perspektif ini memberikan dasar konseptual untuk memaknai Sistem Manajemen Halal sebagai lebih dari sekadar sistem kontrol, tetapi sebagai instrumen internalisasi nilai spiritual dalam praktik manajerial.

Perspektif Pelaku Bisnis dalam Kajian Sistem Manajemen Halal

Pelaku Bisnis merujuk pada individu maupun kelompok yang menjalankan aktivitas bisnis, khususnya pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang industri kuliner (Jannah, 2024). Dalam konteks ekonomi syariah dan industri halal, UMKM menjadi aktor kunci dalam rantai pasok halal melalui produksi makanan, minuman, fashion, kosmetik, dan layanan halal lainnya (Noviyanti, 2025). Sistem Manajemen Halal (SMH) kerap dipandang sebagai instrumen kepatuhan (compliance tool) yang berfokus pada pemenuhan persyaratan sertifikasi, proses audit, dan kelengkapan dokumentasi.

Halal dipahami sebagai kewajiban hukum yang harus dipenuhi agar produk dapat beredar secara legal dan diterima pasar (Islam, 2023). (Rangkuti, 2023) menegaskan bahwa praktik halal yang dilepaskan dari nilai etika bisnis Islam berpotensi mereduksi makna halal menjadi sekadar simbol komersial. (Helmi dan Sari, 2021) menjelaskan bahwa pelaku bisnis Muslim memandang aktivitas ekonomi sebagai bagian dari amanah dan ibadah, sehingga kepatuhan terhadap prinsip halal bukan hanya didorong oleh regulasi eksternal, tetapi juga oleh kesadaran spiritual internal. Dalam perspektif ini, Sistem Manajemen Halal dipahami sebagai sarana untuk menjaga integritas moral, kejujuran, dan keadilan dalam seluruh proses bisnis.

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah library research (studi pustaka) dengan pendekatan kualitatif. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber seperti jurnal, buku, laporan resmi, maupun dokumen-dokumen lainnya yang kredibel dan relevan. Temuan-temuan yang diperoleh melalui penelusuran kepustakaan selanjutnya dianalisis secara mendalam oleh penulis, kemudian hasil analisis tersebut disajikan dan diuraikan secara rinci serta sistematis dalam karya ilmiah ini.

Adapun metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, dengan mempertimbangkan bahwa tujuan dilakukannya kajian ini guna untuk menginterpretasikan bagaimana sistem manajemen halal dipahami tidak hanya sebagai bentuk kepatuhan administratif, tetapi juga sebagai ekspresi ibadah dan komitmen spiritual dalam praktik bisnis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem Manajemen Halal sebagai Ibadah dan Ketaatan Religius

Hasil telaah literatur menunjukkan bahwa sebagian pelaku bisnis Muslim tidak memaknai Sistem Manajemen Halal (SMH) semata sebagai perangkat administratif atau mekanisme kepatuhan terhadap regulasi halal. Dalam sejumlah kajian, penerapan sistem manajemen halal justru dipahami sebagai bagian dari praktik ibadah (‘ibādah mu‘āmalah) dan bentuk ketaatan religius dalam aktivitas ekonomi, di mana aktivitas bisnis tidak dipisahkan dari nilai ketaatan kepada ajaran Islam. Perspektif ini menempatkan seluruh proses bisnis—mulai dari pengadaan bahan baku, produksi, penyimpanan, hingga distribusi—sebagai ruang aktualisasi nilai keislaman (Helmi & Sari, 2021).

Tingkat religiusitas yang lebih tinggi di antara operator bisnis berkorelasi dengan komitmen yang lebih kuat terhadap standar halal, seperti yang terlihat dalam penelitian yang menunjukkan bahwa keyakinan agama secara langsung mempengaruhi sikap terhadap sertifikasi halal (Auliyah dkk., 2024). Setiap produsen memiliki sertifikasi halal agar tercapai tujuan syariat islam untuk selalu berbuat kebaikan dalam setiap transaksi (Mahyarni, Dewi, & Albahi,2024). Implementasi Sistem Manajemen Halal sebagai bentuk ibadah juga tercermin dalam cara pelaku bisnis memaknai kepatuhan. Kepatuhan terhadap standar halal tidak lagi dipandang sebagai beban biaya (cost of compliance), melainkan sebagai konsekuensi logis dari keimanan.

Hasil kajian juga menunjukkan bahwa pemaknaan Sistem Manajemen Halal sebagai ibadah berdampak pada konsistensi implementasi. Pelaku bisnis yang memandang halal sebagai kewajiban religius cenderung menjaga keberlanjutan penerapan Sistem Manajemen Halal bahkan setelah sertifikasi diperoleh. Hal ini sejalan dengan temuan (Arifin dkk. 2025) yang menunjukkan bahwa integrasi nilai religius dalam manajemen halal mendorong komitmen jangka panjang dan tanggung jawab moral terhadap konsumen. Dalam perspektif ini, sertifikasi halal bukan tujuan akhir, melainkan konsekuensi dari komitmen spiritual yang telah tertanam sebelumnya.

Sistem Manajemen Halal sebagai Investasi Spiritual

Konsep investasi spiritual merujuk pada penanaman nilai, keyakinan, dan orientasi transendental dalam aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak selalu bersifat material dan tidak selalu terukur dalam jangka pendek. Dalam perspektif ini, pelaku bisnis tidak lagi memandang Sistem Manajemen Halal sebagai biaya kepatuhan atau strategi jangka pendek untuk memperoleh sertifikasi, melainkan sebagai komitmen berkelanjutan yang menanamkan nilai religius ke dalam sistem manajerial organisasi. Literatur menunjukkan bahwa pelaku usaha yang memiliki kesadaran spiritual cenderung mempertahankan standar halal sebagai bagian dari tanggung jawab moral dan religius, bukan sekadar karena tuntutan pasar (Helmi & Sari, 2021).

Investasi spiritual dalam Sistem Manajemen Halal juga tercermin dalam cara pelaku bisnis menghadapi risiko dan ketidakpastian. Dalam (Islam, 2023) juga mengatakan bahwa pelaku usaha yang memaknai halal sebagai kewajiban religius cenderung lebih berhati-hati dalam pengambilan keputusan, menghindari praktik yang meragukan (*syubhat*), dan menolak keuntungan yang bertentangan dengan prinsip syariah. Sikap ini menunjukkan bahwa Sistem Manajemen Halal berfungsi sebagai mekanisme pengendalian internal berbasis nilai, yang dalam jangka panjang berkontribusi pada stabilitas dan keberlangsungan usaha.

Dari sudut pandang maqāṣid syarī‘ah, praktik Sistem Manajemen Halal sebagai ibadah juga berkontribusi pada pencapaian kemaslahatan. (Nurcahyo dkk.,2024) menegaskan bahwa penerapan manajemen berbasis nilai Islam mendukung perlindungan agama (ḥifẓ al-dīn), harta (ḥifẓ al-māl), dan jiwa (ḥifẓ al-nafs) melalui penyediaan produk yang aman, etis, dan sesuai syariat. Dengan demikian, SMH tidak hanya berfungsi pada level operasional, tetapi juga pada level normatif sebagai sarana menjaga tujuan-tujuan utama syariat dalam aktivitas ekonomi.

Hal ini memperlihatkan bahwa ketika Sistem Manajemen Halal dipahami sebagai bentuk ibadah dan ketaatan religius, orientasi pelaku bisnis bergeser dari kepatuhan formal menuju internalisasi nilai. SMH menjadi bagian dari investasi spiritual, di mana pelaku bisnis menanamkan komitmen religius dalam sistem manajerial dengan harapan memperoleh keberkahan, ketenangan batin, serta keberlanjutan usaha.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Interpretasi Sistem Manajemen Halal (SMH) sebagai praktik ibadah mendorong pelaku usaha untuk menginternalisasikan nilai-nilai Islam, seperti amanah, kejujuran, tanggung jawab, dan kehati-hatian, sehingga penerapannya tidak berhenti pada pemenuhan persyaratan formal yang bersifat eksternal. Pemaknaan tersebut mengindikasikan bahwa penerapan sistem halal

berlandaskan pada kesadaran religius, di mana kegiatan usaha dipahami sebagai bagian dari pengabdian kepada Tuhan sekaligus sarana aktualisasi nilai-nilai Islam dalam ranah ekonomi. Sistem Manajemen Halal diposisikan sebagai manifestasi tanggung jawab moral pelaku bisnis yang melampaui tuntutan regulasi formal. Sistem Manajemen Halal sebagai investasi spiritual jangka panjang memiliki implikasi penting terhadap keberlanjutan bisnis. Investasi spiritual melalui Sistem Manajemen Halal menghasilkan manfaat non-material yang bersifat akumulatif, seperti terbentuknya kepercayaan konsumen, legitimasi moral, reputasi etis, serta ketahanan organisasi dalam menghadapi tekanan pasar. Manfaat-manfaat tersebut menjadi fondasi keberlanjutan usaha yang tidak hanya berorientasi pada kelangsungan finansial, tetapi juga pada kemaslahatan dan tanggung jawab sosial.

Secara konseptual, temuan penelitian ini memperluas kajian manajemen halal dengan menempatkan dimensi spiritual sebagai fondasi, bukan sebagai pelengkap, dalam implementasi Sistem Manajemen Halal. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan perspektif manajemen halal yang lebih holistik dan berorientasi jangka panjang. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena menggunakan pendekatan studi literatur tanpa pengujian empiris langsung pada pelaku bisnis. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji secara empiris hubungan antara pemaknaan spiritual terhadap Sistem Manajemen Halal, konsistensi implementasi halal, dan keberlanjutan bisnis, baik melalui pendekatan kualitatif lapangan maupun metode kuantitatif..

DAFTAR REFERENSI

Arifin, U. D. M., Hasnidar, & Rostina. (2025). Halal management and corporate social responsibility. *SAHRI: Jurnal As-Salafiyah*. https://journal.as-salafiyah.id/index.php/sahri/article/view/925

Astia, M., & Sijabat, A. P. (2025). Hambatan memperoleh sertifikasi halal perspektif pelaku UMKM di Desa Bandar Klippa. *At-Tanmiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 4*(1), 29–39.

Auliyah, R., Wahyudin, R., & Putra, G. D. A. (2024). Pengaruh religiusitas dan pemahaman produsen terhadap kepatuhan sertifikasi label halal di Kecamatan Lengayang, Pesisir Selatan. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam, 9*(1), 43–53. https://doi.org/10.15548/maqdis.v9i1.1194

Baihaqi, B. (2024). Dinamika dan implikasi jaminan produk halal dalam ekonomi syariah global. *Al-Iqtishad International Journal, 2*(1), 26–34. https://doi.org/10.63732/aij.v2i1.48

Campuzano, L. G., & Seteroff, S. S. (2010). A new approach to a spiritual business organization and employee satisfaction. *Proceedings of the Eastern Academy of Management Conference*.

Fikri, M. A., & Rini, P. L. (2023). Manajemen rantai pasokan hijau dan kinerja bisnis: Peran kinerja operasional pada sektor industri produk halal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 9*(1), 358–370.

Helmi, M., & Sari, N. P. (2021). Halal responsibilities through Islamic business ethics practices. https://www.researchgate.net/publication/352858225

Islam, M. M. (2023). Challenges of halal standards and halal certification. *Journal of Muslim Business and Economics*. https://journal.uiii.ac.id/index.php/mber/article/view/156

Jannah, F. (2024). *Kesadaran hukum pelaku usaha terhadap kewajiban sertifikasi halal pada makanan perspektif maslahah: Studi di komunitas UMKM Sudimoro Kota Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Khairi, M. S. (2013). Memahami spiritual capital dalam organisasi bisnis melalui perspektif Islam. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma, 4*(2), 286–307.

Mahyarni, M., Dewi, F. S., & Albahi, M. (2024). Pengaruh tingkat kesadaran dan literasi halal terhadap kepemilikan sertifikasi halal pada pelaku UMKM menurut perspektif maqashid syariah di Kabupaten Bengkalis. *Jurnal Economica: Media Komunikasi ISEI Riau, 12*(2), 276–282.

Nurcahyo, S. A., Jannah, R., & Anis, M. (2024). Maqasid shariah management in realizing sustainable development goals. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*. https://journal.walisongo.ac.id/index.php/JDMHI/article/view/23093

Rangkuti, A. (2023). Toward a holistic framework of Islamic business ethics. *International Journal of Islamic Studies*. https://journal.sinergi.or.id/index.php/ijis/article/view/593

Sazali, A. (2023). Kasb: A comparative study of the concept of economics in Islamic and modern economics. *Tafhim, 16*(2), 89–111. https://doi.org/10.56389/tafhim.vol16no2.4

Syamsuri, H., Parakkasi, I., & Muthiadin, C. (2024). Transformasi industri pangan melalui undang-undang pangan halal: Manajemen efektif sistem jaminan halal. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan, 13*(3), 274–285.

Yunus, H. R. M. (2025). Industri syariah dan praktik manajemen halal. Dalam *Era baru ekonomi Islam: Membangun industri halal dan inovasi berkeadilan* (hlm. 21).