



# HALFIN: INNOVATION OF THE STRATEGY MODEL TO ACCELERATE MANDATORY HALAL THROUGH INTEGRATION OF INDONESIAN FINANCIAL INSTITUTIONS

## HALFIN: INOVASI MODEL STRATEGI PERCEPATAN WAJIB HALAL MELALUI INTEGRASI LEMBAGA KEUANGAN INDONESIA

Received: 29/10/2024; Revised: 24/11/2024; Accepted: 01/12/2024; Published: 16/12/2024

Verdian Agus Saputra\*

Department of Islamic Economics, Faculty of Economics and Business Universitas Airlangga, Surabaya, East Java, Indonesia

\*Corresponding author: verdian.agus.saputra-2020@feb.unair.ac.id

### ABSTRACT

The Indonesian government is committed to developing the halal industrial sector by accelerating mandatory halal certification in 2024. This is based on the continued growth of the sharia sector and the enormous potential of the Indonesian halal industry. On the other hand, Indonesia is the country with the largest level of halal consumers in the world. However, from the producer side, Indonesia is still not optimal. So innovation is needed in accelerating mandatory halal certification as part of improving product quality at the global level. The aim of this research is to explain strategic innovation in accelerating mandatory halal certification using descriptive qualitative research methods with a literature study approach. The results of this research show that the model offered is through integration between BPJPH institutions and financial institutions in the form of making halal certification a condition for obtaining financial financing. This is based on the fact that every business requires capital to run a business, so including the element of ownership of halal certification is the right thing to encourage business actors to carry out halal obligations. It is hoped that this strategy model can be taken into consideration by stakeholders in achieving Indonesia's mandatory halal target in order to support Indonesia as the world's halal center.

**Keywords:** Financial Institutions, Halal Certification, Strategy

### ABSTRAK

Pemerintah Indonesia memiliki komitmen dalam mengembangkan sektor industri halal melalui percepatan sertifikasi wajib halal tahun 2024. Hal ini didasarkan atas pertumbuhan sektor syariah terus mengalami peningkatan serta potensi industri halal Indonesia yang sangat besar. Disisi lain, Indonesia menjadi negara dengan tingkat konsumen halal terbesar di dunia. Namun, dari sisi produsen Indonesia masih belum maksimal. Sehingga diperlukannya inovasi dalam mempercepat sertifikasi wajib halal sebagai bentuk bagian dalam meningkatkan kualitas produk di tingkat global Tujuan penelitian ini adalah untuk memaparkan inovasi strategi dalam mempercepat sertifikasi wajib halal dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi literatur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model yang ditawarkan melalui integrasi antara lembaga BPJPH dengan lembaga keuangan berupa menjadikan sertifikasi halal sebagai syarat dalam memperoleh pembiayaan keuangan. Hal ini didasarkan bahwa setiap usaha memerlukan modal dalam menjalankan usaha sehingga memasukkan unsur kepemilikan sertifikasi halal menjadi hal yang tepat dalam mendorong pelaku usaha melakukan wajib halal. Diharapkan melalui model strategi ini dapat menjadi pertimbangan pemangku kepentingan dalam mencapai target wajib halal Indonesia guna mendukung Indonesia sebagai pusat halal dunia.

**Kata Kunci:** Lembaga Keuangan, Sertifikasi Halal, Strategi

**How to cite:** Saputra, V. A. 2024. HALFIN: innovation of the strategy model to accelerate mandatory halal through integration of Indonesian financial institutions. *Journal of Halal Product and Research*. 7(2), 192-198, <https://dx.doi.org/10.20473/jhpr.vol.7-issue.2.192-198>

## PENDAHULUAN

Pemerintah Indonesia memiliki komitmen besar dalam mengembangkan industri halal melalui peraturan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH). UU ini mengatur pada pasal 4 bahwa “Produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikasi halal” yang berlaku secara bertahap sejak 17 Oktober 2019. Selain itu, dibentuknya “Halal Ekonomi Masterplan” menjadi strategi nasional untuk menjadikan Indonesia sebagai pusat industri halal global (Arsil *et al.*, 2022). Komitmen yang dilakukan oleh pemerintah ini didasarkan atas pesatnya perkembangan industri halal dengan pengeluaran muslim dunia yang terus mengalami peningkatan dan diproyeksikan mencapai angka US\$3,2 triliun di 2024. Komitmen pengembangan industri halal Indonesia sebagai pusat halal dunia juga didasarkan atas dukungan demografis Indonesia sebagai penduduk muslim terbesar dunia, menurut *the Royal Islamic Strategic Studies Center* mencatat penduduk muslim Indonesia tahun 2023 mencapai 240,62 juta jiwa (86,7%) dari total penduduk (Databoks, 2023).

Keberhasilan Indonesia dalam mendukung perkembangan sektor ekonomi syariah dapat dilihat pada *State of the Global Islamic Economy (SGIE) Report 2023* bahwa Indonesia berhasil menduduki peringkat tiga besar pada *the Global Islamic Economy Indicator (GIEI)* dimana ini meningkat dibandingkan tahun 2022 di posisi keempat (State of the Global Islamic Economy Report, 2023). Selain itu, menurut Menteri Perindustrian, Agung Gumiwang, pengeluaran umat muslim Indonesia diproyeksikan meningkat 14,96% di tahun 2025 sebesar USD281,6 miliar. Kondisi ini, menjadikan Indonesia sebagai konsumen pasar halal terbesar di dunia dengan share 11,34% dari pengeluaran halal global ([www.ekon.go.id](http://www.ekon.go.id), 2020).

Guna menjadi pusat halal dunia, pencapaian konsumen halal terbesar tersebut masih belum cukup dan diperlukannya keseimbangan dari sisi penyediaan produk industri halal yang memadai. Berdasarkan data SGIE, Indonesia masih berada pada peringkat 10 sebagai negara produsen produk halal dunia. Sedangkan yang menguasai produk halal dunia dipegang oleh negara minoritas muslim yaitu Brazil, Australia, dan negara lainnya. Indonesia juga masih melakukan impor produk halal pada bidang makanan sebanyak 12,6%. Hal ini menggambarkan bahwa Indonesia masih perlu terus meningkatkan penyediaan produsen produk industri halal.

Adapun langkah strategi yang dilakukan pemerintah yaitu dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah No 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal dan Peraturan Menteri Agama No. 20 Tahun 2021 tentang Sertifikasi Halal Bagi Usah Kecil dan Mikro. Menurut peraturan tersebut menjelaskan bahwa seluruh pelaku UMK wajib untuk memiliki sertifikasi halal paling lambat pada tanggal 18 Oktober 2024. Kepemilikan sertifikasi halal oleh pelaku usaha merupakan suatu terobosan untuk mendukung potensi ekosistem halal, menggerakkan sektor riil, dan menembus industri halal pasar global (Pratama, 2024). Melalui sertifikasi halal akan memberikan perlindungan, jaminan, informasi kehalalan produk dan menjadi instrumen etika bisnis bagi produsen untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan menjangkau pasar global (Nur Kasanah & Muhammad Husain As Sajjad, 2022).

Berdasarkan data di Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2019 terdapat sebanyak 69.577 unit UMKM di bidang makanan dan minuman yang telah memiliki sertifikasi halal atau setara dengan 0,11 persen dari jumlah 65 juta UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa masih sedikit dan bahkan kurang dari 1% UMKM yang memiliki sertifikasi halal di tahun 2019, sehingga ini memberikan gambaran pemerintah perlu usaha besar dan strategi yang tepat untuk percepatan wajib halal seluruh UMKM di tahun 2024. Salah satu langkah yang dilakukan yaitu dengan dibentuknya Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), program sertifikasi halal gratis, kolaborasi dengan berbagai kementerian, perguruan tinggi, penyelia halal, ormas, sampai kemudahan proses sertifikasi halal dengan sistem *self-declare* (Pratama, 2024).

Namun, berdasarkan data penerbitan sertifikasi halal per Mei 2024 menunjukkan bahwa baru terdapat 4.418.343 produk tersertifikasi halal dari target 10.000.000 produk atau baru mencapai 44,18 persen. Sedangkan total UMK sekitar 28 juta unit usaha. Hal ini menunjukkan bahwa masih jauh pencapaian target dari yang ditetapkan. Oleh karena itu, pemerintah menunda kewajiban UMK memiliki sertifikasi halal dari semula Oktober 2024 menjadi Oktober 2026 yang mencakup produk UMK makanan dan minuman, obat tradisional, herbal, dan produk kimia kosmetik. Adapun problem dalam sertifikasi halal mencakup kurangnya *halal awareness* dan sosialisasi pada pelaku UMK, belum optimalnya peran



stakeholder terkait, pelaku usaha yang tidak responsif dengan regulasi, serta belum maksimalnya pendampingan proses sertifikasi produk halal (Samsul *et al.*, 2022).

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini bertujuan untuk menawarkan model strategi inovasi baru dalam proses pelaksanaan wajib halal oleh pelaku UMK agar target wajib halal 2026 dapat tercapai. Adapun strategi inovasi yang digagas penulis dalam percepatan wajib halal yaitu melalui konsep HALFIN (*Halal Finance*) melalui integrasi dengan lembaga keuangan yang ada di Indonesia.

## METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Istilah deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian kualitatif untuk suatu kajian yang bersifat deskriptif, serta umumnya dipakai dalam fenomenologi sosial (Yuliani, 2018). penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena dengan sedalam-dalamnya dengan cara pengumpulan data yang sedalam-dalamnya pula, yang menunjukkan pentingnya kedalaman dan detail suatu data yang diteliti (Harahap, 2020). Sifat deskriptif pada penelitian ini yaitu menguraikan data informasi secara teratur kemudian diberikan pemahaman dan penjelasan agar dapat dipahami dengan baik oleh para pembaca (Setyorini *et al.*, 2021).

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah studi literatur atau kepustakaan dengan sumber data sekunder. Artinya penelitian ini menggali berbagai permasalahan tentang pelaksanaan sertifikasi halal serta menemukan jawaban dan solusi tersebut melalui berbagai informasi literatur sekunder seperti berita resmi, jurnal, buku, artikel ilmiah, Undang-Undang, serta dokumen ilmiah lainnya. Adapun analisis data menggunakan teori Miles & Huberman (1994) yang mencakup reduksi data, penyajian (*display*) data dalam bentuk tabel ataupun gambar, dan terakhir penarikan kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Urgensi UMKM Wajib Memiliki Sertifikasi Halal

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau disingkat UMKM merupakan usaha yang dimiliki oleh perseorangan, kelompok, atau badan yang sesuai dengan ketentuan Undang-Undang. Ketentuan UMKM telah diatur dalam UU RI No. 20 Tahun 2008 dengan rincian sebagai berikut:

1. Usaha Mikro  
Merupakan unit usaha yang dimiliki oleh perseorangan ataupun kelompok dengan jumlah aset bersih maksimal Rp50.000.000 dan jumlah pendapatan maksimal sebesar Rp300.000.000 sesuai dengan ketentuan yang berlaku di undang-undang.
2. Usaha Kecil  
Merupakan unit usaha yang dimiliki oleh perseorangan ataupun kelompok serta tidak dalam kendali suatu perusahaan. Adapun ketentuan usaha kecil memiliki kekayaan bersih maksimal Rp500.000.000 dan jumlah pendapatan maksimal Rp2.500.000.000 sesuai dengan ketentuan yang berlaku di undang-undang.
3. Usaha Menengah  
Merupakan unit usaha yang dimiliki oleh perorangan ataupun kelompok yang dapat menjadi bagian langsung dari usaha mikro dan kecil tetapi bukan dari usaha cabang suatu perusahaan. Adapun ketentuan usaha menengah memiliki kekayaan bersih mencapai Rp500.000.000 – Rp10.000.000.000 dan jumlah pendapatan Rp50.000.000.000 sesuai dengan ketentuan yang berlaku di undang-undang.

Berdasarkan klasifikasi UMKM menurut UU tersebut, jumlah UMKM di Indonesia sangat besar dan menjadi penggerak roda perekonomian Indonesia. UMKM juga telah berkontribusi sebesar 60,5% terhadap GDP dan 96,9% terhadap penyerapan tenaga kerja (Rahmadhani *et al.*, 2023). Oleh karena itu, UMKM menjadi ujung tombak bagi perekonomian disaat adanya krisis seperti pandemi covid-19. Berdasarkan data Kadin Indonesia, berikut jumlah UMKM dari tahun 2018 – 2023:



Tabel 1. Jumlah UMKM 2018-2023 (Sumber: Kadin Indonesia)

Tahun	2018	2019	2020	2021	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64.19	65.47	64	65.46	66
Pertumbuhan (%)		1,98%	-2,24%	2,28%	1,52%

Besarnya jumlah UMKM di Indonesia, tentunya memiliki peran strategis dalam perdagangan di tingkat nasional serta Internasional. Diantaranya UMKM dapat berkontribusi dalam menyumbang devisa negara dengan perdagangan ekspor yang cukup stabil pada sektor nonmigas. Berdasarkan data Kementerian Koordinator Perekonomian RI, bahwa UMKM telah berkontribusi pada ekspor mencapai 15,7% serta menjadi negara ASEAN dengan jumlah ekspor UMKM tertinggi (Rahmadhani *et al.*, 2023). Namun, jika dibandingkan dengan jumlah UMKM yang ada, kontribusi terhadap ekspor tentunya masih kecil dan terdapat peluang besar untuk meningkatkannya dalam menembus pasar global.

Urgensi dari kepemilikan sertifikasi halal oleh pelaku UMKM merupakan jawaban dalam meningkatkan pangsa pasar halal global. Melalui sertifikasi halal akan memberikan jaminan kepastian produk serta memberikan kepercayaan bagi konsumen global. Apalagi, pengeluaran konsumsi halal dunia saat ini terus mengalami peningkatan yang pesat setiap tahunnya. Menurut Mahbubi *et al* (2019) dalam risetnya menyebutkan bahwa terdapat perubahan perilaku konsumen Indonesia selama beberapa dekade terakhir dalam meninjau nilai konsumen untuk industri halal. Selain itu, menurut Rachmawati *et al* (2022) keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh *halal brand involment*, *halal brand knowledge*. Selain itu menurut Ali *et al* (2018) *halal brand trust* juga memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk. Dengan demikian, kebijakan pemerintah dalam mewajibkan pelaku UMKM untuk memiliki sertifikasi halal memiliki dampak yang positif dalam meningkatkan perekonomian Indonesia dalam menembus pasar global serta menjadikan Indonesia sebagai pusat halal dunia.

## Strategi Percepatan Wajib Halal melalui Integrasi Lembaga Keuangan

### 1. Peran Lembaga Keuangan pada UMKM

Pengertian lembaga keuangan menurut SK Menteri Keuangan RI No.792 Tahun 1990 adalah semua badan yang kegiatannya bidang keuangan, melakukan penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan. Sistem keuangan memiliki peran penting dalam meningkatkan pertumbuhan dan kesehatan ekonomi suatu negara secara berkelanjutan dan seimbang. Lembaga keuangan terbagai menjadi dua macam, yaitu:

#### A. Lembaga Keuangan Bank

Institusi perbankan merupakan subsistem dari keberadaan lembaga keuangan. Perbankan nasional mencakup sistem ganda (*dual banking system*) yaitu menerapkan kosep konvensional serta prinsip syariah. Lembaga keuangan bank terbagi menjadi bank umum dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) baik konvensional maupun syariah.

#### B. Lembaga Keuangan Bukan Bank

Merupakan lembaga keuangan selain dari bank yang dalam usahanya tidak diperkenankan menghimpun dana secara langsung dari masyarakat dalam bentuk simpanan. Lembaga ini mencakup asuransi, leasing, kredit pinjaman, pasar modal, koperasi, pegadaian, dana pensiun, dan modal ventura yang mana ini mencakup konvensional dan syariah.

Berdasarkan penjelasan dari macam lembaga keuangan di atas, terdapat satu pokok peran lembaga keuangan yang sama yaitu memberikan bantuan pembiayaan ataupun kredit kepada pelaku usaha untuk mendapatkan modal termasuk pelaku UMKM. Menurut Wahab (2023) bahwa lembaga keuangan syariah sangat berperan penting sebagai perantara nasabah dengan para UMKM. Hal ini memberikan gambaran bahwa lembaga keuangan memiliki peran penting dalam menggerakkan perkembangan UMKM melalui bantuan modal pembiayaan yang diberikan. Berikut merupakan jumlah kredit perbankan kepada UMKM tahun 2019 – 2023:



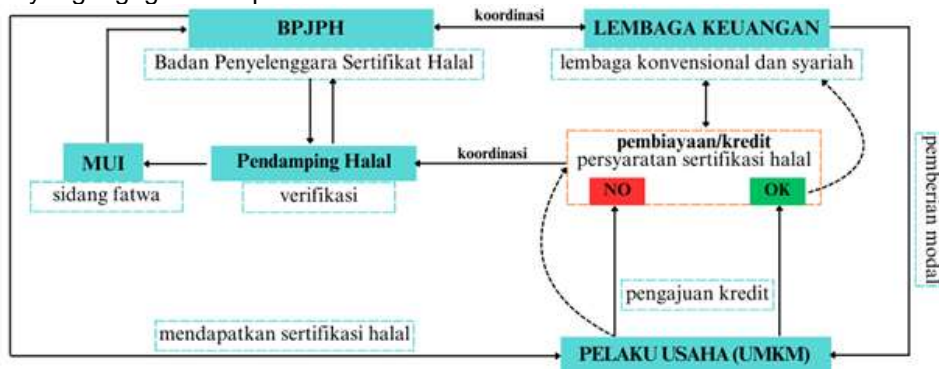
**Tabel 2.** Penyaluran Kredit UMKM oleh Bank Umum  
(Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK))

Tahun	Jumlah Penyaluran Pembiayaan/Kredit UMKM (Milyar Rupiah)
2019	1.107.240
2020	1.088.333
2021	1.221.015
2022	1.348.813
2023	1.457.132

Berdasarkan data tersebut, bahwa lembaga keuangan setiap tahunnya mengalami peningkatan dalam memberikan pembiayaan kepada UMKM. Artinya dalam 5 tahun terakhir ini jumlah UMKM yang mendapatkan pembiayaan juga mengalami peningkatan. Hal ini memberikan gambaran bahwa UMKM sangat bergantung pada pemenuhan modal oleh lembaga pemberi pembiayaan dalam menjalankan usaha serta mengembangkan bisnis mereka. Menurut Liantifa (2023) menyatakan bahwa modal usaha berpengaruh positif dalam pengembangan UMKM Desa Ambai serta sebagai faktor pendorong pelaku usaha dalam menopang usaha. Penelitian lain juga menjelaskan bahwa modal usaha berpengaruh pada perkembangan UMKM Batik Tulis Giriloyo (Widowati, 2018). Hal ini sejalan dengan teori menurut Riyanto (2012) bahwa modal usaha berdampak pada pengembangan UMKM, karena modal usaha merupakan kekayaan atau aktiva yang digunakan dalam pengembangan usaha.

### C. Konsep Model HALFIN (Halal Finance)

HALFIN (Halal Finance) merupakan sebuah konsep model inovasi dalam membantu proses percepatan sertifikasi wajib halal kepada pelaku usaha UMKM melalui integrasi antara lembaga BPJPH dengan lembaga keuangan. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, bahwa lembaga keuangan memiliki peran yang penting dalam pengembangan UMKM di Indonesia serta menjadi sumber pembiayaan modal bagi pelaku UMKM. Sehingga pelibatan lembaga keuangan dalam sertifikasi halal penting untuk dilakukan. Berikut merupakan skema model HALFIN yang digagas oleh penulis:



**Gambar 1.** Skema Model HALFIN (Halal Finance)

Berdasarkan gambar di atas, dapat dijelaskan dalam beberapa poin sebagai berikut:

- Lembaga BPJPH melakukan integrasi dengan lembaga keuangan dalam hal proses percepatan wajib sertifikasi halal melalui pemberian tambahan syarat dalam proses pelaksanaan penyaluran pembiayaan/kredit kepada pelaku usaha UMKM.
- Lembaga keuangan mencakup lembaga konvensional dan syariah serta lembaga keuangan bank ataupun non-bank yang memiliki kegiatan dalam pemberian pembiayaan/kredit melaksanakan proses filtrasi nasabah terkait kepemilikan sertifikat halal produk. Disini, lembaga keuangan berperan untuk menjelaskan pentingnya sertifikasi halal pelaku UMKM serta memberikan arahan untuk melakukan proses sertifikasi halal dengan lembaga BPJPH melalui pendamping halal yang ada di

daerah tersebut. Pendamping halal dengan lembaga keuangan juga telah melakukan koordinasi dalam proses ini.

- c. Pendamping halal akan melakukan pendampingan serta edukasi sosialisasi kepada pelaku UMKM dalam mendapatkan sertifikasi halal. Selain itu, juga akan memverifikasi dan validasi data yang telah diajukan.
- d. Proses selanjutnya BPJPH akan melakukan verifikasi dokumen serta menerbitkan Surat Tanda Terima Dokumen (STTD). Kemudian dilanjutkan dengan sidang fatwa oleh MUI.
- e. BPJPH akan menerbitkan sertifikasi halal setelah proses sidang fatwa dan pelaku usaha UMKM dapat mengunduh sertifikat tersebut melalui website sebagai persyaratan dalam mendapatkan modal pembiayaan/kredit.

Melalui skema yang dijelaskan tersebut, terdapat dua langkah yang dilakukan dalam proses filtrasi pemberian pembiayaan/kredit kepada nasabah, yaitu:

- a. Memberikan pembiayaan/kredit sebesar 50% dari pengajuan yang dilakukan oleh nasabah. Sedangkan sisanya akan diberikan saat memiliki sertifikasi halal. Hal ini tentunya akan memberikan kelonggaran bagi para pelaku UMKM yang baru mengetahui serta yang membutuhkan dana krusial dalam keberlanjutan bisnis.
- b. Tidak memberikan pembiayaan/kredit bagi pelaku usaha UMKM yang sebelumnya telah mengetahui dan belum melakukan proses kepemilikan sertifikasi halal. Hal ini sebagai wujud ketegasan kepada nasabah untuk mendukung program pemerintah dalam menjadikan Indonesia sebagai pusat halal dunia.

Berdasarkan gagasan model inovasi HALFIN tersebut dapat diketahui bahwa keunggulan dari konsep ini adalah memberikan pengetahuan sertifikasi wajib halal kepada pelaku usaha UMKM secara langsung dan menyasar secara tepat sasaran dengan cepat. Hal ini disebabkan setiap pelaku usaha akan membutuhkan modal setiap janga waktu tertentu secara berkelanjutan kepada lembaga keuangan, sehingga dengan ditambahkannya syarat sertifikasi halal akan memberikan pengetahuan akan kewajiban tersebut serta akan melakukan proses wajib halal sebagai bentuk kebutuhan dasar dalam mendapatkan modal. Dengan demikian, strategi model ini akan lebih efisien dan mampu mempercepat proses pelaksanaan wajib halal karena dampaknya dirasakan langsung oleh pelaku usaha.

## KESIMPULAN

Indonesia memiliki kesempatan besar untuk menjadi pusat halal global dunia yang didukung dari aspek demografis jumlah penduduk muslim terbanyak di dunia. Selain itu, pengeluaran dan konsumsi muslim Indonesia juga menempati posisi terbesar. Namun, dari sisi ketersediaan produsen produk halal Indonesia masih belum mampu bersaing. Ditambah lagi, Indonesia masih melakukan impor makanan halal untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri. Hal inilah yang menjadi perhatian pemerintah untuk mengembangkan industri halal dengan mengeluarkan berbagai startegai masterplan serta peraturan UU salah satunya berupa wajib halal bagi pelaku usaha UMKM. Ini akan menjadi trobosan baik karena pelaku usaha di Indonesia 99% dari sektor UMKM. Melalui proses ini tentunya akan memberikan peluang baru dalam memasarkan produk lokal guna menembus pasar halal global.

Namun, dalam proses pelaksanaan sertifikasi wajib halal di Indonesia masih banyak hambatan, salah satunya akan kesadaran dari pelaku usaha yang masih rendah serta sosialisasi dalam wajib halal masih belum dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Oleh karen itu, konsep modal HALFIN (*Halal Finance*) hadir untuk memberikan gagasan strategi dalam mempercepat proses pelaksanaan sertifikasi wajib halal dengan cara mengintegrasikan BPJPH dengan lembaga keuangan dalam proses kegiatan. Hal yang dilakukan yaitu dengan memberikan persyaratan sertifikasi halal kepada pelaku usaha yang ingin mengajukan kredit/pembiayaan untuk mendapatkan modal. Hal ini tentunya akan memberikan informasi pengetahuan secara langsung dan cepat serta tepat sasaran kepada pelaku usaha untuk



memenuhi persyaratan tersebut, sebagai bagian dari kebutuhannya mendapatkan modal berjalannya usaha.

## REFERENSI

- Ali, A., Xiaoling, G., Sherwani, M., & Ali, A. (2018). Antecedents of consumers' Halal brand purchase intention: an integrated approach. *Management Decision*, 56(4). <https://doi.org/10.1108/MD-11-2016-0785>
- Arsil, P., Wicaksono, R., Hidayat, H. H., & Novitasari, D. (2022). Strategi Kerjasama Pengembangan Institusi Halal: Implementasi pada Halal Center. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1). <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.3794>
- Databoks. (2023). 10 Negara dengan Populasi Muslim terbanyak Dunia 2023, Indonesia Memimpin. Databoks.
- Harahap. (2020). Penelitian Kualitatif (Dr. Nursapia Harahap, M.A.) (z-lib.org). In *Penelitian Kualitatif* (Vol. 6, Issue August).
- Liantifa, M. (2023). Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM. *Jurnal Cahaya Mandalika ISSN 2721-4796* (online), 4(3), 740-753.
- Mahbubi, A., Uchiyama, T., & Hatanaka, K. (2019). Capturing consumer value and clustering customer preferences in the Indonesian halal beef market. *Meat Science*, 156. <https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2019.05.012>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis : an expanded sourcebook* / Matthew B. Miles, A. Michael Huberman. In Thousand Oaks, California : Sage Publications: Vol.
- Nur Kasanah, & Muhammad Husain As Sajjad. (2022). Potensi, Regulasi, dan Problematika Sertifikasi Halal Gratis. *Journal of Economics, Law, and Humanities*, 1(2). <https://doi.org/10.21154/jelhum.v1i2.1196>
- Pratama, H. (2024). Pola Sinergitas dalam Mekanisme Self-Declare Halal. *JISOS: JURNAL ILMU SOSIAL*, 3(1), 37–52. Retrieved from <https://bajangjournal.com/index.php/JISOS/article/view/6802>
- Rachmawati, E., Suliyanto, & Suroso, A. (2022). A moderating role of halal brand awareness to purchase decision making. *Journal of Islamic Marketing*, 13(2). <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2020-0145>
- Rahmadhani, K. D., Putri, J. A. M., Ihsan, M. N., Hapsari, N. P., & Widiawati, P. (2023). Peran dan Kedudukan UMKM dalam Perdagangan Internasional. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(1).
- Riyanto, B. (2012). Dasar-dasar Pembelanjaan. In *Syria Studies* (Vol. 7, Issue 1).
- Samsul, S., Muslimin, S., & Jafar, W. (2022). Peluang dan Tantangan Industri Halal Indonesia Menuju Pusat Industri Halal Dunia. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 4(1). <https://doi.org/10.37146/ajie.v4i1.135>
- Setyorini, W., Jannah, A. R., Wulansari, U., & Nisa, M. (2021). Opportunities and challenges halal marketplace in Indonesia. *Journal of Halal Product and Research*, 4(2). <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.4-issue.2.90-97>
- State of the Global Islamic Economy Report. (2023). *State of the Global Islamic Economy Report*. Dinar Standard.
- Wahab, A., & Mahdiya, I. (2023). Peran Lembaga Keuangan Syariah terhadap Pertumbuhan UMKM dalam Revitalisasi Ekonomi Pembangunan di Indonesia. *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, 24(1), 109-124.
- www.ekon.go.id. (2020). *Komitmen Pemerintah Wujudkan Indonesia Jadi Pusat Produsen Halal Dunia*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia.
- Yuliani, W. (2018). Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Perspektif Bimbingan dan Konseling. *Quanta: Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan*, 2(2). <https://doi.org/10.22460/q.v2i2p83-91.1641>

