

## KONSEP HALAL DAN THAYYIB DALAM PRODUKSI DAN KONSUMSI: KAJIAN SISTEM EKONOMI ISLAM

Fajar Ahmad  
Manajemen Bisnis Syariah  
[fajar01843@gmail.com](mailto:fajar01843@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji konsep halal dan thayyib dalam konteks produksi dan konsumsi ekonomi modern. Melalui metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur dan analisis konten, penelitian ini mengeksplorasi perkembangan makna halal dan thayyib, implementasinya di berbagai sektor industri, serta tantangan dan peluang yang dihadapi di era global. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep halal dan thayyib telah berkembang dari sekadar status kehalalan makanan menjadi prinsip etis yang komprehensif dalam seluruh rantai produksi dan konsumsi. Penelitian ini juga mengungkapkan adanya variasi interpretasi dan implementasi di berbagai negara, serta peran penting teknologi dalam pengembangan ekonomi halal. Implementasi optimal konsep halal dan thayyib memerlukan sinergi antara regulasi pemerintah, inovasi industri, edukasi konsumen, dan pengembangan standar internasional dalam sistem yang halal dan thayyib, yaitu sistem ekonomi Islam.

**Kata kunci:** Halal, Thayyib, Ekonomi Islam, Produksi, Konsumsi, Etika Bisnis

### ABSTRACT

This study examines the concepts of halal and thayyib in the context of modern economic production and consumption. Through qualitative methods with the approach of literature study and content analysis, this research explores the development of the meaning of halal and thayyib, its implementation in various industrial sectors, as well as the challenges and opportunities faced in the global era. The results of the study show that the concept of halal and thayyib has evolved from just the halal status of food to a comprehensive ethical principle in the entire production and consumption chain. This research also reveals that there are variations in interpretation and implementation in various countries, as well as the important role of technology in the development of the halal economy. The optimal implementation of the halal and thayyib concepts requires synergy between government regulations, industrial innovation, consumer education, and the development of international standards in a halal and thayyib system, namely the Islamic economic system

**Keywords:** Halal, Tayyib, Islamic Economics, Production, Consumption, Business Ethics

## PENDAHULUAN

Islam sebagai agama yang komprehensif tidak hanya mengatur aspek ibadah, tetapi juga memberikan pedoman dalam segala sendi kehidupan, termasuk dalam hal ekonomi (Ibrahim, 2021; Mahri, 2021). Salah satu konsep fundamental dalam ekonomi Islam adalah prinsip halal dan thayyib, terutama dalam konteks produksi dan konsumsi (Alamsyah et al., 2022). Konsep ini tidak hanya menjadi landasan etis, tetapi juga memiliki implikasi luas terhadap kesehatan, keberlanjutan lingkungan, dan kesejahteraan sosial. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطَوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ  
عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: "*Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu*" (QS. Al-Baqarah: 168). Ayat ini dengan jelas memerintahkan manusia untuk mengonsumsi makanan yang tidak hanya halal, tetapi juga thayyib (baik). Prinsip ini kemudian menjadi dasar dalam sistem ekonomi Islam, di mana setiap aktivitas produksi dan konsumsi harus memenuhi kedua kriteria tersebut (Iswanto, 2022).

Namun dalam konteks modern, penerapan konsep halal dan thayyib ini menghadapi berbagai tantangan, mengingat sistem ekonomi kapitalisme yang sedang diterapkan sekarang ini berasaskan sekulerisme yang menjauhkan dari prinsip-prinsip transenden agama. Tantangan itu diantaranya dari kompleksitas rantai pasokan global hingga perkembangan teknologi pangan yang pesat. Tantangan penerapan konsep halal dan thayyib juga bisa hadir dari kebijakan pemerintah yang tidak mengacu pada keyakinan Islam melainkan hanya menuruti kemauan pasar yang preferensinya pada kerakusan manusia semata (Fahham, 2017; Rama, 2014; Ramadhani, 2021; Tumiwa et al., 2023; Yuliaty, 2020).

Artikel ini mengeksplorasi bagaimana prinsip halal dan thayyib dapat diimplementasikan dalam produksi dan konsumsi kontemporer, serta dampaknya terhadap kesehatan individu, kesejahteraan masyarakat, dan kelestarian lingkungan. Relevansi dan urgensi konten artikel ini pada semangat perjuangan intelektual akademis pada dakwah ekonomi Islam yang diterapkan dibawah payung sistem ekonomi.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan pendidikan dan pengembangan studi literatur dan analisis konten (Wajdi et al., 2024). Sumber data primer diperoleh dari Al-Qur'an, Hadits, dan kitab-kitab fiqh klasik yang membahas tentang konsep halal dan thayyib (Utomo, 2023a). Sementara itu, sumber data sekunder dikumpulkan dari buku-buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, dan artikel-artikel terpercaya yang berkaitan dengan ekonomi Islam, khususnya yang membahas tentang produksi dan konsumsi halal. Pelacakan sumber informasi dibantu oleh kecerdasan buatan (Utomo, 2023b). Analisis informasi dilakukan melalui tiga tahap: reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan. Semua informasi yang relevan direduksi, diseleksi, dan dikategorisasi sesuai dengan tema-tema utama dalam konsep halal dan thayyib. Penyajian informasi dilakukan secara deskriptif-analitis, di mana konsep-konsep kunci diuraikan dan dianalisis dalam konteks produksi dan konsumsi modern. Hasil analisis kemudian disajikan dalam artikel yang sederhana ini sebagai bentuk belajar peneliti melaporkan hasil studinya.

## HASIL, DISKUSI, DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep halal dan thayyib memiliki dimensi yang lebih luas dari sekadar status kehalalan makanan. Dalam konteks produksi, halal mengacu pada proses yang sesuai dengan syariah, mulai dari pengadaan bahan baku hingga distribusi. Sementara thayyib menekankan pada kualitas, kebersihan, dan dampak positif produk terhadap kesehatan dan lingkungan. Studi literatur mengungkapkan bahwa implementasi konsep ini dalam industri modern memerlukan pendekatan holistik yang melibatkan seluruh rantai pasokan.

Pemahaman konsumen Muslim tentang halal dan thayyib telah berkembang. Tidak hanya memperhatikan status kehalalan, konsumen juga semakin peduli terhadap aspek keberlanjutan, etika produksi, dan dampak sosial dari produk yang mereka konsumsi. Hal ini mendorong produsen untuk tidak hanya fokus pada sertifikasi halal, tetapi juga meningkatkan standar kualitas dan etika bisnis mereka (Basomi et al., 2024; Mundir, 2023; Rheza et al., 2022; Santri & Miftah, 2023).

Analisis terhadap berbagai sektor industri menunjukkan bahwa penerapan konsep halal dan thayyib menghadapi tantangan yang berbeda-beda. Misalnya, dalam industri makanan, fokus utama adalah pada kehalalan bahan dan proses produksi. Sementara dalam industri keuangan, penekanan lebih pada sistem transaksi yang bebas riba dan gharar. Di sisi lain, industri kosmetik dan farmasi menghadapi kompleksitas dalam memastikan kehalalan bahan baku sekaligus efektivitas produk. Penelitian juga mengungkapkan adanya perbedaan interpretasi dan implementasi konsep halal dan thayyib di berbagai negara. Negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim cenderung memiliki regulasi dan infrastruktur yang lebih komprehensif dalam mendukung ekonomi halal. Sementara di negara-negara non-Muslim, konsep ini seringkali dipahami sebagai jaminan kualitas dan keamanan produk, melebihi aspek religiusnya (Nurdin, 2018; Ramadhani, 2021; Yuliaty, 2020).

Temuan lain menunjukkan bahwa perkembangan teknologi membawa peluang sekaligus tantangan baru dalam implementasi konsep halal dan thayyib. Teknologi seperti blockchain dan kecerdasan buatan menawarkan solusi untuk meningkatkan transparansi dan efisiensi dalam sertifikasi halal. Namun, di sisi lain, inovasi dalam bioteknologi dan rekayasa genetika memunculkan pertanyaan-pertanyaan etis baru yang perlu dijawab dalam kerangka hukum Islam. Akhirnya, penelitian ini menyimpulkan bahwa untuk mengoptimalkan penerapan konsep halal dan thayyib dalam ekonomi modern, diperlukan sinergi antara regulasi pemerintah, inovasi industri, edukasi konsumen, dan pengembangan standar internasional. Pendekatan yang terintegrasi ini tidak hanya akan memperkuat ekonomi syariah, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang lebih etis, berkelanjutan, dan bermanfaat bagi seluruh umat manusia (Afifah, 2022; Santri & Miftah, 2023; Tumiwa et al., 2023).

Hasil penelitian mengenai konsep halal dan thayyib dalam produksi dan konsumsi menunjukkan bahwa pemahaman dan implementasi konsep ini telah mengalami perkembangan yang signifikan dalam konteks ekonomi modern (Azizah & Hariyanto, 2021; Fahham, 2017; Hasna, 2023; Hidayatullah et al., 2023; Ibrahim, 2021). Evolusi ini mencerminkan adaptabilitas hukum Islam terhadap perubahan zaman, sekaligus menunjukkan relevansi prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam menghadapi tantangan global kontemporer sistem ekonomi kapitalisme.

Perluasan makna halal dan thayyib dari sekadar status kehalalan makanan menjadi konsep yang lebih komprehensif dalam seluruh rantai produksi dan konsumsi menunjukkan adanya kesadaran yang meningkat akan pentingnya etika dalam aktivitas ekonomi. Hal ini sejalan dengan maqashid syariah (tujuan syariah) yang menekankan pada perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Implementasi yang lebih luas ini berpotensi memberikan dampak positif tidak hanya bagi konsumen Muslim, tetapi juga bagi masyarakat secara umum dan lingkungan (Darmalaksana, 2022; Huzaemah, 2016; Syaikhu et al., 2021). Perkembangan kesadaran konsumen Muslim terhadap aspek keberlanjutan dan dampak sosial produk yang mereka konsumsi menunjukkan adanya integrasi antara nilai-nilai Islam dengan isu-isu global kontemporer. Ini mencerminkan bahwa konsep halal dan thayyib mampu menjadi landasan etis yang relevan dalam menghadapi tantangan seperti perubahan iklim, ketimpangan sosial, dan eksploitasi sumber daya alam. Namun, hal ini juga menimbulkan tantangan bagi produsen untuk memenuhi ekspektasi yang semakin tinggi dari konsumen.

Perbedaan interpretasi dan implementasi konsep halal dan thayyib di berbagai negara menunjukkan adanya kebutuhan akan standarisasi yang lebih universal. Meskipun variasi ini mencerminkan kekayaan pemikiran Islam dan adaptasinya terhadap konteks lokal, namun juga dapat menimbulkan hambatan dalam perdagangan internasional produk halal (Basomi et al., 2024; Fitriah, 2017; Ghani et al., 2020; Hanafi, 2015; Negara, 2023; Siri & Abdullah, 2021; Wahyuni et al., 2022). Oleh karena itu, diperlukan dialog dan kerjasama internasional yang lebih intensif untuk mengembangkan standar yang dapat diterima secara global tanpa mengorbankan prinsip-prinsip dasar syariah. Peran teknologi dalam implementasi konsep halal dan thayyib membuka peluang baru sekaligus menimbulkan dilema etis. Di satu sisi, teknologi seperti blockchain dapat meningkatkan transparansi dan efisiensi dalam sertifikasi halal (Alshater et al., 2022; Kunaifi et al., 2022; Tumiwa et al., 2023; Yudawisastra et al., 2024). Namun di sisi lain, perkembangan bioteknologi dan rekayasa genetika memunculkan isu-isu baru yang memerlukan ijtihad kontemporer. Ini menunjukkan pentingnya kolaborasi antara ulama, ilmuwan, dan praktisi industri dalam merumuskan fatwa-fatwa yang relevan dengan perkembangan zaman (Firdaus, 2022; Nurdin, 2018).

Temuan bahwa implementasi optimal konsep halal dan thayyib memerlukan sinergi antara berbagai pihak menegaskan bahwa ekonomi Islam bukanlah sistem yang terisolasi, melainkan bagian integral dari ekosistem ekonomi global. Pendekatan yang terintegrasi ini berpotensi tidak hanya memperkuat ekonomi syariah, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang lebih etis dan berkelanjutan secara global. Akhirnya, penelitian ini menggarisbawahi bahwa konsep halal dan thayyib memiliki potensi besar untuk menjadi solusi alternatif dalam menghadapi berbagai krisis global, seperti krisis lingkungan, kesehatan, dan etika bisnis (Antasari, 2020; Mackintosh, 2022; Makmun, 2017; Schrank, 2007; Setiyowati et al., 2023; Sul-toni, 2023; Wahyu et al., 2019). Namun, realisasi potensi ini memerlukan upaya berkelanjutan dalam penelitian, edukasi, dan inovasi, serta kerjasama lintas sektoral dan internasional.

## **PENUTUP**

Sebagai penutup, penelitian ini menegaskan bahwa konsep halal dan thayyib dalam produksi dan konsumsi memiliki relevansi yang kuat dan potensi besar dalam menghadapi tantangan ekonomi global kontemporer. Implementasi yang komprehensif dari konsep ini tidak hanya memperkuat identitas ekonomi Islam, tetapi juga menawarkan solusi etis dan berkelanjutan yang dapat diterima secara universal. Namun, untuk mewujudkan potensi ini secara optimal, diperlukan upaya kolaboratif dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, industri, akademisi, dan masyarakat. Pengembangan standar yang lebih universal, pemanfaatan teknologi secara bijak, serta edukasi berkelanjutan kepada produsen dan konsumen menjadi kunci dalam memastikan bahwa prinsip halal dan thayyib dapat diterapkan secara efektif dalam ekonomi modern. Dengan demikian, konsep halal dan thayyib tidak hanya menjadi panduan bagi umat Muslim, tetapi juga dapat berkontribusi signifikan terhadap pembangunan ekonomi global yang lebih etis, adil, dan berkelanjutan bagi seluruh umat manusia dalam bingkai sistem ekonomi Islam.

## REFERENSI

Al-Qur'an al-Karim

Afifah, F. N. (2022). *PENGARUH LABELISASI HALAL, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA MAKANAN KEMASAN LOKAL*. Universitas Islam Indonesia.

Alamsyah, I. F., Omar, A., & Sarif, S. M. (2022). Towards Conceptualising Islamic Community-Based Enterprise : Examination of Some Underlying Principles. *Islamic Researc: The International Journal of Islamic Civilization Studies*, 5(1), 1–17. <https://doi.org/10.47076/ir.v5i1.82>

Alshater, M. M., Saba, I., Supriani, I., & Raza, M. (2022). Heliyon Fintech in islamic fi nance literature : A review ☆. *Heliyon*, 8(August), e10385. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10385>

Antasari, D. W. (2020). Implementasi Green Economy Terhadap Pembangunan Berkelanjutan Di Kota Kediri. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 5(2), 80–88. <https://doi.org/10.35906/jep01.v5i2.402>

Azizah, M., & Hariyanto, H. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam terhadap Konsep Green Economics. *Supremasi Hukum: Jurnal Kajian Ilmu Hukum*, 10(2), 237. <https://doi.org/10.14421/sh.v10i2.2392>

Basomi, R. D., Oktaviany, M., Wandini, E. A., Shavira, L., Hasanudin, Q. N., & Syarifudin. (2024). Pentingnya Sertifikasi Halal dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Terhadap Produk Makanan Halal. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 13(2).

Darmalaksana, W. (2022). The need for social theology to strengthen the social functions of Islamic banking in Indonesia. *HTS Teologiese Studies / Theological Studies*, 78(1), 1–13. <https://doi.org/10.4102/hts.v78i1.7342>

Fahham, A. M. (2017). Tantangan Pengembangan Wisata Halal di Nusa Tenggara Barat. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 8(1), 65–79. <https://doi.org/10.46807/aspirasi.v8i1.1258>

Firdaus, P. (2022). Pengaruh Pariwisata Halal Terhadap Loyalitas Wisatawan Muslim Untuk Mengunjungi Bali. In *UII* (Vol. 7, Issue 1). <http://link.springer.com/10.1007/s00232-014-9701-9>  
<http://link.springer.com/10.1007/s00232-014-9700-x>  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.jmr.2008.11.017>  
<http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1090780708003674>  
<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubme>

d/1191

- Fitria, T. N. (2017). Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3(01), 52. <https://doi.org/10.29040/jiei.v3i01.99>
- Ghani, S. ruzana ab, Omar, R., Mat Enh, A., & Kamarudin, R. (2020). Peranan Koperasi dalam Dakwah Ekonomi Gerakan Islam di Malaysia Sehingga Tahun 2019. *Abqari Journal*, 23(1), 84–110. <https://doi.org/10.33102/abqari.vol23no1.186>
- Hanafi, H. (2015). Akad Jual Beli Dalam Tradisi Pasar Terapung Masyarakat Banjar. *Al-Tahrir*, 15(1), 201–217.
- Hasna, A. N. (2023). Implementasi Etika Konsumen Shopee. *JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi*, 1(1), 29–34.
- Hidayatullah, S., Al Rasyid, H., & Sudaryanti, D. (2023). Analisis Optimalisasi Wisata Religi Berbasis Halal Tourism Terhadap Daya Tarik Wisatawan Muslim Di Jembrana Bali. *Al-Aswaq: Islamic Economic and Finance Journal*, 4(1), 150–160. <https://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/6670%0Ahttps://jim.unisma.ac.id/index.php/laswq/article/viewFile/20772/15492>
- Huzaemah, M. (2016). Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Mikro (Analisis Kritis Dalam Perspektif Ekonomi Islam). In *Islam, Jurusan Ekonomi Ekonomi, Fakultas Bisnis, Dan Islam, Universitas Alauddin Negeri*.
- Ibrahim, A. (2021). *Pengantar Ekonomi Islam* (R. I. A. M. S. N. L. T. Sakti (ed.)). Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia.
- Iswanto, B. (2022). *Pengantar Ekonomi Islam*. Raja Grafindo Persada.
- Kunaifi, A., Fawa'id, M. W., & Faujiah, A. (2022). Cryptocurrency and the Future of the World Currency. *Islamic Research*, 5(1), 86–97. <https://doi.org/10.47076/ir.v5i1.136>
- Mackintosh, S. P. M. (2022). Climate Crisis Economics. In *Taylor & Francis*. Routledge.
- Mahri, J. W. dkk. (2021). *Ekonomi Pembangunan Islam* (A. Irfan S, Muhamad; Sakti (ed.)). Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia.
- Makmun. (2017). *Green Ekonomi: Konsep, Implementasi, dan Peranan Kementerian Keuangan*. 1–156. file:///C:/Users/User/Downloads/77730-ID-green-economy-konsep-impelentasi-dan-per.pdf
- Mundir, A. (2023). Penerapan Labelisasi Halal Dan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Madu. *Maisyatuna*, 4(3).



- Negara, K. J. (2023). Memahami perilaku syariah untuk menaikkan minat beli konsumen. *JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi*, 1(1), 12–18.
- Nurdin, N. (2018). Bisnis Wisata Halal. In *Gema Insani Press* (Vol. 42, Issue 1). <https://doi.org/10.47655/dialog.v42i1.326>
- Rama, A. (2014). Potensi Pasar Halal Dunia. *Kolom Opini, Koran Fajar Makassar*, 2(2).
- Ramadhani, M. (2021). Dilema Regulasi Pariwisata Halal Di Indonesia. *Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 1(1), 89–105. <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.2021.1.1.89-105>
- Rheza, K., Adinegoro, R., Kepemimpinan, M., Pascasarjana, S., & Gadjah, U. (2022). *Relasi media sosial dan pasar dalam perubahan nilai publik mengenai pengaruh dakwah di media sosial terhadap pandangan gaya hidup halal*. 2(1), 1–7.
- Santri, D., & Miftah. (2023). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal dan Promosi Terhadap Harga dan Minat Beli Kosmetik di Kota Kendari. *Robust: Research Business and Economics Studies*, 3(1), 38–51.
- Schrank, W. E. (2007). Climate Change and the Economics of the World's Fisheries: Examples of Small Pelagic Stocks . Rognvaldur Hannesson , Manuel Barange , Samuel F. Herrick, Jr. . In *Marine Resource Economics* (Vol. 22, Issue 2, pp. 215–220). <https://doi.org/10.1086/mre.22.2.42629553>
- Setiyowati, A., Utomo, Y. T., Yusup, M., Santoso, I. R., Sulistyowati, Bahri, E. H., Arini, E. Z., Sutrisno, Suriabagja, A., Mubarrak, H., & Pratiwi, A. (2023). *Konsep Green Economy Dalam Perspektif Islam* (R. Kurnia (ed.)). Az-Zahra Media Society. <http://azzahramedia.com/green-economy-perspektif-syariah/>
- Siri, R., & Abdullah, M. W. (2021). Aplikasi Keuangan Fiskal Umar Bin Khattab Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro (JMPKN)*, 4(1), 17–30.
- Sultoni, A. H. (2023). *Sustainable Blue Economy Perspektif Al-Qur'an* (N. A. Febriyani & A. Safei (eds.); Issue July). Publica Indonesia Utama.
- Syaikhu, Norwili, Maimunah, & Wahyunita, L. (2021). The Empowerment of Infaq and Waqf Evaluation in light of Maqasid al-Sharia Perspective in Mosques in Palangka Raya, Indonesia. *Samarah*, 5(2), 1003–1020. <https://doi.org/10.22373/sjhc.v5i2.8997>
- Tumiwa, R. A. F., Ningsih, G. M., Romarina, A., Setyadjit, Slamet, B., Waruwu, E., Ie, M., & Utomo, Y. T. (2023). Investigating halal food Supply chain management, halal certification and traceability on SMEs performance. *Uncertain Supply Chain*

- Management*, 11(4), 1889–1896. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.6.003>
- Utomo, Y. T. (2023a). Al-Qur'an: Ekonomi, Bisnis dan Etika. In *Global Aksara Pers*. CV. Global Aksara Pers.
- Utomo, Y. T. (2023b). ChatGPT Untuk Membantu Mahasiswa Ekonomi. In S. Haryanti (Ed.), *CHAT GPT UNTUK PENDIDIKAN: LITERASI ARTIFICIAL INTELLIGENCE UNTUK GURU DAN DOSEN* (pp. 253–268). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Wahyu, A. U., Ridan, M., Nur, R. A., & Imron, M. (2019). Tinjauan Maqashid Syariah Dan Fiqh Al-Bi'ah Dalam Green Economy. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(2), 242–259. <http://journal.uhamka.ac.id/index.php/jei%0ATINJAUAN>
- Wahyuni, E. F., Hilal, S., & Madnasir. (2022). Analisis Implementasi Etika Kerja Islam , Ekonomi Hijau dan Kesejahteraan dalam Prespektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 3476–3486. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie> Jurnal
- Wajdi, F., Astiswijaya, N., Suandi, Hozairi, Usman, E., Pudjiastuti, S. R., Risqi, E. N., Irwanto, Syafitri, E., & Utomo, Y. T. (2024). Metode Penelitian Pendidikan & Pengembangan. In *Widina Media Utama*. Widina Media Utama. <https://repository.penerbitwidina.com/id/publications/568613/metode-penelitian-pendidikan-pengembangan>
- Yudawisastra, H. G., Hidayat, G., Wijiharta, Hasbi, I., Setiorini, A., Rachmarwi, W., Erwina, Triwardhani, D., Octaviani, R. D., Silaen, N. R., Firdaus, M. I., Kusumawardhani, O. B., & Nurfadilah, D. (2024). *Metode Penelitian Manajemen*. Widina.
- Yuliaty, T. (2020). Model Wisata Halal Sustainable Di Indonesia. In *Disertasi*.
- Alam, S. S., & Sayuti, N. M. (2011). Applying the Theory of Planned Behavior (TPB) in halal food purchasing. *International Journal of Commerce and Management*, 21(1), 8-20.
- Alzeer, J., Rieder, U., & Hadeed, K. A. (2018). Rational and practical aspects of Halal and Tayyib in the context of food safety. *Trends in Food Science & Technology*, 71, 264-267.
- Azam, A. (2016). An empirical study on non-Muslim's packaged halal food manufacturers: Saudi Arabian consumers' purchase intention. *Journal of Islamic Marketing*, 7(4), 441-460.
- Bakar, A., Lee, R., & Rungie, C. (2013). The effects of religious symbols in product packaging on Muslim consumer responses. *Australasian Marketing Journal*, 21(3), 198-204.

- Kamali, M. H. (2013). The parameters of halal and haram in Shariah and the halal industry. International Institute of Islamic Thought (IIIT).
- Lada, S., Tanakinjal, G. H., & Amin, H. (2009). Predicting intention to choose halal products using theory of reasoned action. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2(1), 66-76.
- Mathew, V. N., Abdullah, A. M. R. A., & Ismail, S. N. M. (2014). Acceptance on halal food among non-Muslim consumers. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 121, 262-271.
- Mukhtar, A., & Butt, M. M. (2012). Intention to choose Halal products: the role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, 3(2), 108-120.
- Tieman, M. (2011). The application of Halal in supply chain management: in-depth interviews. *Journal of Islamic Marketing*, 2(2), 186-195.
- Wilson, J. A., & Liu, J. (2010). Shaping the Halal into a brand. *Journal of Islamic Marketing*, 1(2), 107-123.
- Zulfakar, M. H., Anuar, M. M., & Talib, M. S. A. (2014). Conceptual framework on halal food supply chain integrity enhancement. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 121, 58-67.