

PENGARUH PERMINTAAN PRODUK HALAL OLEH USAHA MIKRO TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI SYARIAH DI KOTA SURABAYA

M Umar Ibnu Sabil¹, Sri Abidah Suryaningsih²

^{1,2}Universitas Negeri Surabaya

¹muhammadumar.22186@mhs.unesa.ac.id, ²sriabidah@unesa.ac.id

ABSTRACT

The rising demand for halal products is a key factor driving the development of micro-enterprises and supporting the growth of the sharia economy in Indonesia. This study aims to analyze the impact of halal product demand on sharia economic growth among micro-entrepreneurs in Surabaya. A quantitative approach with a causal-associative research design was employed. The sample consisted of 203 micro-entrepreneurs selected via *purposive sampling*. Data were collected through questionnaires and analyzed using simple linear regression with IBM SPSS Statistics version 26. The results indicate that the demand for halal products has a positive and significant effect on sharia economic growth, evidenced by a significance value of 0.000 (<0.05), a t-statistic of 9.858, and a regression coefficient of 0.446. An Adjusted R-Square value of 0.323 reveals that the demand for halal products explains 32.3% of the variation in sharia economic growth, with the remainder influenced by factors outside the research model. These findings demonstrate that increased demand for halal products fosters higher income, labor absorption, and micro-enterprise development, thereby contributing to the strengthening of the sharia economy. The study reinforces the conclusion that strengthening the halal ecosystem through heightened consumer awareness, halal certification, and policy support for micro-enterprises can accelerate sharia economic growth.

Keywords: demand for halal products, sharia economic growth, micro-enterprises, halal economy.

ABSTRAK

Peningkatan permintaan produk halal menjadi salah satu faktor yang mendorong perkembangan usaha mikro sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh permintaan produk halal terhadap pertumbuhan ekonomi syariah pada pelaku usaha mikro di Kota Surabaya. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal. Sampel penelitian berjumlah 203 pelaku usaha mikro yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier sederhana dengan bantuan IBM SPSS Statistics versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permintaan

produk halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi syariah, ditunjukkan oleh nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$), nilai t hitung sebesar 9,858, dan koefisien regresi sebesar 0,446. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,323 menunjukkan bahwa permintaan produk halal mampu menjelaskan 32,3% variasi pertumbuhan ekonomi syariah, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan permintaan produk halal mampu mendorong peningkatan pendapatan, penyerapan tenaga kerja, dan perkembangan usaha mikro sehingga berkontribusi terhadap penguatan ekonomi syariah. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa penguatan ekosistem halal melalui peningkatan kesadaran konsumen, sertifikasi halal, dan dukungan kebijakan bagi usaha mikro dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi Syariah.

Kata Kunci: permintaan produk halal, pertumbuhan ekonomi syariah, usaha mikro, ekonomi halal.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan industri halal telah menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi syariah di berbagai negara, termasuk Indonesia. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya mengonsumsi produk yang halal dan *ṭayyib* mendorong perubahan pola konsumsi sekaligus menciptakan peluang ekonomi yang semakin besar bagi pelaku usaha (Haleem et al., 2020; Rafiki et al., 2024). Kondisi tersebut tercermin dari meningkatnya permintaan terhadap berbagai produk halal, seperti makanan dan minuman, kosmetik, fesyen muslim, serta produk kebutuhan sehari-hari. Peningkatan permintaan tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh aspek religiusitas

masyarakat, tetapi juga oleh meningkatnya perhatian terhadap kualitas, keamanan, kebersihan, dan kepercayaan terhadap produk yang dikonsumsi (Rupianti & Nashohah, 2023). Oleh karena itu, permintaan produk halal menjadi salah satu faktor yang berpotensi mendorong perkembangan usaha mikro sekaligus memperkuat pertumbuhan ekonomi syariah (Kasri et al., 2023).

Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia memiliki potensi yang sangat besar dalam pengembangan industri halal. Menurut Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS, 2025), penguatan ekosistem halal menjadi salah satu strategi nasional

dalam meningkatkan daya saing ekonomi syariah. Implementasi Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal turut mendorong peningkatan jumlah produk bersertifikat halal serta partisipasi pelaku usaha dalam industri halal. Selain itu, pengembangan sektor halal mampu menciptakan nilai tambah ekonomi, memperluas kesempatan kerja, dan meningkatkan daya saing UMKM di pasar domestik maupun global (Haleem et al., 2020; Karyani et al., 2024).

Perkembangan tersebut juga tercermin pada sektor usaha mikro yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2024), usaha mikro mendominasi struktur UMKM di Indonesia dan berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja serta pembentukan aktivitas ekonomi daerah. Di Kota Surabaya, usaha mikro menjadi kelompok usaha yang paling dominan sehingga memiliki posisi strategis dalam mendukung pengembangan ekonomi syariah. Meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk halal

memberikan peluang bagi pelaku usaha mikro untuk meningkatkan kapasitas produksi, memperluas pasar, serta memperkuat daya saing usaha (Meldona et al., 2023).

Meskipun demikian, peningkatan permintaan produk halal belum tentu memberikan dampak yang sama terhadap seluruh pelaku usaha mikro. Perbedaan kemampuan dalam menjaga kualitas produk, memperoleh sertifikasi halal, melakukan inovasi, serta memanfaatkan peluang pasar menyebabkan perkembangan usaha menjadi beragam (Ahmad et al., 2023). Selain itu, keterbatasan akses pembiayaan, literasi halal, dan pemanfaatan teknologi digital juga menjadi tantangan yang dihadapi oleh sebagian pelaku usaha mikro dalam mengembangkan usaha berbasis halal (Syari et al., 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa permintaan produk halal perlu didukung oleh kemampuan pelaku usaha dalam merespons perubahan kebutuhan pasar sehingga dapat memberikan dampak nyata terhadap pertumbuhan ekonomi syariah.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti *halal awareness*, religiositas,

kepercayaan konsumen, sertifikasi halal, dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat maupun keputusan pembelian produk halal (Rupianti & Nashohah, 2023; Rafiki et al., 2024; Koç et al., 2025). Di sisi lain, penelitian Meldona et al. (2023) menjelaskan bahwa pengelolaan sumber daya yang baik mampu meningkatkan kinerja usaha halal, sedangkan Karyani et al. (2024) menunjukkan bahwa perkembangan industri halal memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan aktivitas usaha. Namun demikian, penelitian yang secara khusus menganalisis pengaruh permintaan produk halal terhadap pertumbuhan ekonomi syariah pada pelaku usaha mikro masih relatif terbatas, khususnya pada konteks Kota Surabaya.

Berdasarkan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan (*novelty*) dengan menganalisis pengaruh permintaan produk halal terhadap pertumbuhan ekonomi syariah pada pelaku usaha mikro di Kota Surabaya. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak berfokus pada perilaku konsumen

atau perkembangan industri halal secara umum, penelitian ini menempatkan permintaan produk halal sebagai variabel yang memengaruhi pertumbuhan ekonomi syariah melalui aktivitas usaha mikro. Pendekatan tersebut diharapkan dapat memperkaya kajian empiris mengenai hubungan antara permintaan produk halal dan pertumbuhan ekonomi syariah pada tingkat usaha mikro.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh permintaan produk halal terhadap pertumbuhan ekonomi syariah pada pelaku usaha mikro di Kota Surabaya. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu ekonomi syariah, khususnya dalam memahami peran permintaan produk halal terhadap penguatan aktivitas ekonomi usaha mikro, sekaligus menjadi masukan bagi pemerintah dan pemangku kepentingan dalam merumuskan kebijakan pengembangan ekosistem industri halal yang berkelanjutan.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal untuk menganalisis pengaruh permintaan produk halal terhadap pertumbuhan ekonomi syariah pada pelaku usaha mikro di Kota Surabaya. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu mengukur hubungan antarvariabel secara objektif melalui analisis statistik (Sugiyono, 2023).

Populasi penelitian adalah seluruh pelaku usaha mikro di Kota Surabaya yang menjalankan usaha berbasis produk halal. Berdasarkan data Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Surabaya tahun 2022, jumlah usaha mikro yang telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) mencapai 26.722 unit. Sampel penelitian ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 7%, sehingga diperoleh jumlah minimum sebanyak 203 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria: (1) pelaku usaha mikro yang beroperasi di Kota Surabaya; (2) memproduksi atau menjual produk halal, khususnya pada

sektor makanan dan minuman, fesyen muslim, kosmetik, atau produk kebutuhan sehari-hari; (3) telah menjalankan usaha minimal satu tahun; dan (4) bersedia menjadi responden penelitian.

Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan *Google Forms*. Instrumen penelitian disusun berdasarkan skala *Likert* empat tingkat, yaitu 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Setuju, dan 4 = Sangat Setuju. Penggunaan skala empat tingkat bertujuan menghindari pilihan jawaban netral sehingga responden memberikan penilaian yang lebih tegas terhadap setiap pernyataan (Sugiyono, 2023).

Variabel independen dalam penelitian ini adalah Permintaan Produk Halal (X) yang diukur melalui tiga indikator, yaitu kesadaran halal, preferensi pengembangan produk halal, dan kepercayaan terhadap produk halal, yang diadaptasi dari penelitian Rafiki et al. (2024) dan Rupianti dan Nashohah (2023). Variabel dependen adalah Pertumbuhan Ekonomi Syariah (Y) yang diukur menggunakan tiga indikator, yaitu peningkatan

pendapatan, penyerapan tenaga kerja, dan perkembangan usaha halal, mengacu pada indikator yang dikembangkan oleh KNEKS (2024) dan Chapra (2000).

Sebelum dilakukan analisis, instrumen penelitian diuji menggunakan uji validitas dengan korelasi *Pearson Product Moment* dan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*. Selanjutnya dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dan uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linier sederhana, dilanjutkan dengan uji t untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, uji F untuk menguji kelayakan model, serta koefisien determinasi (*Adjusted R²*) untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Seluruh proses analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 26 dengan tingkat signifikansi 5%.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keter angan
Permintaan Produk Halal	X1	0,737	0,138	Valid
	X2	0,655	0,138	Valid
	X3	0,273	0,138	Valid
	X4	0,823	0,138	Valid
	X5	0,476	0,138	Valid
Pertumbuhan Ekonomi Syariah	Y1	0,605	0,138	Valid
	Y2	0,527	0,138	Valid
	Y3	0,664	0,138	Valid
	Y4	0,442	0,138	Valid
	Y5	0,610	0,138	Valid

Berdasarkan Tabel 1, hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Permintaan Produk Halal maupun Pertumbuhan Ekonomi Syariah memiliki nilai r hitung yang

lebih besar daripada r tabel (0,138). Nilai r hitung berada pada rentang 0,273–0,823, sehingga seluruh butir pernyataan dinyatakan valid. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap item kuesioner mampu mengukur konstruk yang diteliti secara tepat, sehingga seluruh instrumen layak digunakan pada tahap pengujian selanjutnya.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Permintaan Produk Halal	0,636	Reliabel
Pertumbuhan Ekonomi Syariah	0,619	Reliabel

Berdasarkan Tabel 1, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel Permintaan Produk Halal memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,636, sedangkan variabel Pertumbuhan Ekonomi Syariah memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,619. Kedua nilai tersebut lebih besar dari batas minimum 0,60, sehingga seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan memiliki tingkat konsistensi yang memadai dalam mengukur variabel penelitian. Dengan demikian,

kuesioner yang digunakan layak dijadikan sebagai instrumen pengumpulan data pada penelitian ini.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

N	Kolmogorov-Smirnov Z	Sig.	Keterangan
203	0,034	0,200	Berdistribusi Normal

Berdasarkan Tabel 2, hasil uji normalitas menggunakan metode One Sample Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200, yaitu lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa residual data penelitian berdistribusi normal. Dengan demikian, model regresi telah memenuhi asumsi normalitas sehingga dapat digunakan untuk analisis regresi linear sederhana.

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Glejser)

Variabel	Sig.	Keterangan
Permintaan Produk Halal	0,809	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Berdasarkan Tabel 3, hasil uji heteroskedastisitas menggunakan

metode Glejser menunjukkan bahwa variabel Permintaan Produk Halal memiliki nilai signifikansi sebesar 0,809. Nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, asumsi homoskedastisitas telah terpenuhi dan model regresi layak digunakan dalam pengujian hipotesis.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Variabel	B	Std. Error	Beta
Konstanta	9,405	0,721	-
Permintaan Produk Halal	0,446	0,045	0,571

Berdasarkan Tabel 4 diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 9,405 + 0,446X$$

Nilai konstanta sebesar 9,405 menunjukkan nilai dasar Pertumbuhan Ekonomi Syariah ketika variabel Permintaan Produk Halal dianggap konstan. Sementara itu, koefisien regresi sebesar 0,446 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan

Permintaan Produk Halal akan meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Syariah sebesar 0,446 satuan. Koefisien regresi yang bernilai positif mengindikasikan adanya hubungan searah antara kedua variabel.

Tabel 6. Hasil Uji t

Variabel	t hitung	Sig.	Keterangan
Permintaan Produk Halal	9,858	0,000	Berpengaruh positif signifikan

Berdasarkan Tabel 5, variabel Permintaan Produk Halal memperoleh nilai *t* hitung sebesar 9,858 dengan nilai signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Permintaan Produk Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan Ekonomi Syariah. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa Permintaan Produk Halal berpengaruh positif terhadap Pertumbuhan Ekonomi Syariah diterima.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0,571	0,326	0,323

Berdasarkan Tabel 6, diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,323, yang menunjukkan bahwa variabel Permintaan Produk Halal mampu menjelaskan variasi Pertumbuhan Ekonomi Syariah sebesar 32,3%, sedangkan sisanya sebesar 67,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Permintaan Produk Halal memiliki kontribusi yang cukup dalam menjelaskan Pertumbuhan Ekonomi Syariah pada pelaku usaha mikro di Kota Surabaya, meskipun masih terdapat variabel lain yang turut memengaruhinya.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Permintaan Produk Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan Ekonomi Syariah pada pelaku usaha mikro di Kota Surabaya. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil uji t yang memperoleh nilai signifikansi

sebesar 0,000 ($<0,05$) dengan koefisien regresi sebesar 0,446, sehingga hipotesis penelitian diterima. Selain itu, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,323 menunjukkan bahwa Permintaan Produk Halal mampu menjelaskan 32,3% variasi Pertumbuhan Ekonomi Syariah, sedangkan 67,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi permintaan masyarakat terhadap produk halal, semakin besar pula peluang pelaku usaha mikro untuk meningkatkan aktivitas usaha yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi syariah.

Hasil penelitian ini mendukung *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), yang menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Dalam konteks penelitian ini, meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya mengonsumsi produk halal membentuk niat untuk

memilih produk halal sehingga meningkatkan permintaan pasar. Peningkatan permintaan tersebut mendorong pelaku usaha mikro untuk meningkatkan kualitas produk, menjaga standar halal, memperluas pemasaran, dan mengembangkan usahanya. Dengan demikian, perilaku konsumsi masyarakat terhadap produk halal memberikan dampak nyata terhadap perkembangan aktivitas ekonomi berbasis syariah. Temuan penelitian ini juga sejalan dengan *Spillover Effect Theory* (Haleem et al., 2020), yang menjelaskan bahwa perkembangan sektor halal mampu menghasilkan efek limpahan (*spillover effect*) terhadap sektor ekonomi lainnya. Meningkatnya permintaan produk halal mendorong peningkatan produksi, pendapatan usaha, penyerapan tenaga kerja, dan pengembangan usaha mikro sehingga memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi syariah. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa aktivitas ekonomi yang berlandaskan prinsip halal tidak hanya memberikan manfaat bagi pelaku usaha, tetapi juga memperkuat ekosistem

ekonomi syariah melalui berkembangnya sektor usaha mikro.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Rafiki et al. (2024) yang menemukan bahwa kesadaran halal dan religiositas berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian produk halal. Penelitian Rupianti dan Nashohah (2023) juga menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh terhadap niat membeli produk halal. Selain itu, penelitian Meldona et al. (2023) menjelaskan bahwa pengembangan usaha halal mampu meningkatkan kinerja UMKM melalui peningkatan pendapatan dan daya saing usaha. Kesamaan hasil tersebut memperkuat bahwa meningkatnya permintaan produk halal dapat menjadi salah satu pendorong pertumbuhan ekonomi syariah melalui berkembangnya aktivitas usaha mikro berbasis halal.

Secara praktis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan permintaan produk halal perlu didukung oleh penguatan ekosistem halal melalui percepatan sertifikasi halal, peningkatan literasi

halal, inovasi produk, pemanfaatan teknologi digital, serta dukungan kebijakan pemerintah bagi pelaku usaha mikro. Upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya saing usaha mikro sekaligus memperkuat kontribusi sektor halal terhadap pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Permintaan Produk Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan Ekonomi Syariah pada pelaku usaha mikro di Kota Surabaya. Hasil analisis menunjukkan bahwa semakin tinggi permintaan produk halal, semakin besar peluang pelaku usaha mikro untuk meningkatkan aktivitas usahanya yang tercermin melalui peningkatan pendapatan, penyerapan tenaga kerja, dan perkembangan usaha berbasis halal. Temuan ini menunjukkan bahwa permintaan produk halal menjadi salah satu faktor yang berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi syariah pada tingkat usaha mikro. Meskipun demikian, nilai *Adjusted*

R Square sebesar 0,323 menunjukkan bahwa masih terdapat faktor-faktor lain di luar model penelitian yang turut memengaruhi pertumbuhan ekonomi syariah. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain, seperti literasi halal, sertifikasi halal, inovasi produk, digital marketing, maupun akses pembiayaan syariah agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pertumbuhan ekonomi syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179–211.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26 (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Haleem, A., Javaid, M., Khan, I. H., & Suman, R. (2020). Understanding the role of halal products in the global economy. *Journal of Islamic Marketing*, 12(3), 709–729.
- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. (2024). Laporan perkembangan ekonomi syariah Indonesia 2024. KNEKS.
- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. (2025). Laporan perkembangan ekonomi syariah Indonesia 2025. KNEKS.
- Meldona, M., Widodo, S., & Hidayat, R. (2023). Halal business capability and MSME performance in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 14(9), 2231–2248.
- Rafiki, A., Abdullah, M. A., & Kamarulzaman, Y. (2024). *Halal awareness, religiosity, and purchase behaviour of halal products: Evidence from Indonesia*. *Journal of Islamic Marketing*, 15(2), 456–474.
- Rupianti, R., & Nashohah, I. (2023). Analisis *theory of planned behavior* terhadap niat pembelian produk halal di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 10(3), 325–338.
- Sugiyono. (2023). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (3rd ed.). Alfabeta.
- Syahidin, M., Rahman, A., & Nugroho, H. (2024). The role of halal MSMEs in strengthening Indonesia's sharia economy. *Journal of Islamic Economics and Business*, 9(1), 45–58.
- Syari, A., Hidayat, T., & Prasetyo, D. (2025). Strengthening halal certification to improve MSMEs competitiveness in Indonesia. *Journal of Halal Industry and Services*, 4(1), 15–28.