

**JIHHP:**
Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik

E-ISSN: 2747-1993
P-ISSN: 2747-2000

<https://dinastirev.org/JIHHP> dinasti.info@gmail.com [+62 811 7404 455](tel:+628117404455)

DOI: <https://doi.org/10.38035/jihhp.v5i5>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Inovasi Kebijakan Publik dalam Bisnis Syariah: Peran Quadruple Helix dalam Mengintegrasikan Sertifikasi Halal dan Hak Merek

Saipul Rohman¹, Fokky Fuad², Aris Machmud³

¹ Universitas Al Azhar Indonesia, Jakarta, Indonesia, office.saipulrohman.com

² Universitas Al Azhar Indonesia, Jakarta, Indonesia, fokkyf@gmail.com

³ Universitas Al Azhar Indonesia, Jakarta, Indonesia, aries_machmud@uai.ac.id

Corresponding Author: office.saipulrohman.com¹

Abstract: *The Quadruple Helix model plays a crucial role in the integration of licensing duality between brand registration and halal certification by involving four main actors: government, industry, academia and civil society. The government sets regulations and provides support for businesses, while industry collaborates with certification bodies to ensure products meet standards. This research methodology is designed to explore the integration between brand registration and halal certification using the Quadruple Helix model. Based on the analysis, this research will conclude the opportunities and challenges faced by businesses and provide recommendations to improve synchronization between halal certification and brand registration in the context of Islamic business. Collaboration through an integrated system can speed up and simplify the process of brand registration and halal certification. Previously, trademark registration and halal certification were carried out separately so that the process became complex and took longer. With the integrated system, the trademark registration and halal certification processes are combined in one unified system that allows for better coordination and efficient data management. This system makes the licensing process simpler and faster with unified trademark and halal approval. Thus, the synchronization of halal and brand regulations is not only an administrative step, but also a reflection of the responsiveness of the business ecosystem to global dynamics, as reflected in the successful adaptation of halal tourism in non-Muslim countries.*

Keyword: *quadruple helix, halal certification, brand registration, sharia business*

Abstrak: Model Quadruple Helix berperan krusial dalam integrasi dualitas perizinan antara pendaftaran merek dan sertifikasi halal dengan melibatkan empat aktor utama: pemerintah, industri, akademisi, dan masyarakat sipil. Pemerintah menetapkan regulasi dan menyediakan dukungan bagi pelaku usaha, sementara industri berkolaborasi dengan lembaga sertifikasi untuk memastikan produk memenuhi standar. Metodologi penelitian ini dirancang untuk mengeksplorasi integrasi antara pendaftaran merek dan sertifikasi halal dengan menggunakan model Quadruple Helix. Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini akan menyimpulkan peluang dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan sinkronisasi antara sertifikasi halal dan pendaftaran merek dalam konteks bisnis syariah. Kolaborasi melalui sistem terintegrasi dapat mempercepat dan menyederhanakan

proses pendaftaran merek dan sertifikasi halal. Sebelumnya, pendaftaran merek dan sertifikasi halal dilakukan secara terpisah sehingga prosesnya menjadi kompleks dan memakan waktu lebih lama. Dengan adanya sistem terintegrasi, proses pendaftaran merek dan sertifikasi halal digabungkan dalam satu sistem terpadu yang memungkinkan koordinasi lebih baik dan pengelolaan data yang efisien. Sistem ini membuat proses perizinan menjadi lebih sederhana dan cepat dengan persetujuan merek dan halal yang terpadu. Dengan demikian, sinkronisasi regulasi halal dan merek tidak hanya menjadi langkah administratif, tetapi juga refleksi responsivitas ekosistem bisnis terhadap dinamika global, sebagaimana tercermin dalam kesuksesan adaptasi pariwisata halal di negara-negara non-muslim.

Kata Kunci: quadruple helix, sertifikasi halal, pendaftaran merek, bisnis syariah

PENDAHULUAN

Integrasi Hak Merek dan Sertifikasi Halal merupakan imperatif hukum dan strategi komersial yang tidak terpisahkan. Melalui harmonisasi regulasi dan implementasi yang konsisten, sinergi ini tidak hanya menjamin kepastian hukum bagi seluruh pihak tetapi juga memperkuat posisi Indonesia sebagai hub industri halal berdaya saing internasional, sesuai visi Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja. pentingnya pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi pelaku UMKM pasca UU No. 6/2023 Cipta Kerja, yang juga mencakup aspek legalitas seperti Hak Merek dan Sertifikasi Halal.

Dengan harmonisasi regulasi, pelaku UMKM dapat lebih mudah memenuhi syarat legalitas, yang pada gilirannya memperkuat posisi Indonesia sebagai hub industri halal yang berdaya saing internasional, sejalan dengan visi UU Cipta Kerja. Sinergi ini tidak hanya menjamin kepastian hukum tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi dan pengurangan kemiskinan di kalangan pelaku usaha (Sulistiyono et al., 2023).

Sertifikasi halal dan pendaftaran hak merek merupakan dua aspek krusial yang harus berjalan sinergis dalam membangun perlindungan hukum dan komersial suatu produk. Secara normatif, sertifikasi halal berdasarkan UU No.33/2014 tentang Jaminan Produk Halal menjamin kehalalan produk sesuai syariat Islam, sementara pendaftaran merek di bawah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis memberikan perlindungan terhadap identitas merek sebagai aset kekayaan intelektual.

Integrasi antara Hak Merek dan Sertifikasi Halal merupakan instrumen hukum yang signifikan dalam memperkuat perlindungan normatif bagi konsumen dan pelaku usaha, sekaligus meningkatkan daya saing komersial produk di pasar domestik maupun global. Dalam hukum perlindungan konsumen, pelaku usaha wajib bertanggung jawab apabila tindakan mereka melanggar hak dan kepentingan konsumen, menyebabkan kerugian materiil (Muhammad Yogi Riazmi Putra, 2022).

Integrasi kedua instrumen ini menciptakan *legal dual protection* yang tidak hanya memastikan kepatuhan syariah, tetapi juga mencegah praktik plagiarisme, pemalsuan, atau penggunaan merek secara tidak sah oleh pihak ketiga. Dalam konteks global, produk halal yang telah tersertifikasi dan terdaftar sebagai merek memiliki nilai kompetitif lebih tinggi, mengingat identitas merek yang terproteksi memperkuat diferensiasi produk di tengah persaingan pasar internasional yang ketat.

Sinergi kelembagaan antara Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Kemenkumham), dan pelaku usaha menjadi kunci efektivitas implementasi kebijakan ini. LPH bertugas memverifikasi dan menerbitkan sertifikat halal, sementara Kemenkumham melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) mengakui kepemilikan merek sebagai hak eksklusif. Pelaku usaha, di sisi lain, wajib memenuhi prosedur administratif kedua lembaga secara paralel guna memastikan produknya memiliki *legal*

standing yang utuh. Kolaborasi ini perlu diperkuat melalui mekanisme *one-stop service* atau integrasi database untuk meminimalisasi biaya dan waktu proses. Sertifikasi Halal menjadi bentuk jaminan konkret bahwa produk tersebut telah melalui proses produksi yang terstandarisasi dan terjamin kualitasnya (Legowati & Albab, 2019).

Berdasarkan analisis yuridis, dari aspek Perlindungan Hukum, integrasi ini menjamin kepastian hukum bagi para pihak. Sertifikasi Halal, sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, berfungsi sebagai bukti kepatuhan produsen terhadap standar syariat Islam. Sementara itu, Hak Merek yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis memberikan perlindungan eksklusif atas identitas produk, mencegah tindakan plagiasi atau pemalsuan yang merugikan konsumen dan pemegang merek.

Kombinasi keduanya menciptakan *legal standing* yang kuat untuk menuntut pertanggungjawaban hukum terhadap pelaku pelanggaran, baik melalui sanksi administratif (seperti pencabutan izin edar) maupun sanksi pidana sesuai Pasal 100 UU JPH, Pertanggungjawaban hukum terhadap pelanggaran melalui sanksi administratif mencakup tindakan seperti peringatan, denda, pencabutan izin, dan penutupan usaha. Prosesnya melibatkan investigasi, pemberian kesempatan untuk membela diri, dan keputusan dari instansi berwenang, bertujuan untuk mendorong kepatuhan dan melindungi kepentingan masyarakat (Mohammad, 2021). dan Pasal 90 UU Merek, Pertanggungjawaban hukum terhadap pelanggaran merek melibatkan sanksi administratif seperti pencabutan izin usaha, denda, dan perintah penghentian kegiatan. Proses penegakan hukum dimulai dari pengaduan, penyelidikan, hingga tindakan administratif. Pemilik merek dapat menggugat pelanggaran melalui jalur perdata atau pidana untuk melindungi hak mereka (Faradz, 2008).

Dalam konteks Komersialisasi, integrasi Hak Merek dan Sertifikasi Halal memberikan nilai komersial yang substantif. Produk yang telah memenuhi kedua aspek ini memiliki diferensiasi kompetitif di pasar, khususnya di negara dengan mayoritas penduduk muslim seperti Indonesia. Sertifikasi Halal berperan sebagai prasyarat legal untuk memperluas akses pasar ke kawasan regional (ASEAN) maupun global (Timur Tengah dan Eropa), sementara Hak Merek berfungsi sebagai aset intelektual yang meningkatkan nilai ekonomi dan loyalitas konsumen. Dalam praktik bisnis, kombinasi ini juga meminimalisasi risiko sengketa hukum terkait klaim kehalalan atau pelanggaran merek, sehingga mendukung keberlanjutan usaha.

Di sisi lain, Pasal 26 Ayat 2 UUPH mengatur bahwa pelaku usaha yang memproduksi barang dari bahan haram wajib mencantumkan label tidak halal pada produk (Sundari, 2024). Ketentuan ini menekankan prinsip itikad baik pelaku usaha untuk transparan dalam memberikan informasi akurat terkait produk, termasuk status kehalalannya. Hal ini sejalan dengan Pasal 7 Huruf b UUPK yang mewajibkan pelaku usaha menyampaikan informasi jujur, jelas, dan benar tentang kondisi barang/jasa, termasuk cara penggunaan dan pemeliharaan (Arief, 2023). Kedua aturan ini menegaskan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk memberikan keterangan terbuka merupakan bentuk perlindungan hak konsumen.

Dengan kata lain, kejujuran produsen dalam menginformasikan produk secara langsung berkaitan dengan hak konsumen untuk memperoleh keamanan dan kepastian hukum atas barang yang dibeli (Nurdahniar, 2021). Perlindungan konsumen menjadi unsur yang tidak dapat dipisahkan dari praktik bisnis yang berkelanjutan, mengingat dalam sistem bisnis yang beretika harus tercipta harmoni perlindungan hukum antara kepentingan pembeli dan pihak penjual atau pelaku usaha (Kasmar et al., 2023).

Dalam hal pemberian merek, Hak istimewa yang diberikan oleh Negara kepada pemilik Merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk periode tertentu, yang memungkinkan pemiliknya untuk menggunakan Merek tersebut secara langsung atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Merek merupakan komponen penting dalam Hak Kekayaan Intelektual (HKI), terutama dalam penggunaannya pada barang dan produk dalam proses

produksi. Keberadaan merek juga berperan dalam meningkatkan efektivitas kegiatan periklanan dan pemasaran, sehingga menjadi elemen krusial dalam strategi bisnis (Nanda Pramudya Pangestu et al., 2022). Merujuk Pasal 1 UU No. 15 Tahun 2001 tentang Merek, istilah merek didefinisikan sebagai tanda berbentuk gambar, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, atau kombinasi unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam aktivitas perdagangan barang/jasa (Kermite et al., 2024).

Perlindungan hukum terhadap Hak Kekayaan Intelektual (HKI) diatur dalam Perjanjian *TRIPs* yang tercantum dalam *Annex 1C* dari *WTO*, yang mewajibkan semua negara anggota untuk mematuhi standar universal *TRIPs* secara penuh. Indonesia telah meratifikasi *WTO* dan Perjanjian *TRIPs* melalui Undang-Undang No. 7 Tahun 1994. Menurut Konvensi Wina tentang Hukum Perjanjian 1969, perjanjian ini menciptakan kewajiban bagi negara anggota untuk menyesuaikan hukum nasional mereka dengan ketentuan yang disepakati dalam perjanjian tersebut (Bagus, 2023). Signifikansi merek terletak pada kemampuannya untuk membangun kesetiaan pelanggan, memperkuat posisi perusahaan di pasar, serta meningkatkan nilai jangka panjang bagi usaha (Edyson & Rafi, 2024).

Dalam penguatan ekosistem bisnis syariah, integrasi kebijakan sertifikasi halal dan perlindungan hak merek menjadi penting untuk mengatasi degradasi etika bisnis. Norma etika harus dioperasionalkan melalui hukum, seperti sertifikasi halal yang memastikan kepatuhan syariah dan registrasi merek untuk melindungi kekayaan intelektual. Sinergi ini memberikan legal standing bagi bisnis untuk mencegah penipuan, memperkuat kepatuhan terhadap prinsip ekonomi syariah, dan mendorong pertumbuhan berkelanjutan. Kebijakan ini menciptakan pasar berbasis kepercayaan konsumen dan kepastian hukum, serta mencerminkan strategi jangka panjang untuk membangun ekosistem bisnis yang etis, kompetitif, dan berdaya saing global (Fauzi et al., 2022).

Kerangka ekonomi Syariah menekankan keadilan, transparansi, dan tanggung jawab moral, yang tercermin dalam aturan ketat untuk melindungi hak-hak konsumen, sementara ekonomi konvensional cenderung lebih longgar dan berfokus pada mekanisme pasar bebas (Zainuddin, 2015). Konvergensi nilai ekonomi syariah dan kepastian hukum ini tidak hanya memperkuat fondasi bisnis halal, tetapi juga merefleksikan komitmen Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah dunia yang berkelanjutan dan inklusif.

Industri halal merupakan pilar utama untuk mencapai target pertumbuhan ekonomi Indonesia sebesar 8% pada tahun 2028-2029, seperti yang ditekankan oleh Kepala BPJPH Ahmad Haikal Hasan. Kewajiban sertifikasi halal dari hulu ke hilir tidak hanya melindungi konsumen tetapi juga meningkatkan nilai produk, terutama bagi UMKM yang mencari peluang ekspor. Ekspor halal Indonesia mencapai USD 41,42 miliar (Januari-Oktober 2024), menghasilkan surplus perdagangan sebesar USD 29,09 miliar (BPJPH, 2025). Mengintegrasikan sertifikasi halal dengan hak merek dagang untuk melindungi identitas produk dari pemalsuan dan meningkatkan daya saing.

Sertifikasi halal berperan krusial dalam memperluas daya saing produk UMKM, terutama di kalangan konsumen Muslim yang mengutamakan prinsip kehalalan baik di dalam maupun luar negeri. Pengesahan ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan pasar, tetapi juga menjamin kepatuhan produk terhadap standar keagamaan dan keamanan konsumsi. Proses sertifikasi melibatkan mekanisme evaluasi komprehensif, seperti audit bahan baku, pengujian laboratorium, dan verifikasi proses produksi untuk memastikan kesesuaian dengan kriteria syariah. Tanpa validasi resmi dari lembaga sertifikasi halal yang terakreditasi, status kehalalan suatu produk tidak dapat diakui secara sah, sehingga partisipasi institusi berwenang menjadi syarat mutlak dalam penetapan standar ini (Rohman & Sudiro, 2023).

Sehingga dalam penelitian ini akan membahas tentang rumusan masalah : *Model Quadruple Helix* Berperan Dalam Proses Integrasi Dualitas Perizinan Antara Pendaftaran

Merek Dan Sertifikasi Halal. Dan Dampak Dualitas Regulasi Antara Sertifikasi Halal dengan Pendaftaran Merek untuk Memperkuat Ekosistem Bisnis Ekspor Syariah.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam rumusan masalah mengenai dualitas regulasi, yaitu peluang dan tantangan dalam sinkronisasi sertifikasi halal dengan pendaftaran merek, serta mengeksplorasi peran *model Quadruple Helix* dalam proses integrasi dualitas perizinan antara pendaftaran merek dan sertifikasi halal, yang diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam memperkuat ekosistem bisnis ekspor syariah.

METODE

Metode penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk memahami secara mendalam fenomena dualitas regulasi, peluang, dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam sinkronisasi sertifikasi halal dan pendaftaran merek.

Metodologi penelitian ini dirancang untuk mengeksplorasi integrasi antara pendaftaran merek dan sertifikasi halal dengan menggunakan model *Quadruple Helix*. Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini akan menyimpulkan peluang dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan sinkronisasi antara sertifikasi halal dan pendaftaran merek dalam konteks bisnis syariah.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesimpulan dan rekomendasi untuk meningkatkan integrasi pendaftaran merek dan sertifikasi halal melalui kolaborasi yang lebih baik antara keempat aktor dalam model *Quadruple Helix*, serta didapati pemahaman yang komprehensif mengenai dualitas regulasi dan dampaknya terhadap ekosistem bisnis syariah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Model Quadruple Helix Berperan Dalam Proses Integrasi Dualitas Perizinan Antara Pendaftaran Merek Dan Sertifikasi Halal.

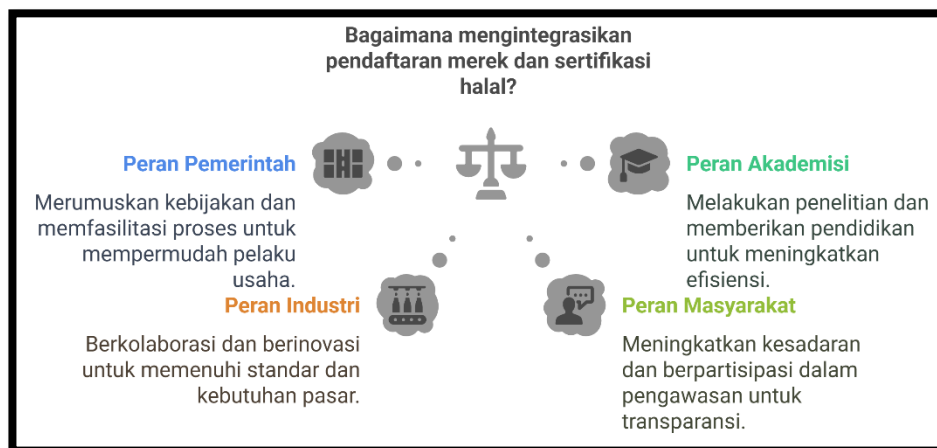
Integrasi antara pendaftaran merek dan sertifikasi halal merupakan langkah penting untuk memastikan produk yang beredar di pasar tidak hanya memiliki identitas yang jelas, tetapi juga memenuhi standar kehalalan yang diakui. Kolaborasi berbagai pihak sangat dibutuhkan agar proses ini berjalan efektif dan efisien. Dengan sinergi yang baik antara pemerintah, industri, akademisi, dan masyarakat, proses pendaftaran merek dan sertifikasi halal dapat berjalan lancar dan memberikan manfaat maksimal bagi semua pihak yang terlibat serta konsumen.

Model *Quadruple Helix* berperan penting dalam mengintegrasikan dualitas regulasi antara pendaftaran merek dan sertifikasi halal dengan melibatkan kolaborasi antara pemerintah, akademisi, bisnis, dan masyarakat. Pemerintah berfungsi sebagai pengatur yang menciptakan kebijakan untuk mempermudah proses integrasi, sementara akademisi melakukan penelitian untuk mengembangkan solusi inovatif. Bisnis berperan dalam menerapkan kebijakan dan inovasi yang dihasilkan, sedangkan masyarakat berkontribusi dengan memberikan umpan balik dan dukungan terhadap produk yang memenuhi standar halal. Kolaborasi ini menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan industri halal secara berkelanjutan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Vira Oktaviani Rezqy, dari Universitas Negeri Surabaya, Indonesia, dengan judul penelitian “Peran *Quadruple Helix* Dalam Pengembangan Pariwisata Halal Di Kawasan Wisata Cisarua-Lembang” dijelaskan pengembangan pariwisata halal di Kawasan Wisata Cisarua-Lembang belum optimal disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, kurangnya kerjasama yang signifikan antara aktor *Quadruple Helix*, termasuk pemerintah, akademisi, swasta, dan komunitas. Kedua, infrastruktur yang buruk, seperti akses jalan yang rusak dan sering longsor, mengurangi daya tarik wisata. Selain itu, minimnya sertifikasi halal pada restoran dan tempat wisata menghambat pengembangan. Keterbatasan

sumber daya dari pemerintah daerah dan kurangnya sosialisasi mengenai pentingnya sertifikasi halal juga menjadi tantangan yang harus diatasi (Rezqy & Fikriyah, 2022).

Langkah Quadruple Helix dalam integrasi dualitas perizinan pendaftaran merek dan sertifikasi halal melibatkan kolaborasi antara pemerintah, akademisi, swasta, dan komunitas. Mereka bekerja sama untuk mengembangkan regulasi, platform digital, sosialisasi, dan edukasi, serta mempermudah akses informasi, sehingga proses pendaftaran dan sertifikasi menjadi lebih efisien. Model Quadruple Helix berperan krusial dalam integrasi dualitas perizinan antara pendaftaran merek dan sertifikasi halal dengan melibatkan empat aktor utama: pemerintah, industri, akademisi, dan masyarakat sipil. Pemerintah menetapkan regulasi dan menyediakan dukungan bagi pelaku usaha, sementara industri berkolaborasi dengan lembaga sertifikasi untuk memastikan produk memenuhi standar (Fuad et al., 2024).



Gambar 1. Model Quadruple Helix (QH) Integrasi Pendaftaran Merek dan Sertifikasi Halal
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

Model Quadruple Helix (QH) merupakan kerangka kerja yang melibatkan empat aktor utama: pemerintah, akademisi, industri, dan masyarakat (Firmansyah et al., 2022). Dalam konteks integrasi dualitas perizinan antara pendaftaran merek dan sertifikasi halal, model ini dapat berperan sebagai berikut:

- 1) **Pemerintah**
 - a) **Regulasi dan Kebijakan:** Pemerintah bertanggung jawab untuk merumuskan kebijakan yang mengatur proses pendaftaran merek dan sertifikasi halal. Kebijakan ini harus saling mendukung untuk mempermudah pelaku usaha.
 - b) **Fasilitasi Proses:** Pemerintah dapat menyediakan platform yang memudahkan pelaku usaha dalam mengurus kedua perizinan tersebut secara bersamaan, sehingga mengurangi waktu dan biaya.
- 2) **Akademisi**
 - a) **Penelitian dan Pengembangan:** Akademisi dapat melakukan penelitian untuk mengidentifikasi tantangan dan solusi dalam proses integrasi pendaftaran merek dan sertifikasi halal.
 - b) **Edukasi dan Pelatihan:** Melalui program pendidikan, akademisi dapat memberikan pelatihan kepada pelaku usaha tentang pentingnya kedua perizinan dan cara mengurusnya secara efisien.
- 3) **Industri**
 - a) **Kolaborasi dan Inovasi:** Pelaku industri dapat berkolaborasi untuk menciptakan standar yang mengintegrasikan pendaftaran merek dan sertifikasi halal, sehingga produk yang dihasilkan tidak hanya memenuhi aspek legal tetapi juga memenuhi kebutuhan pasar.

- b) **Feedback dan Pengembangan Produk:** Industri dapat memberikan umpan balik kepada pemerintah dan akademisi mengenai proses perizinan yang ada, sehingga dapat dilakukan perbaikan berkelanjutan.
- 4) **Masyarakat**
 - a) **Kesadaran dan Permintaan:** Masyarakat berperan dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya merek dan sertifikasi halal. Permintaan dari konsumen yang sadar akan kualitas dan kehalalan produk dapat mendorong pelaku usaha untuk mengurus kedua perizinan tersebut.
 - b) **Partisipasi dalam Proses:** Masyarakat dapat terlibat dalam proses pengawasan dan evaluasi produk yang telah terdaftar merek dan bersertifikat halal, sehingga menciptakan transparansi dan kepercayaan.

Sinergi antara keempat aktor ini menciptakan sistem perizinan yang lebih efisien dan responsif, mengurangi tumpang tindih, serta mempercepat proses pendaftaran dan sertifikasi, sehingga mendukung pengembangan produk berkualitas sesuai standar yang ditetapkan. Penerapan ini dapat menjadi kerangka strategis dalam menyinkronkan dualitas regulasi antara pendaftaran merek dan sertifikasi halal. Integrasi ini tidak hanya memperkuat perlindungan hukum dan nilai kehalalan produk, tetapi juga menciptakan ekosistem bisnis ekspor syariah yang kompetitif dan berkelanjutan. Sinergi keempat pilar tersebut memungkinkan harmonisasi kebijakan, inovasi prosedur, serta peningkatan kesadaran pelaku usaha tentang pentingnya dual sertifikasi sebagai nilai tambah global.

Melalui kolaborasi ini, proses perizinan dapat menjadi lebih efisien, transparan, dan responsif terhadap kebutuhan pasar serta tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha. Pelaku bisnis diharapkan mengadopsi praktik terbaik dalam memenuhi persyaratan kedua regulasi, dan masyarakat berperan sebagai konsumen yang mendorong kesadaran akan pentingnya produk bersertifikat. Melalui sinergi ini, diharapkan proses pendaftaran dan sertifikasi dapat berjalan lebih efisien, memberikan manfaat bagi semua pihak, serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang beredar di pasar (Ashabul jannah siregar et al., 2023).



Gambar 2. Kolaborasi Sistem Integrasi

Gambar diatas menjelaskan bagaimana kolaborasi melalui sistem terintegrasi dapat mempercepat dan menyederhanakan proses pendaftaran merek dan sertifikasi halal. Sebelumnya, pendaftaran merek dan sertifikasi halal dilakukan secara terpisah sehingga prosesnya menjadi kompleks dan memakan waktu lebih lama. Dengan adanya sistem terintegrasi, proses pendaftaran merek dan sertifikasi halal digabungkan dalam satu sistem terpadu yang memungkinkan koordinasi lebih baik dan pengelolaan data yang efisien. Sistem

ini membuat proses perizinan menjadi lebih sederhana dan cepat dengan persetujuan merek dan halal yang terpadu.

Dampak positifnya meliputi harmonisasi kebijakan yang mendukung antar lembaga terkait sehingga tidak terjadi tumpang tindih atau konflik, identifikasi tantangan dan solusi secara cepat, inovasi standar proses yang diperbarui agar lebih efisien dan efektif, serta peningkatan permintaan dan transparansi yang meningkatkan kepercayaan pelaku usaha dan konsumen sekaligus responsif terhadap kebutuhan pasar. Secara keseluruhan, kolaborasi dan integrasi sistem ini menjadikan proses perizinan lebih efisien, transparan, dan responsif terhadap kebutuhan pasar serta tantangan yang dihadapi pelaku usaha, sehingga mendukung kemudahan berusaha dan mempercepat akses pelaku usaha ke pasar dengan produk yang sudah terdaftar dan bersertifikat halal.

Dampak Dualitas Regulasi Antara Sertifikasi Halal dengan Pendaftaran Merek untuk Memperkuat Ekosistem Bisnis Ekspor Syariah.

Potensi Indonesia sebagai pasar global untuk produk dan layanan halal, mengingat Indonesia memiliki populasi Muslim terbesar di dunia. Meskipun Indonesia termasuk dalam sepuluh negara teratas yang menguasai pasar ekonomi Islam, negara ini belum mampu mendominasi pasar halal global. Sistem inovasi quadruple helix dapat meningkatkan daya saing UMKM melalui kolaborasi antara pemerintah, akademisi, industri, dan masyarakat. Penelitian ini juga menekankan perlunya peningkatan akses terhadap pembiayaan, literasi keuangan, dan sertifikasi halal untuk mendorong UMKM berkontribusi lebih besar dalam pasar halal global (Hidayat et al., 2023).

Dualitas regulasi antara sertifikasi halal dan pendaftaran merek menawarkan peluang signifikan bagi pelaku usaha dalam memperkuat ekosistem bisnis ekspor syariah. Sinkronisasi kedua aspek ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk, memperkuat daya saing di pasar global, serta menciptakan efisiensi dalam proses bisnis. Dengan adanya jaminan bahwa produk memenuhi standar syariah dan legalitas merek, pelaku usaha dapat lebih fokus pada pengembangan produk dan pemasaran.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Dalam Negeri, populasi Indonesia pada 2021 mencapai 237,53 juta jiwa, dengan 86,9% beragama Islam. Pada 2022, jumlah penduduk meningkat menjadi 277,75 juta, di mana sekitar 241,7 juta di antaranya Muslim (Sulistiyani & Fahrullah, 2024). Dominasi demografis ini menciptakan pasar potensial bagi produk halal, terutama di sektor pangan, yang konsumsinya mencapai US\$135 miliar pada 2020 terbesar di dunia. Pertumbuhan permintaan produk halal membuka peluang bisnis besar, namun memerlukan harmonisasi regulasi untuk memperkuat ekosistem ekspor syariah. Dualitas regulasi antara sertifikasi halal dan pendaftaran merek menjadi tantangan sekaligus peluang strategis.

Proses perizinan sertifikasi halal dalam bisnis syariah melibatkan beberapa langkah penting. Pertama, pengusaha menyiapkan dokumen yang diperlukan dan mengajukan permohonan ke Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Selanjutnya, dilakukan audit dan inspeksi terhadap proses produksi dan bahan baku oleh tim auditor. Setelah mendapatkan fatwa halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), BPJPH menerbitkan sertifikat halal. Proses ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas akses pasar, dan memastikan kepatuhan terhadap regulasi halal (Hidayat & Machmud, 2024).

Bagi konsumen Muslim, produk Halal tidak hanya menjamin kepatuhan terhadap prinsip Syariah, tetapi juga merepresentasikan nilai spiritual dan etika produksi. Sementara bagi konsumen non-Muslim, sertifikasi Halal berfungsi sebagai benchmark kebersihan, kualitas, dan keamanan produk yang diproduksi melalui standar ketat dalam Sistem Jaminan Halal (Nurdin et al., 2019). Dengan demikian, produk Halal memiliki daya tarik universal tidak hanya diterima oleh masyarakat Muslim, tetapi juga menjadi simbol kepercayaan global yang memperkuat daya saing ekosistem bisnis ekspor syariah.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam ekosistem halal di Indonesia, yang merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia. Meskipun Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi pemimpin dalam industri halal global, tantangan seperti kurangnya kesadaran publik, akses ke pembiayaan, dan dukungan regulasi yang tidak optimal menghambat kemajuan UMKM. Kebijakan pemerintah dan kerjasama antara berbagai pemangku kepentingan dalam meningkatkan daya saing UMKM. Hasilnya menunjukkan bahwa sistem inovasi quadruple helix dapat memperkuat posisi UMKM di pasar halal global, dengan menekankan pentingnya kolaborasi antara pemerintah, akademisi, industri, dan masyarakat untuk menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan UMKM (Hidayat et al., 2024). Fenomena serupa terlihat di negara-negara seperti Jepang dan Korea Selatan, yang meskipun memiliki populasi muslim minoritas, berhasil mentransformasi sektor pariwisata mereka menjadi destinasi ramah halal (Shilviani & Riyanto, 2022).

Dengan potensi pasar sebesar 230 juta Muslim, kebijakan-kebijakan ini diproyeksikan dapat menambah USD 5,1 miliar per tahun terhadap PDB, mendukung visi pertumbuhan berkelanjutan Presiden Prabowo Subianto. Pendidikan terstruktur dan adopsi teknologi sangat penting untuk memastikan implementasi kebijakan yang inklusif dan efektif, serta memposisikan Indonesia sebagai Halal Global Hub. Sertifikasi halal tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim, seperti pada produk Pusat Sajadah.Id dan Ayam Penyet Bandung, tetapi juga membuka akses pasar global, terutama ke negara mitra seperti Chile dan Turki (Purwowidhu, 2023).

Seperti Hal nya di Negara Tunisia, Tantangan utama *halal tourism* di Tunisia meliputi: (1) Ketergantungan historis pada turis Barat yang menyebabkan kurangnya diversifikasi layanan, (2) Stigma negatif terhadap konsep *halal* yang dianggap "radikal" atau bertentangan dengan citra modern Tunisia, dan (3) Kurangnya dukungan politik dan regulasi pemerintah. Survei lokal menunjukkan polarisasi masyarakat: sebagian mendukung *halal tourism* sebagai kebutuhan religius, sementara lainnya menganggapnya sebagai ancaman terhadap identitas sekuler. Di sisi lain, peluang berkembangnya *halal tourism* terletak pada potensi pasar Muslim global yang tumbuh pesat, terutama dari negara-negara Teluk dan Asia. Beberapa hotel mulai menawarkan layanan syariah (misal: larangan alkohol, kolam renang terpisah gender) untuk menarik turis domestik dan regional. Selain itu, diversifikasi ini dapat mengurangi ketergantungan pada turis Barat yang rentan terhadap fluktuasi politik dan keamanan, seperti serangan teror 2015 yang melumpuhkan sektor pariwisata (Vandromme, 2020).

Didalam negeri proses sertifikasi halal bagi UMKM di Lombok menghadapi tantangan signifikan akibat kompleksitas persyaratan dan prosedur administratif. UMKM seringkali kekurangan pemahaman tentang tahapan sertifikasi, seperti verifikasi dokumen, audit halal, dan pengujian laboratorium, yang dipersulit oleh keterbatasan sumber daya dan literasi teknologi. Banyak pelaku usaha kesulitan mengakses platform digital seperti SIHALAL untuk pendaftaran, serta menghadapi kendala biaya dan waktu dalam memenuhi standar sistem jaminan halal. Selain itu, ketergantungan pada Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) di luar Lombok memperpanjang proses sertifikasi, sementara sosialisasi dari pemerintah dinilai belum optimal. Program SEHATI (Sertifikasi Halal Gratis) yang digagas BPJPH belum sepenuhnya efektif karena minimnya pendampingan dan kesenjangan informasi, sehingga hanya 1,8% dari total 103.660 UMKM di NTB yang tersertifikasi hingga 2023 (Prawiro, 2023).

Berdasarkan analisis situasi dan hasil survei wawancara terhadap 33 pelaku UMKM di Kabupaten Sidoarjo, dapat disimpulkan bahwa UMKM setempat memiliki potensi pengembangan signifikan didukung program unggulan Pemerintah Daerah dan kemitraan dengan koperasi dalam pemasaran produk. Namun, kendala utama terletak pada belum terpenuhinya sertifikasi halal bagi seluruh produk UMKM terdata, yang disebabkan oleh ketidaktahuan prosedur produksi halal, mekanisme pendaftaran sertifikasi, serta alur perizinan edar (PIRT/BPOM). Survei mengidentifikasi hanya 2 UMKM—yakni “Goodman Kitchen”

(kue kering kemasan) milik Safitri Kalia dan “Yarafood” (minuman tradisional kemasan) milik Dwi Ratna Sulistiowati—yang memenuhi kriteria pendampingan sertifikasi halal karena telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), PIRT, serta komitmen partisipasi aktif. Adapun 31 UMKM lainnya menghadapi hambatan struktural seperti minimnya pemahaman prosedur administratif, keterbatasan kapasitas pengurusan izin edar, dan kekhawatiran terhadap biaya sertifikasi. Oleh karena itu, diperlukan intervensi strategis melalui sosialisasi sistematis dan pendampingan terstruktur guna meningkatkan literasi hukum dan kapasitas administratif pelaku UMKM dalam memenuhi standar sertifikasi halal serta perizinan produk, sejalan dengan prinsip perlindungan konsumen dan penguatan daya saing usaha mikro sesuai regulasi perundang-undangan yang berlaku (Moerad et al., 2023).

Dalam ranah bisnis, terdapat klasifikasi merek dagang berdasarkan tingkat popularitasnya di mata konsumen. Kategori ini menggambarkan hierarki pengakuan publik terhadap suatu merek, yang terbagi menjadi tiga tingkatan. Pertama, merek dengan pengenalan standar (*normal mark*) yang merupakan tingkat dasar. Kedua, merek yang telah mencapai tingkat pengenalan luas (*well-known mark*). Ketiga, merek dengan pengakuan tertinggi atau *famous mark* yang telah mencapai status legendaris (Kermite et al., 2024). Setiap kategori merek ini menempati posisi berbeda dalam persepsi masyarakat, terutama dalam hal preferensi konsumen. Produk dengan merek *famous mark* cenderung mendapat respons lebih positif dibandingkan merek kategori bawah, karena perbedaan reputasi dan tingkat kepercayaan yang terbentuk melalui pengenalan merek tersebut. Ketiga tingkatan ini secara tidak langsung mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat terhadap suatu produk.

Sejalan dengan proses bisnis halal berfokus pada perdagangan, logistik, dan rantai pasokan, yang menekankan kepemimpinan Malaysia dalam standar halal global dan integrasi bisnis yang sesuai dengan Islam. Industri dan Pariwisata Halal mengeksplorasi infrastruktur pariwisata yang ramah Muslim, menyoroti upaya negara-negara mayoritas Muslim dan non-Muslim untuk menyelaraskan layanan dengan norma-norma halal bagi pasar wisatawan Muslim yang sedang berkembang. Pemasaran dan Sertifikasi Halal membahas tantangan seperti kesenjangan standarisasi dan kepercayaan konsumen mengadvokasi solusi teknologi untuk memastikan keaslian dan penetrasi pasar. Secara kolektif, klaster-klaster ini mencerminkan sifat multidisiplin sektor ini, menjembatani etika agama, inovasi ekonomi, dan kemajuan teknologi untuk memenuhi permintaan global dan kepatuhan terhadap etika (Hardiana et al., 2023).

Pemerintah menggalakkan serangkaian kebijakan strategis untuk memantapkan posisi Indonesia sebagai Global Halal Hub melalui berbagai langkah konkret, di antaranya penguatan sistem ekonomi dan keuangan syariah dengan inovasi produk, ekspansi pasar, serta pembangunan infrastruktur pendukung, diikuti optimalisasi rantai pasok halal terintegrasi mulai dari produksi hingga distribusi.

Upaya ini diperkuat dengan program pemberdayaan UMKM melalui peningkatan kapasitas usaha dan perluasan akses pemasaran, serta penyempurnaan aspek regulasi mencakup fatwa keagamaan, kerangka hukum, dan tata kelola kelembagaan. Selain itu, pemerintah mendorong transformasi digital di sektor ekonomi, disertai pengembangan kompetensi SDM dan investasi riset serta pengembangan teknologi guna menciptakan ekosistem halal yang berkelanjutan dan meningkatkan daya saing Indonesia di tingkat global (Rohman & Sudiro, 2023).

KESIMPULAN

Dengan memanfaatkan model Quadruple Helix, sinergi antara pemerintah, industri, akademisi, dan masyarakat dapat dioptimalkan untuk mengatasi tantangan yang ada. Melalui kolaborasi ini, diharapkan akan tercipta kebijakan yang lebih efektif dan inovatif dalam mendukung pengembangan industri halal di Indonesia. Dengan demikian, Indonesia berpotensi

untuk menjadi pusat industri halal global, yang tidak hanya meningkatkan daya saing produk lokal, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

Dalam konteks penguatan ekosistem bisnis syariah di Indonesia, integrasi antara sertifikasi halal dan pendaftaran merek menjadi sangat penting. Hal ini tidak hanya menjamin kepatuhan terhadap prinsip syariah, tetapi juga memberikan perlindungan hukum yang kuat bagi pelaku usaha. Dengan adanya sertifikasi halal, produk yang dihasilkan tidak hanya memenuhi standar kehalalan, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen, terutama di kalangan masyarakat Muslim. Sementara itu, pendaftaran merek berfungsi untuk melindungi identitas produk dari pemalsuan dan plagiarisme, sehingga menciptakan nilai tambah yang signifikan dalam persaingan pasar global.

Dengan demikian, sinkronisasi regulasi halal dan merek tidak hanya menjadi langkah administratif, tetapi juga refleksi responsivitas ekosistem bisnis terhadap dinamika global, sebagaimana tercermin dalam kesuksesan adaptasi pariwisata halal di negara-negara non-muslim.

REFERENSI

- Arief, R. P. (2023). Hukum Perlindungan Konsumen atas Barang yang Tidak Sesuai dengan Gambar pada Transaksi di Marketplace. *Unes Law Review*, 6(2), 4953–4963.
- Ashabul jannah siregar, Lubis, F. A., & Aslami, N. (2023). *Strategi Quadruple Helix Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Kelompok Cari Lidi (Carli) di Kecamatan Sungai Kanan Kabupaten Labuhanbatu Selatan UIN Sumatera Utara Pertumbuhan ekonomi melalui pembangunan sentra industri kerajinan (handcraft) masrakya*. 2(4).
- Bagus, R. C. S. D. Y. W. F. (2023). *Buku Ajar Buku Ajar Hak Kekayaan Intelektual*.
- BPJPH. (2025). *Kepala BPJPH: Industri Halal Berperan Pacu Pertumbuhan Ekonomi 8%*. <https://mediakeuangan.kemenkeu.go.id/article/show/daftar-sertifikasi-halal-gratis-begini-caranya>
- Edyson, D., & Rafi, M. (2024). Perlindungan Hukum Mengenai Hak Atas Kekayaan Intelektual. *Jurnal Kewarganegaraan*, 8(1), 930–939.
- Faradz, H. (2008). Perlindungan Hak Atas Merek. *Jurnal Dinamika Hukum*, 8(1), 38–43. <https://doi.org/10.20884/1.jdh.2008.8.1.27>
- Fauzi, A., Soepriyadi, I., Aprilliani, A., Septiani, A. S., Angelika, A., & Amelia, P. N. (2022). Pengaruh Hak Kekayaan Intelektual, Etika Bisnis, Dan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam E-Business. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 83–90. <https://doi.org/10.56127/jaman.v2i3.336>
- Firmansyah, D., Suryana, A., Rifa'i, A. A., Suherman, A., & Susetyo, D. P. (2022). Hexa Helix: Kolaborasi Quadruple Helix Dan Quintuple Helix Innovation Sebagai Solusi Untuk Pemulihan Ekonomi Pasca Covid-19. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(4), 476–499. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i4.4602>
- Fuad, F., Firmansyah, A., Sunaryo, E., & Machmud, A. (2024). Legal Culture of Intellectual Property Rights Protection of Traditional Medicine Business Performers. *Journal of Law and Sustainable Development*, 12(5), e3647. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v12i5.3647>
- Hardiana, D., Mainata, D., & Birusman, M. (2023). *Halal Industry : A Literature Bibliometric Analysis on Halal Studies* (Vol. 22, Issue 1).
- Hidayat, Y., & Machmud, A. (2024). The Existence and Consistency of Halal Certificates in the Global Ecosystem of Halal Products and Services. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 8(1), 102–112. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v8i1.2975>
- Hidayat, Y., Machmud, A., Zulhuda, S., & Suartini, S. (2023). Is Indonesia Destined to Become the World's Market for Halal Products? *RSF Conference Series: Business, Management and Social Sciences*, 3(2), 66–72. <https://doi.org/10.31098/bmss.v3i2.652>
- Hidayat, Y., Machmud, A., Zulhuda, S., & Suartini, S. (2024). Legal aspects and government

- policy in increasing the role of MSMEs in the Halal ecosystem. *F1000Research*, 13, 722. <https://doi.org/10.12688/f1000research.148322.1>
- Kasmar, K., Sanusi, G., & Syahrullah, S. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Pemenuhan Hak Atas Informasi Barang Pada Minimarket Di Kota Bima. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 7(1), 810–818. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4821>
- Kermite, D., Mercury, D., & Christina, E. (2024). Hak Merek untuk Memperkuat Citra Bisnis. *Inside Intellectual Property Rights*, 2(1), 110–128.
- Legowati, D. A., & Albab, F. N. U. (2019). *Pengaruh Attitude, Sertifikasi Halal, Promosi Purchase Intention of Halal Food dan Brand terhadap Purchase Intention di Restoran Bersertifikasi Halal*.
- Moerad, S. K., Wulandari, S. P., Chamid, M. S., Savitri, E. D., Rai, N. G., & Susilowati, E. (2023). Sosialisasi Serta Pendampingan Sertifikasi Halal UMKM di Kabupaten Sidoarjo. *Sewagati*, 7(1), 11–25. <https://journal.its.ac.id/index.php/sewagati/article/view/118>
- Mohammad, M. F. M. (2021). Pengaturan Sertifikasi Jaminan Produk Halal Di Indonesia. *Kertha Wicaksana*, 15(2), 149–157. <https://doi.org/10.22225/kw.15.2.2021.149-157>
- Muhammad Yogi Riazmi Putra. (2022). *Tanggungjawab Pelaku Usaha Rumah Makan Padang Terhadap Perolehan Sertifikasi Halal di Kota Pekanbaru*. 5(2), 218–224.
- Nanda Pramudya Pangestu, Bimo Satrio Wibowo, Muhammad Arrullah Safriawan, Muhammad Asmar Aqilah, & Noviyanto, N. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Hak Merek Dan Konsumen Terhadap Barang Tiruan Di E-Commerce. *Jurnal Hukum, Politik Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 71–84. <https://doi.org/10.55606/jhps.v1i2.727>
- Nurdahniar, I. (2021). Label Non Halal Sebagai Upaya Perlindungan Hak Konsumen Muslim. *Wacana Paramarta*, 20(1), 34–51. <https://www.neliti.com/id/publications/548535/%0Ahttps://media.neliti.com/media/publications/548535-label-non-halal-sebagai-upaya-perlindung-a49f4888.pdf>
- Nurdin, N., Novia, N., Rahman, A., & Suhada, R. (2019). *Potensi Industri Produk Makanan Halal Di Kota Palu*. 1(1).
- Prawiro, A. (2023). *Challenges in the Halal Industry Ecosystem: Analyzing the Halal Certification Process for Micro, Small, and Medium Enterprises in Lombok, West Nusa Tenggara*. 22(2), 431–484.
- Purwowidhu, C. (2023). *Daftar Sertifikasi Halal Gratis, Begini Caranya*. <https://mediakeuangan.kemenkeu.go.id/article/show/daftar-sertifikasi-halal-gratis-begini-caranya>
- Rezqy, V. O., & Fikriyah, K. (2022). Peran Quadruple Helix Dalam Pengembangan Pariwisata Halal di Kawasan Wisata Cisarua-Lembang. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(3), 15–30. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n3.p15-30>
- Rohman, S., & Sudiro, A. A. (2023). *Efektivitas dan Jaminan Hukum Sertifikat Halal Self Declare di Indonesia*. 6(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/unesrev.v6i2>
- Shilviani, N., & Riyanto, S. (2022). *PELUANG DAN TANTANGAN USAHA RESTORAN BERSERTIFIKAT HALAL*. 11(1), 247–254.
- Sulistiyani, R. D., & Fahrullah, A. (2024). PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, HALAL AWARENESS, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE ICE CREAM & TEA DI KABUPATEN LAMONGAN. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 7, 172–188.
- Sulistiyono, S., Garpy, P. F., & Wahyudi, A. R. E. (2023). Kebijakan Pengurusan NIB Pasca Berlakunya UU Cipta Kerja. *National Multidisciplinary Sciences*, 2(4), 339–344. <https://doi.org/10.32528/nms.v2i4.313>
- Sundari, R. (2024). Persepsi Mahasiswa Tentang Regulasi Sertifikasi. *Diklat Review: Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Pelatihan*, 8(2), 232–242.

- Vandromme, S. (2020). *Halal Tourism in the Context of Tourism Sector in Tunisia : Controversies , Challenges , and Opportunities*. 19(2), 161–194.
- Zainuddin, S. (2015). PENGAWASAN MAKANAN DAN MINUMAN (Pengawasan terhadap Fast-food yang Berpihak kepada Hak dan Perlindungan Konsumen). *Jurnal Muamalah*, 5(2), 148–160.
<http://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/muamalah/article/view/688>