

ANALISIS PREFERENSI DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP FASHION HALAL (STUDI KASUS PADA MAHASISWA EKONOMI SYARIAH 2021-2023)

Addin Laila Maharani¹, Dea Mustafiani², Robi Tiarahman³, Wafa Wafia Tuttoyibah⁴

¹Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Siliwangi

Email: addinlaila30@gmail.com

²Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Siliwangi

Email: deamustafiani@gmail.com

³Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Siliwangi

Email: robitrhmn0128@gmail.com

⁴Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Siliwangi

Email: wafia318@gmail.com

ABSTRAK

Halal fashion merupakan salah satu sektor halal yang kini sangat menjanjikan. Namun, seringkali kita temui beberapa konsumen dalam hal ini adalah mahasiswa masih keliru mengenai apa arti dari halal fesyen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur pemahaman dan preferensi mahasiswa terhadap fashion halal apakah sudah sesuai dengan fashion halal yang sebenarnya atau masih ada kekeliruan. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner sebagai alat utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa Ekonomi Syariah terhadap prinsip Halal Fashion masih perlu ditingkatkan, dan brand serta label fashion halal memainkan peran krusial dalam membentuk preferensi dan persepsi terhadap fashion halal.

Kata Kunci: Preferensi, Persepsi, Halal Fashion

ABSTRACT

Halal fashion is one of the promising halal sectors nowadays. However, often we find that some consumers, particularly students, are still confused about the meaning of halal fashion. The purpose of this research is to measure the understanding and preferences of students towards halal fashion, whether it aligns with the true concept of halal fashion or if there are still misconceptions. The research method employed is qualitative research, with a questionnaire as the main data collection tool. The findings indicate that the understanding of Sharia Economics students regarding the principles of Halal Fashion needs improvement. Additionally, it is evident that brands and labels in halal fashion play a crucial role in shaping preferences and perceptions towards halal fashion.

Keywords: Preference, Perception, Halal Fashion

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar dunia. Populasi penduduk muslim ini diperkirakan terus meningkat hingga mencapai 2,9 miliar orang pada tahun 2060. Pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia saat ini mengalami kenaikan dengan meningkatnya potensi produk halal dunia sehingga kebutuhan produk halal menjadi hal yang mendesak untuk dipenuhi. Indonesia memiliki potensi besar di pasar halal baik nasional maupun global. (KNKS)

Akhir-akhir ini kesadaran masyarakat akan pentingnya produk halal meningkat. Berbagai upaya telah dilakukan Pemerintah untuk memenuhi kebutuhan dan jaminan produk halal. Jaminan produk halal diwujudkan Pemerintah bersama Majelis Ulama Indonesia (MUI)

dengan mendirikan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) pada 6 Januari 1989 yang bertugas memeriksa dan memberikan sertifikasi halal, dan pada Oktober 2024 ditargetkan akan mengeluarkan 1 juta sertifikasi halal secara gratis.

Pada tahun 2016, Presiden mengeluarkan Peraturan Presiden No. 91/2016 tentang Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS). Komite Nasional Keuangan Syariah merupakan wadah koordinasi, sinkronisasi dan sinergi arah kebijakan dan program strategis pembangunan nasional di sektor keuangan syariah yang mempunyai tugas mempercepat, memperluas, dan memajukan pengembangan keuangan syariah untuk mendukung pembangunan ekonomi nasional. Berdasarkan arahan presiden fungsi KNKS diperluas mencakup urusan tidak hanya sektor keuangan namun juga sektor ekonomi syariah yang lebih luas.

Halal fashion merupakan salah satu sektor halal yang kini sangat menjanjikan. Selain sebagai representasi tren modern, istilah “halal” dalam fashion juga merujuk pada keyakinan tertentu. Model fashion halal dikembangkan untuk mengikuti standar agama, tidak transparan, dan menampilkan lekuk tubuh (Saputri, 2020). Dengan mempertimbangkan lingkungan sekitar, mode halal yang sesuai dengan budaya Indonesia dapat dikembangkan tanpa kehilangan makna menyembunyikan aurat melalui ajaran agama (Syahrudin Kadir, 2023).

Menurut Celia dan Meadows, fashion adalah gaya yang diciptakan oleh kelompok tertentu. Sebagai seorang muslim dan muslimah, wajib bagi kita untuk membahas hukum dan syariat Islam, serta bagaimana menutup aurat, sebagaimana tercantum dalam Q.S. An-Nur ayat 31. “Katakanlah kepada wanita yang beriman, agar mereka menjaga matanya dan menjaga kemaluannya, dan tidak menampakkan perhiasannya (aurat), kecuali yang (biasanya) terlihat,” Dan hendaklah mereka menutupi dada mereka dengan kerudung (Ika et.al, 2023).

Keinginan masyarakat muslim untuk menggunakan busana muslim semakin besar, dan hal ini akan memberikan ruang bagi produsen busana muslim untuk mengembangkan industrinya dan mendongkrak bisnis di bidang busana muslim. Pertumbuhan dan percepatan trend busana muslim di Indonesia mengakibatkan pasar yang besar untuk busana muslim wanita dan anak.

Namun, seringkali kita temui beberapa konsumen dalam hal ini adalah mahasiswa, masih keliru mengenai apa arti dari Fashion halal itu sendiri. Maka dalam penelitian ini kami akan membahas mengenai “Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Fashion Halal” yang di dalamnya akan menjelaskan mengenai pemahaman dan preferensi mahasiswa terhadap fashion halal apakah sudah sesuai dengan fashion halal yang sebenarnya atau masih ada kekeliruan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah jenis metode penelitian yang memiliki karakteristik berupa analisis naratif terhadap informasi yang terkumpul selama proses pengumpulan data. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh peneliti. Data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan jawaban kuisioner yang telah disebar.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner sebagai alat utama. Kuesioner dirancang dengan teliti dan berisi pertanyaan-pertanyaan yang dirancang khusus untuk menggali preferensi dan persepsi mahasiswa eksyar tahun 2021-2023 terhadap fashion halal. Pertanyaan dalam kuesioner akan mencakup berbagai aspek, termasuk konsep fashion halal, bahan, harga, sertifikasi halal, serta pertanyaan terbuka yang akan memungkinkan responden untuk memberikan pandangan mereka secara lebih mendalam terhadap fashion halal. Kuesioner ini akan disebar kepada sampel responden yang telah dipilih, baik melalui platform online seperti grup Whatsapp atau media sosial, maupun secara langsung di lingkungan kampus. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner akan memberikan gambaran yang komprehensif tentang preferensi dan persepsi konsumen terhadap fashion halal, khususnya di kalangan mahasiswa eksyar pada periode 2021-2023.

Kuesioner dirancang dengan teliti dan berisi pertanyaan-pertanyaan yang dirancang khusus untuk menggali preferensi dan persepsi, mengorganisasikan data, memilah-milahnya

menjadi satuan yang dapat dikelola, mencari, dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat ditulis sebagai laporan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab mendefinisikan preferensi itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang. Aktifitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai dengan perasaan senang atau puas. Sedangkan menurut Andi Mappiare (Hilma dan Purnama, 2022) definisi preferensi adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1995: 215) persepsi diartikan sebagai tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu atau merupakan proses seseorang mengetahui beberapa hal yang dialami oleh setiap orang dalam memahami setiap informasi tentang lingkungan melalui panca indera (melihat, mendengar, mencium, menyentuh, dan merasakan). Menurut Walgito dalam Latifah (2007) persepsi adalah “proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh individu sehingga merupakan sesuatu yang berarti dan merupakan aktivitas yang terintegrasi dalam diri individu”. (Karmila Dwi, 2019). Dengan persepsi, individu dapat menyadari tentang keadaan lingkungan yang ada disekitarnya dan juga tentang keadaan diri individu yang bersangkutan Menurut Matlin dalam Novius (2008) mendefinisikan persepsi sebagai suatu proses yang melibatkan pengetahuan-pengetahuan sebelumnya dalam memperoleh dan menginterpretasikan stimulus yang ditunjukkan oleh indera.

Berikut adalah syarat terjadinya persepsi: (Muhammad Nusran, 2021)

- a. Adanya objek yang dipersepsi Objek atau sasaran yang diamati akan menimbulkan stimulus atau rangsangan yang mengenai alat indera. Objek dalam hal ini adalah persepsi masyarakat tentang pendidikan.
- b. Adanya indera atau resepsi Alat indera yang dimaksud adalah alat indera untuk menerima stimulus yang kemudian diterima dan diteruskan oleh syaraf sensoris yang selanjutnya akan disampaikan ke susunan syaraf pusat sebagai pusat kesadaran. Oleh karena itu masyarakat memiliki panca indera yang cukup baik sehingga stimulus yang akan diterima akan diteruskan kepada susunan syaraf otak dan berujung pada persepsi yang berkualitas pada objek.
- c. Adanya perhatian Perhatian adalah langkah awal atau kita sebut sebagai persiapan untuk mengadakan persepsi. Perhatian merupakan penyeleksian terhadap stimulus, oleh karena itu apa yang diperhatikan akan betulbetul disadari oleh individu dan dimengerti oleh individu yang bersangkutan. Persepsi dan kesadaran mempunyai hubungan yang positif, karena makin diperhatikan objek oleh individu maka objek akan makin jelas dimengerti oleh individu itu.

Pada perkembangan ilmu pengetahuan mengenai preferensi dan persepsi, banyak diterapkan pada industrialisasi atau sistem ekonomi negara. Industri merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan penduduk. Selain itu industrialisasi juga tidak terlepas dari usaha untuk meningkatkan mutu sumberdaya manusia dan kemampuan untuk memanfaatkan sumber daya alam secara optimal. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian, industri adalah kegiatan ekonomi yang mengelola bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya termasuk kegiatan rancangan bangun dan perikayasaan industri. Dari sudut pandang geografi, Industri sebagai suatu sistem, merupakan perpaduan sub sistem fisis dan sub sistem manusia.

Halal secara bahasa, (Siska, 2018) menurut sebagian pendapat, berasal dari akar kata الحل yang artinya (الإباحة) artinya sesuatu yang diboleh. menurut syariat (Qanaybi: 1985, 185). Al-

Jurjani menulis, kata "halal" berasal dari kata *الحل* yang berarti "terbuka" (*الفتح*). Secara istilah, berarti setiap sesuatu yang tidak dikenakan sanksi penggunaannya atau sesuatu perbuatan yang dibebaskan syariat untuk dilakukan (AL-Jurnaji: 1405, 124)." Menurut Abū Ja'far al-Thabāri (224-310 H), lafaz *halāl* (*حلال*) berarti terlepas atau terbebas (*طلقا*). Dari beberapa penjelasan tersebut di atas, dapat ditarik kesimpulan halal adalah sesuatu yang di perbolehkan oleh syariat untuk dilakukan, digunakan, atau diusahakan, karena telah terurai tali atau ikatan yang mencegahnya atau unsur yang membahayakannya dengan disertai perhatian cara memperolehnya, bukan dengan hasil muamalah yang dilarang.

Industri halal sering dikaitkan dengan suatu usaha untuk menghasilkan suatu produk (barang dan jasa) yang sesuai dengan ketentuan agama Islam (syariah). Definisi ini mulai muncul akhir-akhir ini karena ramainya permintaan produk dan jasa halal di dunia. Sebelumnya, diketahui bahwa industri halal dikaitkan dengan ekonomi halal, dimana penyebutan ekonomi halal jauh lebih dulu dikenal daripada industri halal.

Thomson Reuters bekerja sama dengan DinarStandard yang termuat di dalam the State of the Global Islamic Economy Report edisi 2019 menyebutkan bahwa ekonomi halal terdiri dari sektor-sektor yang produk dan layanan utamanya secara struktural dipengaruhi oleh hukum Islam, didorong oleh nilai-nilai, gaya hidup konsumen dan praktik bisnis. Selain itu, disebutkan bahwa terminologi ekonomi halal termasuk juga ekonomi Islam dan Industri Halal itu sendiri. (Sukoso et al.,2020)

Kawasan industri halal (Oktoviana, 2020) menurut Kementerian Perindustrian (Kemenperin) adalah kawasan industri yang di dalamnya semua industri menerapkan atau sesuai dengan standar Islam mulai dari hulu sampai hilir. Konsep ini dibangun dengan bekerja sama Kamar Dagang dan Industri (Kadin) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) dengan fokus produk utama yang akan dikembangkan adalah produksi makanan minuman, kosmetika, obat-obatan, dan fashion yang menggunakan standarisasi halal.

Pengembangan industri halal di Indonesia memperoleh perhatian dan pengawasan langsung dari Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS). Pada Peraturan Presiden RI No. 28 tahun 2020, Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) memiliki fungsi sebagai perencana dan pelaksana pengembangan industri halal di Indonesia. Pada Pasal 4, KNEKS mempunyai tugas mempercepat, memperluas, dan memajukan pengembangan ekonomi dan keuangan syariah dalam rangka memperkuat ketahanan ekonomi nasional (Peraturan Presiden (PERPRES) Nomor 28 Tahun 2020 : Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah, 2020). (Irfan Harmoko,2022)

Pembahasan

Fashion memiliki definisi berbeda-beda, tetapi pengertian fashion pada prinsipnya tetap tidak terpisah dari perubahan selera masyarakat di jamannya yang dipengaruhi oleh perkembangan sosial budaya tertentu dan dalam rentang waktu tertentu. Dalam Islam aturan fashion sudah termaktub di dalam nash yang tidak bisa dipisahkan dengan aturan syariat.

Selain itu, dalam fashion halal terdapat penerapan konsep desain pakaian yang sesuai syariah. Desain merupakan suatu kerangka atau susunan sebuah garis, warna, bentuk dan tekstur. Selain itu biasa diartikan juga sebagai elemen atau unsur yang terdiri dari bentuk, garis arah, warna, nilai, mode, ukuran dan tekstur. Secara komprehensif, desain adalah suatu rancangan atau gambaran objek suatu benda yang dibuat berdasarkan susunan garis, bentuk, warna, dan tekstur. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa desain adalah suatu rancangan yang disusun berdasarkan garis, bentuk, warna, ukuran, dan tekstur menjadi satu kesatuan, sehingga menghasilkan sesuatu yang indah dan menarik.

Desain busana atau desain fashion adalah mencipta model pakaian. Yang dimaksud mencipta adalah mengeluarkan perasaan yang kuat didorong oleh emosi, sehingga menimbulkan atau membentuk sesuatu yang baru. Jadi, mencipta mode atau fashion design adalah membuat sesuatu yang baru tentang mode pakaian. Orang yang pekerjaannya mencipta mode disebut pencipta mode atau perancang mode. Tahapan atau langkah pembuatan desain busana seperti dikemukakan oleh Widarwati sebagai berikut:

- 1) Menetapkan sumber ide yang akan dijadikan dasar pembuatan desain busana.

- 2) Menggambar perbandingan tubuh, posisi tubuh, sesuai model busana yang akan dibuat. Tentukan garis keseimbangan, garis pinggang, garis panggul, dan garis lutut tepat pada tempatnya.
- 3) Menggambar bagianbagian busana sesuai dengan ide atau gagasan.
- 4) Menghapus garis-garis pertolongan yang tidak diperlukan, sehingga tinggal garis desain yang diperlukan.
- 5) Memberi tekstur pada desain, sehingga gambar kelihatan lebih hidup dan memberikan gambaran mengenai bahan yang digunakan.

Berdasarkan pengertian di atas, desain busana adalah rancangan busana yang dibuat berdasarkan unsur dan prinsip desain, dibuat berdasarkan langkah-langkah yang benar. Hampir seluruh syariat yang dibangun di dalam nash mengandung misi politik hukum Identitas sehingga mengarah pada suatu tujuan membentuk bangunan hukum yang terpadu, juga memiliki identitas yang kuat, konsep fashion memiliki nilai yang tinggi dalam membentuk etika hukum dalam berpakaian bukan sekedar menggunakan dan menutup bagian tubuh tetapi Islam telah menanamkan nilai-nilai filosofi yang sangat tinggi tercermin dari konsep fashion. Bahkan fashion telah menjelma menjadi identitas bagi setiap Muslim di dunia tanpa disadari menjadi bargaining position umat Islam. Sekian banyak perintah nash kepada umat Islam bisa ditafsirkan sebagai politik hukum identitas, karena selain mengandung kemaslahatan secara moral juga ingin menegaskan identitas yang tegas sebagai sebagai seorang Muslim.

Perintah menutup aurat bagi perempuan (Musyifah Ilyas, 2016) adalah salah satu dari sekian banyak penegasan identitas yang terdapat di dalam nash. Islam adalah ajaran global yang tidak menampik identitas lokal oleh masing-masing kelompok dalam masyarakat Islam. Walaupun demikian Islam ingin membangun identitas yang khas dari umat Islam menjadi semacam brand yang memiliki ikatan emosional kuat, dalam mempengaruhi opini masyarakat agar terpengaruh terhadapnya. Fashion bagi muslimah yang masih memperlihatkan lekuk tubuh, termasuk bagi wanita pengguna jilbab, namun tetap mengenakan busana seksi yang memperlihatkan lekuk tubuhnya yang kini dikenal dengan istilah *jilboobs*.

M. Quraish Shihab menyatakan, "Pakaian memang tidak menciptakan santri, tetapi dapat mendorong pemakai untuk berperilaku santri. Begitu pula sebaliknya, pakaian juga bisa mendorong seseorang untuk berperilaku seperti setan, tergantung dari cara dan model pakaiannya.

Menurut M. Quraish Shihab, ada tiga fungsi dari pakaian yang disinggung al-Quran:

- a. Memelihara pemakainya dari sengatan panas dan dingin serta segala sesuatu yang dapat mengganggu jasmani.
- b. Menunjukkan identitas sehingga pemakainya dapat terpelihara dari gangguan dan usilan.
- c. Menutupi yang wajar kelihatan (termasuk aurat) serta menambah keindahan pemakainya. (Sri dan Abdul, 2021)

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa belum sepenuhnya mahasiswa Ekonomi Syariah menerapkan prinsip Halal Fashion yang ada. Bahkan sebagian mahasiswa masih keliru akan tujuan dan arti dari halal fashion sendiri. Mahasiswa Ekonomi Syariah yang masih awam terhadap fashion halal akan sangat memperhatikan brand serta label dari fashion itu sendiri sehingga brand atau label halal juga sangat memainkan peran penting dalam mempengaruhi preferensi dan persepsi terhadap fashion halal. Brand yang menjaga prinsip kehalalan dan kualitas produknya merupakan salah satu ciri brand yang memiliki citra yang baik atau positif, serta akan lebih dipercaya dan dipilih ketika konsumem mencari fashion halal.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa Ekonomi Syariah terhadap prinsip Halal Fashion masih perlu ditingkatkan, dan brand serta label fashion halal memainkan peran krusial dalam membentuk preferensi dan persepsi terhadap fashion halal. Oleh karena itu, pemahaman yang lebih mendalam tentang konsep Halal Fashion dan upaya membangun citra positif pada brand dapat meningkatkan penerimaan dan kepatuhan terhadap prinsip Halal Fashion di kalangan mahasiswa Ekonomi Syariah. Industri halal, khususnya

dalam sektor fashion, memegang peranan penting dalam upaya meningkatkan kesejahteraan penduduk dengan mematuhi prinsip syariah.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kami sampaikan kepada dosen pembimbing atas bantuannya sehingga jurnal kami selesai, terimakasih kepada para teman lainnya atas dukungannya dalam menyelesaikan artikel jurnal ini dalam bentuk materil ataupun tenaga. Baik dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan artikel ini. Semoga jurnal ini dapat sebagai referensi dan bermanfaat untuk orang lain terkhusus pada mahasiswa Universitas Siliwangi.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahrika, Ika, Murtiadi Awaluddin, and Amiruddin. "PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP MEREK FASHION MUSLIMAH DI INDONESIA." *An Nisa'* 16, no. 1 (2023): 19–25. <https://jurnal.iain-bone.ac.id>.
- Harmoko, Irfan. "OPTIMALISASI INDUSTRI HALAL DI INDONESIA MELALUI PENDEKATAN STRATEGIS DISTINCTIVE COMPETENCE." *REINFORCE* 1, no. 2 (2022): 105–21. <http://ejournal.iain-tulungagung.ac.id/index.php/reinforce>.
- Ilyas, Musyfikah. "MEMAKNAI FASHION DALAM HUKUM ISLAM." *Al-Dawlah* 5, no. 1 (2016): 133–43.
- Kadir, Syahrudin. "PELUANG INDUSTRI FASHION HALAL DI INDONESIA: (Model Pengembangan Dan Strategi)." *Al-Iqtishad* 15, no. 1 (2023): 142–60. <https://jurnal.iain-bone.ac.id/index.php/aliqtishad>.
- Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS). "Strategi Nasional Pengembangan Industri Halal Indonesia," n.d.
- Lis Sulistiani, Siska. "ANALISIS MAQASHID SYARIAH DALAM PENGEMBANGAN HUKUM INDUSTRI HALAL DI INDONESIA." *Jurnal Law and Justice* 3, no. 2 (2018): 91–97.
- Lubis, Hilma Kholilah, Purnama Ramadani Silalahi, and Khairina Tambunan. "Analisis Faktor Preferensi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pemilihan Hotel Syariah Di Kota Medan." *JIKEM* 2, no. 1 (2022): 102–10.
- Mutia, Karmila Dwi Lestari. "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI MAHASISWA DAN ALUMNI AKUNTANSI DALAM MEMILIH KARIR PROFESI SEBAGAI AKUNTAN DI KOTA KUPANG." *Jurnal Akuntansi: Transparansi dan Akuntabilitas* 7, no.1(2019): 55–73.
- Nusran, Muhammad. *MANAJEMEN INDUSTRI PRODUK HALAL DALAM PERSPEKTIF EKOSISTEM HALAL*. 1st ed. Makassar: YAYASAN BINA INSAN KAMIL, 2021.
- Saputri, Oktoviana Banda. "PEMETAAN POTENSI INDONESIA SEBAGAI PUSAT INDUSTRI HALAL DUNIA." *Jurnal Masharif Al-Syariah* 5, no. 2 (2020): 24–38. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Maqasid>.
- Sari, Sri Kartika, and Abdul Syatar. "Penggunaan Item Fashion Berbahan Kulit Hewan Haram Konsumsi; Studi Perbandingan Ulama Mazhab." *Shautuna* 2, no. 3 (2021): 828–41.
- Sukoso, Adam Wiryawan, Joni Kusnadi, and Sucipto. *Ekosistem Industri Halal*. Edited by Muhamad Irfan Sukarna and Hartono Harimurti. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah-Bank Indonesia, 2020.