

---

Paper ID: 07-HHS

**Sabun Susu Bahagia Boyolali:  
Menuju Implementasi Produk Kosmetik Halal Indonesia**

Rini Kuswati<sup>a</sup>, Soepatini<sup>b</sup>, Nur Hidayati<sup>c</sup>

<sup>a,b</sup>Dosen Tetap Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
*Rini.Kuswati@ums.ac.id*  
*Soepatini\_Soepat@ums.ac.id*

<sup>c</sup>Dosen Tetap Program Studi Teknik Kimia Fakultas Teknik  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
*Nur.Hidayati@ums.ac.id*

---

**ABSTRAK**

*Kosmetik halal adalah dambaan setiap wanita. Kosmetik halal bermakna aman dan sehat bagi konsumen. Kehalalan kosmetik menjadi perhatian banyak pihak. Hal tersebut dikarenakan kosmetik yang banyak beredar di pasaran, dan dikonsumsi oleh berbagai lapisan masyarakat tidak semuanya mendapat jaminan halal dari BPJPH. Keprihatinan atas rendahnya kesadaran konsumen dalam mengkonsumsi kosmetik halal pun menjadi perhatian pengusaha kosmetik. Upaya edukasi dilakukan agar terbangun kesadaran konsumen akan arti penting produk halal dalam keseharian konsumen. KUBBB Segara Arum sebagai salah satu produsen sabun susu di Indonesia telah melakukan beberapa upaya menuju implementasi produk kosmetik halal. Upaya tersebut antara lain diawali dengan pemakaian sumber bahan baku pilihan yang semuanya herbal tanpa mengandung unsur kimia berbahaya dan konten minyak yang sehat dan halal. Serangkaian Program Kemitraan Masyarakat (PKM) turut mendukung proses yang mengarah pada sertifikasi produk kosmetik halal KUBBB Segar Arum.*

**Keywords:** Kosmetik halal, Sertifikasi halal, PKM sabun susu Boyolali, KUBBB Segar Arum.

---

**PENDAHULUAN**

Peluang pasar halal dunia sangat terbuka dan semakin menarik bagi para pemasar maupun pelaku industri. Dengan kata lain, prospek produk halal di masa depan terlihat menjanjikan sebagai bisnis, hal ini disebabkan populasi penduduk muslim yang menjadi

konsumen terbesar produk halal mengalami peningkatan. Tahun 2015 penduduk muslim menempati 24% dari populasi global atau 1,8 miliar dari total 7,3 miliar jiwa. Diperkirakan pada tahun 2015 -2060 jumlah penduduk muslim meningkat hingga 70% (BBC, 2017). Terkhusus pasar muslim di Indonesia yang merupakan negara dengan populasi muslim terbesar diseluruh dunia merupakan segmen pasar yang berpeluang besar bagi semua produk halal. Profil muslim Indonesia dan muslim dunia tersebut cukup menggairahkan segmen produk halal saat ini.

Dari hasil survei, konsumen produk halal pun tidak hanya berasal dari masyarakat muslim tetapi juga dari konsumen non-muslim. Meluasnya segmen tersebut dikarenakan produk halal cenderung menyehatkan dan aman bagi kesehatan. Hal ini tidak lepas dari prinsip pengolahan produk halal, terutama produk kosmetik dan makanan, yang tidak hanya halal dzatnya tetapi juga halal prosesnya. Selain itu, produk halal harus *thayyib* (baik) yang berarti produk tersebut bersih, berkualitas, dan bernutrisi. Namun patut dipertimbangkan karena populasi muslim yang sangat besar tersebut tersebut seringkali mengalami kesulitan untuk mendapatkan berbagai fasilitas layanan jasa maupun produk yang halal. Lebih lanjut, ketersediaan fasilitas halal dan produk halal tidak semudah produk-produk non halal maupun produk yang tidak mencantumkan label halal. Kebutuhan pasar yang tinggi bertemu dengan pelaku pasar halal yang relatif terbatas, hal tersebut menjadi perhatian penulis pada perkembangan industri produk halal di Indonesia utamanya pada industri kecil. Berkembangnya industri pada pasar produk halal semestinya didukung oleh pelaku pelaku usaha di level mikro, menengah bahkan level industri besar.

Pemerintah Indonesia saat ini telah mengeluarkan aturan terkait produk bersertifikasi halal yang layak beredar dan diperdagangkan secara umum yakni Undang-undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Undang- Undang tersebut mulai diberlakukan pada 2019, yang menyatakan bahwa seluruh produk konsumsi berupa makanan, minuman, kosmetik, farmasi, biologi, kimia, hingga produk modifikasi genetik yang didistribusikan di Indonesia haruslah memiliki sertifikasi halal. Selain untuk mengatur peredaran barang halal menjadi terkendali, juga untuk mengendalikan peredaran produk yang belum jelas kehalalannya. Undang-Undang tersebut mendukung

konsumen maupun produsen menjadi lebih nyaman dalam bertransaksi. Bahkan pemerintah mewajibkan berbagai produk yang tidak halal untuk mencantumkan label ketidakhalalan produk secara jelas.

## **MANFAAT SERTIFIKASI PRODUK HALAL**

Beberapa manfaat yang dapat dirasakan oleh produsen dengan adanya sertifikasi produk halal pada produk kecantikan antara lain sebagai berikut:

1. Produk menjadi berkah bagi produsen maupun konsumen. Hal tersebut dikarenakan perintah dalam ajaran Islam untuk mengonsumsi produk halal adalah wajib. Karena hal tersebut mendatangkan keberkahan bagi produsen maupun konsumen yang menerima manfaat produk tersebut. Produsen memberikan proses produksi terbaik bagi konsumennya sehingga ketenangan batin dan kemanfaatan produk akan dirasakan oleh produsen maupun konsumen. Hal tersebut karena produk halal selain merupakan produk yang baik, aman bagi kesehatan dan sesuai tuntunan ajaran agama Islam. Dengan demikian, produsen mendapatkan kebaikan atas usahanya dan konsumen mendapatkan keuntungan spiritual.
2. Tercipta kepuasan dan loyalitas atas hubungan produsen dan konsumen. Produk yang halal selain membawa keberkahan bagi pemilik usaha, pun konsumen mendapat kepuasan spiritual sebagaimana tersebut pada poin sebelumnya. Dampak dari hubungan tersebut adalah hadirnya kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kepuasan dan loyalitas terbangun melalui proses yang cukup panjang (Khraim, 2011). Proses tersebut tidak semata memberikan produk yang berkualitas bagi konsumen. Namun, menyediakan produk yang berkualitas, dan aman bagi kesehatan dan ketenangan bagi jiwa adalah sisi lain yang mampu menciptakan kepuasan jangka panjang serta loyalitas jangka panjang. Keduanya dapat dicapai dengan menghadirkan produk yang berkualitas dan bersertifikat halal.
3. Terbangun citra produk dan citra perusahaan yang baik. Membangun citra perusahaan melalui citra produk bukanlah proses yang mudah. Perusahaan dengan citra yang baik di masyarakat secara empiris terbukti berpengaruh pada nilai

perusahaan secara langsung. Demikian pula ketika perusahaan berjalan dengan etika bisnis yang baik dengan menghadirkan produk yang halal, yakni aman dan baik serta berkualitas merupakan upaya membangun citra produk dan citra perusahaan. Produk dengan sertifikasi halal pada hakekatnya merupakan proses menuju citra baik perusahaan yang pada akhirnya akan mampu meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

4. Menciptakan nilai tambah bagi produk dan perusahaan. Persaingan bisnis akan dapat terkendalikan oleh perusahaan ketika perusahaan mampu menciptakan nilai tambah pada produk unggulan perusahaan. Nilai tambah yang dapat dirasakan manfaatnya oleh konsumen pada akhirnya akan mampu merebut selera pasar untuk berpindah pada produk perusahaan tersebut. Selain itu, Jonathan (2010) menyatakan bahwa labelisasi halal pada merek turut memengaruhi konsumen dalam menguatkan niat beli produk yang selanjutnya mengarah pada perilaku beli konsumen.
5. Memberikan jaminan proses produksi yang terstandar dan berkualitas. Sertifikasi halal menuntut adanya manual proses produksi dan distribusi yang tertata dan rapi, yang secara periodic dievaluasi oleh badan penyelenggara sertifikasi halal. Karenanya, dengan sertifikasi halal, secara otomatis, proses produksi perusahaan telah terstandar dengan baik.
6. Mampu bersaing di pasar global dan pasar muslim dunia. Pasar muslim dunia, merupakan sorotan utama produsen dengan produk tersertifikasi halal. Senyatanya, populasi muslim dunia makin meningkat dan tumbuh dengan cepat. Saat ini sekitar 1,5% dari total jumlah penduduk dunia, yang konon lebih besar dari populasi negeri China. Dengan demikian, produk lokal Indonesia yang telah memiliki sertifikasi halal juga menjadi produk pilihan muslim dunia saat ini. Persaingan pada saat Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) telah diberlakukan dapat dikendalikan jika produk telah bersertifikat halal. Produk yang bersertifikat halal telah memiliki daya saing dan keunggulan tersendiri, sehingga mampu bertumbuh di pasar global, khususnya pasar ASEAN.
7. Merebut pangsa pasar konsumen cerdas (intelektual). Segmen pasar konsumen cerdas memiliki keunggulan bahwa konsumen memiliki pengetahuan dan

teredukasi yang memiliki kesadaran akan produk yang berkualitas dan aman lebih baik, dibanding pangsa pasar yang kurang berpengetahuan. Labelisasi produk halal atau sertifikasi halal mampu mengarah pada perluasan pangsa pasar segmen konsumen intelektual secara luas, baik lokal maupun global. Pangsa pasar intelektual juga merupakan segmen pasar kelas menengah yang mayoritas memiliki kekuatan atau daya beli yang relatif tinggi. Karenanya, segmen ini sangat menarik banyak produsen.

Secara makro, efek yang dirasakan dengan semakin banyaknya produk bersertifikasi halal adalah pergerakan perdagangan yang semakin menguat dengan jaminan halal tersebut. Menguatnya perdagangan para pelaku usaha akan mampu meningkatkan pendapatan perkapita, sekaligus dalam jangka panjang menaikkan devisa negara ketika tingkat permintaan produk dari pasar luar negeri semakin meningkat. Beberapa bisnis pun bertransformasi dari layanan konvensional menjadi berbasis syariah, seperti hotel atau penginapan syariah, transportasi syariah, jasa keuangan syariah, wisata religi syariah, pakaian muslim, dan bahkan kosmetik syariah. Pebisnis melihat kecenderungan tersebut sebagai peluang yang sangat menarik, serta belum banyak dimanfaatkan oleh pebisnis lain.

Sementara itu, dari sisi konsumen, produk dengan sertifikasi halal akan memberikan manfaat antara lain sebagai berikut:

1. Konsumen mendapatkan produk dengan jaminan kualitas yang baik. Hal ini dikarenakan sertifikat halal tidak akan dikeluarkan jika proses produksi tidak terstandar dan berkualitas baik. Dengan demikian, produk dengan sertifikasi halal menunjukkan kekuatan kualitas produk tersebut. Konsumen tak perlu ragu dengan produk yang telah bersertifikasi halal.
2. Konsumen mendapatkan produk yang dapat dipercaya. Kepercayaan konsumen pada suatu merek atau produk tertentu dibangun dengan proses yang cukup panjang. Namun, dengan label halal untuk segmen tertentu akan lebih mudah membangun kepercayaan konsumen pada merek tertentu.
3. Produk memiliki *Unique Selling Point* (USP). Proses pemosisian merek produk dibenak konsumen membutuhkan keunggulan produk dan keunikan produk

dibandingkan produk sejenis lainnya. Ketika konsumen telah menemukan dan merasakan perbedaan unik suatu produk dan mendapatkan manfaat atas keunikan produk, maka posisi merek dibena konsumen relative bagus. Label sertifikasi halal pada produk akan membantu proses pemosisian merek di benak konsumen tersebut. Sehingga untuk kategori produk tertentu akan mudah diingat oleh konsumen ketika hendak membutuhkan produk tersebut.

4. Memberikan ketenangan bagi konsumen. Menkonsumsi produk halal bagi sebagian besar konsumen muslim yang teredukasi, akan menghadirkan ketenangan jiwa atau bathin. Hal tersebut merupakan awal mula konsumen merasakan kepuasan akan produk.
5. Bernilai ibadah. Konsumen muslim meyakini bahwa melakukan perintah agama akan mendatangkan nilai ibadah tertentu bagi pelakunya. Demikian pula dengan konsumsi produk yang bersertifikasi halal. Kehalalan produk turut membantu konsumen dalam mengamalkan kebaikan yang bernilai Ibadan serta berdimensi sosial.

## **PROSEDUR SERTIFIKASI PRODUK HALAL**

Beberapa prosedur yang harus dilalui oleh pelaku usaha untuk mendapatkan sertifikasi halal saat ini diatur oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) mulai tahun 2019 dibawah Kementrian Agama Republik Indonesia. Proses sertifikasi halal melibatkan beberapa stakeholder seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI), lembaga pemeriksa Halal (LPH) yang dibantu Auditor Halal dengan kelengkapan laboratorium serta BPJPH itu sendiri sebagai lembaga yang mengeluarkan dan atau memberikan ijin atau berhak menarik ijin sertifikasi halal yang telah kadaluwarsa. Merujuk prosedur yang baru terkait jaminan produk halal antara lain sebagai berikut:

1. Memahami persyaratan sertifikasi halal dan mengikuti pelatihan Sistem Jaminan Halal. Perusahaan harus memahami persyaratan sertifikasi halal yang tercantum dalam HAS 23000. Selain itu, perusahaan juga harus mengikuti pelatihan SJH yang diadakan lembaga penyelenggara, baik berupa pelatihan reguler maupun pelatihan

- online (e-training). Proses ini dibantu oleh MUI, maupun Lembaga Pemeriksa Halal (LPH).
2. Menerapkan sistem jaminan halal (SJH). Perusahaan harus menerapkan SJH sebelum melakukan pendaftaran sertifikasi halal, antara lain penetapan kebijakan halal, penetapan Tim Manajemen Halal, pembuatan Manual SJH, pelaksanaan pelatihan, penyiapan prosedur terkait SJH, pelaksanaan internal audit dan kaji ulang manajemen. SJH inipun dalam perkembangannya dapat dibantu oleh LPH.
  3. Menyiapkan dokumen sertifikasi halal. Perusahaan harus menyiapkan dokumen yang diperlukan untuk sertifikasi halal, antara lain daftar produk, daftar bahan dan dokumen bahan, daftar penyembelih (khusus RPH), matriks produk, manual SJH, diagram alur proses, daftar alamat fasilitas produksi, bukti sosialisasi kebijakan halal, bukti pelatihan internal, dan bukti audit internal.
  4. Melakukan pendaftaran sertifikasi halal (unggah data). Pendaftaran sertifikasi halal dapat dilakukan melalui MUI maupun Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) yang telah mendapatkan ijin dari penyelenggara (BPJPH). LPH melibatkan auditor halal yang bisa berasal dari yayasan Islam atau Perguruan Tinggi seperti melalui Halal Centre.
  5. Melakukan monitoring pre audit dan pembayaran akad sertifikasi. Setelah melakukan upload data sertifikasi, perusahaan harus melakukan monitoring pre audit dan pembayaran akad sertifikasi. Monitoring pre audit disarankan dilakukan setiap hari untuk mengetahui adanya ketidaksesuaian pada hasil pre audit.
  6. Pelaksanaan audit. Audit dapat dilaksanakan apabila perusahaan sudah lolos pre audit dan akad sudah disetujui. Audit dilaksanakan di semua fasilitas yang berkaitan dengan produk yang disertifikasi.
  7. Melakukan monitoring pasca audit. Setelah melakukan upload data sertifikasi, perusahaan harus melakukan monitoring pasca-audit.
  8. Memperoleh sertifikat halal dari BPJPH. Sertifikat halal berlaku selama 4 (dua) tahun.

## KRITERIA SISTEM JAMINAN HALAL (SJH)

Adapun yang menjadi kriteria Sistem Jaminan Halal menurut LPPOM MUI (2019) adalah sebagai berikut:

1. Manajemen Puncak harus menetapkan Kebijakan Halal dan mensosialisasikan kebijakan tersebut kepada seluruh pemangku kepentingan (*stake holder*) perusahaan.
2. Manajemen puncak harus menetapkan Tim Manajemen Halal yang mencakup semua bagian yang terlibat dalam aktivitas kritis, memiliki tugas, tanggungjawab dan kewenangan yang jelas.
3. Perusahaan harus memiliki prosedur tertulis pelaksanaan pelatihan. Pelatihan internal harus dilaksanakan minimal setahun sekali dan pelatihan eksternal harus dilaksanakan minimal dua tahun sekali.
4. Bahan yang digunakan dalam pembuatan produk yang disertifikasi tidak boleh berasal dari bahan haram atau najis. Perusahaan harus memiliki dokumen pendukung untuk semua bahan yang digunakan, kecuali bahan tidak kritis atau bahan yang dibeli secara retail.
5. Karakteristik produk tidak boleh memiliki kecenderungan bau atau rasa yang mengarah kepada produk haram atau yang telah dinyatakan haram berdasarkan fatwa MUI.
6. Fasilitas Produksi
  - a. Industri pengolahan: (i) Fasilitas produksi harus menjamin tidak adanya kontaminasi silang dengan bahan/produk yang haram/najis; (ii) Fasilitas produksi dapat digunakan secara bergantian untuk menghasilkan produk yang disertifikasi dan produk yang tidak disertifikasi selama tidak mengandung bahan yang berasal dari babi/turunannya, namun harus ada prosedur yang menjamin tidak terjadi kontaminasi silang.
  - b. Restoran/Katering/Dapur: (i) Dapur hanya dikhususkan untuk produksi halal; (ii) Fasilitas dan peralatan penyajian hanya dikhususkan untuk menyajikan produk halal.



- c. Rumah Potong Hewan (RPH): (i) Fasilitas RPH hanya dikhususkan untuk produksi daging hewan halal; (ii) Lokasi RPH harus terpisah secara nyata dari RPH/peternakan babi; (iii) Jika proses *deboning* dilakukan di luar RPH tersebut, maka harus dipastikan karkas hanya berasal dari RPH halal; (iv) Alat penyembelih harus memenuhi persyaratan
7. Perusahaan harus memiliki prosedur tertulis mengenai pelaksanaan aktivitas kritis, yaitu aktivitas pada rantai produksi yang dapat mempengaruhi status kehalalan produk. Aktivitas kritis dapat mencakup seleksi bahan baru, pembelian bahan, pemeriksaan bahan datang, formulasi produk, produksi, pencucian fasilitas produksi dan peralatan pembantu, penyimpanan dan penanganan bahan dan produk, transportasi, pemajangan (*display*), aturan pengunjung, penentuan menu, pemingsanan, penyembelihan, disesuaikan dengan proses bisnis perusahaan (industri pengolahan, RPH, restoran/katering/dapur).
  8. Perusahaan harus memiliki prosedur tertulis untuk menjamin kemampuan telusur produk yang disertifikasi berasal dari bahan yang memenuhi kriteria (disetujui LPPOM MUI) dan diproduksi di fasilitas produksi yang memenuhi kriteria (bebas dari bahan babi dan turunannya).
  9. Perusahaan harus mempunyai prosedur tertulis untuk menangani produk yang tidak memenuhi kriteria, yaitu tidak dijual ke konsumen yang mempersyaratkan produk halal dan jika terlanjur dijual maka harus ditarik.
  10. Perusahaan harus mempunyai prosedur tertulis audit internal pelaksanaan SJH. Audit internal dilakukan setidaknya enam bulan sekali dan dilaksanakan oleh auditor halal internal yang kompeten dan independen.
  11. Manajemen puncak atau wakilnya harus melakukan kaji ulang manajemen minimal satu kali dalam satu tahun, dengan tujuan untuk menilai efektifitas penerapan SJH dan merumuskan perbaikan berkelanjutan

Seiring adanya pergeseran lembaga penyelenggara sertifikasi produk halal, berdasar catatan penulis, dimungkinkan beberapa prosedur tersebut diatas mengalami

revisi dalam proses ajuan sertifikasi halal tahun 2019 dan tahun setelahnya. Dengan demikian, perubahan aturan saat ini, produsen dapat mengajukan sertifikasi halal melalui MUI maupun LPH serta melalui penyelia halal dimasing-masing perusahaan, yang kemudian diproses oleh BPJPH untuk mengeluarkan ijin sertifikat halal yang berlaku 4 tahun.

### **UPAYA-UPAYA IMPLEMENTASI SERTIFIKASI HALAL KUBBB SEGAR ARUM**

Meskipun KUBBB Segar Arum bukan pelaku usaha yang merupakan produsen besar, namun beberapa usaha mulai dirintis demi kelengkapan ijin peredaran produk secara global. Beberapa upaya KUBBB yang telah dilakukan dalam rangka implementasi prosedur sertifikasi produk halal antara lain meliputi hal-hal berikut ini:

1. Telah diperoleh ijin edar produk dari BPOM untuk produk sabun susu Bahagia.
2. Bahan bahan untuk pembuatan sabun bebas dari bahan haram atau najis, namun belum didukung oleh dokumen secara keseluruhan.
3. Produk telah terdaftar dan memiliki hak cipta merek.
4. Profil sensori produk tidak memiliki bau yang mengarah pada produk haram.
5. Fasilitas produksi tidak terkontaminasi silang dengan bahan haram atau najis.

### **DUKUNGAN PADA KUBBB SEGAR ARUM**

KUBBB Segar Arum Boyolali belum lama ini bekerjasama dengan perguruan tinggi yakni Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) dan RISTEK DIKTI untuk beberapa program kegiatan yang dipayungi oleh Program Kemitraan Masyarakat (PKM). Beberapa kegiatan tersebut diharapkan mampu membantu proses perbaikan manajemen untuk mempersiapkan proses menuju sertifikasi produk kosmetik halal. Beberapa program tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Edukasi pentingnya produk bersertifikasi halal. Mitra diikutsertakan dalam seminar produk halal, dan konsultasi dengan ahli yang menangani proses tersebut. Kegiatan

ini memiliki target bahwa mitra teredukasi akan manfaat dan arti penting sertifikasi halal pada produk kosmetik.

2. Pelatihan standarisasi produk sabun susu yang baik dan halal.
3. Dukungan berupa hibah mesin stamping sabun tipe TJ -18, beserta alat cetak dengan target bahwa proses produksi mitra akan berjalan lebih efektif dan efisien dengan standar produksi lebih baik.
4. Dukungan pemasaran daring dengan memanfaatkan teknologi informasi dengan lebih baik. Mitra juga mendapatkan pendampingan pengelolaan blog maupun toko daring untuk memperluas jaringan pemasaran sabun susu milik mitra.
5. Edukasi strategi pemasaran sabun susu baik secara konvensional maupun pemasaran secara daring.

## **SIMPULAN**

Produk kosmetik halal yang siap dipasarkan baik di pasar lokal maupun global, merupakan proses yang cukup panjang yang harus dipersiapkan dengan baik. Berbagai manfaat produk dengan sertifikasi halal akan diperoleh produsen maupun konsumen ketika proses dan prosedur yang disyaratkan oleh badan penyelenggara sertifikasi telah terpenuhi. KUBBB Segar Arum Boyolali adalah usaha kecil mikro yang menghasilkan produk sabun susu yang merupakan salah satu produk kosmetik. KUBBB sedang berproses menuju upaya sertifikasi produk kosmetik halal. Berharap proses menuju sertifikasi produk halal dapat meningkatkan minat beli konsumen (Endah, 2014) yang berkesadaran akan pentingnya produk kosmetik yang sehat, aman dan halal.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Penulis mengucapkan terimakasih atas dukungan dari Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) serta RISTEK DIKTI atas dukungan dana hibah PKM sabun susu di Desa Dengungan, Kecamatan Banyudono, Kabupaten Boyolali.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Endah, Nur Hadiati, 2014. Perilaku pembelian kosmetik berlabel halal oleh konsumen Indonesia, *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan* Vol 22, No. 1: 11-25.
- Jonathan, W., Jonathan Liu, 2010. Shaping Halal into a Brand?. *Journal of Islamic Marketing*. 1(2): 107-123.
- Khraim, H. S., 2011. The Influence of Brand Loyalty on Cosmetics Buying Behavior of UAE Female Consumers. *International Journal of Marketing Studies*. 3(2): 123-133.
- Pemasaran Produk Halal Bukan Sekedar Pemasaran yang Berbasis Transaksional <https://food.detik.com/info-halal/d-2891012/pemasaran-produk-halal-bukan-sekedar-pemasaran-yang-berbasis-transaksional> di unduh pada 2 Oktober 2019, jam 13.03
- Pemasaran produk halal tidak sekedar transaksional. [https://www.kompasiana.com/rochman\\_hadi/5a52348abde575206b49cb12/strategi-pemasaran-produk-halal?page=2](https://www.kompasiana.com/rochman_hadi/5a52348abde575206b49cb12/strategi-pemasaran-produk-halal?page=2) diunduh pada 2 Oktober 2019 jam 13.00
- Benahi Strategi Marketing Industri Halal. <https://www.republika.co.id/berita/koran/spesial-produk/15/11/09/nxiagh1-prof-laurent-marliere-benahi-strategi-marketing-industri-halal>. Diunduh pada 2 Oktober 2019 jam 13.10
- Manfaat Sertifikasi Halal Bagi Pengusaha (<https://smartlegal.id/smarticle/2018/12/21/manfaat-sertifikasi-halal-bagi-pengusaha/>) diunduh pada 2 Oktober 2019, jam 13.08.