

PERAN CONTENT CREATOR SEBAGAI EDUKASI HALAL AWARENESS PADA UMKM DI PASAR TRADISIONAL BANGKALAN

Oleh:

Wahdatul Nadia Rawi¹

Nabila Ika Ariyanti²

Riski Rahmawati³

Muhammad Ersya Faraby⁴

Universitas Trunojoyo Madura

Alamat: JL. Raya Telang, Perumahan Telang Inda, Telang, Kec. Kamal, Kabupaten
Bangkalan, Jawa Timur (69162).

Korespondensi Penulis: 220721100059@student.trunojoyo.ac.id,
220721100061@student.trunojoyo.ac.id, 220721100212@student.trunojoyo.ac.id,
ersya.faraby@trunojoyo.ac.id

Abstract. *Awareness of religious values, product quality, and health considerations has driven an increasing public understanding of the importance of halal products. Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are now increasingly motivated not only to produce high-quality goods but also to ensure that their products comply with halal standards officially recognized by relevant institutions, such as the Halal Product Assurance Organizing Agency (BPJPH). Educational efforts play a crucial role in enhancing halal awareness, one of which is through the influence of content creators. The easy access to various social media platforms has made content creators appealing sources of information frequently followed by the public. With a large number of followers, they possess the ability to shape mindsets and lifestyles, including encouraging better understanding of halal products. This study employs a qualitative method using both primary and secondary data. Data collection techniques include observation, interviews, questionnaires, and documentation to obtain a comprehensive picture of the*

PERAN CONTENT CREATOR SEBAGAI EDUKASI HALAL AWARENESS PADA UMKM DI PASAR TRADISIONAL BANGKALAN

contribution of content creators in increasing halal product awareness among MSMEs and the wider community.

Keywords: *Content Creator, Halal Awareness, MSMEs.*

Abstrak. Kesadaran akan nilai-nilai keagamaan, kualitas, dan kesehatan produk telah mendorong meningkatnya pemahaman masyarakat mengenai pentingnya produk halal. Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kini semakin termotivasi untuk tidak hanya menghasilkan produk yang berkualitas tinggi, tetapi juga memastikan bahwa produk mereka memenuhi standar halal yang diakui secara resmi oleh lembaga terkait, seperti Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Upaya edukasi menjadi aspek penting dalam meningkatkan kesadaran halal, salah satunya melalui peran content creator. Kemudahan akses terhadap berbagai platform media sosial menjadikan content creator sebagai sumber informasi yang menarik dan mudah diikuti oleh masyarakat. Dengan jumlah pengikut yang besar, mereka memiliki pengaruh dalam membentuk pola pikir dan gaya hidup, termasuk dalam mendorong pemahaman terkait produk halal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan memanfaatkan data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, angket, dan dokumentasi untuk memperoleh gambaran komprehensif mengenai kontribusi content creator dalam meningkatkan kesadaran produk halal di kalangan UMKM maupun masyarakat luas.

Kata Kunci: *Conten Creator, Halal Awarness, UMKM.*

LATAR BELAKANG

Di era modern, kesadaran tentang halal atau Halal Awarnes semakin penting. Produk dan layanan halal sekarang harus dilakukan oleh umat islam sebagai dari syariat dan menjadi tren di pasar global yang besar yang harus berkembang. Ada kesadaran bahwa memilih produk halal tidak hanya berkaitan dengan kegamaan, tetapi juga dengan kualitas, Kesehatan, dan keamanan produk yang dikonsumsi oleh Masyarakat. Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami dan mempelajari tentang halal untuk menciptakan pola konsumsi yang sesuai dengan syariah dan meningkatkan kepercayaan konsumen muslim dalam memilih produk halal (ZATIRA, 2023). Media social telah menjadi platform utama yang memainkan peran penting dalam menyebarkan informasi

dan edukasi di era digital ini, karena kemudahan akses dan jangkauannya luas, serta kemudahan untuk menerima pesan secara langsung dari berbagai kelompok usia dan latar belakang. Oleh karena itu, media social telah menjadi wadah strategi untuk meningkatkan pemahaman tentang hukum islam melalui konten yang kreatif, menghibur, dan edukatif yang disampaikan oleh edukatif para pembuat konten sebagai bentuk usaha mereka sendiri untuk meningkatkan kesadaran halal.

Meningkatnya kesadaran akan pentingnya produk halal didorong oleh kesadaran akan nilai-nilai keagamaan dan keagamaan, kualitas, dan Kesehatan produk. Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi semakin termotivasi untuk tidak hanya menghasilkan produk yang berkualitas tinggi, tetapi juga memastikan bahwa produk mereka memenuhi standar halal yang diakui secara resmi oleh Lembaga terkait, seperti Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama. Namun banyak pelaku UMKM yang belum memahami konsep halal secara menyeluruh dan cara menerapkannya dalam proses produksi. Untuk mendapat sertifikasi halal, yang saat ini menjadi kebutuhan penting bagi penetrasi pasar yang lebih luas, terdapat keterbatasan pemahaman yang terjadi kendala utama. Selain itu, proses sertifikasi yang dianggap rumit dan biaya yang harus dikeluarkan menjadi tantangan lain bagi UMKM dalam mengadopsi standar halal. Oleh karena itu, sangat penting untuk memberikan pelatihan dan bantuan nyata bagi UMKM agar mereka dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif dan sadar halal dengan memenuhi kualitas produk dan aspek kehalalan secara keseluruhan (Sofyan, April, 2024).

Content creator memiliki peran strategis yang signifikan karena mereka tidak hanya penyampaian informasi tetapi juga pembentuk opini yang dapat membangun hubungan emosional dengan audiens. Hal ini memungkinkan pesan terkait halal untuk diterima dengan lebih efektif dan berdampak jangka Panjang, terutama ketika konten tersebut dikemas dengan kisah-kisah inspiratif, tutorial atau review produk yang relevan dan dapat dipercaya, serta mengedepankan prinsip etika dan kejujuran. Di Tengah fenomena belum meratanya pengetahuan tentang halal di kalangan Masyarakat, terutama di kalangan UMKM, penting untuk memberikan edukasi melalui conten creator untuk menjembatani penyimpangan pengetahuan dan akses terhadap informasi mengenai pentingnya sertifikasi halal, agar produk-produk local bisa lebih kompetitif dan diterima

PERAN CONTENT CREATOR SEBAGAI EDUKASI HALAL AWARENESS PADA UMKM DI PASAR TRADISIONAL BANGKALAN

secara luas sekaligus, dan membantu konsumen memilih produsen yang lebih adil (Azima, 2024).

Kabupaten Bangkalan berfungsi sebagai pusat perekonomian provinsi Jawa Timur dan memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan industry, perdagangan, pertanian, dan Perkebunan. Sebagai bagian dari pulau madura, kabupaten Bangkalan berfungsi sebagai pintu gerbang jembatan suramadu yang menghubungkan pulau Jawa dan Madura. Lalu untuk menegtahui bagaimana peran conten creator di Bangkalan mampu memberikan edukasi halal awarness pada produk UMKM kepada Masyarakat umum. Selain itu, untuk memahami tentang kesadaran halal dikalangan Masyarakat umum di bangkalan (Nabil, 2023).

KAJIAN TEORITIS

Content Creator

Content creator Adalah seseorang yang membuat konten yang menghibur atau edukatif yang disampaikan melalui berbagai media atau saluran. Konten ini biasanya terkait dengan konten digital di platform media social, tempat Sebagian besar konsumsi terjadi. Pencipta konten dapat membuat berbagai macam konten, seperti video, gambar, tulisan, suara, atau kombinasi dari semua ini untuk menarik dan dan berinteraksi dengan audiens tertentu. Mereka dapat bekerja sendiri, dalam kelompok, atau untuk perusahaan dengan tujuan mendapatkan keterlibatan atau nilai dari konten tersebut.

Menghasilkan konten yang relevan dengan tren, menarik secara visual, dan sesuai dengan identitas merek adalah tugas creator konten yang sangat penting dalam pengelolaan media sosial. Seorang content creator bertanggung jawab untuk mengumpulkan ide dan melakukan penelitian, serta merancang ide konten untuk berbagai tujuan, seperti promosi, pendidikan, hiburan, atau informasi, yang kemudian disesuaikan dengan platform yang dipilih. Selain itu, tanggung jawab content creator proyek ini termasuk membangun pilar konten untuk memastikan bahwa pesan tetap konsisten, membuat kalender unggahan untuk membuat distribusi konten lebih konsisten, dan mengoptimalkan fitur iklan berbayar untuk menjangkau audiens dengan lebih baik. Untuk membuat strategi konten yang berbasis data dan berkelanjutan, evaluasi kinerja konten juga sangat penting. Ini dilakukan dengan menganalisis data performa seperti jangkauan, tingkat interaksi, dan tingkat konversi (Diky, 2025).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Adalah salah satu prioritas pengembangan di setiap negara. Hal ini disebabkan oleh besarnya perannya UMKM terhadap negara, khususnya dalam bidang ekonomi dan social. Selain meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara, UMKM sangat berperan dalam penyerapan tenaga kerja sektor informal dan pemerataan pendapatan Masyarakat, khususnya di daerah. Oleh karena itu, pemerintah pusat dan daerah membuat dan menerapkan berbagai kebijakan dan program untuk mendukung pemberdayaan UMKM dan pertumbuhan yang berkelanjutan.

Menurut UU Nomor 20 Tahun 2008, kriteria usaha mikro, kecil dan menengah, digolongkan berdasarkan jumlah asset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha.

No	Usaha	Kriteria	
		Asset	Omset
1	Usaha Mikro	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
2	Usaha Kecil	>50 Juta-500 Juta	>300 Juta-2,5 Miliar
3	Usaha Menengah	>500 Juta-Miliar	>2,5 Miliar-50 Miliar

Sumber: Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 2012

a. Kriteria Usaha Kecil dan Menengah berdasarkan perkembangan

Mengategorikan UMKM berdasarkan beberapa kriteria, seperti (Sudaryanto, 2014):

1. *Livelihood Activities*, merupakan usaha kecil menengah yang digunakan sebagai cara untuk mencari nafkah disektor informal. Pedagang kaki lima Adalah contohnya.
2. *Micro Enterprise*, merupakan usaha kecil menengah yang meiliki ciri-ciri pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan
3. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan usaha kecil menengah yang memiliki jiwa kewirausahaan dan memiliki kemampuan untuk menerima pekerjaan subkontrak dan kontrak
4. *Fast Moving Enterprise*, merupakan usaha kecil dan menengah yang memiliki kewirausahaan yang akan berkembang.

PERAN CONTENT CREATOR SEBAGAI EDUKASI HALAL AWARENESS PADA UMKM DI PASAR TRADISIONAL BANGKALAN

Halal

Halal didefinisikan sebagai sesuatu yang, merujuk pada makanan yang diizinkan menurut hukum Islam. Setiap muslim wajib mengonsumsi makanan halal. Hal ini berkaitan dengan keberadaan ajaran Al-Qur'an dalam Surat Al Maidah ayat 88, yang menyatakan: "Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang telah Allah rezekikan kepadamu dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya." Namun, prosedur dan standar halal tidak hanya terbatas pada mengikuti bentuk ajaran yang eksplisit, tetapi juga pada kebersihan dan pengendalian kualitas. Bahan baku, barang setengah jadi, dan semua peralatan yang digunakan juga harus sesuai dengan hukum syariah dan harus memenuhi persyaratan. Proses produksi pangan harus dilindungi dan dibujuk oleh inspektur Muslim yang kompeten (Listyoningrum, 2012)

Khususnya di Indonesia, untuk memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa produk yang dikonsumsi halal, perusahaan perlu memiliki sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Lembaga ini mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan memberikan sertifikat halal, sehingga produk yang sudah memiliki sertifikat halal dapat mencantumkan label halal pada produknya. Ini berarti produk dalam proses dan isinya telah lulus pemeriksaan dan bebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh ajaran Islam, atau produk tersebut telah menjadi kategori produk halal dan tidak mengandung unsur haram serta dapat dikonsumsi dengan aman oleh konsumen muslim.

Dalam konteks agama, Islam berarti penyerahan kepada kehendak Allah dan kepada hukum-Nya, yang berarti bahwa segala tindakan sehari-hari yang dilakukan oleh umat Islam adalah ibadah. Jadi, untuk menjadi Muslim yang baik, kegiatan sehari-hari seperti makan, minum, bersosialisasi, membeli, pendidikan, promosi, dan sebagainya harus sesuai dengan aturan Allah. Secara umum, umat Islam harus menganggap aturan Islam sebagai cara hidup yang harus dijalani dalam setiap aspek kehidupan mereka. Seorang Muslim harus mengikuti hukum Islam yang mengatur kewajiban, moral, dan perilaku mereka. Banyak orang Eropa yang berpendapat bahwa istilah halal hanya mengacu pada makanan. Istilah halal memiliki makna yang lebih luas dan mengacu pada hukum Allah. Halal adalah kata Arab, dikutip secara eksplisit dalam Al-Qur'an, yang berarti diizinkan dan "halal". Sebaliknya, haram mengacu pada apa yang dilarang, dan dianggap bertentangan dengan kehendak Allah dan Nabi Muhammad. Misalnya

perjudian, lotre, perzinahan, dan ghibah adalah haram, sedangkan produksi dan perbuatan baik, amal, dan kebersihan adalah halal. Oleh karena itu, konsep halal dan haram mencakup seluruh aspek kehidupan umat Islam, tidak hanya konsumsi makanan, dan halal dianggap sebagai cara hidup. Hal ini sejalan dengan pendapat bahwa “halal bukan hanya elemen merek, tetapi merupakan bagian penting dari sistem kepercayaan Muslim dan kode etik moral dengan sikap etis yang kuat, yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari” (Vizano, 2021).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada judul ini menggunakan Teknik analisis kualitatif. Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi tentang penelitian terkait. Dalam penelitian ini, dua jenis sumber data digunakan:

1. Data primer

Data primer berasal dari sumber yang langsung memberikan data kepada peneliti. Sumber ini biasanya adalah tempat objek penelitian dilakukan, dan peneliti menggunakan temuan dari wawancara dengan informan tentang subjek penelitian sebagai sumber data primer.

2. Data sekunder

Sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, seperti orang lain atau dokumen, disebut data sekunder. Dalam kasus penelitian ini, buku, jurnal, dan artikel yang berkaitan langsung dengan subjek penelitian digunakan sebagai sumber data sekunder.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi untuk mengumpulkan data. Menurut Sugiyono (2018), teknik pengumpulan data terdiri dari observasi, wawancara, angket, dan dokumentasi.

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan penelitian pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Semua jawaban informan dicatat atau direkam oleh peneliti dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur. Penelitian terstruktur berarti peneliti sudah menyiapkan

PERAN CONTENT CREATOR SEBAGAI EDUKASI HALAL AWARENESS PADA UMKM DI PASAR TRADISIONAL BANGKALAN

pertanyaan sebelum mewawancarai informan. Wawancara yang dilakukan dengan mendatangi langsung para UMKM daerah pasar tradisional bangkalan.

2. Kuesioner

Angket atau kuesioner adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan memberi responden seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab. Dalam penelitian ini, kuisisioner ini terdiri dari daftar pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian. Peneliti ingin membuat narasumber lebih mudah untuk menjawab pertanyaan wawancara.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengolahan data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka, dan gambar, serta laporan dan keterangan yang dapat mendukung penelitian. Semua hasil wawancara dan keterangan yang diberikan oleh informan disimpan dalam dokumentasi ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kehidupan beragama, setiap orang harus memiliki pemahaman tentang agama yang mereka anut, serta pemahaman tentang produk makanan dan minuman halal dan baik. Memahami produk makanan dan minuman halal menunjukkan kemampuan seseorang untuk memahami konsep islam. Penting untuk memiliki pemahaman yang baik tentang makanan dan minuman yang halal, karena di dalam islam setiap orang harus memakan makanan yang halal dan baik. Sebagaimana disebutkan dalam surah al Baqarah 162:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

“Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti Langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.”

Surah tersebut menyatakan bahwa semua orang harus memakan makanan yang halal dan bergizi. Karena itu bermanfaat bagi tubuh mereka dalam jangka panjang dan dapat membantu mereka melakukan banyak hal setiap hari. Karena tidak semua yang di dunia secara otomatis halal untuk dimakan atau digunakan, Allah telah menyampaikan untuk memakan makanan yang halal.

Bumi diciptakan untuk manusia, tetapi Sebagian besar isinya digunakan untuk kepentingan manusia. Akibatnya, tidak semua yang ada di bumi dapat dianggap sebagai makanan halal. Oleh karena itu orang-orang yang diberi akal dan wahyu oleh Allah diperintahkan untuk memilih makanan serta minuman yang halal. Tidak hanya halal secara syariat tetapi juga sehat secara gizi (Rafi, 2020).

Hasil pada penelitian ini, dengan melakukan wawancara pada salah satu penjual bahan baku makanan pada daerah pasar. Selama wawancara, kami mencari para pelaku usaha UMKM, yakni Ibu Sri berumur 37 tahun yang berprofesi sebagai penjual sayuran. Hasil wawancara tersebut di rangkum sebagai berikut.

Pertanyaan	Hasil jawaban
Bagaimana Anda mengetahui tentang konsep halal dalam produk yang Anda jual?	Kehalalan produk itu biasanya ada tulisannya disetiap produknya, jadi halal buat dikonsumsi buat Masyarakat
Sejauh mana Anda memahami pentingnya sertifikasi halal untuk produk UMKM Anda?	sebenarnya sih sangat penting ya soalnya kan ini buat dikonsumsi buat masyarakat ya jadi kalau misalkan ada ketentuan hal lainnya otomatis masyarakat akan lebih tenang bahwa barang itu benar benar halal dan bisa dikonsumsi soalnya sebagian dari kita kan beragama muslim
Pernahkah Anda mendapatkan edukasi atau informasi tentang halal awareness dari content Creator di media sosial?	Kalau itu biasanya lihat lihat dari medsos content creator gitu kan biasanya kan ada
Apakah menurut Anda konten yang dibuat oleh pembuat konten mudah dipahami dan relevan dengan kebutuhan UMKM di pasar tradisional?	Ya relevan sih soalnya kan dia mengedukasi kepada masyarakat bahwa barang barang ini sudah halal jadi kita mau mengkonsumsinya tidak ragu ragu
Apakah Anda merasa terbantu dalam memasarkan produk halal melalui promosi yang dilakukan oleh content Creator?	kita sebagai umkm merasa lebih terbantu apalagi orang yang mengkonsumsi dan lebih percaya kalau barang tersebut halal
Bagaimana cara Anda memanfaatkan konten edukasi halal dari pembuat konten untuk pengembangan bisnis Anda?	manfaatnya sih banyak ya jadikan dengan terbantu dunia konten kreator kalau misalkan barang ini halal halal kan otomatis kan konsumen kan kalau mau beli ke tempatnya kita kan lebih lebih serak oh berarti barang ini itu sudah alasannya kan di edukasi sekalian sama pengguna jadi peminatnya itu bisa bertambah dari situ

PERAN CONTENT CREATOR SEBAGAI EDUKASI HALAL AWARENESS PADA UMKM DI PASAR TRADISIONAL BANGKALAN

Menurut Anda, apa yang bisa ditingkatkan dari peran content writer dalam memberikan edukasi halal kepada UMKM di pasar tradisional seperti di Bangkalan?	menurut pandangan narasumber ya sebaiknya konten kreator itu lebih jujur ya walaupun dia di endorse cuman kalau misalkan barangnya itu barang yang tidak halal, tapi janganlah mengungkap apa namanya ngomong kalau barang itu halal gitu loh otomatis kan dia kan membohongi publik
--	--

Tabel wawancara: Data diolah hasil wawancara

Ibu Sri sebagai penjual sayur, yang menjual bahan mentah dari berbagai makanan, menyadari bahwa kesadaran halal begitu penting. Pada point ke 2 mengatakan bahwa halal sangat penting dan Masyarakat akan lebih tenang dalam memilih produk, dikarenakan masyarakat semua menganut agama islam. Beliau juga menyampaikan bahwa peran content creator tidak hanya membuat video promosi berbayar (endorse), tetapi membuat edukasi promosi yang jujur pada produk nya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesadaran halal suatu keadaan Dimana seseorang mampu melihat, dan merasakan saat di konsumsi, sehingga Masyarakat tersebut dapat mempersepsikan hal-hal tersebut dengan tepat. Kesadaran halal dapat ditingkatkan melalui edukasi. Salah satunya melalui conten creator. Zaman saat ini sudah sangat mudah untuk mengakses berbagai sosial media, conten creator yang sering kerap menjadi tontonan menarik disetiap Masyarakat. Dengan memiliki followers yang cukup banyak mampu menjadi pengikut gaya hidup conten creator.

Berdasarkan hasil wawancara, bahwa peran canton creator dalam mempromosikan produk sangat penting untuk mengutamakan kehalalan suatu produk. Meskipun kerap kita ketahui conten creator selalu mempromosikan dengan harga hingga fastastis, oleh para UMKM, tetapi mereka harus bisa mengutamakan kejujuran pada produk yang mereka promosikan. Halal sangat penting, karena mayoritas agama sekitar UMKM di pasar Bangkalan menganut agama islam, hal ini perlu di perhatikan dalam mengkonsumsi barang-barang disekitar.

DAFTAR REFERENSI

- Azima, S. (2024). OPTIMALISASI INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN HALAL Studi Pada Situs: @Halalcorner & @Halal.indonesia). *IAIN PONOROGO*.
- Diky, S. A. (2025). Peran Content Creator dalam Meningkatkan Jangkauan dan Brand Awareness UMKM Lalapan Kelapa Gading Melalui Optimalisasi Media Sosial. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BANGSA*, 915-928.
- Listyoningrum, A. A. (2012). Analisis minat beli konsumen muslim terhadap produk yang tidak diperpanjang sertifikat Halalnya. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 40-51.
- Nabil, D. (2023). PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL SYARIAH UPAYA MENINGKATKAN UMKM KABUPATEN BANGKALAN. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 658-667.
- Rafi, M. (2020, November 21). *Surah Al-Baqarah [2] Ayat 168: Anjuran Makan Makanan Halal dan Bergizi*. Retrieved from tafsiralquran.id: <https://tafsiralquran.id/surah-al-baqarah-2-ayat-168-anjuran-makan-makanan-halal-dan-bergizi/>
- Sofyan, M. (April, 2024). ANALISIS PROYEKSI PENINGKATAN KONSUMSI PRODUK HALAL DI BERBAGAI SEKTOR EKONOMI INDONESIA HINGGA TAHUN 2025. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 105-119.
- Sudaryanto, R. &. (2014). Strategi pemberdayaan UMKM dalam menghadapi pasar Bebas ASEAN. *Jurnal Keuangan & Moneter. Academia.edu*, 1-20.
- Vizano, N. A. (2021). The effect of halal awareness on purchase intention of halal food: A case study in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business* 8.4, 441-453.
- ZATIRA, B. (2023). ANALISIS BRANDING GAYA HIDUP HALAL PADA MEDIA. *Skripsi*.

DOKUMENTASI

Gambar 1 & 2: wawancara kepada pemilik usaha

