

Motivasi Pelaku Usaha Kuliner dalam Penggunaan Sertifikat Halal: Telaah Kaidah Al-Umūr bi Maqāṣidihā dan Korelasinya dengan Maqāṣid Syariah

Dani Prayitno¹ Zainal Arifin²

dani.14prayitno@gmail.com zainalarifin@um-surabaya.ac.id

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Surabaya

*Corresponding Address: dani.14prayitno@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received: June 27, 2026

Accepted: August 02, 2026

Published: August 11, 2026

Keywords:

Al-Umūr bi Maqāṣidihā;
Maqāṣid Syariah;
Motivasi Usaha;
Sertifikasi Halal; UMKM
Kuliner

ABSTRACT

Mulai Oktober 2026, semua produk makanan dan minuman UMKM harus memiliki sertifikasi halal. Persyaratan itu menimbulkan pertanyaan dasar. Apakah kepemilikan sertifikat halal berarti kepatuhan syariah nyata, atau hanya formalitas demi pasar? Penelitian ini meneliti motivasi pelaku usaha kuliner dalam memperoleh sertifikat halal. Penelitian ini meneliti cara pelaku usaha kuliner menggunakan sertifikat halal. Penelitian ini menilai langkah tersebut dengan kaidah fikih al-umūr bi maqāṣidihā. Penelitian ini menilai relevansi sertifikat halal terhadap pencapaian maqāṣid syariah. Penelitian ini memakai metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada Rumah Makan Mie Ayam dan Bakso Sari Raos Pak De di Batam. Peneliti mengumpulkan data lewat wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Peneliti kemudian menganalisis data secara tematik. Hasil penelitian menemukan tiga motivasi utama yang saling terkait: motivasi religius, kepatuhan pada regulasi, dan motivasi ekonomi. Ketiga motivasi tidak berdiri sendiri, melainkan membentuk niat berlapis. Menurut kaidah al-umūr bi maqāṣidihā, nilai syariah sertifikasi halal ditentukan oleh kombinasi niat tersebut, bukan hanya oleh dokumen administratif. Penelitian ini menyatakan bahwa memperkuat dimensi masalah dalam motivasi sertifikasi menjadi syarat. Penelitian ini menekankan bahwa syarat diperlukan agar maqāṣid syariah tercapai dalam praktik usaha kuliner mikro.

At-Tasyri': Jurnal Hukum Islam dan Ekonomi Syariah is licensed under <https://creativecommons.org/licenses/by/4>

Dani Prayitno, Zainal Arifin

PENDAHULUAN

Ada pergeseran menarik dalam industri halal global beberapa tahun terakhir. DinarStandard menyebut pergeseran itu dari demand growth ke sovereignty building. Dari sekadar mengejar permintaan besar, industri halal global kini beralih ke membangun kedaulatan rantai pasok sendiri. Bukan lagi soal siapa yang punya penduduk Muslim terbanyak. Yang penting adalah siapa yang dapat mengontrol produksi, sertifikasi, dan distribusi produk halalnya. Laporan State of the Global Islamic Economy (SGIE) 2025/2026 mencatat belanja konsumen Muslim dunia untuk makanan halal sudah mencapai triliunan dolar AS. Angka itu terus naik. Pasar ini memang besar. Sekarang pertanyaannya bukan lagi seberapa besar pasar, melainkan siapa yang sebenarnya menikmati keuntungannya.

Indonesia berada pada posisi yang agak ironis bila data ini dilihat lebih dekat. Kami tetap menjadi pasar konsumsi produk halal terbesar di dunia. Di sektor modest fashion, Indonesia menempati peringkat satu. Namun dalam SGIE 2025/2026, posisi Indonesia di Global Islamic Economy Indicator turun dari tiga ke empat. Indonesia kini kalah dari Malaysia, Uni Emirat Arab, dan Arab Saudi. Sutan Emir Hidayat dari KNEKS menyebutnya sebagai “alarm yang sehat”. Artinya, bila berhenti berinovasi, pasti akan tertinggal. Irfan Syauiq Beik, Guru Besar Ekonomi Syariah IPB, melihat masalah lebih jelas: produksi kita lemah. Kita mengonsumsi banyak, namun keuntungan ekonomi lebih banyak diambil negara lain yang produksi lebih

kuat. Kedua pandangan ini mengarah pada satu kesimpulan banyak sertifikat halal yang terbit tidak otomatis membuat industri halal nasional kita lebih kuat.

Paradoks ini terasa lebih nyata lagi kalau kita turun ke level UMKM kuliner. Merekalah yang sebenarnya menyediakan pangan halal harian bagi mayoritas penduduk Muslim Indonesia, bukan industri besar. BPJPH sudah menetapkan 18 Oktober 2026 sebagai tenggat akhir kewajiban sertifikasi halal untuk seluruh produk makanan dan minuman dari pelaku usaha mikro dan kecil. Untuk mengejar target itu, dibuka kuota 1,35 juta sertifikat halal gratis lewat Program SEHATI 2026, dengan mekanisme *self-declare* pelaku usaha cukup mendeklarasikan sendiri kehalalan produknya, tanpa lewat audit penuh. Kebijakan semacam ini efektif untuk mengejar target kuantitatif secara nasional. Tapi justru di sinilah pertanyaan yang lebih mendasar muncul: apakah lonjakan jumlah sertifikat ini benar-benar mencerminkan internalisasi nilai syariah pada level praktik, atau hanya respons cepat terhadap tenggat regulasi dan insentif gratis yang ditawarkan negara?

Pertanyaan semacam ini sebetulnya bukan urusan administratif. Ia menyentuh hal yang lebih fundamental dalam hukum Islam. Dalam fikih, suatu perbuatan tidak dinilai dari bentuk lahiriahnya saja, melainkan dari niat yang melatarinya. Kaidah *al-umūr bi maqāṣidihā*, segala perkara bergantung pada tujuannya, berakar dari hadis riwayat Bukhari dan Muslim tentang kedudukan niat dalam setiap amal. Kaidah ini berlaku luas, tidak hanya untuk ibadah mahdah tetapi juga muamalah dan aktivitas ekonomi. Implikasinya untuk sertifikasi halal cukup tajam. Bagi saya, memiliki sertifikat halal dari BPJPH tidak menjamin dua usaha kuliner memiliki posisi hukum sama atau keberkahan serupa. Posisi hukum dan keberkahan tergantung apakah sertifikat halal lahir dari ketaatan syariah tulus dan peduli pada kepentingan konsumen, atau hanya menjadi alat pemasaran untuk merebut pasar yang kini lebih sadar halal.

Saya merasa sayangnya, riset tentang motivasi sertifikasi halal pada UMKM kuliner masih hanya sampai pada tahap deskriptif dan manajerial. Peneliti mengidentifikasi faktor pendorong religi, ekonomi, regulasi tetapi tidak menilai status hukum syariah tiap faktor. Itu membantu memetakan perilaku. Namun itu belum menjawab pertanyaan utama. Pertanyaannya: bagaimana motivasi sertifikasi halal yang beragam dinilai dalam kerangka kaidah fikih, dan apa konsekuensinya bagi pencapaian maqāṣid syariah? Dari situ penelitian ini bermula, dengan mengambil kasus Rumah Makan Mie Ayam dan Bakso Sari Raos Pak De di Batam usaha kuliner skala mikro yang representatif untuk mayoritas pelaku usaha kuliner di Indonesia untuk menelaah bagaimana motivasi sertifikasi halal mereka bisa dibaca lewat kaidah *al-umūr bi maqāṣidihā*, dan dikorelasikan dengan pencapaian maqāṣid syariah.

Rumusan Masalah

Penelitian ini akan menjawab tiga pertanyaan dari latar belakang tadi.

1. Bagaimana motivasi pelaku usaha Rumah Makan Mie Ayam dan Bakso Sari Raos Pak De Batam untuk memperoleh dan memakai sertifikat halal?
2. Saya ingin tahu. Bagaimana cara memakai kaidah *al-umūr bi maqāṣidihā* untuk menganalisis dan menilai konfigurasi motivasi tersebut?
3. Bagaimana konfigurasi motivasi memengaruhi pencapaian maqāṣid syariah dalam praktik usaha kuliner?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini ingin mencapai tiga hal:

1. Menjelaskan dan mengelompokkan konfigurasi motivasi pelaku usaha saat memperoleh dan memakai sertifikat halal pada kasus yang diteliti.
2. Menganalisis konfigurasi motivasi itu lewat kerangka kaidah fikih al-umūr bi maqāṣidihā; dan
3. Menilai relevansi dan kontribusi konfigurasi motivasi pada pencapaian maqāṣid syariah dalam praktik usaha kuliner.

Signifikansi dan Novelty Penelitian

Kebanyakan penelitian tentang motivasi sertifikasi halal pada UMKM kuliner hanya menemukan faktor pendorong dari sudut pandang manajemen bisnis atau perilaku konsumen. Bagian kajian literatur menjelaskan hal itu lebih detail. Penelitian ini memilih jalur yang berbeda dalam mempelajari motivasi sertifikasi halal. Penelitian ini menggabungkan tiga elemen dalam satu model analisis: kaidah fikih al-umūr bi maqāṣidihā untuk menilai niat dan status hukum, klasifikasi motivasi usaha sebagai data lapangan, dan maqāṣid syariah sebagai ukuran kemaslahatan. Integrasi ini membuat penelitian mengungkap motivasi pelaku usaha. Penelitian menilai motivasi pelaku usaha secara syar'i. Penelitian mengukur seberapa jauh motivasi pelaku usaha mendukung tujuan syariah yang lebih besar. Relevansi penelitian terasa. Sertifikasi halal massal di Indonesia melaju cepat menjelang tenggat 2026.

Manfaat Penelitian

Dari sisi teoretis, penelitian ini menambah pengetahuan dalam kajian hukum ekonomi syariah. Penelitian ini memakai kaidah fikih klasik al-umūr bi maqāṣidihā untuk membaca fenomena modern seperti sertifikasi halal pada UMKM. Penelitian ini menyajikan model analisis yang dapat dipakai kembali pada kajian sejenis. Dari sisi praktis, manfaat penelitian ini berbeda bagi tiap pihak. Bagi pelaku usaha, penelitian ini menjadi cermin yang membantu pelaku usaha menilai orientasi sertifikasi halal yang dijalankan pelaku usaha. Regulator dan lembaga pendamping seperti BPJPH, LPH, dan MUI harus mendengar masukan penting. Tidak cukup menilai keberhasilan akselerasi sertifikasi halal dengan jumlah sertifikat yang terbit. Pihak terkait harus memperkuat edukasi nilai syariah. Edukasi nilai syariah penting agar substansi maqāṣid syariah tidak menjadi sekadar angka kepatuhan administratif.

KAJIAN PUSTAKA

Saya susun kajian pustaka ini dengan lima tema yang saling terkait: motivasi sertifikasi halal pada usaha mikro dan kecil, jaminan halal dan kepercayaan konsumen, maqāṣid syariah dalam industri halal, kaidah fikih al-umūr bi maqāṣidihā dalam muamalah kontemporer, dan ekosistem halal sebagai kerangka kebijakan. Saya tidak hanya rangkum tiap penelitian lama, saya tunjukkan di mana titik temunya, di mana perbedaannya, dan di mana inkonsistensinya sering terlewat. Dari situ baru bisa dirumuskan research gap pada bagian berikutnya.

Motivasi Sertifikasi Halal pada Usaha Mikro dan Kecil

Kajian tentang motivasi pelaku usaha mikro dan kecil dalam mengurus sertifikasi halal berkembang cukup pesat, seiring penguatan regulasi baik di Indonesia maupun Malaysia. Wulandari, Hubeis, dan Sulaeman menemukan kombinasi faktor kepercayaan konsumen, kepatuhan regulasi, dan ekspektasi perluasan pasar sebagai pendorong utama UMKM kuliner mengurus sertifikasi dengan religiusitas pemilik usaha berperan sebagai pemicu awal yang lalu dikuatkan pertimbangan bisnis. Mulyatun dan kawan-kawan menemukan pola serupa pada

usaha mikro kuliner lain, namun dengan catatan: motivasi ekonomi dan kepatuhan hukum di sana justru lebih dominan dibanding motivasi religius murni.

Di Malaysia ceritanya agak berbeda. Kajian terhadap pelaku UMK pangan di Johor Utara menunjukkan kesadaran yang tinggi soal pentingnya sertifikasi, tapi motivasi itu sering terhambat oleh biaya dan prosedur yang dianggap rumit. Hidayat dan kawan-kawan, lewat tinjauan sistematis mereka atas literatur sertifikasi halal UMKM, juga menemukan hal yang sama keterbatasan pemahaman pelaku usaha terhadap proses sertifikasi jadi kendala struktural yang muncul di banyak negara, bukan hanya satu konteks tertentu.

Kalau dilihat lintas studi, ada konsensus yang cukup jelas: motivasi sertifikasi halal itu multifaktor, tidak tunggal. Tapi bobot masing-masing faktor berbeda. Penelitian di Indonesia cenderung menonjolkan dimensi religius-kultural sebagai pendorong awal. Sementara di Malaysia, dengan basis populasi Muslim yang relatif lebih homogen secara regulasi, dimensi kepatuhan administratif dan kalkulasi biaya-manfaat justru lebih menonjol. Inkonsistensi ini sebenarnya mengindikasikan satu hal: motivasi sertifikasi halal itu kontekstual, dipengaruhi struktur insentif regulasi setempat. Sulit digeneralisasi tanpa mempertimbangkan setting institusional masing-masing negara.

Yang absen dari hampir semua studi pada tema ini dan ini penting adalah instrumen untuk menilai kualitas motivasi dari sudut hukum Islam. Motivasi di sana diperlakukan sebagai variabel deskriptif atau prediktor kinerja bisnis saja, tanpa menyentuh pertanyaan: apakah motivasi religius, ekonomi, atau regulatif itu punya kedudukan dan konsekuensi hukum syariah yang sama, atau berbeda? Inilah celah yang relevan untuk ditutup, dan jadi salah satu fokus penelitian ini.

Jaminan Halal dan Kepercayaan Konsumen

Tema kedua ini cukup banyak ditemukan: ada korelasi positif antara kepemilikan sertifikat halal dan kepercayaan konsumen. Bashir dan Nor, lewat kajian mereka di *Journal of Islamic Marketing*, menyimpulkan sertifikasi halal berfungsi sebagai sinyal kredibilitas yang mengurangi asimetri informasi antara produsen dan konsumen Muslim, sehingga mendorong loyalitas pembelian berulang. Hidayat dan Nurhasanah memperkuat temuan ini di konteks Indonesia. Sementara Awan, Siddiquei, dan Haider punya temuan yang lebih bernuansa: niat beli produk halal tidak ditentukan sertifikasi semata, tapi juga oleh kesadaran halal konsumen itu sendiri. Artinya, efektivitas sertifikasi sebagai sinyal kepercayaan bergantung pada literasi halal di sisi permintaan. Efektivitas sertifikasi tidak cukup hanya di sisi penawaran. Literasi halal di sisi permintaan menjadi faktor penentu.

Sujono dan kawan-kawan, seperti yang disebutkan dalam tinjauan sistematis Hidayat dan kawan-kawan, menemukan bahwa sertifikasi halal meningkatkan penjualan UMKM secara langsung. Menurut saya, hal ini terjadi karena kepercayaan konsumen naik. Yusof dan Jusoh menambahkan sudut pandang lain: mereka melihat sertifikat halal sebagai aset intangible yang memperkuat diferensiasi produk di pasar yang kompetitif.

Jika saya meninjau semua studi tentang topik ini, saya menemukan pola yang sama: sertifikasi halal selalu berhubungan positif dengan kepercayaan dan loyalitas konsumen. Namun ada satu celah yang dimiliki semua studi itu: sertifikat halal selalu dipandang sebagai hasil akhir, dan dampaknya hanya diukur satu arah pada perilaku konsumen. Tidak ada yang menyelidiki secara mendalam bagaimana sertifikat itu didapat. Tidak ada yang menilai apakah prosesnya memang menunjukkan komitmen nyata terhadap halal, atau hanya reaksi pada sinyal pasar yang menguntungkan. Literatur di bidang ini banyak membahas dampak, tetapi sedikit membahas motif. Penelitian ini ingin menjawab celah ini. Celah ini menjadi salah satu fokus.

Maqāṣid Syariah dalam Industri Halal

Tema ketiga membahas cara kerangka maqāṣid syariah yang dirumuskan Al-Syatibi dan dikembangkan lebih sistematis oleh pemikir modern seperti Jasser Auda dan Ibn 'Ashur dipakai di industri halal sekarang. Beberapa studi menemukan celah integrasi: sistem sertifikasi halal masih fokus pada aspek teknis dan administratif bahan, sementara dimensi thayyib - yang meliputi baik, bermutu, etis - yang menjadi bagian penting maqāṣid syariah sering terlewat dalam audit. Studi pada UMKM kuliner halal di Sumatra Utara yang memakai pendekatan Berbasis maqāṣid syariah, hasil analisis menemukan hal menarik: pendekatan berbasis nilai memberi rekomendasi pengembangan industri yang lebih berkelanjutan, berbeda dengan pendekatan yang murni berorientasi pasar.

Auda menulis dalam bukunya *Maqasid Al-Shariah as Philosophy of Islamic Law*. Ia menegaskan bahwa pendekatan sistem pada maqāṣid syariah harus melihat kemaslahatan secara holistik dan dinamis, bukan sekadar checklist lima unsur klasik *hifz al-din*, *hifz al-nafs*, *hifz al-aql*, *hifz al-nasl*, *hifz al-mal* yang diterapkan secara mekanis. Pandangan penting untuk dibandingkan dengan kecenderungan sebagian penelitian terapan yang memakai kelima unsur sebagai checklist generik. Checklist generik diterapkan pada hampir semua objek penelitian, mulai dari pariwisata halal, perbankan syariah, sampai UMKM kuliner. Penelitian terapan tidak memberi argumentasi jelas mengapa unsur tertentu lebih relevan daripada unsur lain dalam konteks spesifik. Penelitian berupaya menghindari kecenderungan. Penelitian menyajikan argumentasi eksplisit tentang unsur maqāṣid yang paling relevan untuk praktik usaha kuliner mikro.

Kaidah Al-Umūr bi Maqāṣidihā dalam Muamalah Kontemporer

Tema keempat ini agak unik. Sebagian besar kajian tentang kaidah *al-umūr bi maqāṣidihā* sifatnya konseptual-deduktif menjelaskan dasar hukum, percabangan kaidah, dan penerapannya pada isu kontemporer seperti perbankan syariah, fintech, atau investasi digital, tanpa disertai data empiris dari lapangan. Fathoni dan Lestari membahas urgensi kaidah ini dalam perbankan syariah secara normatif. Faishal, Adly, dan Firmansyah menelaahnya dalam konteks fikih keluarga. Amelia dan kawan-kawan, juga Dewi dan kawan-kawan, membahasnya dalam ekonomi Islam secara umum. Tapi semuanya berhenti di level kajian pustaka, tanpa verifikasi pada praktik usaha riil.

Studi-studi ini menunjukkan satu pola. Kaidah *al-umūr bi maqāṣidihā* banyak dibahas oleh kalangan fikih dan ushul fikih dalam tulisan normatif-tekstual. Namun, mereka hampir tidak menerapkannya pada penelitian lapangan. Penelitian lapangan yang meneliti praktik usaha kuliner mikro bersertifikat halal hampir tidak menemukan contoh penerapan. Saat saya menelusuri literatur untuk penelitian ini, hampir tidak ada yang membahas hal itu. Kekosongan inilah yang menjadi kontribusi metodologis utama penelitian ini, membawa kaidah fikih yang selama ini didiskusikan secara tekstual ke ranah verifikasi empiris berbasis studi kasus.

Ekosistem Halal sebagai Kerangka Kebijakan

Tema kelima ini bicara di level makro tentang ekosistem halal. Rusydiana dan kawan-kawan, juga Vanany dan kawan-kawan, sebagaimana dirujuk dalam kajian bibliometrik tentang rantai pasok halal berkelanjutan, menunjukkan tren penelitian pada rantai pasok halal yang berkembang pesat sejak 2018 didorong tuntutan keberlanjutan dan permintaan pasar global. Di level kebijakan nasional, Hutabarat dan Ivanna menganalisis kebijakan sertifikasi halal bagi UMKM di Indonesia, dan menemukan efektivitas kebijakan sangat dipengaruhi ketersediaan pendampingan teknis bukan sekadar regulasi di atas kertas.

Fokus penelitian pada level ini memang makro-struktural: bagaimana rantai pasok, regulasi, dan kelembagaan dioptimalkan untuk memperkuat industri halal secara agregat. Ini penting, tapi tidak menjawab pertanyaan yang lebih mikro yang jadi inti penelitian ini soal bagaimana niat dan orientasi individual pelaku usaha tunggal, pada level usaha mikro sebagai unit terkecil dari ekosistem itu, dapat dinilai secara hukum syariah.

Research Gap

Dari sintesis lima tema di atas, kelihatan bahwa kajian tentang sertifikasi halal sudah berkembang luas, baik pada level deskriptif-manajerial maupun normatif-tekstual. Tapi keduanya belum bertemu dalam satu model analisis empiris. Tabel 1 berikut mencoba memetakan gap itu secara lebih eksplisit.

Tabel 1. Pemetaan Penelitian Terdahulu dan Research Gap

Peneliti (Tahun)	Fokus	Temuan Utama	Keterbatasan	Gap
Wulandari, Hubeis & Sulaeman (2024)	Motivasi UMKM kuliner memperoleh sertifikasi halal	Motivasi dipengaruhi kepercayaan konsumen, regulasi, dan pasar	Motivasi diposisikan sebagai variabel manajerial, tanpa penilaian hukum syariah	Tidak menilai status hukum dari masing-masing jenis motivasi menurut kaidah fikih
Mulyatun dkk. (2024)	Faktor motivasi pelaku bisnis mikro kuliner pada sertifikasi halal	Motivasi ekonomi dan regulasi lebih dominan dari motivasi religius	Bersifat deskriptif-survei, tidak menelaah relasi motivasi dengan maqāṣid syariah	Tidak mengkorelasikan temuan dengan pencapaian kemaslahatan syariah
Bashir & Nor (2021); Hidayat & Nurhasanah (2023)	Sertifikasi halal dan kepercayaan/loyalitas konsumen	Sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen Muslim	Sertifikat diposisikan sebagai variabel keluaran, bukan ditelaah dari proses dan niat memperolehnya	Tidak menjawab pertanyaan tentang motif perolehan sertifikat
Studi maqāṣid syariah pada industri halal (2024)	Integrasi maqāṣid syariah dalam sistem sertifikasi halal	Ditemukan gap integrasi: sistem sertifikasi fokus teknis, dimensi thayyib terabaikan	Bersifat konseptual pada level sistem sertifikasi, tidak menyentuh level pelaku usaha individual	Tidak menyediakan instrumen penilaian pada level mikro/individual pelaku usaha
Amelia dkk. (2025); Dewi dkk. (2025);	Kaidah al-umūr bi maqāṣidihā dalam	Kaidah ini relevan untuk menilai keabsahan dan	Seluruhnya bersifat kajian pustaka, tanpa	Tidak ada penerapan empiris kaidah ini pada studi

Peneliti (Tahun)	Fokus	Temuan Utama	Keterbatasan	Gap
Fathoni & Lestari (2022)	ekonomi Islam dan perbankan syariah	nilai ibadah aktivitas muamalah	verifikasi data lapangan	kasus usaha kuliner bersertifikat halal
Hutabarat & Ivanna (2024); kajian rantai pasok halal berkelanjutan	Kebijakan dan rantai pasok halal level makro	Efektivitas kebijakan bergantung pendampingan teknis, bukan sekadar regulasi	Unit analisis level makro/struktural, bukan niat individual pelaku usaha mikro	Tidak menjangkau analisis niat pada level usaha tunggal sebagai unit terkecil ekosistem halal

Dari tabel itu, bisa dirumuskan kalau research gap penelitian ini ada di titik pertemuan tiga celah. Pertama, celah metodologis belum ada verifikasi empiris kaidah fikih klasik pada objek penelitian lapangan. Kedua, celah substantif belum ada instrumen penilaian hukum syariah terhadap keragaman motivasi sertifikasi halal, yang selama ini hanya dipetakan secara manajerial. Ketiga, celah unit analisis penelitian masih didominasi level makro (kebijakan, rantai pasok) atau level dampak (kepercayaan konsumen), belum menjangkau analisis niat di level usaha mikro individual.

Novelty Penelitian

Dari pemetaan gap di atas, novelty penelitian ini bisa dirumuskan lebih eksplisit. Selama ini, penelitian tentang sertifikasi halal pada UMKM kuliner umumnya berhenti pada tiga jenis kontribusi: identifikasi faktor motivasi sebagai variabel deskriptif-manajerial, pengukuran dampak sertifikasi terhadap kepercayaan dan loyalitas konsumen, atau kajian pustaka normatif tentang kaidah fikih tanpa verifikasi lapangan.

Penelitian ini mengambil posisi yang berbeda. Tiga elemen kaidah *al-umūr bi maqāṣidihā*, klasifikasi motivasi usaha berbasis data lapangan, dan *maqāṣid* syariah diintegrasikan dalam satu model analisis tunggal, lalu diterapkan pada studi kasus usaha kuliner mikro bersertifikat halal. Hasilnya adalah kerangka penilaian yang tidak disediakan literatur terdahulu: motivasi sertifikasi halal tidak hanya dibaca sebagai data perilaku, tapi juga dinilai status hukumnya sah secara administratif versus bernilai ibadah secara syar'i dan diukur kontribusinya terhadap kemaslahatan secara eksplisit dan beralasan, bukan sekadar checklist lima unsur klasik yang diterapkan generik. Dengan begitu, penelitian ini menjembatani kajian fikih klasik yang sifatnya tekstual-normatif dengan praktik usaha kuliner mikro kontemporer yang sifatnya empiris-kontekstual jembatan yang, sejauh penelusuran literatur pada lima tema di atas, belum banyak dibangun secara eksplisit dalam kajian hukum ekonomi syariah di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan desain studi kasus tunggal. Alasannya sederhana. Motivasi sertifikasi halal adalah bagian yang melekat pada niat dan pengalaman pribadi pelaku usaha. Saya rasa, untuk memahami motivasi sertifikasi halal, penelitian ini harus melakukan eksplorasi mendalam pada konteks alami. Penelitian ini tidak memakai pengukuran standar pada banyak kasus. Pengukuran banyak kasus

justru dapat kehilangan nuansa. Studi kasus memungkinkan peneliti menelaah secara intensif bagaimana dan mengapa fenomena terjadi pada satu unit analisis tertentu. Ini juga sejalan dengan kebutuhan menerapkan kaidah al-umūr bi maqāṣidihā. Kaidah al-umūr bi maqāṣidihā menuntut pembacaan niat secara kontekstual, bukan secara umum.

Peneliti memadukan pendekatan kualitatif ini dengan dua dasar, yaitu empiris dan normatif. Peneliti memakai dasar empiris untuk mengumpulkan data lapangan tentang praktik dan motivasi nyata pelaku usaha. Peneliti memakai dasar normatif untuk menilai data lewat aturan fikih dan tujuan syariah. Kombinasi kedua dasar menjadikan penelitian ini sebagai penelitian hukum empiris yang tidak hanya menggambarkan fakta sosial, tetapi juga menilai fakta itu dalam hukum Islam.

Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Rumah Makan Mie Ayam dan Bakso Sari Raos Pak De, Kota Batam, Provinsi Kepulauan Riau. Lokasi ini dipilih secara purposif. Usaha ini mewakili UMKM kuliner skala mikro yang sudah memiliki sertifikat halal. Karena itu, lokasi ini cocok untuk menjawab pertanyaan penelitian tentang motivasi kepemilikan sertifikat halal. Selain itu, peneliti memiliki akses terbuka ke pemilik usaha, karyawan, dan pelanggan. Akses ini memungkinkan penggalian data yang mendalam dan berkelanjutan. Hal ini penting dalam penelitian kualitatif berbasis studi kasus.

Sumber Data dan Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Kami mengumpulkan data primer langsung dari tiga jenis informan: pemilik usaha sebagai informan utama yang memutuskan pengajuan dan pemakaian sertifikat halal; karyawan sebagai informan pendukung yang memberi pandangan tentang penerapan praktik halal dalam kegiatan harian; dan konsumen sebagai informan pihak ketiga yang memberi pandangan luar tentang persepsi dan dampak sertifikasi halal pada kepercayaan pelanggan. Data sekunder diambil dari kepustakaan dan dokumen resmi. Kepustakaan mencakup buku dan jurnal ilmiah. Peraturan perundang-undangan tentang jaminan produk halal menjadi sumber tambahan. Dokumen administratif usaha mencakup sertifikat halal dan dokumen pengajuan sertifikasi.

Teknik Penentuan Informan

Kami pilih informan dengan purposive sampling, pilih yang cocok dengan data riset, bukan untuk wakil statistik. Kriteria tiga kelompok. Pertama, pemilik usaha yang langsung ikut keputusan dan proses ajukan sertifikasi halal. Kedua, pegawai yang kerja minimal satu tahun dan paham kerja harian usaha. Ketiga, konsumen yang jadi pelanggan tetap dan beli minimal dua kali sebulan, jadi mereka punya cukup pengalaman untuk menilai pentingnya sertifikasi halal bagi keputusan beli. Penambahan informan dihentikan setelah data mencapai titik jenuh. Wawancara lanjutan tidak lagi menghasilkan tema atau informasi baru yang penting.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini memakai tiga teknik pengumpulan data. Tiga teknik pengumpulan data itu saling melengkapi.

1. Wawancara mendalam, dengan pedoman wawancara semi-terstruktur peneliti punya kerangka pertanyaan inti, tapi tetap fleksibel mengeksplorasi jawaban informan lebih dalam, terutama untuk menangkap nuansa niat dan motivasi yang sering tidak terucap eksplisit pada pertanyaan tertutup.
2. Observasi partisipatif, dengan mengamati langsung praktik operasional usaha penanganan bahan baku, perilaku pelayanan, sampai pencantuman dan pemanfaatan logo sertifikat

halal dalam pemasaran untuk memverifikasi apakah pernyataan informan sejalan dengan praktik aktual di lapangan.

3. Dokumentasi, berupa penelusuran dokumen sertifikat halal, materi promosi usaha, serta dokumen pendukung lain yang relevan dengan proses dan pemanfaatan sertifikasi.

Teknik Analisis Data

Data dianalisis dengan model analisis interaktif Miles dan Huberman tiga tahap yang berlangsung simultan dan siklikal: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan disertai verifikasi. Reduksi data adalah proses memilah, memfokuskan, dan menyederhanakan data mentah hasil wawancara dan observasi jadi unit-unit makna yang relevan dengan pertanyaan penelitian. Penyajian data mengorganisasikan data yang sudah direduksi ke bentuk naratif tematik dalam penelitian ini, data motivasi dikelompokkan jadi kategori religius, kepatuhan hukum, dan ekonomi, sebagaimana akan disajikan pada bagian Hasil. Penarikan kesimpulan dan verifikasi adalah proses interpretasi terhadap pola data yang sudah disajikan, dilakukan berulang dan diverifikasi kembali ke data lapangan agar kesimpulannya tidak prematur.

Setelah data dianalisis secara tematik, langkahnya dilanjutkan dengan analisis normatif menafsirkan temuan tematik itu lewat kerangka kaidah *al-umūr bi maqāṣidihā* dan maqāṣid syariah. Pada tahap ini, setiap kategori motivasi yang teridentifikasi dari data lapangan ditimbang kedudukan hukumnya dengan merujuk pada kaidah fikih, lalu dinilai relevansinya terhadap pencapaian unsur-unsur maqāṣid syariah yang relevan dengan konteks usaha kuliner.

Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini dijaga lewat beberapa teknik berikut.

1. Triangulasi sumber membandingkan dan mengonfirmasi informasi dari tiga kategori informan untuk memastikan konsistensi temuan, sekaligus mengidentifikasi kalau ada perbedaan persepsi antar-kategori informan yang justru relevan dianalisis lebih lanjut.
2. Triangulasi teknik membandingkan hasil wawancara dengan observasi langsung dan dokumentasi, untuk memverifikasi bahwa pernyataan informan sejalan dengan praktik aktual di lapangan.
3. Member checking mengonfirmasi kembali hasil interpretasi awal peneliti kepada informan kunci, agar pemaknaan peneliti terhadap motivasi yang disampaikan tidak menyimpang dari maksud informan.
4. Kecukupan referensial memastikan interpretasi data lapangan selalu dirujuk kembali pada sumber primer hukum Islam, agar analisis normatif tidak bersifat spekulatif.

Etika Penelitian

Penelitian ini memperhatikan prinsip etika dalam studi sosial-keagamaan. Pertama, persetujuan terinformasi. Peneliti menjelaskan tujuan penelitian kepada semua informan. Peneliti meminta persetujuan secara sukarela sebelum wawancara. Peneliti juga meminta persetujuan pemilik usaha atas pencantuman nama usaha secara eksplisit dalam publikasi ini. Kedua, kerahasiaan data pribadi informan. Peneliti menjaga data sensitif di luar konteks penelitian. Peneliti tidak mempublikasikan identitas pribadi karyawan dan konsumen yang tidak relevan. Ketiga, kejujuran ilmiah komitmen untuk menyajikan data dan interpretasi apa adanya, termasuk kalau ditemukan motivasi yang secara normatif kurang ideal dari sudut pandang syariah, tanpa mereduksi atau memoles temuan demi narasi tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konfigurasi Motivasi Penggunaan Sertifikat Halal pada Rumah Makan Mie Ayam dan Bakso Sari Raos Pak De Batam

Dari wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dihimpun dari pemilik usaha, karyawan, dan konsumen, ada satu hal yang cukup jelas: motivasi penggunaan sertifikat halal di sini tidak berdiri sebagai satu faktor tunggal. Ia terbentuk dari tiga orientasi yang saling berhimpitan motivasi religius, kepatuhan hukum, dan ekonomi-bisnis. Ketiganya hadir bersamaan dalam pengalaman informan kunci, meskipun bobot penekanannya berbeda-beda bergantung konteks pertanyaan yang diajukan. Pola ini konsisten dengan temuan Wulandari, Hubeis, dan Sulaeman bahwa motivasi sertifikasi halal pada UMKM kuliner bersifat multifaktor, tidak eksklusif satu sama lain.

Ada satu hal yang penting digarisbawahi sejak awal. Alih-alih membaca ketiga motivasi itu sebagai kategori yang berdiri sendiri dan saling eksklusif, data lapangan justru menunjukkan ketiganya membentuk semacam lapisan niat yang saling menopang. Pemilik usaha di sini tidak memilah secara tegas antara "bersertifikat karena Allah" versus "bersertifikat karena bisnis" kedua orientasi itu dialami secara berimpit dalam satu tindakan yang sama. Karakter berimpit inilah yang nantinya jadi titik tolak penting untuk menerapkan kaidah *al-umūr bi maqāṣidihā* pada bagian analisis berikutnya. Kaidah itu memang dirancang untuk membaca niat yang berlapis dan bercampur, bukan niat tunggal yang murni satu jenis.

1. Motivasi Religius

Motivasi religius di sini muncul karena pemilik usaha sadar bahwa menjaga kehalalan produk pangan adalah tanggung jawab keagamaan, bukan sekadar kewajiban administratif. Pemilik usaha menunjukkan kesadaran itu lewat pilihan bahan baku dan cara produksi yang konsisten, bahkan sebelum sertifikat halal formal didapatkan. Praktik produksi sudah dijalankan sesuai prinsip kehalalan. Jadi proses sertifikasi hanya menuliskan resmi apa yang sudah berjalan. Pola semacam ini cocok dibaca lewat teori motivasi Abraham Maslow, yang menempatkan kebutuhan religius-spiritual sebagai bagian dari kebutuhan aktualisasi diri melampaui kebutuhan dasar fisiologis dan keamanan. Pemilik usaha tidak hanya mengejar keuntungan ekonomi. Pemilik usaha juga mencari ketenangan hati sebagai pelaku usaha Muslim yang berjualan sesuai syariat.

Saya melihat dimensi religius jelas dari orientasi pemilik usaha terhadap konsumen Muslim. Pemilik usaha menilai sertifikat halal sebagai bentuk amanah. Sertifikat halal memberi ketenangan pada pembeli yang mengonsumsi produk. Prinsip ini menuntut pelaku usaha Muslim memikul tanggung jawab moral atas kehalalan barang yang dijual kepada sesama Muslim. Temuan ini menguatkan dan memberi nuansa baru pada simpulan Bashir dan Nor. Simpulan Bashir dan Nor menekankan bahwa sertifikasi halal mengurangi asimetri informasi antara produsen dan konsumen. Pada kasus ini, motif mengurangi asimetri informasi itu tidak murni bersifat transaksional pemilik usaha memaknainya sebagai bagian dari ibadah muamalah.

2. Motivasi Kepatuhan Hukum

Motivasi kedua muncul karena sadar akan kewajiban hukum positif. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dan Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 menegaskan kewajiban itu. Pemilik usaha menganggap sertifikasi halal sebagai keharusan yang tak bisa dihindari. Pemerintah lewat BPJPH terus memperketat tenggat sertifikasi untuk pelaku usaha mikro dan kecil di sektor pangan. Motivasi ini selaras dengan

temuan Hutabarat dan Ivanna. Kebijakan sertifikasi halal pemerintah terbukti mendorong kepatuhan UMKM, terutama bila mekanisme menyederhanakan beban administratif dan biaya bagi pelaku usaha mikro.

Data lapangan menunjukkan hal menarik. Motivasi kepatuhan hukum tidak muncul sebagai motivasi terpisah atau berlawanan dengan motivasi religius. Pemilik usaha melihatnya sebagai konsekuensi logis ajaran agama. Mereka menganggap ketentuan negara soal jaminan produk halal sebagai operasionalisasi kewajiban syariah ke dalam sistem hukum positif, bukan beban eksternal yang dipatuhi hanya untuk menghindari sanksi. Data ini penting untuk ditelaah lebih jauh pada analisis fikih nanti. Data ini menunjukkan bahwa garis pemisah antara motivasi syariah dan motivasi hukum positif pada level pengalaman pelaku usaha tidak selalu tegas. Banyak orang mengira garis pemisah itu tegas dalam kerangka analisis akademik yang memisahkan motivasi syariah dan motivasi hukum positif menjadi dua kategori.

3. Motivasi Ekonomi dan Bisnis

Jadi, motivasi ketiga muncul karena usaha ingin tetap berjalan dan bersaing. Nah, pemilik usaha mengaku bahwa sertifikat halal meningkatkan kepercayaan konsumen. Sertifikat halal menambah pelanggan. Sertifikat halal memperkuat citra usaha. Persaingan kuliner Batam yang semakin ketat menambah tekanan pada usaha. Konsumen yang diwawancarai juga mengonfirmasi peran sertifikat halal. Sebagian konsumen menyebut sertifikat halal sebagai salah satu faktor memilih tempat makan. Namun sertifikat halal bukan satu-satunya faktor. Kondisi tersebut terutama berlaku bagi konsumen yang pertama kali datang dan belum mempercayai pemilik usaha.

Temuan ini cocok dengan penelitian sebelumnya. Penelitian tersebut menemukan hubungan positif antara sertifikasi halal dan kepercayaan konsumen. Hidayat dan Nurhasanah melaporkan temuan itu. Sujono dan kawan-kawan menyimpulkan bahwa sertifikasi halal meningkatkan penjualan UMKM. Tapi ada nuansa yang perlu dicatat secara kritis dari data lapangan ini. Motivasi ekonomi di sini tidak tampil sebagai motivasi yang berdiri sendiri dan mendominasi melainkan sebagai konsekuensi yang disyukuri, bukan dikejar secara primer, dari komitmen menjaga kehalalan yang sudah dijalankan sejak awal. Pemilik usaha tidak menggambarkan proses sertifikasi sebagai keputusan kalkulatif murni berbasis untung-rugi bisnis. Lebih tepat disebut sebagai langkah yang kebetulan menguntungkan secara bisnis karena sejalan dengan apa yang sudah diyakini benar secara agama.

Sintesis Awal: Pola Interaksi Tiga Motivasi

Sebelum masuk pembahasan kritis di bagian berikutnya, ada satu pola penting yang perlu ditegaskan dari ketiga sub-temuan di atas. Pada kasus Rumah Makan Mie Ayam dan Bakso Sari Raos Pak De, motivasi religius berperan sebagai motivasi inti yang melahirkan dua motivasi turunan kepatuhan hukum sebagai perpanjangan kewajiban agama ke ranah hukum positif, dan motivasi ekonomi sebagai buah, bukan tujuan utama, dari komitmen menjaga kehalalan. Pola berjenjang seperti ini berbeda dari yang ditemukan Mulyatun dan kawan-kawan pada sejumlah pelaku usaha mikro kuliner lain, di mana motivasi ekonomi dan kepatuhan hukum justru lebih dominan dibanding motivasi religius murni.

Perbedaan pola ini penting dicatat, bukan untuk menyimpulkan generalisasi pada level populasi UMKM kuliner secara nasional mengingat keterbatasan studi kasus tunggal tapi untuk menegaskan bahwa konfigurasi motivasi sertifikasi halal itu variatif antarpelaku usaha. Variasi inilah yang jadi pijakan penting untuk penerapan kaidah *al-umūr bi maqāṣidihā* pada bagian pembahasan berikutnya: kalau motivasi bervariasi, maka nilai hukum dan keberkahan sertifikat

yang dimiliki pun sebenarnya tidak bisa diperlakukan secara homogen, hanya karena bentuk dokumennya sama.

Analisis Kaidah *Al-Umūr bi Maqāṣidihā* terhadap Konfigurasi Motivasi Penggunaan Sertifikat Halal

Dari temuan sebelumnya, sudah jelas bahwa motivasi penggunaan sertifikat halal pada Rumah Makan Mie Ayam dan Bakso Sari Raos Pak De tidak berdiri tunggal ada lapisan: religius sebagai inti, kepatuhan hukum sebagai perpanjangan logisnya, ekonomi sebagai buah yang menyertai. Pertanyaannya sekarang, bagaimana konfigurasi berlapis ini dinilai lewat kaidah *al-umūr bi maqāṣidihā*? Dan lebih jauh, apa konsekuensi praktisnya bagi cara kita memahami sertifikasi halal sebagai fenomena hukum?

Kaidah *al-umūr bi maqāṣidihā* bersumber dari hadis “*innamā al-a'mālu bi al-niyyāt*” sesungguhnya setiap amal bergantung pada niatnya. Sederhana kelihatannya, tapi implikasinya luas: nilai hukum dan keberkahan suatu perbuatan tidak ditentukan bentuk lahiriahnya, melainkan tujuan yang melatarinya. Para ulama ushul fikih seperti dijelaskan Amelia dan kawan-kawan, juga Dewi dan kawan-kawan mengembangkan kaidah induk ini jadi sejumlah kaidah cabang untuk kasus-kasus spesifik, mulai dari status hukum perbuatan mubah yang bisa berubah bernilai ibadah karena niat tertentu, sampai status hukum transaksi muamalah yang validitasnya bisa berubah bergantung maksud para pihak yang bertransaksi. Yang menarik, kajian-kajian itu seperti sudah ditunjukkan di bagian Kajian Pustaka hampir semuanya berhenti di level konseptual-tekstual, belum diuji pada data lapangan riil. Penelitian ini mengambil langkah lebih jauh: menerapkan kaidah itu langsung pada satu kasus konkret usaha kuliner bersertifikat halal.

Hasilnya, penerapan kaidah ini pada data lapangan menghasilkan pembacaan yang berbeda dari yang biasa dilakukan literatur sertifikasi halal arus utama. Literatur arus utama seperti kajian Bashir dan Nor, juga Hidayat dan Nurhasanah umumnya memperlakukan sertifikat halal sebagai variabel biner, ada atau tidak ada, dengan dampak yang diasumsikan seragam terhadap kepercayaan konsumen begitu sertifikat itu diperoleh. Kaidah *al-umūr bi maqāṣidihā* menolak asumsi keseragaman semacam itu. Dalam kerangkanya, dua usaha kuliner yang sama-sama memegang sertifikat halal dari BPJPH bisa menempati kedudukan hukum syariah yang berbeda bergantung apakah sertifikat itu lahir dari niat menjaga amanah kehalalan, seperti ditemukan jadi motivasi inti pada kasus yang diteliti, atau lahir dari niat memanfaatkan sertifikat murni sebagai alat pemasaran tanpa komitmen substantif terhadap kehalalan produk.

Di titik ini, penelitian ini perlu bersikap kritis terhadap dirinya sendiri. Data lapangan pada kasus Sari Raos Pak De menunjukkan konfigurasi motivasi yang relatif ideal religius sebagai inti, hukum dan ekonomi sebagai pelengkap yang koheren. Tapi konfigurasi seperti ini tidak bisa diasumsikan berlaku umum pada seluruh UMKM kuliner bersertifikat halal di Indonesia. Justru di sinilah letak kegunaan teoretis kaidah *al-umūr bi maqāṣidihā*: ia menyediakan kerangka untuk membedakan kasus seperti Sari Raos Pak De dari skenario sebaliknya, yang sangat mungkin terjadi mengingat derasnya akselerasi sertifikasi halal massal menjelang tenggat Oktober 2026 lewat skema *self-declare* gratis SEHATI. Skema ini pada dasarnya menyandarkan validitas pernyataan kehalalan pada kejujuran deklarasi pelaku usaha sendiri, dengan verifikasi yang lebih ringan dibanding skema reguler yang lewat audit lembaga pemeriksa halal. Implikasinya cukup signifikan: makin ringan mekanisme verifikasi eksternal, makin besar bobot yang harus ditanggung niat internal pelaku usaha sebagai penjamin substansi kehalalan. Dan ini justru menjustifikasi mengapa kaidah *al-umūr bi maqāṣidihā*

makin relevan bukan makin tidak relevan di tengah era akselerasi sertifikasi massal berbasis deklarasi mandiri.

Argumen ini juga membawa penelitian ini pada posisi yang berbeda dari, dan dalam beberapa hal mengkritisi, kecenderungan kebijakan yang mengukur keberhasilan program sertifikasi halal murni dari sisi kuantitatif jumlah sertifikat yang terbit, jumlah UMK yang terjangkau, atau persentase pemenuhan tenggat regulasi. Ukuran-ukuran itu penting sebagai indikator capaian administratif. Tapi kaidah *al-umūr bi maqāṣidihā* mengingatkan bahwa angka-angka itu tidak otomatis ekuivalen dengan tercapainya substansi syariah yang jadi tujuan asasi dari jaminan produk halal itu sendiri. Sertifikat yang terbit dari niat yang dangkal sekadar menghindari sanksi atau mengejar insentif gratis tanpa komitmen menjaga kehalalan riil dalam operasional harian secara administratif tetap sah, tapi secara fikih kehilangan dimensi ibadahnya, sebagaimana ditegaskan kaidah ini pada ranah muamalah.

Dari sisi kontribusi ilmiah, analisis ini menawarkan reposisi terhadap cara membaca data motivasi yang selama ini diperlakukan semata sebagai variabel deskriptif dalam penelitian manajerial. Dengan kaidah *al-umūr bi maqāṣidihā*, data motivasi yang sama bisa dibaca ulang sebagai data hukum bukan sekadar apa yang mendorong pelaku usaha bersertifikasi, tapi bagaimana kedudukan hukum syariah dari sertifikat yang dimiliki, dilihat dari niat yang melatarinya. Reposisi semacam ini membuka ruang metodologis baru bagi kajian hukum ekonomi syariah, agar tidak semata jadi disiplin yang berhenti pada teks fikih klasik, tapi juga turun ke data lapangan kontemporer sebagai objek verifikasi sejalan dengan seruan Auda agar kajian maqāṣid syariah memakai pendekatan sistem yang dinamis dan kontekstual, bukan sekadar normatif-tekstual yang statis.

Dari sisi kontribusi praktis, temuan ini berimplikasi langsung bagi pembinaan UMKM oleh BPJPH dan lembaga pendamping sertifikasi. Kalau benar skema sertifikasi berbasis deklarasi mandiri menggeser beban penjaminan substansi kehalalan dari verifikasi eksternal ke niat internal pelaku usaha, maka program pendampingan sertifikasi halal idealnya tidak berhenti pada pendampingan teknis-administratif pengisian dokumen, pelatihan sistem jaminan produk halal sebagai syarat formal. Penguatan kesadaran nilai syariah di balik kewajiban itu juga perlu disertakan, agar sertifikat yang terbit secara masif menjelang 2026 benar-benar lahir dari, dan diiringi, niat yang sejalan dengan maqāṣid syariah bukan sekadar capaian angka administratif yang dikejar demi memenuhi tenggat regulasi.

Relevansi Konfigurasi Motivasi terhadap Pencapaian Maqāṣid Syariah dalam Usaha Kuliner

Pertanyaan penelitian ketiga yang harus dijawab adalah bagaimana konfigurasi motivasi yang sudah dianalisis di atas berkontribusi pada pencapaian maqāṣid syariah. Untuk menjawab pertanyaan, saya tidak memakai kelima unsur maqāṣid syariah klasik *hifz al-din*, *hifz al-nafs*, *hifz al-'aql*, *hifz al-nasl*, *hifz al-mal* sebagai daftar cek. Pendekatan itu bertentangan dengan kritik yang saya cantumkan di bagian Kajian Pustaka, yang menolak cara mekanis dalam literatur terapan. Sebaliknya, saya menjelaskan mengapa hanya tiga unsur *hifz al-din*, *hifz al-nafs*, *hifz al-mal* yang relevan dan dapat dipertanggungjawabkan. Data yang ada berasal dari usaha kuliner mikro yang sedang diteliti. Dua unsur lain tidak dipaksa relevan, karena data lapangan tidak memberi dasar argumen yang kuat untuk keduanya dalam konteks usaha rumah makan skala mikro ini.

Hifz al-Din, yang berarti Perlindungan Agama.

Relevansi unsur ini paling jelas. Sertifikat halal memberi jalan bagi konsumen Muslim untuk melaksanakan ketaatan agama ketika makan setiap hari. Mereka tidak perlu memeriksa

sendiri tiap bahan atau proses produksi yang melelahkan. Pada usaha kuliner jalanan atau warung sederhana yang diteliti, konsumen biasanya pelanggan harian. Mereka tidak punya akses untuk mengaudit dapur produksi secara langsung. Sertifikat halal berfungsi sebagai delegasi kepercayaan. Sertifikat halal menggantikan verifikasi pribadi yang tidak praktis bagi setiap konsumen. Temuan ini sejalan dengan argumen Bashir dan Nor tentang fungsi sertifikasi sebagai pengurang asimetri informasi. Tapi penelitian ini menambahkan dimensi yang tidak disentuh kajian tersebut: pengurangan asimetri informasi ini, kalau berasal dari motivasi religius yang tulus seperti ditemukan pada kasus Sari Raos Pak De, sekaligus jadi sarana bagi pemilik usaha untuk turut berperan menjaga agama orang lain bukan semata melayani kebutuhan informasi pasar.

Hifz al-Nafs (Perlindungan Jiwa)

Unsur ini relevan karena proses sertifikasi halal, dalam praktiknya, menuntut standar kebersihan dan kontrol proses produksi yang berdampak pada keamanan pangan secara umum bukan hanya kehalalan dalam pengertian sempit ketiadaan unsur haram. Observasi lapangan pada operasional usaha yang diteliti menunjukkan bahwa standar penanganan bahan baku pasca-sertifikasi memberi manfaat ganda: memenuhi syarat kehalalan sekaligus mendukung higienitas produk. Jadi unsur *hifz al-nafs* di sini tidak berdiri sebagai konsekuensi sampingan yang kebetulan, melainkan konsekuensi struktural dari sistem jaminan produk halal yang memang mensyaratkan kontrol proses, bukan cuma kontrol bahan.

Hifz al-Mal (Perlindungan Harta)

Unsur ini termanifestasi dalam dua arah yang saling berkaitan. Bagi konsumen, sertifikat halal memberi kepastian informasi yang melindungi mereka dari potensi kerugian akibat mengonsumsi produk yang sebenarnya tidak sesuai klaim kehalalannya semacam perlindungan harta dalam makna luas, karena uang yang dibelanjakan konsumen seharusnya memperoleh nilai tukar yang sesuai dengan klaim yang dijanjikan penjual. Bagi pelaku usaha, seperti ditemukan pada motivasi ekonomi di bagian Hasil, sertifikat halal berkontribusi pada keberlangsungan dan pertumbuhan usaha lewat penguatan kepercayaan pasar. Yang perlu dicatat secara kritis di sini: kedua arah manfaat *hifz al-mal* itu, bagi konsumen dan pelaku usaha, hanya bisa terjadi secara simultan dan tidak saling merugikan kalau motivasi yang melandasi sertifikasi bersifat jujur dan substantif. Kalau sertifikat diperoleh tanpa komitmen riil terhadap kehalalan, maka *hifz al-mal* bagi pelaku usaha justru tercapai dengan mengorbankan *hifz al-mal* konsumen uang yang dibelanjakan tidak memperoleh nilai tukar sesuai klaim. Ini potensi konflik kepentingan yang tersembunyi di balik narasi bahwa sertifikasi halal selalu menguntungkan semua pihak, narasi yang sering muncul dalam literatur pemasaran halal.

Sintesis: Masalah sebagai Fungsi dari Kejujuran Niat

Ketiga unsur di atas, kalau dirangkai, menunjukkan satu kesimpulan sentral: pencapaian maqāṣid syariah dalam praktik sertifikasi halal pada usaha kuliner mikro bukan fungsi langsung dari kepemilikan dokumen sertifikat, melainkan fungsi dari kejujuran dan kedalaman niat yang melandasi proses memperoleh dan mempertahankan komitmen kehalalan itu. Sertifikat hanyalah representasi formal. Substansi masalahnya bergantung pada apakah representasi formal itu benar-benar dijaga konsistensinya dalam praktik harian seperti ditunjukkan kasus yang diteliti, di mana motivasi religius yang menjadi inti niat justru jadi jangkar yang menjaga konsistensi antara klaim sertifikat dan praktik aktual.

Temuan ini memberi kontribusi ilmiah berupa pergeseran paradigma dalam mengevaluasi keberhasilan sertifikasi halal dari paradigma berbasis kepatuhan administratif menuju paradigma berbasis masalah. Paradigma pertama bertanya: apakah sudah bersertifikat? Paradigma kedua bertanya lebih jauh: apakah niat di balik sertifikat itu menjaga kemaslahatan bersama? Pergeseran ini penting bagi pengembangan teori hukum ekonomi syariah di Indonesia, karena ia menawarkan kerangka evaluatif yang lebih dalam dibanding ukuran-ukuran kuantitatif yang umum digunakan dalam laporan capaian sertifikasi halal nasional.

Dari sisi kontribusi praktis, temuan ini relevan bagi tiga pihak. Bagi pelaku usaha kuliner mikro lain, kasus Sari Raos Pak De jadi cermin bahwa sertifikasi halal yang dibangun di atas niat religius yang konsisten justru menghasilkan keselarasan alami antara kewajiban syariah, kewajiban hukum, dan kepentingan bisnis ketiganya tidak harus dipertentangkan. Bagi regulator dan lembaga pendamping, temuan ini jadi argumen untuk penguatan dimensi edukasi nilai dalam program akselerasi sertifikasi halal massal, agar capaian kuantitatif menjelang tenggat 2026 tidak mengorbankan substansi maqāṣid syariah yang jadi ruh dari kewajiban itu. Bagi konsumen, temuan ini jadi pengingat kritis bahwa kepercayaan terhadap logo sertifikat halal idealnya tidak bersifat buta tetap diimbangi kesadaran halal untuk menilai konsistensi praktik pelaku usaha, sejalan dengan temuan Awan, Siddiquei, dan Haider bahwa efektivitas sertifikasi sebagai sinyal kepercayaan bergantung pada literasi halal di sisi konsumen itu sendiri.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini menelaah motivasi penggunaan sertifikat halal pada Rumah Makan Mie Ayam dan Bakso Sari Raos Pak De Batam lewat kerangka kaidah fikih *al-umūr bi maqāṣidihā*, dan menilai relevansinya terhadap pencapaian maqāṣid syariah. Ada tiga hal yang bisa disimpulkan dari tiga pertanyaan penelitian yang diajukan.

Pertama, motivasi penggunaan sertifikat halal pada kasus ini tidak berdiri sebagai faktor tunggal. Ia terkonfigurasi dalam tiga lapisan yang saling menopang: motivasi religius sebagai inti, kepatuhan hukum sebagai perpanjangan logisnya ke ranah regulasi negara, dan motivasi ekonomi sebagai konsekuensi yang menyertai bukan tujuan primer yang dikejar secara kalkulatif. Pola berjenjang ini menjawab rumusan masalah pertama, sekaligus menegaskan bahwa motivasi sertifikasi halal di level usaha mikro bersifat majemuk dan kontekstual. Ia tidak bisa direduksi menjadi satu kategori dominan tanpa kehilangan nuansa penting di dalamnya.

Kedua, penerapan kaidah *al-umūr bi maqāṣidihā* terhadap konfigurasi motivasi ini menunjukkan bahwa nilai hukum dan keberkahan sertifikat halal tidak ditentukan oleh kepemilikan dokumen administratif semata, melainkan oleh kejujuran dan kedalaman niat yang melatari proses memperolehnya. Pada kasus yang diteliti, di mana motivasi religius jadi jangkar bagi dua motivasi lainnya, sertifikat yang dimiliki bisa dinilai memiliki nilai ibadah sekaligus nilai ekonomi secara bersamaan. Tapi kaidah ini juga menyediakan kerangka kritis untuk membedakan kasus seperti ini dari skenario sebaliknya di mana sertifikat diperoleh tanpa komitmen substantif terhadap kehalalan yang berpotensi meluas di tengah akselerasi sertifikasi massal berbasis deklarasi mandiri menjelang tenggat kewajiban sertifikasi halal Oktober 2026. Temuan ini menjawab rumusan masalah kedua: kaidah fikih klasik ini tetap relevan, bahkan makin relevan, untuk membaca fenomena sertifikasi halal kontemporer berbasis deklarasi mandiri.

Ketiga, konfigurasi motivasi yang ditemukan pada kasus ini relevan terhadap pencapaian tiga unsur maqāṣid syariah yang teridentifikasi punya basis argumentasi kuat pada konteks usaha kuliner mikro: *hifz al-din* sertifikat sebagai delegasi kepercayaan yang memudahkan konsumen Muslim menjalankan ketaatan beragama; *hifz al-nafs* standar proses sertifikasi yang berkontribusi pada higienitas dan keamanan pangan; dan *hifz al-mal* perlindungan nilai tukar konsumen dan keberlangsungan usaha pelaku bisnis, dengan catatan kritis bahwa kedua sisi manfaat ini hanya tercapai simultan kalau niat sertifikasinya jujur. Sintesis dari ketiga unsur itu menegaskan bahwa pencapaian maqāṣid syariah bersifat fungsi dari kejujuran niat, bukan fungsi langsung dari kepemilikan sertifikat. Ini jawaban atas rumusan masalah ketiga, sekaligus kontribusi konseptual utama penelitian ini: pergeseran cara mengevaluasi keberhasilan sertifikasi halal, dari paradigma kepatuhan administratif menuju paradigma berbasis masalah.

Implikasi Teoretis

Penelitian ini memberi implikasi teoretis berupa perluasan ranah aplikasi kaidah *al-umūr bi maqāṣidihā*, dari yang sebelumnya didominasi kajian normatif-tekstual perbankan syariah, fikih keluarga, ekonomi Islam secara umum, seperti ditunjukkan pada Kajian Pustaka ke ranah verifikasi empiris pada studi kasus usaha kuliner mikro bersertifikat halal. Perluasan ini menunjukkan bahwa kaidah fikih klasik punya daya jelajah analitis yang tidak terbatas pada teks. Ia bisa dioperasionalkan sebagai instrumen pembacaan data sosial kontemporer arah yang sejalan dengan ajakan Auda untuk menerapkan pendekatan sistem yang dinamis pada kajian maqāṣid syariah, ketimbang pendekatan yang berhenti pada penjabaran konsep secara statis.

Penelitian ini menambah model evaluasi sertifikasi halal. Kami menemukan model yang menyatukan tiga hal dalam satu kerangka: data motivasi empiris, kaidah fikih untuk menilai niat, dan maqāṣid syariah untuk mengukur kemaslahatan. Model integratif ini berbeda dari pendekatan biasa di literatur lama. Literatur lama memisah ketiga hal. Literatur lama menganggap data motivasi hanya topik manajemen bisnis. Literatur lama menganggap kaidah fikih hanya topik ushul fikih murni. Literatur lama menganggap maqāṣid syariah hanya checklist generik dipakai lintas konteks tanpa penjelasan kontekstual memadai.

Implikasi Praktis

Bagi pelaku usaha kuliner, penelitian ini menegaskan bahwa sertifikasi halal idealnya tidak diposisikan sebagai instrumen pemasaran atau kewajiban administratif yang dipatuhi secara minimalis. Lebih tepat dilihat sebagai amanah yang menuntut konsistensi antara klaim formal dan praktik harian. Kasus Sari Raos Pak De menunjukkan bahwa keselarasan antara motivasi religius, kepatuhan hukum, dan kepentingan ekonomi bukan sesuatu yang harus dipertentangkan bisa dibangun secara organik kalau niat dasarnya kokoh.

Bagi BPJPH dan lembaga pendamping sertifikasi halal, penelitian ini memberi masukan: keberhasilan program akselerasi sertifikasi termasuk Program SEHATI 2026 dengan kuota 1,35 juta sertifikat gratis menjelang tenggat Oktober 2026 tidak cukup diukur dari kuantitas sertifikat yang terbit. Pendampingan teknis-administratif perlu disertai penguatan edukasi nilai syariah, terutama pada skema *self-declare* yang menyandarkan validitas kehalalan pada deklarasi mandiri pelaku usaha, agar substansi maqāṣid syariah tidak tereduksi menjadi sekadar capaian angka dalam laporan kebijakan. Bagi konsumen Muslim, penelitian ini mengingatkan pentingnya kesadaran halal yang aktif bukan kepercayaan pasif terhadap logo sertifikat semata sebagai pelengkap terhadap sistem jaminan produk halal yang berlaku.

Keterbatasan Penelitian

Ada beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yang perlu dikemukakan secara jujur. Pertama, desain studi kasus tunggal yang dipakai menghasilkan kedalaman analisis kontekstual, tapi membatasi generalisasi temuan pada populasi UMKM kuliner bersertifikat halal secara lebih luas. Konfigurasi motivasi berjenjang yang ditemukan pada kasus ini, dengan motivasi religius sebagai inti, tidak bisa diasumsikan berlaku seragam pada UMKM kuliner lain mengingat penelitian terdahulu, misalnya Mulyatun dan kawan-kawan, justru menemukan pola dominasi motivasi ekonomi-regulatif pada sejumlah kasus lain. Kedua, data motivasi yang dihimpun bersifat self-report lewat wawancara. Meski sudah ditriangulasi dengan observasi dan dokumentasi, ia tetap punya keterbatasan inheren berupa kemungkinan bias presentasi diri informan terutama pada topik sensitif seperti niat beragama yang secara alami sulit diverifikasi objektif dari luar. Ketiga, penilaian terhadap tiga unsur maqāṣid syariah dalam penelitian ini bersifat kualitatif-argumentatif, bukan pengukuran terstandar, sehingga interpretasinya tetap terbuka untuk diperdebatkan dan diperkaya perspektif keilmuan lain.

Agenda Penelitian Selanjutnya

Keterbatasan di atas memberi peluang. Peneliti dapat mengembangkan beberapa arah untuk penelitian selanjutnya.

1. Penelitian multi kasus atau studi komparatif pada beberapa UMKM kuliner yang berbeda dalam skala usaha, lokasi, atau jenis sertifikasi reguler dan self-declare memperluas pemahaman tentang berbagai motivasi. Penelitian ini juga memungkinkan generalisasi analitis yang lebih kuat.
2. Penelitian kuantitatif lanjutan dapat membuat alat ukur kedalaman niat syariah yang lebih standar. Alat ukur kedalaman niat syariah memungkinkan peneliti menguji model integratif yang ditawarkan dalam penelitian kuantitatif lanjutan pada sampel yang lebih besar.
3. Penelitian mendatang bisa secara khusus menelaah dampak skema self-declare SEHATI terhadap kualitas substantif bukan sekadar kuantitas sertifikasi halal UMKM, mengingat skema ini diproyeksikan jadi jalur dominan sertifikasi UMKM mikro pasca-2026.
4. Replikasi pendekatan integratif kaidah fikih, motivasi, dan maqāṣid syariah pada sektor halal selain kuliner kosmetik, fesyen, pariwisata ramah Muslim akan menguji sejauh mana model analisis ini bisa digeneralisasi lintas sektor industri halal.

DAFTAR PUSTAKA

- "Assessing the Perceptions of Halal Certification among SME Entrepreneurs in the Food and Beverage Industry of Northern Johor, Malaysia." *UMRAN: International Journal of Islamic and Civilizational Studies*, 2023/2024.
- "Maqasid Approach and Shariah Rules Towards Halal Industry." *Journal of Halal Science, Industry and Business*, 2024.
- "Momentum Menata Ulang Akselerasi Ekonomi Syariah Meski Peringkat Turun." *CNN Indonesia*, 4 Juni 2026.
- "Peringkat SGIE Turun, Industri Halal RI Perlu Perkuat Sisi Produksi." *Republika*, 3 Juni 2026.
- "Posisi Indonesia Melorot dalam Daftar Ekonomi Islam Global, Kini di Peringkat Keempat." *Republika*, 31 Mei 2026.
- "Strengthening the Global Competitiveness of Halal Culinary SMEs in North Sumatra through a Maqasid of Shariah-Based Approach." *Journal of Islamic Economics Lariba*, 2025.
- At-Tasyri': Jurnal Hukum Islam dan Ekonomi Syariah Volume 7 No 02, Juli 2026

Motivasi Pelaku Usaha Kuliner dalam Penggunaan Sertifikat Halal: Telaah Kaidah Al-Umūr bi Maqāṣidihā dan Korelasinya dengan Maqāṣid Syariah. (Dani Prayitno,et.all)

"Sustainable Improvement of Food SMEs through Halal Certification: A Meta-Analysis." Bibliometric study, Scopus database 2013–2022, 2024.

Aisyah, S., dan A. Kurniawan. "Implementasi Prinsip Maqasid Syariah pada UMKM Makanan Halal." *Jurnal Muamalah*, 2023.

Al-Bukhari, Muhammad ibn Ismail. *Sahih al-Bukhari*. Kitab Bad' al-Wahyi.

Al-Syatibi, Abu Ishaq. *Al-Muwafaqat fi Ushul al-Syari'ah*. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2003.

Alfarizi, M. "Peran Sertifikasi Halal dan Kepatuhan Praktik Halal terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan." *Harmoni*, 2023.

Ali, J., dan N. Suleiman. "Sustainable Halal Business Practices and Consumer Confidence." *International Journal of Business and Society*, 2021.

Amelia, D., dkk. "Kaidah Al-Umuru bi Maqashidiha dalam Ekonomi Islam." *Syariah: Jurnal Ilmu Hukum*, 2025.

As-Subki, Taj al-Din. *Al-Asybah wa al-Nazhair*. Jilid I. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1991.

Auda, Jasser. *Maqasid Al-Shariah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach*. London: The International Institute of Islamic Thought, 2008.

Awan, H. M., A. N. Siddiquei, dan Z. Haider. "Factors Affecting Halal Purchase Intention." *International Journal of Islamic Marketing and Branding*, 2020.

Az-Zuhaili, Wahbah. *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*. Damaskus: Dar al-Fikr, 2011.

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). "Ini Kriteria Pelaku UMK yang Dapat Mengajukan Sertifikat Halal Gratis Program SEHATI 2026." bpjph.halal.go.id, Januari 2026.

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). *Keputusan Kepala BPJPH Nomor 146 Tahun 2025 tentang Petunjuk Teknis Layanan Sertifikasi Halal bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil Berdasarkan Pernyataan Halal*. Jakarta: BPJPH, 2025.

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). *Pedoman Sistem Jaminan Produk Halal*.

Bashir, A., dan M. Nor. "Halal Certification and Consumer Trust in Muslim Markets." *Journal of Islamic Marketing*, 2021.

Dewi, I. D. A., dkk. "Analisis Kaidah Al-Umuru Bi Maqasidiha dan Penerapannya dalam Ekonomi Islam." *Maslahah: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 2025.

DinarStandard. *State of the Global Islamic Economy Report 2025/26*. Dubai: DinarStandard, 2026.

Djazuli, A. *Kaidah-Kaidah Fikih*. Jakarta: Kencana, 2019.

Faishal, F., M. A. Adly, dan H. Firmansyah. "Kaidah al-Umur bi Maqasidiha dan Penerapannya dalam Fikih Keluarga." *Aladalah: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora* 2, no. 4 (2024): 120–130.

Motivasi Pelaku Usaha Kuliner dalam Penggunaan Sertifikat Halal: Telaah Kaidah Al-Umūr bi Maqāṣidihā dan Korelasinya dengan Maqāṣid Syariah. (Dani Prayitno,et.all)

Fathoni, A., dan N. Lestari. "Urgensi Kaidah Al-Umuru Bi Maqasidiha dalam Praktik Perbankan Syariah." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBIS)* 7, no. 1 (2022): 101–115.

Fauzi, A. "Kepatuhan Syariah pada UMKM Kuliner." *Jurnal Al-Amwal*, 2021.

Hasanah, E. U., dkk. "Meningkatkan Daya Saing UMKM Kuliner melalui Pendampingan Sertifikasi Halal." *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2024.

Hidayat, A., dan Nurhasanah. "Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Loyalitas Konsumen Muslim." *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2023.

Hidayat, R., dkk. "Halal Certification and Implications for MSMEs: A Systematic Literature Review." *Journal of Business Management and Islamic Banking (JBMIB)* 3, no. 2 (2024).

Hutabarat, L., dan J. Ivanna. "Analisis Kebijakan Sertifikasi Halal Bagi UMKM di Indonesia." *Jurnal Kebijakan Publik*, 2024.

Ibn 'Ashur, Muhammad al-Tahir. *Treatise on Maqasid al-Shariah*. London: The International Institute of Islamic Thought, 2006.

Jannah, N. "Sertifikasi Halal dan Perlindungan Konsumen Muslim." *Jurnal Hukum Islam*, 2022.

Karim, Adiwarman A. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Rajawali Pers, 2020.

Kementerian Agama Republik Indonesia. Keputusan Menteri Agama tentang Pedoman Sertifikasi Halal.

Mardani. *Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia*. Jakarta: Kencana, 2019.

Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. 4th ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2020.

Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021.

Mulyatun, S., dkk. "Analisis Faktor Motivasi Pelaku Bisnis Mikro Bidang Kuliner dalam Pendaftaran Sertifikasi Halal." *Upajiwa Dewantara*, 2024.

Muslim ibn al-Hajjaj. *Sahih Muslim*. Kitab al-Imarah.

Rahim, N. A., dkk. "Maqasid Shariah and Halal Entrepreneurship." *International Journal of Islamic Economics and Finance*, 2023.

Rahman, M. "Implementasi Maqasid Syariah dalam Industri Halal." *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2022.

Republik Indonesia. Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal.

Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Perppu Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang.

Rofiqoh, N., dkk. "Kesadaran Halal dan Strategi Pengembangan UMKM Kuliner." *Jurnal Bisnis Syariah*, 2024.

Motivasi Pelaku Usaha Kuliner dalam Penggunaan Sertifikat Halal: Telaah Kaidah Al-Umūr bi Maqāṣidihā dan Korelasinya dengan Maqāṣid Syariah. (Dani Prayitno,et.all)

Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2023.

Syamsuddin. "Maqasid Syariah dalam Pengembangan Industri Halal." *Jurnal Ekonomi Islam*, 2023.

Syarifuddin, Amir. *Ushul Fiqh Jilid I*. Jakarta: Kencana, 2014.

Wilson, J. A. J. "The Development of Halal Industry and Consumer Behavior." *Journal of Islamic Marketing*, 2020.

Wulandari, D., M. Hubeis, dan A. Sulaeman. "Motivasi Pelaku UMKM Kuliner untuk Memperoleh Sertifikasi Halal." *Jurnal Manajemen IKM*, 2024.

Yusof, S. M., dan W. J. W. Jusoh. "Halal Certification and Market Competitiveness among SMEs." *Journal of Islamic Business Research*, 2022.