

Kopontren dan Ekosistem Halal Value Chain

Arna Asna Annisa*

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga, Indonesia

*Email korepondensi: arnaannisa@gmail.com

Abstract

The development of the economic potential of Islamic boarding schools can have a positive impact on improving the national economy. As an educational institution, Islamic boarding schools have the potential of human resources which are also large for high fighting ability, which supports accompanied by capabilities that become a great potential that can become the basis of Indonesia's new economic flows through strengthening boarding schools (kopontren). This paper aims to examine the ecosystems in Islamic boarding schools which have to do with changes in the lifestyle of its members to apply halal values. The research using this qualitative descriptive method. Based on the results of the analysis, the role of kopontren as the driving force of the boarding school is an important diversion as a determinant of how to turn on the halal value chain in every part of the environment in the Islamic boarding school ecosystem with halal values in production, distribution for consumption needs goods or services.

Keywords: Halal industry, Halal value chain, Halal lifestyle, Kopontren

Abstrak

Pengembangan potensi ekonomi pondok pesantren dapat berdampak positif untuk perekonomian nasional. Sebagai lembaga pendidikan, pondok pesantren memiliki potensi SDM yang besar juga daya juang tinggi, yang apabila diiringi dengan kemampuan berusaha menjadi sebuah potensi besar sehingga dapat menjadi basis arus baru ekonomi Indonesia melalui penguatan koperasi pondok pesantren (kopontren). Tujuan penelitian ini untuk mengkaji ekosistem dalam pondok pesantren terhadap perubahan gaya hidup anggotanya untuk menerapkan nilai-nilai islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif deskriptif. Berdasarkan hasil analisis, peran kopontren sebagai motor penggerak perekonomian pondok pesantren berpengaruh secara signifikan sebagai penentu bagaimana menghidupkan halal value chain (rantai nilai halal) pada setiap bagian lingkungan dalam ekosistem pondok pesantren dengan menerapkan nilai-nilai halal dalam aktivitas produksi, distribusi hingga aktivitas konsumsi anggotanya baik berupa barang ataupun jasa.

Kata kunci: Industri Halal, Halal Value Chain, Halal Lifestyle, Kopontren

Saran sitasi: Annisa, A.A. (2019). Kopontren dan Ekosistem Halal Value Chain. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(01), 1-8. doi:<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v5i01.398>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v5i01.398>

1. Pendahuluan

Laju pertumbuhan industri halal global menunjukkan peningkatan dalam beberapa tahun terakhir, data dari departemen komunikasi Bank

Indonesia menunjukkan angka 7,5% pada tahun 2015 menjadi lebih dari 8% pada tahun 2016. Kondisi tersebut diperkirakan akan terus

meningkat pada tahun 2017 dan seterusnya (Bank Indonesia, 2018).

Pasar industri halal di Indonesia sendiri, khususnya sektor makanan halal, travel, fashion, obat-obatan serta kosmetik halal telah mencapai sekitar 11% dari pasar global pada tahun 2016. Capaian tersebut menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi yang besar dalam pengembangan sektor industri halal. Besarnya potensi Indonesia di sektor industri halal inilah yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi nasional.

Peningkatan nilai dalam aktifitas industri halal di Indonesia didukung pula oleh peningkatan kesadaran akan pentingnya konsumsi sektor industri halal dari penduduk Indonesia yang merupakan 12,7% dari populasi penduduk muslim dunia. Kesadaran inilah yang pada akhirnya merubah gaya hidup akan konsumsi barang produksi. Perubahan ini berdampak signifikan pada tren gaya hidup halal atau *halal lifestyle* yang menjadi indikator universal sehingga diterima dan diikuti untuk semua kalangan masyarakat (Baharuddin, Kassim, Nordin, & Buyong, 2015).

Perubahan pada gaya hidup halal masyarakat yang nampak pada perubahan permintaan barang halal mengandung konsekuensi pada ketersediaan penawaran produk halal. Tidak sampai disini, halal lifestyle menuntut penjaminan kehalalan rantai produksi hingga konsumsi. Maka menjadi sebuah keniscayaan untuk menciptakan kawasan industri yang bisa mengakomodasi kebutuhan tersebut.

Strategi pengembangan industri halal di Indonesia terus digencarkan, mulai dari regulasi hingga pengembangan zona industri halal. Zona industri halal merupakan kawasan industri yang di dalamnya semua industri menerapkan atau sesuai dengan standar Islam mulai dari hulu sampai hilir (Kementerian Perindustrian, 2018). Hal ini menjadi penting mengingat produk halal harus terjamin kehalalannya dari sumber bahan baku yang didapat, proses produksi, hingga pendistribusian produk ke tangan konsumen.

Pengembangan zona industri halal ini bisa dilakukan dengan optimal dengan memperkenalkannya pada kelompok muslim yang melakukan aktivitas dan bermukim bersama. Seperti halnya pondok pesantren, disana memenuhi syarat sebagai sebuah ekosistem yang mendukung terciptanya perubahan social (Zuhriy, 2011). Atas aktifitas pemukiman yang dilakukan dalam lingkungan pondok pesantren tersebut, daur rantai kegiatan ekonomi dapat dilakukan dengan sempurna, mulai dari aktifitas produksi, distribusi, dan konsumsi. Dalam hal amal usaha, di pondok pesantren sudah terbentuk koperasi pondok pesantren (kopontren) yang menjadi wadah pemenuhan kebutuhan ekonomi warga pondok pesantren (Fitra & Rasyid, 2016). Oleh karena itulah, penjaminan rantai nilai halal atau *halal value chain* dalam setiap produk lebih bisa dijamin melalui peran kopontren sebagai motor dalam ekosistem yang mampu menciptakan perubahan sosial yang lebih baik.

2. Metode Penelitian

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif-deskriptif. Penelitian kualitatif dilaksanakan untuk membangun pengetahuan melalui pemahaman dan penemuan, sehingga diharapkan dapat mengungkap berbagai informasi yang teliti dan penuh makna, namun juga tidak menolak informasi kuantitatif dalam bentuk angka (Batubara, 2017). Informasi didapat penulis dengan metode telaah literatur (*literature review*) dari berbagai penelitian dan tulisan yang telah dilakukan sebelumnya juga kebijakan tentang Ekosistem Halal Value Chain. Data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari jurnal, buku, dokumentasi, dan publikasi, diantaranya dari lembaga-lembaga terpercaya seperti Bank Indonesia (BI), Kementerian Perindustrian, Badan Pusat Statistik (BPS).

Metode ini mendeskripsikan dan menggambarkan data lapangan yang bersifat alamiah, dalam hal ini adalah kehidupan kopontren di Indonesia, ataupun rekayasa manusia, termasuk kebijakan pemerintah dalam rangka peningkatan

industry halal di Indonesia dengan membentuk kawasan atau ekosistem halal value chain.

Proses analisis data penelitian diatas dilakukan secara komprehensif dengan lebih memperhatikan mengenai karakteristik data, kualitas data, dan juga keterkaitan antar hal serta membandingkan dengan konsep dan teori yang relevan, sehingga dapat memberikan informasi yang tepat tentang peran kopontren untuk mengembangkan ekosistem halal value chain

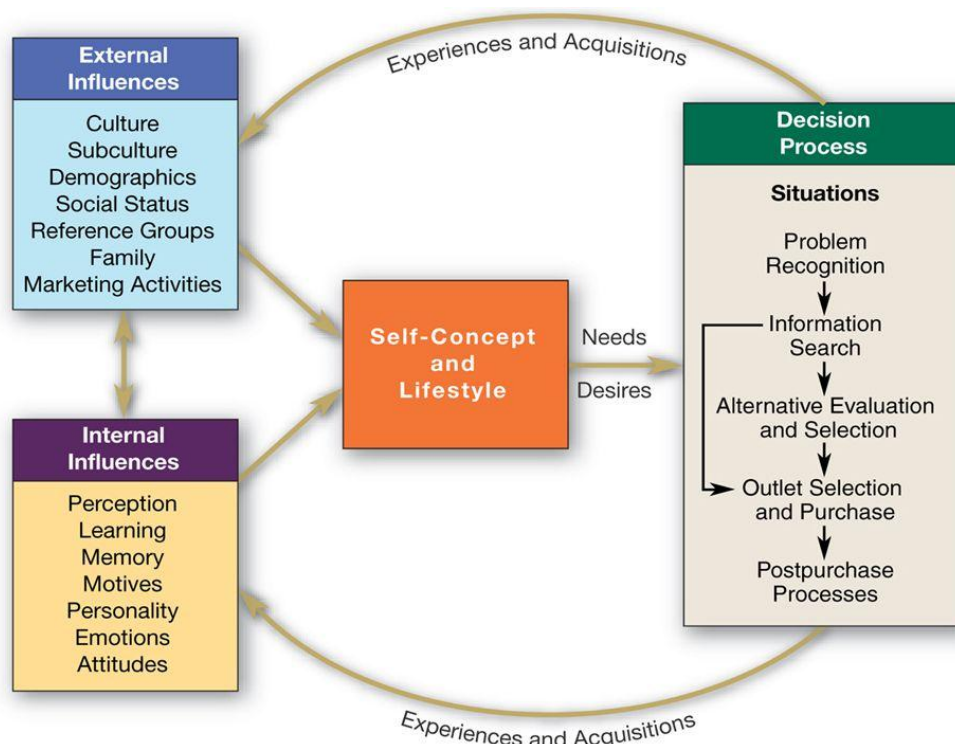
3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Gaya Hidup Halal (Halal Lifestyle)

Gaya hidup (*life style*) merupakan perilaku yang nampak dari aktivitas seseorang. Menurut Kotler, gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas (*activity*), minat (*interest*) dan opininya (*opinion*). Gaya hidup itu sendiri menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya (Kotler & Keller, 2006). Gaya hidup akan berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam membelanjakan dan mengalokasikan waktu dan uang yang dimiliki, dimana hal tersebut ditentukan dari faktor eksternal dan faktor internal konsumen.

Dalam hal keyakinan beragama atau kepercayaan, Hawkins menggolongkannya dalam faktor eksternal berupa budaya. Budaya didefinisikan sebagai keseluruhan kepercayaan, pengetahuan, hukum, moral, adat istiadat, seni, dan setiap kemampuan lainnya yang diperoleh manusia sebagai anggota masyarakat, mencakup juga segala sesuatu yang mempengaruhi proses pemikiran individu dan perilaku (Hawkins, Best, Coney, Carril Villarreal, & Domette Nicolesco, 2004).

Selaras dengan teori Hawkins, bagi seorang muslim membeli barang konsumsi bukan sekedar untuk memenuhi kebutuhan atau mengikuti gaya hidup, tetapi mereka juga diwajibkan untuk taat pada ketentuan syariat sebagai konsekuensi dari keimanan mereka, salah satunya yaitu prinsip halal. Secara bahasa, kata halal berasal dari bahasa Arab *halla*, *yahillu*, *hillan*, *wahalalan* yang mempunyai makna dibenarkan atau dibolehkan oleh hukum syarak, sebagai sesuatu yang dibolehkan atau diizinkan oleh Allah (Al Qordhawi, 1994), sedangkan kebalikannya yaitu haram berarti dilarang (Astogini, Wahyudin, & Wulandari, 2012). Halal tidak dimaknai sebagai



Gambar 1. Model Perilaku Konsumen menurut Hawkins (Hawkins et al., 2004)

pembatasan, melainkan untuk memperkenalkan ajaran Allah SWT dari sudut pandang syariah yang dinyatakan dalam Alquran dan hadist (Adinugraha & Sartika, 2019). Dengan begitu, gaya hidup halal tidak bisa terpisahkan dari kehidupan sehari-hari seorang muslim.

Gaya hidup halal menurut *Muslim Judicial Council Halaal Trust* (MJCHT) merupakan tingkah laku seseorang yang dilakukan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki secara benar, jujur, berintegritas, berkeadilan, bermartabat, dan juga tidak menyimpang dari ajaran Islam (MJCHT, 2018). Gaya hidup halal dapat dilakukan dengan mengamalkan konsep 3 HM, yaitu halal memperoleh, halal mengonsumsi dan halal memanfaatkan (Jambilink, 2018). Dengan kata lain, gaya hidup halal bisa dilakukan oleh setiap individu dengan memastikan kehalalannya mulai dari bahan baku, proses produksi, pengemasan, distribusi barang, penjualan retail, hingga produk siap dikonsumsi.

3.2. Halal Value Chain dalam Produk Barang

Dewasa ini, prinsip halal menjadi indikator universal untuk jaminan kualitas atas sebuah produk dan standar hidup (Gillani, Khan, & Ijaz, 2017), didalamnya terdapat unsur kesehatan, keselamatan, keamanan, kemakmuran dan martabat manusia (Adinugraha & Sartika, 2019). Konsumsi produk halal tidak hanya berlaku untuk makanan saja, namun meliputi sejumlah bidang, seperti keuangan dan perbankan, peternakan, fashion, kosmetik, obat-obatan, wisata, juga rumah sakit. Semakin banyaknya ragam produk konsumsi dalam industri halal, menunjukkan gaya hidup halal semakin diminati oleh semua kalangan. Perubahan dan perkembangan gaya hidup halal ini harus mampu dilayani oleh sektor industri halal dengan baik, yaitu dengan menjaga kualitas rantai pasok produk halal mulai dari kepastian bahan baku halal, proses produksi sampai dengan konsumen mendapatkan produk, semuanya harus terjamin kehalalannya.

Produk olahan makanan dan minuman sendiri, pada prinsipnya adalah halal, kecuali yang diharamkan oleh Allah dan Rasul-Nya.

Dasar penentuan halal haramnya makanan bagi seorang muslim terdapat dalam Al Qur'an seperti yang tercantum pada ayat-ayat berikut: bahan yang diharamkan Allah adalah bangkai, darah, babi dan hewan yang disembelih dengan nama selain Allah (QS. Al Baqarah: 173). Sedangkan minuman yang diharamkan Allah adalah semua bentuk khamar (minuman yang mengandung alkohol) (QS. Al Baqarah: 219). Hewan yang dihalalkan akan berubah statusnya menjadi haram jika mati karena terbentur, tercekik, jatuh karena ditanduk, diterkam binatang buas dan yang disembelih untuk berhalal (QS. Al Maidah: 3). Mengacu pada ayat-ayat diatas, maka dapat disebutkan bahwa yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syari'at Islam yaitu (Astogini et al., 2012):

- a. Tidak mengandung babi dan juga bahan yang berasal dari babi.
- b. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti organ manusia, kotoran, darah, dan sebagainya.
- c. Semua bahan dari hewan halal yang disembelih menurut syari'at Islam.
- d. Semua tempat pengolahan, penyimpanan, penjualan, dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal. Jika pernah digunakan untuk hal tersebut, harus dibersihkan dulu dengan cara yang diatur menurut syari'at Islam.
- e. Semua makanan dan juga minuman yang tidak mengandung khamar.

Syarat kehalalan tersebut menjadi standar yang juga digunakan untuk sektor industri halal selain makanan. Hal itu dipastikan melalui manajemen rantai persediaan barang halal (*Halal Supply Chain*). Didalam manajemen rantai persediaan barang (*supply chain management/ SCM*) sendiri, terdapat proses pengkonversian bahan mentah menjadi barang jadi untuk selanjutnya didistribusikan sampai dengan konsumen akhir (Manzouri, Ab-rahman, Rosmawati, Mohd, & Jamsari, 2014). Sedangkan dalam *halal supply chain*, tujuan akhirnya tidak sekedar untuk efisiensi biaya produksi, melainkan juga

menjaga dan mempertahankan kehalalan produk sampai ditangan konsumen (Gillani et al., 2017) dengan memenuhi syarat-syarat diatas. Selain itu, manajemen rantai pasokan halal membutuhkan kebijakan halal dan desain khusus untuk mengontrol logistik halal, struktur jaringan rantai pasokan, dan sumber daya rantai pasokan (Tieman, van der Vorst, & Che Ghazali, 2012).

Halal Supply Chain sekaligus menjadi bagian yang integral dari halal logistik. Setiap proses dalam halal logistik memastikan pemisahan antara produk halal dan non halal mulai dari proses perencanaan, pengimplementasian, dan juga pengendalian terkait proses penyimpanan barang dan jasa agar dapat memenuhi kebutuhan para pelanggan. Proses penjagaan setiap nilai halal produk (*halal value chain*) ini sekaligus menjadi keunggulan kompetitif bagi produsen untuk dapat bersaing di industri yang sama.

3.3. Halal Value Chain dalam Produk Jasa

Industri halal tidak hanya menghasilkan produk berupa barang, namun juga berupa jasa. Dibidang jasa, tren sektor halal yang berkembang saat ini diantaranya adalah lembaga keuangan syariah, perbankan syariah, *financial technology* syariah, juga wisata halal. Selayaknya dalam produk barang halal, produk industri halal dalam bentuk jasa pun memiliki ketentuan agar memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syari'at Islam.

Lembaga keuangan syariah menjalankan aktifitasnya dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah yang membuatnya berbeda dengan konvensional (Sholihin, 2010). Lembaga Keuangan Syariah bertujuan membantu mencapai tujuan sosioekonomi masyarakat Islam, lembaga keuangan sendiri terdiri dari lembaga keuangan depository (bank) dan lembaga keuangan nondepository (non bank) (Soemitro, 2009). Selain menghindari riba, lembaga keuangan syariah juga harus tunduk pada syarat kehalalan produk, baik dari sisi pengumpulan dana ataupun pembiayaannya.

Koperasi adalah salah satu bentuk dari lembaga keuangan nondepository, tidak terkecuali koperasi syariah. Dalam usahanya, koperasi syariah melandaskan pada nilai-nilai Islam dengan keanggotaan yang berasal, dikelola dan diperuntukan untuk kemakmuran dan kesejahteraan anggotanya. Namun begitu, lingkup usaha koperasi ataupun koperasi syariah bisa mencakup seluruh aktifitas ekonomi mulai dari proses produksi, distribusi dan juga konsumsi. Sebagai lembaga keuangan, peran koperasi syariah menjadi sangat vital dalam penjagaan rantai nilai halal yang terintegritas dengan aspek yang lain.

3.4. Ekosistem Pondok Pesantren

Ekosistem merupakan tatanan kesatuan secara utuh dan menyeluruh yang saling mempengaruhi antara segenap unsur lingkungan hidup. Ekosistem merupakan hubungan timbal balik yang kompleks antara makhluk hidup dengan lingkungannya (Utomo, Sutriyono, & Rizal, n.d.). Dalam kehidupan sosial masyarakat, yang dimaksud dengan makhluk hidup adalah manusia, sedangkan lingkungannya berupa agama, budaya, tempat tinggal, keluarga, tetangga, teman yang mempengaruhi tingkah laku antar manusia (Muharromah, 1999).

Hubungan yang terjadi dalam ekosistem manusia, menunjukkan interaksi sosial berupa hubungan individu dengan individu, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok, dimana masing-masing aktivitas dalam interaksi tersebut akan saling mempengaruhi dan saling beradaptasi. Hasil dari interaksi yang terjadi akan memunculkan perubahan sosial, seperti adanya gaya hidup baru yang akan diikuti oleh individu sekaligus kelompok. Selanjutnya, gaya hidup inilah yang akan menentukan tindakan pemenuhan kebutuhan individu dan kelompok.

Gambar 1 diatas menunjukkan kepada kita tentang bagaimana gaya hidup sebagai hasil interaksi faktor-faktor yang berpengaruh dalam ekosistem dapat menentukan perilaku konsumen untuk melakukan keputusan pembelian barang dan jasa. Oleh karenanya, gaya hidup halal yang

diakui sebagai sebuah standar universal tentang kebaikan kualitas kesehatan, keamanan dan keselamatan, kemakmuran juga martabat manusia dapat dikembangkan dari interaksi yang terjadi dalam sebuah ekosistem yang mendukung terciptanya hal tersebut. Hal itu ditujukan untuk meningkatkan kualitas hidup manusia secara umum, dan bagi para muslim khususnya supaya dapat memenuhi kewajiban syariatnya sehingga akan mendapat pahala.

Interaksi yang terjadi pada individu, komunitas, dan masyarakat disebuah ekosistem dapat menciptakan kreasi, yang jika berulang akan menjadi kesepakatan kolektif dan menjelma menjadi sebuah budaya. Sebagai sebuah ekosistem, pondok pesantren merupakan salah satu institusi pendidikan yang sekaligus merupakan subkultur masyarakat Indonesia yang unik karena memiliki ciri-ciri khas yang sifatnya sangat kuat dan lekat. Pada saat yang sama, maka pondok pesantren akan membentuk budaya yang khas (Zuhriy, 2011). Oleh karena itu, tepat jika internalisasi halal value chain diprioritaskan pada ekosistem pondok pesantren.

3.5. Koperasi Pondok Pesantren

(KOPONTREN)

Studi tentang bagaimana hubungan agama dengan aspek ekonomi telah banyak dilakukan dan menunjukkan bahwa diantara keduanya memiliki hubungan yang signifikan. Nilai-nilai ideologi yang diyakini dan dipahami seseorang mampu mendorong untuk mempunyai etos kerja dan juga semangat dalam bekerja (Muttaqin, 2011).

Pondok pesantren yang merupakan bagian dari kelompok masyarakat, tidak lagi sekedar memproduksi kyai, santri dalam arti spiritualitas, akan tetapi pondok pesantren juga dinilai mampu menghasilkan sumber daya yang unggul dalam berbagai bidang. Selain itu, sebagai bagian dari institusi pendidikan, masyarakat pesantren (santri) dianggap mempunyai komitmen keagamaan yang tinggi sehingga dapat dijadikan contoh yang baik dalam tatanan masyarakat umum.

Pondok pesantren sebagai pusat kajian-kajian keagamaan selayaknya mengimplementasikan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Dalam bidang ekonomi, setiap aktivitas pemenuhan kebutuhan masyarakat pesantren pun idealnya menerapkan prinsip halal dan thoyyib dalam perilaku konsumsinya. Sebagai wadah pengelolaan aktivitas ekonomi dalam tatanan masyarakat pondok pesantren, koperasi pondok pesantren (kopontren) diharapkan mampu menjadi laboratorium masyarakat pesantren untuk menerapkan kemandirian ekonomi berbasis prinsip-prinsip ekonomi syariah. Dengan diprankannya kopontren sebagai motor penggerak roda perekonomian dalam tatanan masyarakat pesantren, maka kopontren bertanggung jawab untuk memastikan berputarnya rantai produksi, distribusi, sekaligus konsumsinya.

Kopontren memiliki asas kekeluargaan dalam menjalankan aktivitas perekonomiannya. Sebagai badan usaha, kopontren bertanggung jawab melakukan pemenuhan kebutuhan anggota masyarakat pesantren. Setiap barang dan jasa yang dihasilkan oleh kopontren, akan menjadi *benchmark* atau tolok ukur bagaimana kopontren menerapkan nilai-nilai syariah dalam aktivitas ekonominya. Hal itu sekaligus menjadi upaya edukasi dan penguatan pemahaman nilai rantai halal (*halal value chain*) pada tatanan masyarakat pondok pesantren

4. Kesimpulan

Perubahan sosial dalam tatanan kehidupan masyarakat kita sangat dipengaruhi oleh paparan pengetahuan dan wawasan yang diterima oleh seseorang sehari-hari dalam lingkungan ekosistemnya. Ekosistem menunjukkan bagaimana interaksi anggota didalamnya. Dalam interaksi tersebut, akan mewujudkan menjadi sebuah budaya yang akan ditiru dan diikuti oleh semua komponen ekosistem sebagai sebuah gaya hidup atau *lifestyle*. Maka dari itu, nilai-nilai *halal value chain* yang dimasukkan dalam setiap interaksi di lingkungan pondok pesantren sebagai sebuah ekosistem dapat menjadi budaya yang diikuti oleh seluruh masyarakat pesantren.

Pondok pesantren memiliki koperasi pondok pesantren (kopontren) sebagai usaha untuk mewujudkan kemandirian ekonomi mereka. Sebagai sebuah motor penggerak, kopontren memiliki kewajiban untuk menjalankan proses produksi, distribusi sekaligus memenuhi barang konsumsi yang diperlukan masyarakat pesantren. Setiap yang dihasilkan dari aktivitas ekonomi kopontren, dapat menunjukkan sejauh apa komitmen kopontren dalam memegang nilai-nilai ekonomi Islam. Hal itu sekaligus menjadi pintu masuk proses edukasi terhadap rantai nilai halal (*halal value chain*) bagi ekosistem yang tergabung dalam masyarakat pesantren sehingga akan menjadi gaya hidup yang dapat dijadikan keteladanan atau *prototype* bagi kelompok masyarakat lainnya.

5. Ucapan Terimakasih

Terima Kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga yang telah mensupport atas selesainya tulisan ini.

6. Daftar Pustaka

- Adinugraha, H. H., & Sartika, M. (2019). Halal Lifestyle di Indonesia. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 57–81. <https://doi.org/10.21274/AN.2019.5.2.LAYOUT>
- Al Qordhowi, Y. (1994). *al-Halal wa al-Haram fi al-Islam*. Bayrut: Maktabah al Islami.
- Astogini, D., Wahyudin, W., & Wulandari, S. Z. (2012). Aspek Religiusitas dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Studi Labelisasi Halal pada Produk Makanan dan Minuman Kemasan). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi (JEBA)*, 13(1).
- Baharuddin, K., Kassim, N. A., Nordin, S. K., & Buyong, S. Z. (2015). Understanding the Halal Concept and the Importance of Information on Halal Food Business Needed by Potential Malaysian Entrepreneurs. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 5(2), 170–180. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v5-i2/1476>
- Bank Indonesia. (2018). Pengembangan Industri Halal Dukung Pertumbuhan Ekonomi Nasional - Bank Sentral Republik Indonesia.
- Batubara, J. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 3(2), 95. <https://doi.org/10.26638/jfk.387.2099>
- Fitra, T. L., & Rasyid, A. (2016). Peran Kopontren terhadap Perekonomian Masyarakat Sekitar Pondok Pesantren. *Jurnal Iqtisaduna*, 2(2), 159–172. <https://doi.org/10.24252/IQTISADUNA.V2I2.3116>
- Gillani, S. H. B., Khan, M. M. S., & Ijaz, F. (2017). Factors Reinforcing Pakistan Halal Food Industry to be the World Halal Food Hub. *Journal of Education and Social Sciences*, 6.
- Hawkins, D. I., Best, R. J., Coney, K. A., Carril Villarreal, M. del P., & Domette Nicolesco, J. P. V. (2004). *Comportamiento del consumidor: construyendo estrategias de marketing*. McGraw-Hill Interamericana.
- Jambilink. (2018). Ubah Gaya Hidup dengan Halal Lifestyle | JAMBI LINK.
- Kementerian Perindustrian. (2018). Kemenperin: Kemenperin Bikin Kawasan Industri Halal.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing management* (14th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Manzouri, M., Ab-rahman, M. N., Rosmawati, C., Mohd, C., & Jamsari, E. A. (2014). *Increasing Production and Eliminating Waste through Lean Tools and Techniques for Halal Food Companies*. 9179–9204. <https://doi.org/10.3390/su6129179>
- MJCHT. (2018). Overview of Halal Lifestyle - Muslim Judicial Council Halaal Trust.
- Muharromah, M. (1999). *Pengaruh Lingkungan Masyarakat*.
- Muttaqin, R. (2011). Kemandirian dan Pemberdayaan Ekonomi Berbasis Pesantren. *JESI Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 1(2), 68.
- Sholihin, A. I. (2010). *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syariah - Ahmad Ifham Sholihin - Google Buku* (1st ed.). Jakarta: PT

Gramedia Pustaka Utama.

7

- Soemitro, A. (2009). *Bank & Lembaga Keuangan Syariah* (2nd ed.). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Tieman, M., van der Vorst, J. G. A. J., & Che Ghazali, M. (2012). Principles in halal supply chain management. *Journal of Islamic Marketing*, 3(3), 217–243. <https://doi.org/10.1108/1759083121125972>
- Utomo, S. W., Sutriyono, & Rizal, R. (n.d.). *Pengertian, Ruang Lingkup Ekologi dan Ekosistem*.
- Zuhriy, M. S. (2011). Budaya Pesantren dan Pendidikan Karakter pada Pondok Pesantren Salaf. *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 19(2).