

Persepsi Konsumen Terhadap Zat Kimia Tekstil Halal Di Kabupaten Bandung

Raihan Zhorif¹, Ramdani², Nelis Jamjam Munawaroh³

^{1,2,3} Manajemen Bisnis Islam, Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Ekonomi Manajemen Bisnis Islam (STEMBI)

Article Info

Article history:

Received : 28/05/2026

Revised : 15/10/2026

Accepted : 16/10/2026

Keywords:

Consumer Perception; Halal

Certification; Halal Industry; Consumer Behavior

DOI:

10.37366/jespb.v11i02.3290

ABSTRACT

This study aims to analyze consumer perceptions regarding the use of halal-certified textile chemical auxiliaries at CV. Jaya Abadi Bersama in Bandung Regency. The research employs a qualitative approach using a descriptive method. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation involving seven consumers who use these textile chemical auxiliary products. The findings indicate that consumers interpret halal certification in various ways: as a guarantee of halal status rooted in religious values, as a form of administrative compliance, and as an effort to enhance product quality. The study concludes that halal certification for textile chemical auxiliaries holds strategic value – both religiously and commercially – though its implementation remains situational, depending on the specific needs of the consumers.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi konsumen terhadap penggunaan zat pembantu kimia tekstil bersertifikat halal pada CV. Jaya Abadi Bersama di Kabupaten Bandung. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap tujuh konsumen pengguna produk zat pembantu kimia tekstil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen memaknai sertifikasi halal secara beragam, yaitu sebagai jaminan kehalalan berdasarkan nilai religius, bentuk kepatuhan administratif, serta upaya peningkatan kualitas produk. Penelitian ini menyimpulkan bahwa sertifikasi halal pada zat pembantu kimia tekstil memiliki nilai strategis secara religius dan bisnis, meskipun penerapannya masih bersifat situasional sesuai kebutuhan konsumen.

Corresponding Author:

Raihan Zhorif

Program Studi Manajemen Bisnis Islam, Sekolah Tinggi Ekonomi Manajemen Bisnis Islam (STEMBI)

Email: zhorifraihaan1512@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Industri tekstil merupakan salah satu sektor manufaktur yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, khususnya di Jawa Barat sebagai pusat produksi tekstil nasional. Perkembangan industri tekstil tidak hanya dituntut menghasilkan produk berkualitas, tetapi juga memenuhi standar keberlanjutan, keamanan, dan kepatuhan terhadap regulasi, termasuk sertifikasi halal (Kementerian Perindustrian, 2023). Isu halal saat ini tidak hanya berkembang pada sektor pangan, tetapi juga mulai

menjadi perhatian pada industri non-pangan, termasuk industri kimia tekstil yang memproduksi zat pembantu kimia untuk proses dyeing, printing, dan finishing tekstil (Aziz & Chok, 2013). Zat pembantu kimia tekstil berpotensi mengandung bahan yang berasal dari unsur non-halal sehingga memerlukan pengawasan dan sertifikasi halal untuk menjaga integritas produk dalam rantai pasok halal (Tieman, 2011).

Penerapan sertifikasi halal pada industri chemical tekstil menjadi tantangan tersendiri karena kompleksitas bahan baku, proses produksi, serta rendahnya pemahaman sebagian pelaku industri mengenai pentingnya sertifikasi halal pada produk non-pangan (Rahman et al., 2015). Di sisi lain, meningkatnya kesadaran konsumen Muslim dan regulasi pemerintah mengenai jaminan produk halal mendorong perusahaan untuk mulai menerapkan sertifikasi halal sebagai strategi peningkatan kepercayaan pasar dan daya saing industri (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, 2022). Dalam praktiknya, penggunaan zat pembantu kimia tekstil bersertifikat halal masih menunjukkan dinamika yang beragam. Sebagian konsumen menganggap sertifikasi halal sebagai kebutuhan penting yang berkaitan dengan nilai religius, kualitas, dan tuntutan pasar, sedangkan sebagian lainnya lebih memprioritaskan aspek teknis produk dan efisiensi produksi (Awan et al., 2015).

CV. Jaya Abadi Bersama sebagai perusahaan supplier chemical tekstil di Kabupaten Bandung menghadapi kondisi tersebut dalam aktivitas bisnisnya. Perusahaan memproduksi berbagai zat pembantu kimia tekstil yang penggunaannya disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, termasuk permintaan produk bersertifikat halal. Namun, tidak seluruh konsumen menjadikan sertifikasi halal sebagai persyaratan utama dalam penggunaan produk. Perbedaan kebutuhan, tingkat literasi halal, dan persepsi konsumen terhadap sertifikasi halal menunjukkan adanya konstruksi pemaknaan yang berbeda-beda dalam praktik industri tekstil (Wilson & Liu, 2010).

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana persepsi konsumen terhadap penggunaan zat pembantu kimia tekstil bersertifikat halal pada CV. Jaya Abadi Bersama di Kabupaten Bandung. Penelitian ini bertujuan menganalisis pemaknaan konsumen terhadap sertifikasi halal, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen, serta bagaimana sertifikasi halal dipahami dalam konteks penggunaan produk chemical tekstil di industri. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan industri halal, khususnya pada sektor chemical tekstil, serta menjadi referensi bagi perusahaan dalam meningkatkan strategi pemasaran dan edukasi halal kepada konsumen.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Persepsi konsumen merupakan proses individu dalam memilih, mengorganisasi, dan menafsirkan informasi sehingga menghasilkan pemahaman tertentu terhadap suatu objek atau produk (Kotler & Keller, 2016). Dalam konteks industri halal, persepsi konsumen dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan, nilai religius, pengalaman, serta informasi yang diterima mengenai produk halal. Persepsi tersebut menjadi faktor penting dalam menentukan penerimaan konsumen terhadap suatu produk, termasuk pada produk non-pangan seperti zat pembantu kimia tekstil bersertifikat halal.

Sertifikasi halal merupakan proses pemberian jaminan bahwa suatu produk telah memenuhi standar halal sesuai syariat Islam, baik dari aspek bahan baku, proses produksi, distribusi, maupun penyimpanan (Tieman, 2011). Penerapan sertifikasi halal pada industri non-pangan mengalami perkembangan yang signifikan seiring meningkatnya kesadaran masyarakat Muslim terhadap konsep halal supply chain. Penelitian Aziz dan Chok (2013) menunjukkan bahwa sertifikasi halal mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan keamanan produk. Selain itu, Wilson dan Liu (2010) menjelaskan bahwa halal tidak hanya dimaknai sebagai aspek religius, tetapi juga sebagai simbol kualitas, kebersihan, dan keamanan produk di pasar global.

Dalam industri tekstil, penggunaan zat pembantu kimia memiliki peran penting dalam proses produksi, seperti pewarnaan, finishing, dan peningkatan kualitas kain. Namun, beberapa bahan kimia tekstil berpotensi mengandung unsur non-halal yang berasal dari bahan hewani atau zat tertentu yang tidak sesuai dengan prinsip syariah (Rahman et al., 2015). Kondisi tersebut mendorong munculnya kebutuhan sertifikasi halal pada produk chemical tekstil sebagai bagian dari jaminan halal produk akhir. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa implementasi halal pada industri non-pangan masih menghadapi tantangan berupa rendahnya literasi halal, kompleksitas rantai pasok bahan baku, serta perbedaan persepsi konsumen terhadap urgensi sertifikasi halal (Awan et al., 2015).

Penelitian terdahulu mengenai persepsi konsumen terhadap sertifikasi halal umumnya menggunakan pendekatan kuantitatif dan berfokus pada keputusan pembelian produk konsumsi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan dan keputusan pembelian konsumen (Mukhtar & Butt, 2012). Namun, penelitian mengenai persepsi konsumen terhadap sertifikasi halal pada zat pembantu kimia tekstil masih terbatas, khususnya menggunakan pendekatan kualitatif yang berfokus pada pemaknaan dan pengalaman konsumen dalam konteks industri. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan penelitian dengan menganalisis bagaimana konsumen memaknai penggunaan zat pembantu kimia tekstil bersertifikat halal pada CV. Jaya Abadi Bersama di Kabupaten Bandung.

Berdasarkan kerangka teoritis tersebut, penelitian ini tidak menggunakan hipotesis karena menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang berfokus pada pemahaman makna, persepsi, dan pengalaman konsumen terhadap penggunaan zat pembantu kimia tekstil bersertifikat halal.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami fenomena persepsi konsumen terhadap penggunaan zat pembantu kimia tekstil bersertifikat halal secara mendalam dan kontekstual (Creswell, 2014). Penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan dan menjelaskan fenomena berdasarkan kondisi yang terjadi di lapangan tanpa melakukan pengujian hipotesis (Sugiyono, 2019). Penelitian dilaksanakan di CV. Jaya Abadi Bersama, Kabupaten Bandung, yang bergerak di bidang supplier chemical tekstil.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung proses penggunaan zat pembantu kimia tekstil serta implementasi sertifikasi halal pada produk chemical tekstil. Wawancara dilakukan secara mendalam kepada konsumen perusahaan untuk memperoleh informasi mengenai persepsi, pemahaman, dan pengalaman penggunaan produk bersertifikat halal. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian berupa dokumen perusahaan, catatan wawancara, serta data pendukung lainnya (Moleong, 2018).

Sumber data dalam penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan pemilik perusahaan dan konsumen pengguna produk chemical tekstil. Data sekunder diperoleh dari dokumen perusahaan, jurnal ilmiah, buku, serta regulasi terkait sertifikasi halal dan industri tekstil. Populasi penelitian terdiri dari 10 perusahaan konsumen yang berada di Kota Bandung dan Kabupaten Bandung. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak tujuh konsumen yang dipilih berdasarkan keterlibatan dan pengalaman dalam penggunaan zat pembantu kimia tekstil bersertifikat halal.

Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis tematik melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014). Penelitian ini juga menggunakan teknik triangulasi data untuk meningkatkan validitas dan kredibilitas hasil penelitian dengan

membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dari berbagai sumber informan. Triangulasi dilakukan untuk memastikan konsistensi data sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Sugiyono, 2019).

Alur penelitian dimulai dari identifikasi fenomena sertifikasi halal pada zat pembantu kimia tekstil, pengumpulan data melalui observasi dan wawancara, analisis data secara tematik, hingga penarikan kesimpulan mengenai persepsi konsumen terhadap penggunaan produk chemical tekstil bersertifikat halal pada CV. Jaya Abadi Bersama.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam terhadap tujuh narasumber yang merupakan konsumen dan pengguna zat pembantu kimia tekstil pada CV. Jaya Abadi Bersama di Kabupaten Bandung. Narasumber berasal dari beberapa perusahaan tekstil dan manufaktur kimia tekstil yang memiliki pengalaman dalam penggunaan produk chemical tekstil bersertifikat halal. Wawancara dilakukan secara bertahap pada periode Desember 2025 hingga Januari 2026 untuk memperoleh pemahaman mengenai persepsi konsumen terhadap sertifikasi halal pada zat pembantu kimia tekstil.

Tabel 1. Jadwal Wawancara

Nama Narasumber	Tanggal Wawancara	Tempat Wawancara
Bu Lela	20 Januari 2026	PT. Nagasakti
Bu Ika	23 Januari 2026	PT. Kurnia Textile
Bpk Yossy	24 Januari 2026	PT. Soka Textile
Bpk Fajar	25 Januari 2026	PT. Alena Textile

Sumber: Peneliti (2026)

Persepsi Konsumen terhadap Urgensi Sertifikasi Halal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap urgensi sertifikasi halal bersifat beragam dan dipengaruhi oleh kebutuhan pasar, tujuan produksi, serta tingkat pemahaman konsumen mengenai konsep halal. Sebagian konsumen memandang sertifikasi halal sebagai kebutuhan penting karena berkaitan dengan kepercayaan konsumen Muslim, kepatuhan terhadap regulasi, dan peningkatan citra perusahaan. Namun, sebagian konsumen lainnya masih memprioritaskan aspek teknis seperti kualitas produk, efisiensi produksi, dan keamanan penggunaan bahan kimia dibandingkan sertifikasi halal.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan dan keyakinan konsumen terhadap suatu produk. Selain itu, sertifikasi halal dipahami tidak hanya sebagai simbol religius, tetapi juga sebagai bentuk jaminan kualitas dan keamanan produk. Dalam konteks industri tekstil, sertifikasi halal mulai dipandang sebagai nilai tambah strategis yang mampu meningkatkan daya saing perusahaan di tengah meningkatnya perkembangan industri halal global.

Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Keyakinan dan Kepercayaan Konsumen

Hasil wawancara menunjukkan bahwa keberadaan sertifikasi halal memberikan pengaruh positif terhadap keyakinan dan kepercayaan konsumen. Konsumen menilai bahwa produk yang telah memiliki

sertifikasi halal dianggap lebih terpercaya karena telah melalui proses audit, verifikasi, dan pengawasan dari lembaga berwenang. Selain berkaitan dengan aspek kehalalan, sertifikasi halal juga dipersepsikan sebagai indikator kualitas produk, konsistensi produksi, dan keamanan penggunaan bahan kimia tekstil.

Penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa sertifikasi halal memiliki hubungan erat dengan peningkatan loyalitas dan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk. Pada penelitian ini, sertifikasi halal juga berperan dalam memperkuat hubungan bisnis antara perusahaan dan konsumen, terutama bagi perusahaan tekstil yang menargetkan pasar Muslim atau pasar ekspor tertentu.

Peran Literasi Halal terhadap Persepsi Konsumen

Perbedaan persepsi konsumen dalam penelitian ini dipengaruhi oleh tingkat literasi halal yang dimiliki masing-masing konsumen. Konsumen dengan pemahaman halal yang lebih baik cenderung memahami pentingnya sertifikasi halal secara lebih komprehensif, termasuk terkait bahan baku, proses produksi, dan potensi kontaminasi bahan non-halal. Sebaliknya, konsumen dengan tingkat literasi halal yang rendah cenderung memandang sertifikasi halal hanya sebagai formalitas administratif atau kebutuhan pasar semata.

Temuan ini menunjukkan bahwa literasi halal memiliki peran penting dalam membentuk persepsi konsumen terhadap penggunaan zat pembantu kimia tekstil bersertifikat halal. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa tingkat pengetahuan konsumen mempengaruhi cara konsumen memahami dan menilai suatu produk halal.

Implikasi Sertifikasi Halal terhadap Praktik Industri

Dalam praktik industri di CV. Jaya Abadi Bersama, sertifikasi halal belum diterapkan secara menyeluruh pada seluruh produk chemical tekstil, melainkan disesuaikan dengan kebutuhan dan permintaan konsumen. Meskipun demikian, keberadaan sertifikasi halal memberikan implikasi positif terhadap sistem operasional perusahaan. Perusahaan menjadi lebih selektif dalam pemilihan bahan baku, meningkatkan pengawasan proses produksi, serta memperbaiki dokumentasi dan kontrol kualitas produk.

Selain itu, sertifikasi halal juga memberikan nilai tambah bagi perusahaan dalam meningkatkan citra profesional dan kepercayaan konsumen. Namun, penerapan sertifikasi halal masih menghadapi beberapa tantangan, seperti biaya sertifikasi, kompleksitas bahan baku kimia, serta rendahnya permintaan dari sebagian konsumen. Kondisi ini menunjukkan bahwa implementasi sertifikasi halal pada industri zat pembantu kimia tekstil masih bersifat situasional dan berkembang secara bertahap mengikuti kebutuhan pasar dan perkembangan industri halal.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal pada zat pembantu kimia tekstil memiliki makna strategis tidak hanya dari sisi religius, tetapi juga dalam meningkatkan kualitas, kepercayaan, dan daya saing industri tekstil di Indonesia.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap penggunaan zat pembantu kimia tekstil bersertifikat halal pada CV. Jaya Abadi Bersama bersifat beragam dan dipengaruhi oleh tingkat literasi halal, kebutuhan pasar, serta orientasi bisnis masing-masing konsumen. Sebagian konsumen memandang sertifikasi halal sebagai bentuk jaminan kehalalan, kualitas, dan keamanan produk, sedangkan sebagian lainnya masih menempatkan aspek teknis dan efisiensi produksi sebagai prioritas utama.

Penelitian ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki pengaruh positif terhadap keyakinan dan kepercayaan konsumen karena dianggap mampu meningkatkan kredibilitas, kualitas, dan profesionalitas produk zat pembantu kimia tekstil. Selain itu, sertifikasi halal juga memberikan implikasi positif terhadap

praktik industri, seperti peningkatan pengawasan bahan baku, standarisasi proses produksi, dan penguatan hubungan bisnis dengan konsumen.

Meskipun implementasi sertifikasi halal di CV. Jaya Abadi Bersama masih bersifat selektif dan menyesuaikan permintaan pasar, keberadaan sertifikasi halal memiliki potensi strategis dalam meningkatkan daya saing perusahaan dan mendukung perkembangan industri tekstil halal di Indonesia. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan literasi halal, sosialisasi, serta pengembangan sistem sertifikasi yang lebih efektif agar penerapan halal pada industri kimia tekstil dapat berkembang secara lebih luas dan berkelanjutan.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan kajian mengenai sertifikasi halal pada industri non-pangan dengan pendekatan yang lebih luas, baik melalui metode kuantitatif maupun kombinasi metode (mixed methods), sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai perilaku dan keputusan konsumen terhadap produk kimia tekstil bersertifikat halal.

REFERENSI

- Adolph, "No title," pp. 1-23, 2016.
- Al et al., "Industri textile," vol. 32, no. 3, pp. 167-186, 2021.
- Al et al., "Pengertian literasi," vol. 32, no. 3, pp. 167-186, 2021.
- Al et al., "Pengertian persepsi," vol. 32, no. 3, pp. 167-186, 2021.
- Alamsyah, N. Hakim, and R. Hendayani, "Blockchain-based traceability system to support the Indonesian halal supply chain ecosystem," *Economies*, vol. 10, no. 6, p. 134, 2022, doi: 10.3390/economies10060134.
- Anacleto, B. Kozlowsky-Suzuki, A. E. Wilson, and A. Enrich-Prast, "Comprehensive meta-analysis of pathways to increase biogas production in the textile industry," *Energies*, vol. 15, no. 15, p. 5574, 2022, doi: 10.3390/en15155574.
- Andriani, "Analisis balance scorecard (BSC) sebagai alat pengukur kinerja pada PT. Novell Pharmaceutical Laboratories Cabang Pekanbaru," undergraduate thesis, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru, Indonesia, 2014.
- Catarino, F. Sampaio, and A. L. Gonçalves, "Sustainable wet processing technologies for the textile industry: A comprehensive review," *Sustainability*, vol. 17, no. 7, p. 3041, 2025, doi: 10.3390/su17073041.
- Dewi, H. Khotimah, R. Nasution, T. Hariyati, and A. Rusli, "Teori populasi dan pengambilan sampel," vol. 14, pp. 1-9, 2025.
- Dharma, L. Nurfiana, and V. L. Defrina, "Batik dalam perspektif industri halal dan halal supply chain: A review," in *Prosiding Seminar Nasional Industri Kerajinan dan Batik*, 2023, pp. 1-12.
- Fadul, "Tinjauan tentang sertifikat halal," UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Bandung, Indonesia, pp. 22-38, 2019.
- Ginting, "Penguatan literasi di era digital," in *Prosiding Seminar Nasional PBSI-III*, 2020, pp. 35-38.
- Handayani, I. Masudin, A. Haris, and D. P. Restuputri, "Ensuring the halal integrity of the food supply chain through halal suppliers: A bibliometric review," *J. Islamic Mark.*, vol. 13, no. 7, pp. 1457-1478, 2021, doi: 10.1108/JIMA-10-2020-0329.
- Harahap, T. Risfandy, and I. N. Futri, "Islamic law, Islamic finance, and sustainable development goals: A systematic literature review," *Sustainability*, vol. 15, no. 8, p. 6626, 2023, doi: 10.3390/su15086626.
- Harsanto, I. Primiana, V. Sarasi, and Y. Satyakti, "Sustainability innovation in the textile industry: A systematic review," *Sustainability*, vol. 15, no. 2, p. 1549, 2023, doi: 10.3390/su15021549.
- Hutagaluh and N. Hamzah, "Tantangan sektor industri halal prioritas di Indonesia," *Alwatzikhoebillah*, vol. 9, no. 2, pp. 550-557, 2023, doi: 10.37567/alwatzikhoebillah.v9i2.2223.
- Indrawati and Sidharta, "Kegunaan bahan kimia dalam kehidupan," vol. 19, no. 5, pp. 1-23, 2016.

- Insani, "Pengaruh sertifikasi halal, kesadaran halal dan citra produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah di Yogyakarta," undergraduate thesis, 2025.
- Larasati, *Strategi Customer Relationship Marketing*. Jakarta, Indonesia: Lakeisha, 2021.
- Lestari, M. Ibrahim, S. Ghufon, and P. Mariati, "Pengaruh budaya literasi terhadap hasil belajar IPA di sekolah dasar," *J. Basicedu*, vol. 5, no. 6, pp. 5087–5099, 2021, doi: 10.31004/basicedu.v5i6.1436.
- Mardhiyah et al., "Populasi dan sampel dalam penelitian pendidikan: Memahami perbedaan, implikasi, dan strategi pemilihan yang tepat," *Katalis Pendidikan*, vol. 2, no. 2, pp. 208–218, 2025, doi: 10.62383/katalis.v2i2.1670.
- Menne, B. Surya, M. Yusuf, S. Suriani, M. Ruslan, and I. Iskandar, "Optimizing the financial performance of SMEs based on sharia economy," *J. Open Innov.*, vol. 8, no. 1, p. 18, 2022, doi: 10.3390/joitmc8010018.
- Nasibah, F. S. Auliya, and S. Syarifah, "Urgensi sertifikasi halal food dalam tinjauan etika bisnis Islam," *Ekonom J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 3, no. 3, pp. 167–172, 2023, doi: 10.58432/ekonom.v3i3.1007.
- Nurainun et al., "An exploratory-descriptive review of the potential for halal management implementation in Indonesian leather businesses," *J. Appl. Eng. Technol. Sci.*, vol. 4, no. 2, pp. 808–824, 2023, doi: 10.37385/jaets.v4i2.1989.
- Penulis et al., *Metode Penelitian Sosial*. Bandung, Indonesia: Widina, 2022.
- Purwanto, "Masa depan industri fashion," vol. XVI, no. 14, pp. 77–85, 2024.
- Qoyum, M. R. P. Sakti, H. M. T. Thaker, and R. U. Alhashfi, "Does the Islamic label indicate good environmental, social, and governance (ESG) performance?," *Borsa Istanbul Rev.*, vol. 22, no. 2, pp. 306–320, 2021, doi: 10.1016/j.bir.2021.06.001.
- Riyadi et al., *Analisis Persepsi Masyarakat*, vol. 6. Indonesia, 2025.
- Safitri, "Potret dokumentasi Indonesia," *Ilmu Perpustakaan*, Fak. Ilmu Budaya Univ. Diponegoro, pp. 1–5, 2022.
- Standring, L. Macintyre, G. Jiang, D. Bucknall, and V. Arrighi, "Impact of chemicals and processing treatments on thermo-mechanical recycling of polyester textiles," *Molecules*, vol. 30, no. 13, p. 2758, 2025, doi: 10.3390/molecules30132758.