

Implementasi Konsep Halal *Lifestyle* dalam Keserumpunan Nusantara

Rika Mariska

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

PENDAHULUAN

Ketika kita menyebut Indonesia dan Malaysia, seringkali kita menggunakan istilah “keserumpunan”. Berdasarkan konsep “Melayu,” istilah “keserumpunan” bukanlah nama suatu kerajaan tertentu. Keserumpunan merujuk pada suatu dunia yang disebut “Alam Melayu” atau “Peradaban Melayu.” Dalam konteks ini, keserumpunan menggambarkan hubungan historis, budaya, dan peradaban antara berbagai wilayah di Nusantara. Nusantara sendiri merupakan istilah yang merujuk pada wilayah kepulauan di Asia Tenggara, termasuk Indonesia, Thailand, Malaysia, Brunei, Filipina, dan Singapura. Keserumpunan Nusantara mengandung makna bahwa kita semua berbagi akar budaya yang sama, meskipun terpisah oleh lautan dan pulau-pulau. Meskipun masing-masing negara memiliki identitas nasional yang unik, dalam hal ini, ada benang merah yang menghubungkan dan merangkai mereka, menunjukkan asal keluarga dan perkembangan budaya yang terkait. Sejak zaman dahulu, Nusantara telah dikenal sebagai wilayah perdagangan dan persilangan kebudayaan. Peradaban pernah memonopoli bagian dari wilayah ini, bahkan menjadi pusat di dunia, seperti Sriwijaya dan Majapahit. Kerajaan-kerajaan tersebut membentuk jaringan yang kuat melalui perdagangan dan aliansi politik, yang memungkinkan terjadinya pertukaran budaya dan bahasa. Misalnya, pengaruh Hindu dan Buddha dari India berdampak signifikan pada seni dan arsitektur, sedangkan pengaruh Islam dari Timur Tengah membantu menyebarkan Islam ke seluruh Nusantara.

Keserumpunan Nusantara memiliki sejarah, budaya, serta banyak kesamaan dalam nilai dan tradisi. Salah satu nilai yang menjadi perhatian utama dalam masyarakat Nusantara bahkan menarik di mata dunia adalah konsep “halal”. Konsep “halal” merupakan konsep yang berkaitan dengan aturan dan etika Islam yang memengaruhi berbagai aspek kehidupan, mulai dari pakaian, makanan, hingga bisnis. Artikel ini akan membahas bagaimana konsep halal *lifestyle* diimplementasikan dalam keserumpunan Nusantara dan dampaknya pada masyarakat serta perekonomian.

PEMBAHASAN

A. Konsep Halal dalam Keserumpunan Nusantara

Konsep halal *lifestyle* atau yang kita kenal dengan gaya hidup halal semakin populer beberapa tahun terakhir. Halal *lifestyle* merupakan salah satu bagian dari Syariah Islam, yaitu kewajiban bagi seorang muslim untuk mengonsumsi serta mengenakan segala sesuatu yang bersifat halal. Adapun pengertian dari halal adalah hal yang diperbolehkan dan dikonsumsi menurut ajaran Islam. Menurut *Muslim Judicial Halaal Trust* (MJCHT), halal *lifestyle* atau gaya hidup halal adalah perilaku seseorang yang dijalankan dengan cara benar, jujur, berintegritas, bermartabat, adil, dan tidak melanggar ajaran Islam. Setiap individu muslim selalu memperhatikan gaya hidup yang mereka jalankan. Hal ini karena gaya hidup adalah aspek dari kepribadian seseorang. Semua aspek kehidupan seorang muslim dikendalikan oleh ajaran Islam. Untuk alasan ini, gaya hidup halal merupakan kewajiban atau keharusan sebagai karakter dominan dari seorang muslim. Setiap orang memerlukan gaya hidup halal, tidak hanya bagi umat Islam, karena konsep halal filosofis dan praktis merupakan inovasi dari prosedur operasi standar pada 14 abad terakhir dalam Syariah Islam (Jailani & Adinugraha, 2022). Halal adalah suatu hal yang sangat bagus dalam kehidupan manusia karena ketika mereka melakukannya, maka akan memberikan banyak manfaat positif bagi manusia.

Saat ini, tidak hanya masyarakat yang beragama Islam (Muslim) saja yang menerapkan konsep halal *lifestyle*. Secara perlahan, konsep halal *lifestyle* juga menarik minat berbagai kalangan karena bersifat universal dan sesuai dengan fitrah manusia yang selalu terkait dengan kesehatan, kebersihan, dan kenyamanan. Penganut halal *lifestyle* akan semakin banyak dalam mendiskreditkan produk untuk kemungkinan digunakan, karena produk harus memenuhi kriteria halal, tidak hanya tentang sumber, tetapi dari proses produksi hingga distribusi. Peningkatan terhadap kepopuleran halal *lifestyle* juga dapat dilihat dengan bertumbuhnya industri halal yang tidak sebatas makanan dan minuman tetapi juga pada fashion, kosmetik, pariwisata, obat, elektronik, dan keuangan. Tak hanya itu, negara yang mayoritas penduduknya non-Muslim juga banyak yang menasar individu target pasar halal *lifestyle*. Seperti Selandia Baru yang merupakan salah satu ekspor daging

halal terbesar di dunia, Thailand yang mencantumkan diri sebagai *Halal Kitchen of the World*, bahkan Jepang yang berencana menjadikan *halal industry* sebagai *Key Economic Contributor by 2020*. Pertumbuhan industri halal ini tentunya akan mendorong pertumbuhan perekonomian di wilayah Nusantara.

Sebagai bukti implementasi halal *lifestyle* dalam keserumpunan Nusantara, negara-negara di Asia Tenggara bekerja sama dalam riset dan inovasi untuk mengembangkan produk halal yang baru dan berkualitas. Salah satu bentuk kegiatan kerja sama dalam hal tersebut adalah *International Halal Lifestyle Conference (IHLC)*. Konferensi ini merupakan forum yang dirancang untuk negara-negara di Asia Tenggara. Forum ini membahas tren dan peluang gaya hidup halal. IHLC membahas dan mengeksplorasi berbagai aspek terkait gaya hidup halal atau halal *lifestyle* dalam konteks internasional, terutama di wilayah Asia Tenggara yang memiliki populasi muslim yang signifikan. Tujuan utama dilaksanakannya IHLC adalah untuk menjadi platform bagi para profesional, pebisnis, akademisi, dan pemangku kepentingan lainnya untuk saling berbagi wawasan, pengalaman, serta berbagai ide inovatif terkait dengan gaya hidup halal. Konferensi ini bertujuan untuk mendorong perkembangan dan promosi halal *lifestyle* yang mencakup berbagai sektor, seperti makanan dan minuman, fashion, pariwisata, dan sebagainya. Dengan adanya acara IHLC, negara-negara di wilayah keserumpunan Nusantara dapat mempererat hubungan dan kerja sama dalam mengembangkan serta mempromosikan halal *lifestyle*, menciptakan lingkungan yang kondusif untuk inovasi industri halal, dan memperkuat jaringan bisnis khususnya yang berhubungan dengan halal *lifestyle*.

B. Implementasi Halal Lifestyle dalam Konsumsi Makanan dan Minuman

Industri makanan dan minuman di wilayah Nusantara sangat mengutamakan prinsip halal. Menurut Husein Bahresy (1981), makanan halal adalah makanan yang memiliki gizi dan diperbolehkan untuk dikonsumsi sesuai aturan Islam, yang telah dipaparkan dalam Al-Qur'an dan Hadits. Dalam pandangan Islam, makanan yang baik adalah yang mampu meningkatkan kesehatan tubuh, menarik selera makan, dan tidak dilarang oleh Al-Qur'an serta Hadits. Supriyadi dan Asih (2021) menjelaskan bahwa makanan yang dianggap halal dalam Islam harus bebas dari daging babi atau produk yang terkait dengan babi, berasal dari hewan halal dan disembelih menurut syariat Islam, serta tidak terdapat bahan-bahan yang diharamkan seperti darah, bangkai, zat yang berasal dari

tubuh manusia, kotoran, dan lainnya. Selain itu, seluruh peralatan yang digunakan untuk penyimpanan, pengolahan, pengelolaan, dan pengangkutan makanan halal harus terpisah dari peralatan yang digunakan untuk daging babi atau produk yang dianggap tidak halal.

Label “halal” pada produk makanan dan minuman menjadi tanda kepercayaan bagi para muslim. Pada negara-negara dengan penduduk muslim dominan, Seperti Indonesia dan Malaysia, pemerintah memiliki badan khusus yang memfasilitasi setiap persyaratan halal pada produk. Di Indonesia, Majelis Ulama Indonesia (MUI) memiliki wewenang untuk menerbitkan sertifikasi halal. Penentuan kehalalan suatu produk dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui rapat Komisi Fatwa MUI. Hasil keputusan tersebut kemudian disampaikan kepada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai dasar dalam menerbitkan sertifikasi halal. BPJPH merupakan badan yang dibentuk oleh pemerintah dengan tanggung jawab dalam mendaftarkan permohonan sertifikasi halal dan mengeluarkan sertifikasi halal. Selain itu, Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) menyebutkan bahwa BPJPH juga memiliki tugas untuk melakukan sosialisasi, edukasi, dan publikasi tentang produk halal. Penerbitan sertifikasi halal bertujuan untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan, mulai dari bahan baku hingga proses produksi, mengikuti pedoman halal. Hal tersebut memberikan kepercayaan kepada konsumen terutama Muslim dan mendorong peningkatan permintaan untuk produk-produk yang bersertifikasi halal.

Jika di Indonesia ada MUI, maka di Malaysia ada Lembaga Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM). JAKIM memainkan peran serupa dalam menetapkan standar halal di Malaysia. Singapura dan Brunei Darussalam juga memiliki badan yang bertanggung jawab atas sertifikasi halal untuk memastikan konsistensi dan kepercayaan konsumen. Di Brunei, Lembaga yang bertanggung jawab untuk menetapkan standar halal adalah Majlis Ugama Islam Brunei (MUIB). Brunei juga memiliki lembaga bernama Bahagian Kawalan Makanan Halal (BKMH) yang berada di bawah naungan Jabatan Hal Ehwal Syari'ah. BKMH memiliki otoritas untuk menerbitkan sertifikat halal di Brunei Darussalam. Logo halal digunakan dalam berbagai kegiatan, termasuk penyembelihan.

Sementara itu, di Singapura, sertifikat halal dikeluarkan oleh Majlis Ugama Islam Singapura (MUIS). MUIS merupakan satu-satunya pihak di Singapura yang memiliki

wewenang untuk menerbitkan sertifikasi halal. Sertifikasi halal yang diterbitkan oleh MUIS bersifat sukarela, karena sertifikasi ini hadir sebagai respon terhadap meningkatnya permintaan produk dan tempat makan di Singapura yang bersertifikat halal.

Proses sertifikasi melibatkan pemeriksaan bahan baku, metode produksi, dan ketaatan pada prinsip-prinsip Islam. Di negara-negara yang termasuk wilayah keserumpunan Nusantara yang mayoritas warganya bukan muslim, produk halal tetap diminati. Hal ini dikarenakan makanan dan minuman yang memiliki label halal dipercaya masyarakat sebagai makanan dan minuman yang bermanfaat bagi tubuh dan higienis. Meskipun negara-negara keserumpunan Nusantara memiliki banyak perbedaan seperti budaya dan bahasa, namun dengan adanya makanan dan minuman halal ini, negara-negara keserumpunan Nusantara memiliki kesamaan terutama dalam minat konsumsi.

Negara-negara di Asia Tenggara seringkali mengadakan kegiatan kolaborasi yang berfokus pada industri halal. Salah satu contohnya adalah *Malaysia International Halal Showcase* (MIHAS). Acara ini merupakan acara tahunan yang menarik berbagai peserta dari negara di Asia Tenggara dan sekitarnya, yang bertujuan untuk memperkuat kerja sama bisnis dalam industri halal. Pada tahun 2022, MIHAS dilaksanakan di Kuala Lumpur. Pameran *Malaysia International Halal Showcase* (MIHAS) 2022 menampilkan beragam produk-produk halal, diantaranya ada makanan, minuman, dan kerajinan yang bernuansa Islam. Pada pameran tersebut, CEO MATRADE, Datuk Mohd Mustafa Abdul Aziz, mengatakan bahwa sebanyak 13 klaster dipamerkan dalam MIHAS 2022 membuktikan betapa beragamnya ekosistem halal. Produk halal yang dipamerkan di acara MIHAS tidak hanya sebatas makanan dan minuman saja, melainkan terdapat 12 sektor lainnya, termasuk layanan dan penyedia solusi digital, teknologi pangan, farmasi, produk perawatan dan kosmetik, *fashion*, media dan hiburan, keuangan Syariah, pariwisata, *e-commerce*, seni, waralaba, dan kerajinan islam.

Pameran makanan dan minuman halal yang telah dilaksanakan dapat menjadi ajang untuk mempromosikan warisan budaya dan kuliner unik dari setiap negara. Hal ini tentu saja akan membantu memperkuat kesadaran terkait keserumpunan Nusantara, di mana meskipun setiap negara memiliki keragaman budaya, namun terdapat kesatuan yang mengikat mereka. Kolaborasi dalam acara-acara seperti ini juga dapat menjadi ajang untuk menyebarkan dan mendiskusikan nilai-nilai Islam yang moderat dan inklusif. Hal ini dapat

membantu menguatkan kesatuan wilayah keserumpunan Nusantara dengan cara menunjukkan bagaimana Islam dan budaya local dapat hidup berdampingan dan saling mendukung.

Secara keseluruhan, kolaborasi pameran makanan dan minuman halal dapat menjadi jembatan untuk memperkuat keserumpunan Nusantara dengan cara mempromosikan budaya, ekonomi, Kerjasama, dan nilai-nilai yang mendukung persatuan serta kebersamaan.

C. Pengaruh Halal *Lifestyle* pada *Fashion* dan Gaya Hidup

Selain dalam hal konsumsi makanan dan minuman, konsep halal lifestyle juga diimplementasikan dalam industri *fashion*. Industri *fashion* halal telah berkembang pesat beberapa tahun ini. *Fashion* halal, yang terdiri dari pakaian, aksesoris, dan gaya hidup yang sesuai dengan Islam, telah menjadi fenomena global dan menginspirasi desainer, produsen, dan konsumen di berbagai belahan dunia. Di tengah kenaikan minat untuk memenuhi kebutuhan pasar yang berkembang, industri *fashion* halal telah berubah secara signifikan. Pakaian Muslimah dan gaya busana yang sopan menjadi tren yang berkembang di seluruh wilayah Keserumpunan Nusantara. Perancang busana dari negara-negara di Kawasan Nusantara sering menggabungkan unsur budaya lokal dengan prinsip-prinsip Islam untuk menciptakan *fashion* yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga mematuhi aturan halal.

Industri *fashion* halal memiliki tren dan inovasi yang menarik. Model dan gaya *fashion* halal terbaru menjadi sumber inspirasi industri ini. Saat ini, industri *fashion* halal terus berkembang dengan berbagai inovasi yang menarik, mencerminkan kombinasi antara gaya modern dan nilai-nilai islami. *Fashion* halal tidak lagi sekadar fokus pada prinsip menutup aurat, tetapi juga pada desain yang inovatif dan elegan. Desainer-desainer *fashion* halal menciptakan pakaian dengan detail yang kreatif, potongan yang menarik, dan warna-warna yang memikat, sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Perancang busana muslim menciptakan pakaian yang *modest* yang sesuai dengan tren sekarang tanpa mengesampingkan unsur halalnya. Penggunaan teknologi dalam industri *fashion* halal menawarkan peluang kepada industri ini. Peluang ini adalah penggunaan *augmented reality* dan *virtual reality* untuk memberi konsumen pengalaman berbelanja yang maksimal dengan interaktif. Dengan kombinasi model dan gaya *fashion* halal terbaru, teknologi, dan

model material yang digunakan, dan pengarang *oppressed* dari pengetahuan dan kreativitas, terciptalah *risible* dan inovasi yang halal *defined* oleh industri fashion halal. Hal ini menarik minat konsumen serta memperluas pilihan konsumen yang semakin sadar akan pentingnya *fashion* yang menerapkan konsep halal.

Peran desainer *fashion* muslim, merek-merek fashion halal ternama, dan Lembaga serta organisasi yang mendukung perkembangan *fashion* halal sangat krusial untuk mendorong kemajuan industri ini. Desainer seperti Dian Pelangi, Rani Hatta, dan Khanaan Shamlan merupakan nama-nama yang telah mendunia dalam *fashion* muslim dan menjadi penggerak utama dalam menciptakan desain pakaian yang mengedepankan prinsip-prinsip *fashion* halal. Mereka berasal dari Indonesia. Kita patut bangga karena mereka mewakili wilayah Nusantara, membuktikan bahwa wilayah keserumpunan Nusantara mampu bersaing di kancah internasional. Dengan bakat dan visi mereka, para desainer ini menciptakan pakaian yang sopan namun tetap menarik, sesuai dengan kebutuhan pasar muslim yang terus berkembang.

Merek-merek *fashion* halal terkenal menjadi komponen kunci dalam industri fashion halal. Berkat reputasi dan kepercayaan yang telah mereka bangun, merek-merek ini menawarkan beragam pilihan pakaian dan aksesori yang tidak hanya sesuai dengan prinsip-prinsip *fashion* halal, tetapi juga memiliki gaya modern dan kualitas yang tinggi. Lembaga dan organisasi yang mendukung perkembangan *fashion* halal berperan dalam menetapkan standar, memberikan sertifikasi, serta mengembangkan pengetahuan dan keterampilan dalam industri halal. Dengan menetapkan standar tertentu dan menyelenggarakan program pendidikan dan penelitian, mereka membantu menciptakan dasar yang kuat untuk pertumbuhan *fashion* halal di wilayah Nusantara. Kolaborasi antara desainer *fashion* muslim, merek-merek *fashion* halal ternama, serta lembaga dan organisasi pendukung menghasilkan sinergi yang menguntungkan bagi industri ini. Melalui kerja sama, mereka mendorong inovasi, meningkatkan kualitas produk, dan memperluas jangkauan pasar *fashion* halal ke tingkat global.

Bukti implementasi *fashion* halal dalam keserumpunan Nusantara dapat kita lihat dari berbagai kolaborasi yang dilakukan oleh para desainer, misalnya kolaborasi antara desainer Ria Miranda yang berasal dari Indonesia dengan desainer Jovian yang berasal dari Malaysia. Dalam kolaborasi tersebut, mereka menciptakan busana muslim ala Maroko

yang tentunya menerapkan konsep busana halal sesuai aturan muslim. Hal ini membuktikan bahwa perbedaan negara tidak menjadi hambatan dalam kolaborasi karena kita masih serumpun dan memiliki tujuan yang sama.

D. Implementasi Halal *Lifestyle* dalam Bisnis dan Perekonomian

Konsep halal *lifestyle* tidak hanya berdampak pada konsumen individu, tetapi juga memengaruhi bisnis dan ekonomi secara keseluruhan. Peningkatan popularitas halal *lifestyle* atau gaya hidup halal akan memberikan manfaat bagi pertumbuhan ekonomi nasional (Jailani & Adinugraha, 2022).

Di wilayah keserumpunan Nusantara, banyak perusahaan yang berfokus pada produk dan layanan halal. Bahkan industri pariwisata juga mulai menawarkan paket wisata halal, yang mencakup kuliner halal, fasilitas ibadah, dan kegiatan yang selaras dengan nilai-nilai Islam. Di Indonesia dan Malaysia, hotel dan resor sudah mulai menawarkan layanan yang ramah muslim, seperti sarapan halal, ruang shalat, dan kolam khusus untuk berenang yang lokasinya terpisah antara laki-laki dan wanita. Kebijakan ini tentu sudah sesuai dengan aturan islam karena dalam Islam laki-laki dan perempuan tidak boleh menampakkan auratnya kepada lawan jenis yang bukan mahramnya. Langkah ini tidak hanya menarik minat wisatawan muslim dalam negeri, tetapi juga akan menarik minat wisatawan dari luar negeri, khususnya negara-negara yang mayoritas penduduknya muslim.

Keuangan Syariah merupakan sektor lain yang mengalami perkembangan signifikan dalam keserumpunan Nusantara. Tren gaya hidup halal pada sektor pembiayaan perbankan Syariah menjadi salah satu instrumen yang dapat meningkatkan pertumbuhan perekonomian nasional (Wardani & Al Arif, 2021). Menurut Rowey dkk. (2006), keuangan Islam atau keuangan Syariah adalah sistem keuangan yang didasarkan pada nilai-nilai Islam. Warde (2010) mendefinisikan keuangan Islam sebagai seperangkat alat yang mencakup bank dan entitas non-bank, seperti reksa dana, perusahaan sekuritas, dan organisasi asuransi. Bank-bank Syariah dan produk keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah (halal) menjadi populer di kalangan masyarakat dan memberikan alternatif yang menarik bagi konsumen yang ingin memastikan bahwa uang mereka dikelola sesuai dengan nilai-nilai Islam. Selain bank Syariah, terdapat juga beberapa produk halal seperti

asuransi Syariah, reksa dana Syariah, dan produk investasi lainnya yang mengikuti aturan halal.

E. Tantangan dan Peluang Implementasi Halal *Lifestyle*

Meskipun konsep halal *lifestyle* atau gaya hidup halal telah diterima secara luas di wilayah keserumpunan Nusantara, namun masih terdapat tantangan yang harus kita dihadapi. Salah satunya adalah kebutuhan akan pendidikan dan pemahaman yang lebih baik terkait apa yang sebenarnya dimaksud dengan halal. Selain itu, persaingan global memaksa industri halal di wilayah Nusantara untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produknya.

Namun, disamping tantangan juga ada peluang yang sangat besar. Pasar halal global terus mengalami perkembangan, dan negara-negara di keserumpunan Nusantara menempati posisi yang baik untuk menjadi pemimpin dalam industri halal.

KESIMPULAN

Konsep halal *lifestyle* adalah bagian integral dari keserumpunan Nusantara. Halal *lifestyle* berperan sebagai benang merah yang menunjukkan adanya persamaan antara negara-negara yang berada di wilayah Nusantara meskipun dengan latar belakang yang berbeda-beda. Implementasi konsep halal *lifestyle* memengaruhi berbagai aspek kehidupan, mulai dari makanan dan minuman, fashion, bisnis, hingga pariwisata. Meskipun ada tantangan, terdapat juga peluang untuk pertumbuhan inovasi yang sangat besar. Dengan komitmen dan rasa persatuan, negara-negara di keserumpunan Nusantara dapat bekerja sama untuk mengembangkan potensi halal *lifestyle* ke mancanegara.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H., Sartika, M., & Ulama'i, A. H. A.A. (2019). The Effect of Halal Lifestyle Di Indonesia. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*,5(2), 57-81
- Budiman, N. K. (2023). *Perkembangan Industri Fashion Halal di Dunia*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/nholisb/648323964addee09286d7ee2/perkembangan-industri-fashion-halal-di-dunia>
- Daulay, A. S., Imsar, I., & Harahap, R. D. (2023). Strategi Pengembangan Pasar Digital dalam Mendukung Industri Fashion Halal Di Indonesia. *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 5(1), 1035–1042. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v5i1.2918>
- Dwi, A. (2018). *7 Desainer Busana Muslim Dunia Ini Bisa Menginspirasi, 2 Diantaranya dari Indonesia*. OKEZONE. <https://lifestyle.okezone.com/read/2018/11/21/194/1980550/7-desainer-busana-muslim-dunia-ini-bisa-menginspirasi-2-diantaranya-dari-indonesia>
- Eko Setiawan, A., Noviarita, H., Raden Intan Lampung, N., Endro Suratmin Sukarame Kec Sukarame, J., Bandar Lampung Kotak Pos, K., & Islam Negeri Raden Intan Lampung, U. (2022). Optimalisasi Peran Perbankan Syariah Dalam Mengembangkan Industri Produk Halal: Studi Pada Industri Fashion Busana Muslim Di Provinsi Lampung. *Jurnal Syarikah*, 8(2), 197–207.
- Halal Lifestyle untuk Kualitas Hidup yang Lebih Baik*. (2024). ISEF. <https://isef.co.id/id/cat-artikel/halal-lifestyle-untuk-kualitas-hidup-yang-lebih-baik/>
- Hukum, F., Muhamadiyah, U., & Utara, S. (2020). Pengembangan Produk Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal (Halal Lifestyle). *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum*, 1(1), 14–20. <https://doi.org/10.55357/is.v1i1.16>
- Jailani, N., & Adinugraha, H. H. (2022). The Effect of Halal Lifestyle on Economic Growth in Indonesia. *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 6(1), 44–53. <https://doi.org/10.18196/jerss.v6i1.13617>
- Katriana, A. S. (2022). *Pameran MIHAS di Malaysia tawarkan makanan halal dan kerajinan Islam*. ANTARA. <https://www.antaranews.com/berita/3105105/pameran-mihas-di-malaysia-tawarkan-makanan-halal-dan-kerajinan-islam>
- Kemenag, B. H. (2020). *BPJPH: Global Halal Lifestyle Perkuat Peluang Produk Halal di Dunia*. <https://kemenag.go.id/nasional/bpjph-global-halal-lifestyle-perkuat-peluang-produk-halal-di-dunia-fi3e7n>
- Purnamasari, D. M. (2024). *Busana Muslim ala Maroko, Kolaborasi Ria Miranda dan Desainer Malaysia*. JawaPos.Com. <https://www.jawapos.com/lifestyle/01218058/busana-muslim-ala-maroko-kolaborasi-ria-miranda-dan-desainer-malaysia>

- Rahmawan, A., & Khatimah, H. (2024). *Pemilihan Produk Makanan Bersertifikasi Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal (Halal Lifestyle) Pada Generasi Milenial*. 1(2), 26–31.
- Ramadhan, M. (2022). *Selain Indonesia, Ini Deretan Negara yang Juga Memiliki Label Halal*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/wiken/read/2022/03/13/210600281/selain-indonesia-ini-deretan-negara-yang-juga-memiliki-label-halal?page=all>
- Suciyanti, A., & Faujiah, A. (2023). Sertifikat dan Labelisasi halal pada Produk Makanan di Indonesia. *ICO EDUSHA: International Conference on Education Management and Sharia Economics*, 4(1), 153–161.
- Tyas, D. A., & Supriyanto, A. (2022). Keputusan Konsumen Dalam Memilih Hotel Syariah: Ditinjau Dari Halal Lifestyle, Muslim Friendly Facilities, Dan Knowledge. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(2), 141–152. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i2.766>