



PENGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM PROMOSI PRODUK HALAL

Mazida Salwa¹

Institut Agama Islam Negri (IAIN) Lhokseumawe

mazidahsalwa830@gmail.com

Abstract

The use of social media in promoting halal products has become a major focus for companies and manufacturers who want to expand their market reach. In today's digital era, social media has become a very effective platform for promoting products and services, including halal products. This research aims to investigate how companies and manufacturers adopt social media as a main tool in their marketing strategies for halal products. This study uses qualitative research methods by conducting in-depth interviews with several companies and producers who have successfully used social media to promote their halal products. The research results show that social media provides various benefits in promoting halal products, including the ability to reach a wider audience, interact directly with consumers, and build a strong brand image. In addition, the findings show that content tailored to the characteristics of certain social media platforms, consistency in posting, and the use of influencers are key factors in the success of halal product promotion campaigns. However, challenges also arise, such as ensuring compliance with halal principles in promotional content and managing negative feedback from consumers. Thus, this research provides a better understanding of how the use of social media has changed the paradigm of halal product promotion. The practical implication of this research is the importance of companies and manufacturers to utilize social media wisely as an integral part of their marketing strategy to increase awareness and popularity of their halal products in an increasingly digitally connected global market.

Keywords: Social Media, Promotion, Halal Business.

Abstrak

Penggunaan media sosial dalam promosi produk halal telah menjadi fokus utama bagi perusahaan dan produsen yang ingin memperluas jangkauan pasar mereka. Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi platform yang sangat efektif untuk mempromosikan produk dan layanan, termasuk produk halal. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana perusahaan dan produsen mengadopsi media sosial sebagai alat utama dalam strategi pemasaran mereka untuk produk halal. Studi ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam dengan beberapa perusahaan dan produsen yang telah berhasil menggunakan media sosial dalam promosi produk halal mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memberikan berbagai keuntungan dalam promosi produk halal, termasuk kemampuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, berinteraksi langsung dengan konsumen, dan membangun citra merek yang kuat. Selain itu, temuan menunjukkan bahwa konten yang disesuaikan dengan karakteristik platform media sosial tertentu, konsistensi dalam posting, dan penggunaan influencer menjadi faktor kunci dalam kesuksesan kampanye promosi produk halal. Namun, tantangan juga muncul, seperti memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip halal dalam konten promosi dan mengelola umpan balik negatif dari konsumen. Dengan demikian, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana penggunaan media sosial telah mengubah paradigma promosi produk halal. Implikasi praktis



dari penelitian ini adalah pentingnya perusahaan dan produsen untuk memanfaatkan media sosial dengan bijaksana sebagai bagian integral dari strategi pemasaran mereka untuk meningkatkan kesadaran dan popularitas produk halal mereka di pasar global yang semakin terhubung secara digital.

Kata Kunci: Sosial Media, Promosi, Bisnis Halal

A. Pendahuluan

Era digital merupakan era dimana segala akses dapat dengan cepat dijangkau oleh pengguna media sosial, akses cepat yang disebut dengan Viral. Perkembangan teknologi informasi yang semakin maju, sehingga internet menjadi media yang memegang peranan penting dalam mengembangkan perekonomian dunia. Saat ini, permintaan kebutuhan manusia yang semakin banyak dan membludak membuat para penjual harus berfikir semakin produktif. Sehingga untuk menarik perhatian masyarakat tentunya dibutuhkan sebuah cara tersendiri. Instagram, Facebook, Tik Tok, WhatsApp dan media sosial lainnya merupakan salah satu alat yang digunakan sebagai alat promosi untuk menarik konsumen hingga melakukan Pembelian.

Islam merupakan agama yang paling pesat perkembangannya di dunia. Bagi muslim, konsumsi halal merupakan bagian penting dalam kehidupan mereka yang harus menjadi perhatian. Mengonsumsi produk halal merupakan perintah Allah dan bentuk keimanan seorang muslim. Allah telah menekankan pentingnya konsumsi halal dalam kitabnya Al-Qur'an surah 23 ayat 51 yang artinya "Wahai para rasul, makanlah dari (makanan) yang baik-baik, dan kerjakanlah kebajikan". Saat ini kebutuhan manusia semakin banyak, termasuk umat muslim yang diharapkan dapat mengonsumsi produk-produk yang terjamin kehalalannya, seperti dari produk makanan, pakaian, obat-obatan, kosmetik dan lain sebagainya. Oleh karena itu, Promosi merupakan sebuah faktor penting dalam mewujudkan tujuan penjualan, salah satunya yaitu dengan melakukan promosi di media sosial. Dengan hal ini, konsumen akan mengetahui keunggulan dan memutuskan untuk membeli sebuah produk, karena saat ini media sosial sudah menjadi sangat populer di kalangan masyarakat dan tidak hanya itu saja akan tetapi sudah banyak sekali perusahaan-perusahaan yang memanfaatkan media sosial untuk menjaring konsumen.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, tepatnya deskriptif kualitatif dengan sumber data kajian pustaka yang bersumber pada data sekunder melalui buku atau jurnal penelitian terdahulu yang berfokus pada isi yang berkaitan dengan bisnis halal "Penggunaan Media Sosial dalam Promosi Produk halal".

C. Landasan Teori

Komunikasi Pemasaran

Komunikasi pemasaran adalah sebuah kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan pesan atau informasi, membujuk, mengingatkan, kepada konsumen yang dikirim melalui satu atau lebih saluran komunikasi seperti media cetak, radio, televisi, surat, media online dan penjualan secara personal.

Promosi



Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan informasi tentang sebuah produk barang atau jasa kepada konsumen tujuannya untuk menarik calon konsumen membeli produk tersebut.

D. HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN

Urgensi Produk halal

Ajaran Islam menekankan kebaikan dan kebersihan dalam segala aspek (Farid Wajdi, 2021). Misalnya saja dalam hal makanan dan produk serta penggunaannya, Islam memerintahkan umatnya untuk makan dan menggunakan bahan-bahan yang baik, murni, dan bersih. Allah SWT berfirman yang bermaksud:

1. Wahai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan, karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu (QS. Al-Boqarah. 2:168).
2. Mereka bertanya kepadamu tentang haidh. Katakanlah: "Haidh itu adalah suatu kotoran. Oleh sebab itu hendaklah kamu menjauhkan diri dari wanita di waktu haidh: dan janganlah kamu mendekati mereka, sebelum mereka suci. Apabila mereka telah suci, maka campurilah mereka itu di tempat yang diperintahkan Allah kepadamu. (QS. Al-Baqarah, 2:222).

Sumber hukum Islam, Alquran dan Hadits, dengan jelas menyatakan bahwa beberapa makanan dan barang lainnya dianggap halal. Namun disisi lain, ada beberapa makanan yang dilarang untuk dikonsumsi. Allah SWT berfirman:

1. Sesungguhnya Allah Swt hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi dan hewan yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah Swt. Tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang ia tidak menginginkannya dan
2. Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah Swt, yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam hewan buas, kecuali yang sempat kamu menyembelihnya, dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala. (QS. Al-Maidah, 3:3).

Berdasarkan ajaran Islam, semua umat Islam harus mempelajari dan mempertimbangkan makanan dan barang apa yang merasukai. Makanan yang dimakan bukan sekadar menjadi najis semata. Makanan juga diserap dan dimetabolisme di sistem pencernaan dan diedarkan ke seluruh tubuh, termasuk otak dan jantung (Haya



Binti Mobarok Al-Barik, 2006). Sebelum memutuskan apakah suatu makanan atau belum layak untuk disantap, Anda perlu mempertimbangkan lebih dari sekedar halal atau haram. Allah SWT berfirman:

1. yang menyuruh mereka mengerjakan yang makruf dan melarang mereka dari mengerjakan yang mungkar dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk (QS. Al-A'raf, 7:157).
2. Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu (QS. An-Nahl, 16:114).
3. Wahai sekalian Utusan-Ku, makanlah dari yang halal dan beramallah yang shalih. (QS. Al-Mukminun, 23:51).

Makanan halal lagi baik ditegaskan dalam firman Allah SWT yang bermaksud:

1. Allah SWT tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. iya mendapat pahala (dari kebaikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya. (QS. Al-Baqarah, 2:286)
2. Dan makanlah makanan yang halal bagi baik dari apa yang Allah SWT telah rezezikkan kepadamu dan bertakwalah kepada Allah SWT yang kamu beriman kepada-Nya (QS. Al- Maidah, 5:88)

Dari ketetapan Allah SWT dapat disimpulkan bahwa makanan dan benda yang dikonsumsi mempunyai pengaruh terhadap kebersihan batin. Kebersihan jasmani dan batin harus diutamakan dalam kehidupan seorang muslim, karena Allah SWT sangat mementingkan kedua faktor tersebut. Allah SWT menyampaikan pesan bahwa makanan tidak hanya sekedar “makanan halal” (halalan) tetapi juga “makanan enak” (tayyiban).

Jadi, konsep makanan yang tepat dan direkomendasikan adalah “Makanan halal dan enak”. Pada prinsipnya kita dapat membedakan antara (1) makanan yang halal namun tidak baik, (2) makanan yang baik namun tidak halal, dan (3) makanan yang tidak halal dan tidak baik. Ketiga jenis makanan ini tidak dianjurkan dan tidak diwajibkan dalam ajaran Islam. Konsumsi diatur secara ketat: (4) Makanan halal dan enak (Jimly Ashiddiqie, 2015).

Manfaat Sertifikasi Halal Terhadap Bisnis Halal

Sertifikasi halal merupakan tanda bukti bahwa produk yang diperjualbelikan telah memenuhi syarat kehalalan yang ditetapkan oleh fatwa MUI. Meningkatnya populasi kelas menengah di Indonesia menjadi salah satu potensi pemasaran yang



sangat besar. Terutama kaum muslim yang mencapai 87% dari total penduduk dalam negeri. Secara bertahap, beberapa produsen barang mulai mengarahkan pemasaran khusus menyasar muslim kelas menengah, dan tak segan memberikan jaminan halal melalui sertifikasi halal. Dengan demikian, sertifikasi halal memberikan manfaat yang besar bagi konsumen, produsen, maupun pemerintah. Beberapa manfaat tersebut di antaranya sebagai berikut.

1. Sertifikat Halal Menjamin Keamanan Produk yang Dikonsumsi

Untuk mendapatkan sertifikasi Halal, suatu produk harus menjalani prosedur yang ketat mulai dari pembuatan hingga penjualan. Semua itu erat kaitannya dengan evaluasi untuk memperoleh sertifikasi Halal. Prosedur sertifikasi Halal yang ketat memastikan bahwa produk atau barang kita Halal dan memberi Anda keyakinan bahwa produk atau barang tersebut layak untuk dikonsumsi atau digunakan. Tentu saja, penerbitan sertifikasi Halal dari lembaga yang terpercaya akan meningkatkan keamanan masyarakat dan keandalan produk. Sistem jaminan halal memerlukan penerapan metode manufaktur Halal dan thayyib dalam proses pembuatannya. Untuk memastikan hal ini, bahan mentah harus dilindungi dari kontaminasi biologis, kimia dan fisik serta zat berbahaya. Proses produksi sebaiknya menggunakan alat dan lokasi yang bersih, higienis dan bebas kontaminasi. Demikian pula penggunaan bahan tambahan dan penolong dalam pembuatan harus mematuhi peraturan yang memperbolehkan hal tersebut. Pada industri besar, penerapan sistem jaminan halal sering dipadukan dengan sistem HACCP dengan menambahkan barang haram sebagai unsur bahaya yang harus diwaspadai (Prabowo, Sulistyono dan Azmawani dan Rahman, 2016). Penerapan SJH memastikan produsen hanya memproduksi produk yang aman dikonsumsi konsumen (Halal dan Tayyeb).

2. Sertifikasi Halal Memiliki Unique Selling Point (USP)

Nilai jual unik atau proposisi penjualan unik adalah konsep pemasaran yang membedakan suatu produk dengan produk lainnya. Sertifikasi halal berarti produk tersebut memiliki USP yang tinggi. Dengan kata lain, produk bersertifikat halal mempunyai keunggulan kompetitif dan meningkatkan nilai produk di mata konsumen. Produk yang telah memiliki logo Halal pada kemasannya mempunyai nilai jual tersendiri sebagai strategi pemasaran yang unik dan menciptakan citra positif di mata konsumen.



3. Sertifikasi Halal Memberikan Ketentraman Batin Bagi Masyarakat

Sertifikasi halal memberikan konsumen ketenangan pikiran dan keselamatan internal dan eksternal. Masyarakat yang sadar akan pentingnya produk halal merasa khawatir ketika mengetahui produk yang ingin dibelinya tidak berlogo halal yang disetujui MUI. Karena kami percaya bahwa tanda Halal penting untuk konsumsi aman atau safety konsumsi produk kami menggunakan. Di tingkat daerah, tidak jarang bakso berbahan dasar daging babi, babi hutan, kucing, tikus, dan lain-lain diatur karena diberlakukannya Sistem Jaminan Halal. Masalah ini menjadi lebih serius ketika pemilik bisnisnya bukan seorang Muslim. Ada banyak kasus di mana pemohon sertifikasi halal non-Muslim serius dalam mengejar sistem jaminan halal. Mengingat fakta-fakta ini, sertifikasi halal telah terbukti membantu pemerintah menjaga stabilitas sosial- ekonomi (Warta Ekspor, 2015). Dengan sertifikasi Halal, konsumen tidak perlu lagi khawatir terhadap makanan yang mengandung haram, seperti: Misalnya daging babi dan barang terlarang lainnya karena produk yang Anda konsumsi sudah bersertifikat halal dan terjamin kehalalannya. Sertifikasi halal merupakan jaminan yang dimiliki konsumen ketika membeli produk seperti makanan, minuman, kosmetik, dan obat-obatan. Seluruh produk yang melalui proses sertifikasi Halal telah memenuhi berbagai standar yang dirancang untuk menjamin perlindungan konsumen (Sumarsongko, 2013).

4. Sertifikasi Halal Memberikan Keunggulan Komparatif

Istilah halal bukan lagi sekedar persoalan agama, sudah menjadi bahasa perdagangan dunia, namun nilai-nilai halal sebenarnya mencakup makna kesucian, kebersihan, kesucian, etos kerja, tanggung jawab, dan kejujuran. Produk halal mempunyai nilai tambah memenuhi aspek hukum syariah: aman, bergizi, sehat, manusiawi, layak dan ramah lingkungan. Fungsi utama label Halal adalah agar konsumen dapat memilih produk dengan percaya diri. Umumnya seluruh umat Islam meyakini bahwa suatu produk dengan label halal menjamin aman untuk dikonsumsi. Jaminan ini tidak hanya membatasi pasar pada pasar domestik saja, namun juga membuka peluang yang sangat besar bagi pasar Muslim di luar negeri. Dengan kata lain, Halal dapat digunakan sebagai alat dan strategi pemasaran global (Evans AD, Evans S, 2012).



Implikasi Sertifikasi Produk Halal Bagi Bisnis Halal di Indonesia

Pengenalan sertifikasi halal akan berdampak besar pada bisnis produk halal di Indonesia. Bisnis halal di Indonesia menjadi topik yang sangat menarik, apalagi Indonesia merupakan negara dengan populasi umat Islam terbesar di dunia. Oleh karena itu, Indonesia memiliki potensi besar dalam industri pengembangan produk halal global. Pasar utama Indonesia adalah negaranya sendiri, karena memiliki populasi Muslim terbesar di dunia. Sebagai negara mayoritas beragama muslim, Indonesia berpeluang menjadi pusat ekonomi halal terbesar di dunia. Publikasi yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik Indonesia menyatakan bahwa penduduk Indonesia tahun 2010 mencapai 237,6 juta jiwa, dengan jumlah penduduk muslim sebanyak 207.176.162 jiwa, atau 87,18% dari total keseluruhan penduduk Indonesia. Pada tahun 2017 jumlah penduduk Indonesia mencapai 261,9 juta jiwa. Dengan demikian, dalam kurun waktu 7 tahun, rata-rata pertumbuhan penduduk muslim Indonesia dalam periode 2010-2017 mencapai 1,27%-1.46% per tahun. Pertumbuhan penduduk muslim yang pesat secara linier mempengaruhi pertumbuhan permintaan akan produk halal. Ini dapat dilihat dari permintaan produk halal. Besarnya penganut agama Islam wajar membuat pemerintah mengeluarkan UU No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal guna melindungi kepentingan konsumen yang berhak memakai produk yang sesuai syariat Islam, baik dari segi bahan pembuat, proses pembuatan hingga tahap pembungkusannya (Faqiatul, MW & Annisa HP, 2018). Indonesia memiliki konsumen muslim terbesar di dunia. Sedikitnya, 87 persen dari sekitar 260 juta umat muslim ada di Indonesia yang membutuhkan jaminan keamanan, kenyamanan, perlindungan, dan kepastian hukum mengenai kehalalan produk yang dikonsumsi maupun yang digunakan atau dimanfaatkan. Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar, Indonesia tentu menyediakan pasar yang sangat besar untuk produk-produk halal.

Media Sosial

Kaplan beserta Haenlein menyatakan media sosial itu kumpulan aplikasi dengan basis internet yang pembangunannya berdasarkan ide dan teknologi web2.0, serta adanya kemungkinan pembuatan dan pertukaran antara user-generated content. Dalam media sosial yang menjadi platform dasarnya adalah web2.0. Sedangkan Hanson menyebutnya



social media atau lebih dikenal dengan media sosial adalah media yang diciptakan bagi kemudahan hubungan sosial masyarakat dua arah. Teknologi internet merupakan basis media sosial yang cara kerjanya melalui pengubahan model sebaran suatu informasi baik dari satu ke banyak sasaran dan juga dari banyak sasaran ke banyak sasaran (Purnama, Hadi, 2010). Berdasarkan pendapat ahli di atas dapat disimpulkan, media sosial ialah media yang penyampaiannya melalui online, dan mempermudah pengguna untuk berperan aktif serta saling melakukan pertukaran di mana ciri penyebaran informasinya dari satu ke banyak sasaran dan banyak sasaran ke banyak sasaran lainnya.

Pada Pemanfaatan Media Sosial Media sosial mempunyai peran penting dalam pertumbuhan dan kemajuan produk halal, salah satunya dengan menyampaikan informasi mendalam tentang produk halal yang ditampilkan. Dilihat dari jumlah pengguna internet yang akan mengembang, tentu hal ini sangat menguntungkan bagi pemasaran online. Olehnya media sosial sangat berguna dalam menunjang kemajuan produk halal dengan tampilan yang unik sehingga dapat menarik daya beli masyarakat di era internasional. produk halal menjadi salah satu hal yang penting bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama muslim (Cindy Mutia Annur, 2022). Semakin banyak orang yang menggunakan media sosial maka pasar bisnis di dalam media sosial juga semakin terbuka, bisnis online di media sosial juga dipengaruhi oleh daya beli konsumen itu sendiri. Perilaku masyarakat juga dapat berpengaruh langsung terhadap niat pembelian secara online, masyarakat sebagai konsumen biasanya memiliki kepercayaan terhadap suatu merek tersebut sebagai alat untuk membangun image yang melekat dalam produk tersebut. Perilaku pada merek ini membuat konsumen percaya kepada berbagai toko online dalam menilai suatu produk. Gaya belanja online menjadi hal baru di kehidupan masyarakat Indonesia saat ini, masyarakat lebih menikmati waktu untuk berbelanja online dari pada berkunjung ke toko secara langsung untuk membeli barang yang di inginkan, karena menganggap lebih praktis, mudah dan dapat dilihat 24 jam. Selain itu, konsumen memilih pembelian online karena lebih menghemat waktu. Mengkomunikasikan produk melalui media sosial sekarang banyak dilakukan oleh para pebisnis, salah satu media sosial yang paling efektif digunakan untuk berbisnis adalah media sosial Instagram. Instagram adalah salah satu aplikasi unggulan di smartphone yang memudahkan para pengguna untuk berbagi foto ke dunia maya. Penggunaan



Instagram dikatakan efektif bagi penjual online karena berpeluang untuk melakukan pemasaran dalam penjualan secara luas, tidak terbatas jarak dan waktu.

E. KESIMPULAN

Bukan tidak mungkin Indonesia bisa menjadi pusat industri halal dunia. Memang benar, Indonesia memiliki peluang besar untuk mencapai hal tersebut melalui perangkat sertifikasi halal yang didukung oleh UU JPH. Beberapa indikator menunjukkan bahwa Indonesia memiliki populasi Muslim yang sangat besar yaitu sekitar 260 juta jiwa atau sekitar 87% dari total penduduk Indonesia. Angka ini mewakili pangsa pasar yang menarik. Selain itu, tingkat konsumsi masyarakat Indonesia sangat tinggi, tertinggi di dunia. Oleh karena itu, tidak ada pasar yang lebih potensial dibandingkan Indonesia. Hal penting berikutnya adalah bagaimana masyarakat Indonesia menyikapinya. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran krusial dalam promosi produk halal. Melalui strategi konten yang interaktif dan komunitas berbasis, perusahaan dapat memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan kesadaran serta kepercayaan konsumen terhadap produk halal. Media sosial memungkinkan transparansi dan keaslian dalam komunikasi yang membangun loyalitas merek dan mempengaruhi keputusan pembelian. Keberhasilan kampanye promosi produk halal di media sosial bergantung pada kemampuan perusahaan untuk terlibat secara aktif dengan konsumen, menyampaikan informasi yang jelas tentang kehalalan produk, dan menciptakan konten yang relevan dan menarik. Dengan demikian, media sosial tidak hanya menjadi alat pemasaran yang efektif, tetapi juga memperkuat posisi produk halal di pasar global.

Daftar Pustaka

Cindy Mutia Annur, "204,7 juta penggunaan internet di Indonesia awal 2022"

Dr. Farid Wajdi, S.H., M.Hum. dkk, Kebijakan Hukum Produk Halal di Indonesia, (Jakarta: Sinar Grafika, 2021), hal,1-2.

Evans AD, Evans S, 2012, Halal Market Dynamic; an Analysis, London (UK): Imarat Consultants. Faqiatul, MW & Annisa HP, 2018, "Model Pengembangan Industri Halal Food di Indonesia," Jurnal Muqtasid, Vol. 9(1): 1-13.

Haya Binti Mobarok Al-Barik, Ensiklopedia Wanita Muslim, (Jakarta: Darul falah, 2006), hal,32. Jimly Asshiddiqie, Peradilan Etik dan Etika Konstitusi, (Jakarta: Sinar Grafika, 2015), hal, 42-43.

Prabowo, Sulistyو dan Azmawani abd Rahman, 2016, "Sertifikasi Halal Sektor Industri Pengolaan Hasil Pertanian," Forum Penelitian Agro Ekonomi. vol. 34 (1): 57-70.

Purnama, Hadi , 2010, Media Sosial di era Pemasaran 3.0 Corporate and Marketing Communication, Jakarta: Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Sumarsongko, 2013, "Penerapan Sistem Jaminan Halal Untuk Mendapatkan PAH Yang ASUH," Presentasi Direktur LPPOM MUI Kaltim dalam Rakorwil IV MUI; 2013 Nov 6; Samarinda, Indonesia.

Warta Ekspor, 2015, Jurnal Kementrian Perdagangan Republik Indonesia, Ditjen PEN/WRT/56/VII/2015.