

Pemberdayaan UMKM Catering An-Nisa 36 melalui Pemberian Modal Usaha dan Pelatihan Kewirausahaan Syariah

¹Nadia Adriane Ricadonna*, **¹Sumaryanto**, **¹Rizka Azizah Fatmasari**

¹Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Slamet Riyadi Surakarta, Surakarta, Indonesia

*Corresponding Author

Jl. Sumpah Pemuda No. 18 Kadipiro Banjarsari Surakarta, Telp: (0271) 853839, Universitas Slamet Riyadi Surakarta

E-mail: nadiaadrianer2@gmail.com

Received:
26 August 2025

Revised:
15 October 2025

Accepted:
20 October 2025

Published:
28 November 2025

Abstrak

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada UMKM An-Nisa 36 dengan tujuan meningkatkan kapasitas produksi serta memperkuat keberlanjutan usaha berbasis makanan halal. Tahap awal dilakukan melalui survei untuk mengidentifikasi kebutuhan mendesak, yang menunjukkan keterbatasan sarana produksi, khususnya kompor gas. Sebagai solusi, tim pengabdian memberikan bantuan kompor gas yang langsung dimanfaatkan dalam produksi pesanan, seperti untuk kegiatan posyandu anak dan lansia. Selanjutnya, pada momentum 17 Agustus, tingginya permintaan tumpeng mendorong pemberian tambahan bantuan berupa loyang brownies untuk mendukung diversifikasi produk. Pendampingan yang dilakukan tidak hanya berfokus pada penyediaan sarana, tetapi juga melibatkan proses produksi, manajemen waktu, serta penerapan prinsip *halalan toyyiban*. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan efisiensi, produktivitas, serta kesadaran pentingnya menjaga kehalalan produk. Dengan adanya program ini, UMKM An-Nisa 36 diharapkan semakin mandiri, berdaya saing, dan mampu memenuhi kebutuhan pasar secara berkelanjutan.

Kata kunci: UMKM; makanan halal; pengabdian masyarakat; produktivitas; *halalan toyyiban*

Abstract

This community service program was carried out at UMKM An-Nisa 36 with the aim of increasing production capacity and strengthening the sustainability of halal-based food businesses. The initial stage was conducted through a survey to identify urgent needs, which revealed limitations in production facilities, particularly the absence of a gas stove. As a solution, the team provided a gas stove that was immediately utilized in fulfilling orders, such as for community health center (posyandu) events for children and the elderly. Furthermore, during the Independence Day celebration on August 17, the high demand for tumpeng encouraged the provision of an additional tool in the form of a brownie pan to support product diversification. The assistance program not only focused on providing equipment but also involved direct participation in production, time management, and the application of the halalan toyyiban principle. The results showed improvements in efficiency, productivity, and awareness of the importance of maintaining product halal integrity. Through this program, UMKM An-Nisa 36 is expected to become more independent, competitive, and capable of meeting market demands sustainably.

Keywords: UMKM; halal food; community service; productivity; *halalan toyyiban*

PENDAHULUAN

Industri makanan halal di tahun 2025 menjadi salah satu pilar utama perekonomian nasional seiring dengan meningkatnya permintaan, baik di dalam negeri maupun di pasar global. Jumlah penduduk mayoritas Muslim di Indonesia mendorong peningkatan kebutuhan terhadap produk halal, yang juga semakin diperkuat oleh kesadaran konsumen akan aspek kehalalan dan kualitas (*halalan thayyiban*). Industri ini tidak hanya berperan dalam memenuhi kebutuhan domestik, tetapi juga menjadi motor penggerak ekonomi nasional dengan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan manufaktur dan PDB. Selain itu, penguatan sistem sertifikasi halal melalui BPJPH memperkokoh posisi Indonesia dalam membangun ekosistem industri halal yang berdaya saing global. Dengan proyeksi nilai pasar yang terus meningkat, industri makanan halal di tahun 2025 dipandang sebagai sektor unggulan yang mampu mendorong daya saing, investasi, serta ekspor Indonesia di kancah internasional.

Halal dalam Al-Qur'an diartikan sebagai sesuatu yang diperbolehkan, sedangkan lawannya adalah *haram* tidak diperbolehkan. Al-Qur'an telah menegaskan bahwa perdagangan halal, sementara riba diharamkan (Qur'an 2:275). Selain itu, kata *halal* sering dipasangkan dengan *toyyib* yang berarti baik, merujuk pada aspek keamanan, kebersihan, dan nilai gizi makanan. Bagi seorang Muslim, kepatuhan pada prinsip halal dan haram adalah hal mendasar, sehingga diperlukan mekanisme formal untuk memastikan status halal produk, terutama di pasar. Sistem sertifikasi halal menjadi kunci bagi industri makanan dan minuman halal (Almunawar et al., 2025).

Industri makanan halal memiliki peran penting dalam menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan mayoritas masyarakat Indonesia. Proses produksi tidak hanya menekankan pada hasil akhir, tetapi juga harus memastikan bahwa bahan baku, peralatan, pengemasan, penyimpanan, hingga distribusi mengikuti standar halal. Oleh karena itu, diperlukan ekosistem usaha yang mendukung agar rantai produksi hingga pemasaran produk halal dapat berjalan secara terintegrasi dan berdaya saing (Abdul Hamid et al., 2022). Negara-negara seperti Malaysia, Indonesia, Singapura dan Thailand memiliki berbagai kelompok etnis dan agama. Meskipun begitu, praktik atau konsumsi makanan halal tetap umum dan banyak dilakukan oleh Masyarakat karena kebutuhan agama (Islam) yang mematuhi hukum halal. Pasar makanan halal sangat besar, karena ada lebih dari 1,5 miliar orang di dunia yang membutuhkan atau mengkonsumsi produk halal. Jadi industri ini memiliki potensi ekonomi yang sangat besar (Mohd Shuhaimi et al., 2025). Industri makanan halal tidak hanya berfokus pada bahan-bahan yang mencakup seluruh aspek halal termasuk kualitas, kebersihan dan keamanan sesuai dengan konsep halal *toyyiban* yang diterapkan dalam sertifikasi halal. Dalam hal ini, proses pengelolaan yang menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi standar praktik halal yang kemudian bertanggung jawab atas perencanaan, pengawasan dan pengendalian sumber daya yang dibutuhkan untuk produksi barang dan jasa di sebuah organisasi (Othman & Md Nawi, 2025).

Pembangunan industri halal menuntut adanya strategi yang meliputi penerapan regulasi yang ketat, pengembangan inovasi produk, serta peningkatan efisiensi dalam rantai pasok halal. Di sisi lain, kesuksesan industri halal ditentukan oleh tingkat kepercayaan konsumen terhadap mekanisme sertifikasi dan konsistensi dalam menjalankan prinsip-prinsip syariah (Marlina et al., 2025). Produk halal mempunyai ciri khas tersendiri karena dalam proses produksinya terkandung nilai-nilai moral. Dengan demikian, konsumen harus memahami konsep produk halal yang secara fundamental berbeda dari produk non-halal ketika memilih untuk mengonsumsinya. Konsep halal mencakup aspek kategori, merek, karakteristik, komposisi, serta lokasi dan waktu pemasaran produk (Khasanah, 2024). Indonesia merupakan pasar konsumen halal terbesar di dunia dengan nilai konsumsi mencapai US\$184 miliar pada 2022 dan diproyeksikan meningkat hingga US\$281,6 miliar pada 2025 (Nur Azizah et al., 2025). Kehalalan suatu produk bersifat kompleks

karena tidak hanya ditentukan oleh bahan bakunya, tetapi juga meliputi aspek proses produksi, standar kebersihan, asal-usul bahan, hingga mekanisme distribusi (Usman et al., 2024).

Pelanggan semakin memandang halal bukan hanya sebagai isu keagamaan, tetapi juga sebagai indikator universal produk berkualitas tinggi dan komitmen terhadap gaya hidup sehat. Istilah "halal" menunjukkan apa yang diperolehkan, sah atau legal bagi umat Muslim terkait tindakan atau konsumsi, sementara haram menandakan apa yang dilarang atau tidak sah. Halal terutama terkait dengan makanan,. Namun penerapannya meluas ke produk lainnya seperti kosmetik, farmasi dan produk kebersihan (Soliman et al., 2025). Makanan dan minuman halal, yang diatur oleh hukum Islam, harus mematuhi regulasi ketat seperti larangan zat beracun, larangan konsumsi darah, tata cara penyembelihan tertentu, serta penghindaran bahan yang berasal dari hewan tertentu. Permintaan terhadap produk halal telah melampaui batas agama, karena juga diminati oleh konsumen non-Muslim yang mengutamakan pilihan makanan yang bersih, aman dan berfokus pada kesehatan. Tren ini menunjukkan adanya pergeseran sosial yang lebih luas dan menuju gaya hidup sehat (Bachtiar et al., 2025).

Salah satu bidang usaha yang berkembang pesat dalam sektor UMKM adalah industri makanan dan minuman, termasuk usaha katering. Catering An-Nisa 36 merupakan UMKM yang beroperasi di bidang jasa makanan, didirikan oleh komunitas ibu rumah tangga di RT 04 RW 09 Candi Losmen, Semarang. Usaha ini memiliki potensi besar untuk berkembang, mengingat permintaan masyarakat terhadap jasa katering yang terus meningkat. Namun, Catering An-Nisa 36 menghadapi berbagai kendala yang menghambat pertumbuhan usahanya, antara lain keterbatasan modal usaha, rendahnya keterampilan manajemen keuangan, serta kurangnya akses terhadap pasar yang lebih luas. Sebelum pembinaan, UMKM An-Nisa 36 yang bergerak di bidang catering masih menghadapi beberapa kendala, terutama dalam pengelolaan arus kas, pencatatan transaksi, dan penentuan harga pokok produksi. Kegiatan usaha berjalan secara alami tanpa perencanaan keuangan yang terstruktur, sehingga pemilik sulit memantau keuntungan secara pasti. Selain itu, pemahaman tentang kewirausahaan syariah masih terbatas, sehingga prinsip syariah seperti kejujuran dalam takaran, transparansi biaya, dan penghindaran praktik gharar belum sepenuhnya diterapkan dalam operasional harian.

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mendampingi Catering An-Nisa 36 dalam menghadapi tantangan utama yang menghambat pengembangan usahanya, seperti keterbatasan modal dan keterampilan bisnis. Tim pelaksana akan memberikan dukungan berupa pemberian modal usaha. Dengan pendekatan yang sistematis dan berkelanjutan, pendampingan ini diharapkan mampu meningkatkan profesionalisme, kemandirian, dan daya saing usaha, sehingga Catering An-Nisa 36 tidak hanya berkembang secara bisnis, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar. Sebagai salah satu UMKM yang dibentuk oleh komunitas ibu rumah tangga, usaha catering berbasis syariah seperti An-Nisa 36 memiliki potensi besar dalam mendukung ekonomi lokal dan memperkuat perekonomian berbasis komunitas.

METODE PELAKSANAAN

Pra-Survei dan Identifikasi Kebutuhan

Tahap awal pendampingan, kegiatan diawali dengan survei dan koordinasi bersama Ketua UMKM An-Nisa 36 guna mengidentifikasi kebutuhan yang paling mendesak. Survei ini dilakukan untuk memastikan program yang dilaksanakan benar-benar tepat sasaran dan sesuai dengan kondisi nyata di lapangan. Berdasarkan hasil pra-survei, ditemukan bahwa UMKM mengalami keterbatasan sarana produksi, khususnya kompor gas, karena selama ini hanya mengandalkan pinjaman dari RT setempat. Oleh karena itu, diberikan dukungan berupa modal

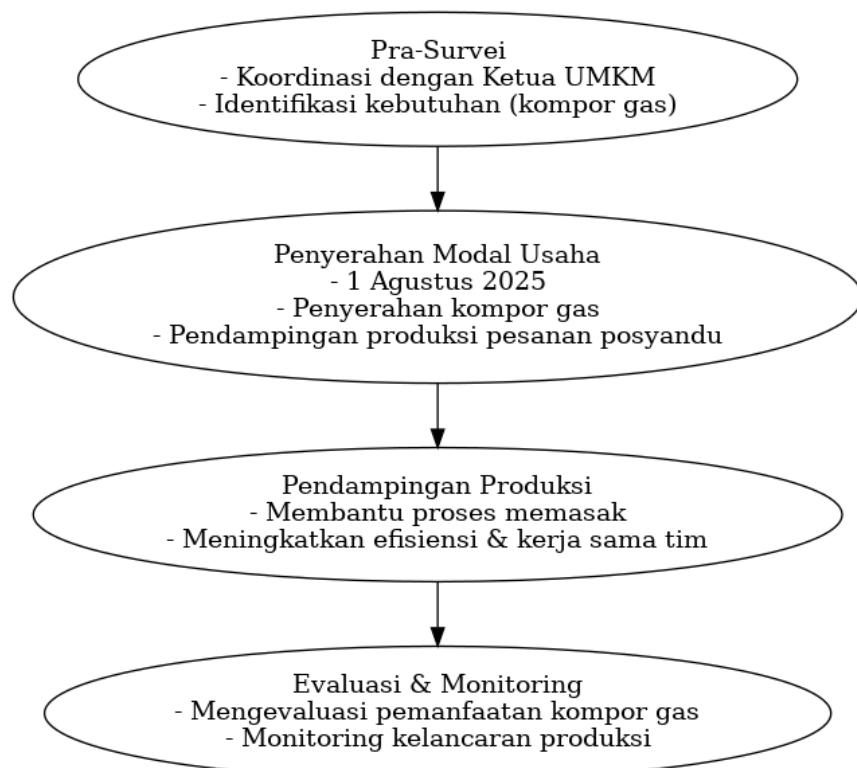
pengadaan kompor gas baru yang diharapkan dapat meningkatkan kapasitas dan efektivitas produksi UMKM An-Nisa 36.

Pemilihan Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran kegiatan ini adalah ibu-ibu anggota UMKM An-Nisa 36 yang aktif dalam produksi makanan. Kelompok ini dipilih karena memiliki potensi besar untuk mengembangkan usaha, para anggotanya terlibat cukup aktif, serta sedang menghadapi kendala nyata dalam hal sarana produksi. Oleh karena itu, UMKM An-Nisa 36 dipandang paling relevan dan tepat untuk menerima program pengabdian ini.

Perencanaan Program

Tim menyusun rencana kegiatan dengan fokus pada penyediaan modal usaha berupa kompor gas dan pendampingan dalam proses produksi. Perencanaan mencakup penjadwalan kegiatan, strategi pendampingan, serta penyusunan indikator keberhasilan yang diukur melalui kelancaran produksi dan kebermanfaatan alat yang diberikan. Berikut ini gambar 1. alur skema perencanaan program pengabdian :



Gambar 1. Alur skema perencanaan program

Bentuk pelatihan dijelaskan pada tahapan pelaksanaan kegiatan (implementasi program). Pada tahap ini, tim pengabdian memberikan pelatihan manajemen keuangan sederhana dan kewirausahaan syariah kepada UMKM An Nisa 36 melalui penyampaian materi, diskusi, serta praktik langsung penyusunan pencatatan keuangan dan simulasi penetapan harga pokok produksi. Bentuk pelatihan dijelaskan pada bagian metode atau tahapan kegiatan agar alur pembinaan dapat dipahami secara sistematis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan pada 1 Agustus 2025 di lokasi produksi UMKM An-Nisa 36. Pada tahap ini, tim menyerahkan bantuan berupa kompor gas kepada anggota UMKM. Secara bersamaan, UMKM sedang menyiapkan pesanan untuk kegiatan posyandu anak dan lansia di Candi Losmen dengan menu kacang ijo, pisang, dan telur rebus. Tim pengabdian tidak hanya menyerahkan alat, tetapi juga mendampingi proses produksi dengan ikut membantu memasak serta mengelola waktu penyelesaian pesanan. Pendampingan ini menekankan pentingnya kerja sama, efisiensi, dan motivasi kerja kelompok, sekaligus memastikan kehalalan makanan dalam setiap tahap pembuatannya. Selain itu, tim juga mengamati secara langsung bahan-bahan yang digunakan, proses memasak, hingga tahap pengemasan makanan. Adapun pelatihan dan pendampingan UMKM AN-Nisa 36 sebagai berikut :

Pelatihan Manajemen Keuangan Sederhana

Pendampingan ini membantu UMKM memahami cara mencatat pemasukan–pengeluaran harian, menghitung harga pokok produksi (HPP), menentukan harga jual, serta mengatur arus kas. Pelatihan juga mencakup penggunaan format pencatatan sederhana agar pemilik dapat memantau untung-rugi secara jelas.

Pelatihan Kewirausahaan Syariah

Materi pelatihan mencakup prinsip bisnis syariah seperti kejujuran, amanah, transparansi biaya, penghindaran gharar, dan akad-akad jual beli dasar. Pendampingan ini memastikan kegiatan usaha catering berjalan sesuai prinsip syariah sehingga lebih berkah dan menumbuhkan kepercayaan pelanggan.

Berikut ini dokumentasi kegiatan pelatihan dan pendampingan UMKM An-Nisa 36 sebagai berikut:



Gambar 2. Penyerahan modal usaha berupa kompor gas



Gambar 3. Pendampingan usaha: optimalisasi pencatatan keuangan dan pengelolaan stok



Gambar 4. Pendampingan praktis ibu-ibu UMKM An-Nisa saat proses memasak



Gambar 5. Optimalisasi pengemasan dan pemasaran produk halal UMKM An-Nisa 36 dalam pelatihan strategi keuangan



Gambar 6. Pelatihan fotografi produk untuk mendukung strategi pemasaran dan penguatan keuangan UMKM An-Nisa 36

Alat, Bahan, dan Desain Kinerja

Alat utama yang diberikan adalah kompor gas dengan dua tungku, yang dirancang untuk meningkatkan efisiensi waktu memasak dibandingkan hanya menggunakan satu tungku

pinjaman. Kinerja kompor gas ini diuji langsung dalam kegiatan produksi, dengan indikator produktivitas berupa waktu memasak yang lebih cepat serta kemampuan melayani jumlah pesanan yang lebih banyak. Adapun bahan yang digunakan dalam kegiatan pendampingan meliputi kacang ijo, pisang, dan telur yang dikelola sebagai menu pesanan.

Evaluasi, Monitoring, dan Pengumpulan Data

Evaluasi dilakukan dengan mengamati perubahan kondisi produksi dan manajemen usaha UMKM An-Nisa 36 sebelum dan sesudah penerimaan bantuan serta pelatihan. Teknik pengumpulan data meliputi observasi lapangan, wawancara singkat dengan anggota UMKM, dan dokumentasi foto kegiatan. Analisis dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan membandingkan kelancaran produksi, efisiensi waktu, dan kepuasan anggota UMKM. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa setelah mengikuti pelatihan manajemen keuangan sederhana dan kewirausahaan syariah, UMKM An-Nisa 36 mulai menunjukkan perubahan signifikan: pencatatan pendapatan dan pengeluaran dilakukan secara rutin dan rapi, penetapan harga menjadi lebih jelas berbasis perhitungan biaya yang tepat, dan pelaku usaha semakin memahami pentingnya praktik bisnis yang adil, transparan, dan berkah. Perubahan ini berdampak pada meningkatnya kepercayaan pelanggan, kualitas layanan catering, serta profesionalisme dan kesiapan UMKM untuk berkembang secara berkelanjutan

Pembahasan

Peningkatan Kapasitas Produksi

Dukungan modal usaha memungkinkan Catering An-Nisa 36 menambah peralatan produksi, termasuk peralatan pengolahan dan perlengkapan pendukung jasa katering. Penambahan ini berdampak pada peningkatan kapasitas produksi, sehingga UMKM dapat melayani lebih banyak pesanan, terutama pada momen tertentu seperti perayaan hari besar nasional maupun keagamaan. Peralatan berbasis halal *halalan thayyiban* juga meningkatkan jaminan kualitas produk yang dihasilkan.

Penguatan Manajemen Usaha

Melalui pelatihan manajemen keuangan sederhana serta kewirausahaan syariah, UMKM An Nisa 36 menunjukkan perkembangan yang signifikan. Pencatatan pendapatan dan pengeluaran mulai dilakukan secara rutin dan sistematis, sehingga pemilik usaha mampu mengevaluasi kinerja finansial dengan lebih akurat. Proses penetapan harga juga menjadi lebih terstandar karena telah didasarkan pada perhitungan biaya yang tepat. Dari aspek kewirausahaan syariah, pelaku usaha semakin memahami pentingnya menjalankan praktik bisnis yang adil, transparan, dan sesuai prinsip syariah. Pemahaman ini berdampak pada meningkatnya kepercayaan pelanggan serta kualitas layanan catering yang diberikan.

Secara keseluruhan, program pembinaan ini mendorong UMKM An Nisa 36 menjadi lebih terarah, profesional, dan siap berkembang. Pemilik dan tim usaha kini mampu melakukan pencatatan arus kas, memisahkan keuangan pribadi dan usaha, serta menyusun perencanaan keuangan jangka pendek. Kemampuan tersebut menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan usaha sekaligus memperkuat kepercayaan konsumen terhadap layanan katering halal. Penerapan prinsip manajemen halal dalam proses bisnis, sebagaimana dijelaskan oleh Abdul Hamid et al., (2022) turut memperkuat posisi UMKM An Nisa 36 dalam ekosistem industri halal.

Akses Pasar dan Pemasaran Digital

Salah satu kendala utama Catering An-Nisa 36 adalah keterbatasan akses pasar. Melalui pendampingan, usaha ini mulai diperkenalkan pada strategi pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial untuk promosi serta kerja sama dengan komunitas lokal dalam penyediaan konsumsi acara. Langkah ini sejalan dengan tren meningkatnya permintaan produk halal yang tidak hanya berasal dari konsumen Muslim, tetapi juga masyarakat umum yang menilai produk halal sebagai makanan yang bersih, aman, dan sehat (Bachtiar et al., 2025).

Kontribusi terhadap Ekonomi Lokal

Catering An-Nisa 36, yang berbasis komunitas ibu rumah tangga, tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi pemilik, tetapi juga membuka lapangan kerja tambahan bagi warga sekitar. Kontribusi ini memperlihatkan peran UMKM halal sebagai motor penggerak ekonomi masyarakat, sejalan dengan proyeksi industri halal nasional sebagai pilar penting perekonomian (Nur Azizah et al., 2025).

Tantangan dan Keberlanjutan

Meskipun terjadi peningkatan dalam kapasitas dan manajemen usaha, tantangan tetap ada, khususnya dalam hal keterbatasan modal lanjutan, keterampilan teknologi, serta akses terhadap sertifikasi halal formal. Sertifikasi halal menjadi kunci penting untuk memperkuat posisi Catering An-Nisa 36 di pasar yang lebih luas, sebagaimana ditegaskan oleh Othman & Md Nawi (2025) bahwa kehalalan produk tidak hanya terkait bahan baku, tetapi juga melibatkan aspek produksi, kebersihan, dan distribusi. Oleh karena itu, dukungan berkelanjutan melalui program pendampingan diperlukan agar UMKM dapat berkembang secara mandiri dan berdaya saing global.

KESIMPULAN

Sebelum pembinaan, UMKM An Nisa 36 menghadapi berbagai kendala terkait pengelolaan arus kas, pencatatan transaksi, dan penentuan harga pokok produksi. Kegiatan usaha berjalan tanpa perencanaan keuangan yang terstruktur, sehingga pemilik kesulitan memantau keuntungan dan kondisi finansial usaha. Selain itu, pemahaman tentang kewirausahaan syariah masih terbatas, sehingga prinsip syariah seperti kejujuran takaran, transparansi biaya, dan penghindaran gharar belum sepenuhnya diimplementasikan.

Pelaksanaan pelatihan manajemen keuangan sederhana dan kewirausahaan syariah memberikan dampak positif yang signifikan. UMKM mulai menerapkan pencatatan pendapatan dan pengeluaran secara rutin dan rapi, sehingga evaluasi kinerja keuangan dapat dilakukan secara lebih akurat. Penetapan harga menjadi lebih terstandar melalui perhitungan biaya yang tepat. Dari aspek kewirausahaan syariah, pelaku usaha menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap praktik bisnis yang adil, transparan, dan sesuai prinsip halal, yang berdampak pada meningkatnya kepercayaan pelanggan serta kualitas layanan catering.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Universitas Slamet Royadi Surakarta yang telah memberikan dana hibah pengabdian masyarakat dan kepada UMKM AN-Nisa 36 yang telah banyak mendukung terlaksananya program ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hamid, M., Chi Hong, Y., Martony, O., & Devi, M. (2022). Halal in the Food Industry Around the Globe. *Journal of Halal Science and Technology*, 1(2), 12–21. <https://doi.org/10.59202/jhst.v1i2.609>
- Almunawar, M. N., Fauzi, A. M., Almunawar, Z. S., & Masri, M. (2025). Modelling business ecosystem of halal industry – case halal food industry in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing, August*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2024-0221>
- Bachtiar, W. F., Masruroh, N. A., Asih, A. M. S., & Sari, D. P. (2025). Halal food sustainable traceability: a multi-group consumer-centric acceptance and preference analysis. *Journal of Islamic Marketing, August*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2024-0610>
- Khasanah, M. (2024). The impact of habit and halal involvement on the intention to purchase international branded food: evidence from Indonesia. *Journal of Islamic Marketing, August*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2023-0289>
- Marlina, L., Juliana, J., Ismail, S., & Dewi, S. V. (2025). Halal industry development strategy: a bibliometric analysis. *Journal of Islamic Marketing, August*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2024-0591>
- Mohd Shuhaimi, A. A., Ab Karim, S., Lee, E. K., Mohamad, S. F., Ungku Zainal Abidin, U. F., & Arshad, M. M. (2025). Sustainable career growth for the Halal professionals in Malaysia and Australian food industry. *Journal of Islamic Marketing*, 16(5), 1328–1348. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2024-0125>
- Nur Azizah, S., Koeswinarno, K., Nur Salam, A., Ansyah, R. H. A., Kustini, K., Atieqoh, S., & M. F. (2025). Linking halal certificate and micro, small and medium enterprises (MSMES) performance in Indonesia. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, August*. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-12-2023-0463>
- Othman, B., & Md Nawi, N. H. (2025). Halal standards practices in the food industry: the impact of halal assurance and operations. *Journal of Islamic Marketing*, 16(5), 1469–1492. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2023-0051>
- Soliman, M., Hayeemad, M., & Nuh, R. (2025). *Investigating factors affecting purchase intention of halal cosmetics products among Millennial consumers: findings from PLS-SEM approach*. *August*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2024-0264>
- Usman, F. O., Kess-Momoh, A. J., Ibeh, C. V, & ... (2024). Entrepreneurial innovations and trends: A global review: Examining emerging trends, challenges, and opportunities in the field of entrepreneurship, with a focus on *International Journal of* <https://ijsra.net/content/entrepreneurial-innovations-and-trends-global-review-examining-emerging-trends-challenges>