

PERAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH PADA PELAKU USAHA MAKANAN MINUMAN HALAL TERHADAP PENINGKATAN NILAI TAMBAH

Burhanuddin¹, Sugeng Santoso², Anggia Lovika³, Idu Praktikno⁴.

¹ Universitas Mercu Buana, Indonesia

² Universitas Mercu Buana, Indonesia

³ Universitas Mercu Buana, Indonesia

⁴ Universitas Mercu Buana, Indonesia

*e-mail: anggiakamal@gmail.com

Abstract: Based on the 2019 National Financial Literacy Survey (SNLIK), the growth of the Islamic financial literacy index has been limited in the last 3 years to 8.93%. This shows that public awareness and preference for Islamic finance. Financial literacy has a function to increase public sensitivity to the financial services sector, starting from knowing about financial services, believing, and being skilled so as to reach a society that has a high level of financial literacy in the financial services sector, especially Islamic banking. It is assumed that there are still many Indonesians, especially halal food and beverage business actors, do not have a good understanding and knowledge of Islamic financial services. The research approach used in this study is quantitative research. The population of this study is halal food and beverage business actors. The sampling technique used is purpose sampling with the criteria for halal food and beverage actors who are willing to fill out a complete questionnaire online through a google form. Collection technique by distributing questionnaires online through google form. Data analysis used multiple linear regression using the SPSS 21.0 tool for windows. As a dependent variable is Islamic financial literacy and the independent variable is an increase in added value. The results of data processing show that Islamic financial literacy has a significant effect on increasing added value.

Keywords: Financial Literacy; Islamic Finance; Halal Food and Beverages; Value

Abstrak: Berdasarkan Survei Nasional Literasi Keuangan (SNLIK) 2019, pertumbuhan indeks literasi keuangan syariah terbatas dalam 3 tahun terakhir menjadi sebesar 8,93%. Hal tersebut menunjukkan bahwa kesadaran dan preferensi masyarakat terhadap keuangan syariah. Literasi keuangan memiliki fungsi untuk meningkatkan kepekaan masyarakat terhadap sektor jasa keuangan, mulai dari mengetahui tentang jasa keuangan, meyakini, dan terampil sehingga mencapai masyarakat yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi pada sektor jasa keuangan terutama perbankan syariah. Diasumsikan bahwa masih banyak penduduk Indonesia khususnya pelaku usaha makanan dan minuman halal tidak memiliki pemahaman serta pengetahuan yang baik terhadap layanan keuangan syariah. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah pelaku usaha makanan dan minuman halal. Teknik sampling yang dipakai ialah *purpose sampling* dengan kriteria pelaku makanan dan minuman halal yang bersedia mengisi lengkap kuesioner secara online melalui *google form*. Teknik pengumpulan dengan cara menyebarkan angket secara *online* melalui *google form*. Analisis data yang digunakan regresi linear berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS 21.0 for windows. Sebagai variabel dependen adalah literasi keuangan syariah dan variabel independen adalah peningkatan nilai tambah. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap peningkatan nilai tambah.

Kata Kunci: Literasi Keuangan; Keuangan Syariah; Makanan Minuman Halal; Nilai Tambah

PENDAHULUAN

Industri makanan & minuman halal merupakan salah satu sub sektor dalam ekosistem halal yang memiliki potensi cukup besar di Indonesia (Kholishudin, 2021). Makanan dan minuman menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kebutuhan wisatawan di daerah-daerah tujuan wisata (Amalia, 2020; Hasanah et al., 2018). Corak dan cita rasa makanan menjadi salah satu magnet wisata, yang biasanya dikemas sedemikian rupa sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan seperti makanan halal (Hasanah et al., 2018). Namun ada kekhawatiran khususnya wisatawan muslim tentang kekhhalalan makanan yang tersedia pada destinasi-destinasi wisata (Widyarini, 2020). Makanan halal adalah makanan yang boleh atau wajib dikonsumsi oleh umat muslim. Wajib yaitu suatu perbuatan yang apabila dikerjakan mendapat pahala dan bila ditinggalkan mendapat dosa. Menjaga makanan dari hal yang haram bagi seorang Muslim merupakan bagian dari ibadah dan iman yang tentunya akan berimplikasi terhadap kebaikan muslim di dunia dan akhirat (Rifa'i, 2018).

Keterlibatan Lembaga Keuangan terutama Perbankan Syariah juga menjadi bagian yang paling penting dari sistem pengembangan makanan minuman halal (Fatmawati & Santoso, 2020). Hal ini disebabkan oleh mayoritas masyarakat kota di Indonesia yang beragama Islam (Romaji, 2021). Sehingga kehadiran lembaga ini dapat mendorong para pelaku usaha makanan minuman halal untuk mengembangkan usahanya melalui pembiayaan yang di tawarkan. Sebagai bagian dari sistem keuangan Islam yang paling maju, bank syariah juga menunjukkan eksistensinya. Hal ini dibuktikan dengan 80% asset dari industri keuangan syariah global adalah perbankan syariah (Dadang Husen Sabana, 2017).

Literasi keuangan memiliki fungsi untuk meningkatkan kepekaan masyarakat terhadap sektor jasa keuangan, mulai dari mengetahui tentang jasa keuangan, meyakini, dan terampil sehingga mencapai masyarakat yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi pada sektor jasa keuangan terutama perbankan syariah (Candera et al., 2020). Berdasarkan Survei Nasional Literasi Keuangan (SNLIK) 2019, pertumbuhan indeks literasi keuangan syariah terbatas dalam 3 tahun terakhir menjadi sebesar 8,93%. Hal tersebut menunjukkan bahwa kesadaran dan preferensi masyarakat terhadap keuangan syariah berpotensi untuk terus ditumbuhkan, sehingga dapat menjadi pilihan utama dalam melakukan investasi,

memperoleh pembiayaan, dan berasuransi di masa depan (Utomo et al., 2020).

Dapat diasumsikan bahwa masih banyak penduduk Indonesia khususnya pelaku usaha makanan dan minuman halal tidak memiliki pemahaman serta pengetahuan yang baik terhadap layanan keuangan Syariah (Stephani Kasendah & Wijayangka, 2019). Sehingga, sinergi yang kuat antar pemangku kepentingan perlu dilakukan guna mengenjot tingkat literasi dan inklusi keuangan di kalangan pelaku usaha makanan minuman halal. Tentu tingkat pemahaman masyarakat akan penggunaan produk dan jasa keuangan haruslah diperhatikan (Ningtyas, 2019).

Literasi keuangan syariah terdapat perkembangan maka keputusan menggunakan produk perbankan syariah juga turut berkembang (Khosasi, 2017). Pada penelitian Iskamto & Yapentra (2018) literasi keuangan syariah menunjukkan hasil positif terhadap variabel religiusitas yang di uji. Hal ini sejalan dengan penelitian Satriana & Faridah (2018) yang menyatakan bahwa Bagi wisatawan muslim, makanan halal adalah salah satu elemen penting yang berkontribusi terhadap pilihan wisata (Azizah, 2020; Widyarini, 2020). Corak dan cita rasa makanan menjadi salah satu magnet wisata, yang biasanya dikemas sedemikian rupa sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan seperti makanan halal (Hasanah et al., 2018). Karena selalu ada kekhawatiran khususnya wisatawan muslim tentang kekhthalalan makanan yang tersedia pada destinasi-destinasi wisata (Hasanah et al., 2018). Makanan halal adalah makanan yang boleh atau wajib dikonsumsi oleh umat muslim. Wajib yaitu suatu perbuatan yang apabila dikerjakan mendapat pahala dan bila ditinggalkan mendapat dosa. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang Peran Literasi Keuangan Syariah pada Pelaku Makanan Minuman Halal terhadap Peningkatan Nilai Tambah (El Ikhwan, 2019).

METODE

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya (Sugiyono, 2015). Dari rancangan penelitian tersebut dijelaskan bahwa variabel literasi keuangan syariah sebagai variabel bebas dan peningkatan nilai tambah sebagai variabel terikat.

Populasi dari penelitian ini adalah pelaku makanan dan minuman halal. Teknik sampling yang dipakai ialah *purpose sampling* dengan kriteria-pelaku makanan dan minuman halal yang mempelajari dan menggunakan keuangan syariah dan bersedia untuk mengisi kuesioner secara online. Teknik pengumpulan dengan cara menyebarkan angket secara *online* melalui *google form* kepada pelaku makanan minuman halal yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data yang digunakan regresi linear sederhana dengan melakukan uji asumsi diantaranya uji normalitas, uji linearitas, uji hipotesis dengan menggunakan alat bantu SPSS 21.0 for windows. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji regresi berganda sederhana, dengan uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Dalam penelitian ini responden yang telah merespon untuk tes aktual yang dilakukan oleh Peneliti sebanyak 61 responden dengan latar belakang pendidikan SMA sampai dengan S1, melakukan usaha makanan dan minuman halal serta telah memahami prinsip keuangan syariah. Data dalam penelitian ini diperoleh menggunakan kuesioner *online* melalui *google form*, dengan cara *link* kuesioner diberikan kepada responden yang memenuhi syarat.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r Hitung	R Tabel	Keterangan
Literasi Keuangan (X)	X1	0,807	0,254	Valid
	X2	0,847		Valid
	X3	0,769		Valid
	X4	0,669		Valid
	X5	0,738		Valid
	X6	0,807		Valid
	X7	0,847		Valid
	X8	0,769		Valid
	X9	0,669		Valid
	X10	0,738		Valid
	X11	0,738		Valid
	X12	0,669		Valid
	X13	0,769		Valid
	X14	0,847		Valid
	X15	0,807		Valid
	X16	0,807		Valid
	Nilai	X17		0,847

Tambah (Y)	X18	0,769	Valid
	X19	0,669	Valid
	X20	0,738	Valid
			Valid
	Y1	0,637	Valid
	Y2	0,885	Valid
	Y3	0,766	Valid
	Y4	0,835	Valid
	Y5	0,839	Valid

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022.

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa Variabel X dan Y dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0,254.

Uji Realibilitas

Tabel 2. Uji Realibilitas X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.828	20

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022

Pengujian reliabilitas kuesioner variabel literasi keuangan syariah (X) didapatkan hasil *Cronbach Alpha* 0,828 dan lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan pernyataan kuesioner literasi keuangan syariah (X) dalam penelitian ini reliabel.

Tabel 3. Uji Realibilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.852	5

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022

Pengujian reliabilitas kuesioner variabel Y didapatkan hasil Cronbach Alpha 0,852 dan lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan pernyataan kuesioner variabel Y dalam penelitian ini reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 4. Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			<i>Unstandardized Residual</i>
N			60
Normal Parameters ^a	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.59326211
Most	Extreme	Absolute	.118

Differences	Positive	.108
	Negative	-.118
Kolmogorov-Smirnov Z		.916
Asymp. Sig. (2-tailed)		.371
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022

Hasil analisis menunjukkan bahwa ada nilai signifikansi sebesar 0, untuk variabel X dan 0,092 untuk variabel Y. Hasil tersebut menyatakan bahwa distribusi data berdistribusi secara normal karena nilai signifikansi X dan Y > 0,05.

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 5. Uji Regresi Linear Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	Peningkatan Nilai Tambah(Y)	3424.642	2305.468		1.485	.143
	Literasi Keuangan (X)	.687	.101	.667	6.819	.000

a. Dependent Variable:

Continuance Intention

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022

Dengan keterangan Y = Peningkatan Nilai Tambah dan X = Literasi Keuangan Syariah. Berdasarkan persamaan regresi linear pada tabel diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Nilai Y akan tetap sebesar 3,424 konstanta jika nilai X tidak mengalami perubahan, baik peningkatan maupun penurunan.
2. Jika nilai X mengalami peningkatan nilai sebesar 1 satuan, maka nilai Y akan mengalami peningkatan sebesar 0,687 menjadi 4,111.

Tabel 6. Uji T

Uji T Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	

		B	Std. Error	Beta		
1	Peningkatan Nilai Tambah	3424.642	2305.468		1.485	.143
	Literasi Keuangan	.687	.101	.667	6.819	.000

a. Dependent Variable: Continuance Intention

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022

Pada tabel 6 menunjukkan dari hasil analisis data diketahui bahwa nilai $t = 4,111$ dan tingkat signifikansi $= 0,000 < 0,05$. Karena nilai $p < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan Syariah (X) berpengaruh pada peningkatan nilai tambah (Y).

PEMBAHASAN

Berdasarkan dari hasil yang diperoleh, diketahui bahwa hasil analisis data diketahui bahwa nilai $t = 4,111$ dan tingkat signifikansi $= 0,000 < 0,05$. Karena nilai $p < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. H_a diterima berarti literasi keuangan syariah pada pelaku makanan minuman halal berpengaruh terhadap peningkatan nilai tambah dengan interpretasi bahwa nilai variabel Y (peningkatan nilai tambah) akan tetap sebesar 3,424 konstanta jika nilai X (literasi keuangan syariah) tidak mengalami perubahan, baik peningkatan maupun penurunan. Dan nilai X (literasi keuangan syariah) mengalami peningkatan nilai sebesar 1 satuan, maka nilai Y (peningkatan nilai tambah) akan mengalami peningkatan sebesar 0,687 menjadi 4,111, menunjukkan bahwa variabel X (literasi keuangan syariah) berpengaruh signifikan terhadap peningkatan nilai tambah.

Di sisi lain, gaya hidup halal (*halal lifestyle*) belakangan ini menjadi trend yang mendunia, tidak hanya di negara-negara yang mayoritas berpenduduk muslim tetapi juga di negara berpenduduk mayoritas non muslim (Rifa'i, 2018; Satriana & Faridah, 2018). Kesadaran pemenuhan kebutuhan halal meningkat di kancah global seiring dengan menggeliatnya wisata halal global yang tidak melulu terbatas pada sektor destinasi wisata yang berkait situs keislaman (religi) tetapi menyangkut pemenuhan

kebutuhan-kebutuhan wisata itu sendiri (Naini et al., 2022; Wardo & Samsuri, 2020). Pelabelan halal merupakan nilai tambah tersendiri untuk mendorong daya serap produk mereka di pasar. (Kusnadi, 2019). Jumlah ini terus bertambah di tahun 2019. Hal ini terlihat dari jumlah perusahaan yang melakukan sertifikasi halal bertambah dari 11,249 perusahaan pada tahun 2018, menjadi 13, 951 perusahaan, 15.495 sertifikat halal, dan 274.796 jumlah produk sehingga jumlah total sampai tahun 2019 sertifikasi halal MUI telah mencapai jumlah 73.902 perusahaan, 85.480 jumlah sertifikat halal dan 1.002.413 jumlah produk (halalmui, 2019).

Literasi keuangan adalah wawasan dan paradigma perihal rencana dan potensi kerugian keuangan dan keahlian, dorongan serta kepercayaan untuk menggunakan informasi dan paradigma tersebut untuk mengambil tindakan yang efektif disegala bentuk keuangan dalam rangka mencapai kemakmuran dan guna mendorong kontribusi dalam hal kehidupan ekonomi [OECD, 2015]. Selain itu, literasi keuangan juga di definisikan sebagai wawasan serta keahlian individu perihal ilmu keuangan yang mempengaruhi perilaku seseorang dalam pengambilan keputusan sehingga mampu mengelola keuangan dalam rangka menggapai kesejahteraan [Otoritas Jasa Keuangan, 2017a]. Literasi keuangan berperan penting bagi masyarakat dalam memilih dan menggunakan produk jasa keuangan sesuai dengan kebutuhannya sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan. Apabila masyarakat telah memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi diharapkan dapat mendorong percepatan pembangunan ekonomi suatu bangsa (Adiyanto & Purnomo, 2021). Tingkat literasi keuangan yang baik dapat mencegah masyarakat mengalami masalah keuangan, dimana masalah keuangan tidak hanya disebabkan oleh minimnya pendapatan, namun dapat pula dikarenakan pengelolaan keuangan yang buruk yang disebabkan oleh minimnya wawasan terhadap aspek keuangan yang berakibat pada kesalahan dalam pengambilan keputusan (Nanda et al., 2019).

Setidaknya terdapat lima kategori tidak paham keuangan yaitu: *wise illiteracy*, *greed driven illiteracy*, *information deprived illiteracy*, *illiterate illiterates* dan *kindergarden illiterates* (Mundra in Harikumar dan Susha, 2018). Selanjutnya dijelaskan bahwa *wise illiteracy* adalah keadaan dimana

seseorang memiliki semua sumber daya sehingga mudah untuk dikendalikan, juga memahami risiko dari setiap tindakannya. *Greed driven illiteracy* adalah keadaan dimana seseorang terpelajar dan memahami risiko dalam berbagai keputusan yang diambil dengan baik. *Information deprived illiteracy* adalah kondisi dimana seseorang tidak memiliki akses pada informasi level tertentu sehingga mengalami informasi asimetri dan kesenjangan pengetahuan. Sedangkan *illiterate illiterates* adalah kondisi dimana seseorang baru mengenal sistem keuangan formal dan sistem perbankan formal. Terakhir, *kindergarden illiterates* adalah keadaan dimana pelajar muda (remaja) yang kebanyakan buta secara finansial. Maka dari pemaparan tersebut, dapat diketahui bahwa tingkat ketidak pahaman keuangan tertinggi adalah *kindergarden illiterates* (El Ikhwan, 2019). Pengetahuan keuangan dan keahlian dalam hal keuangan masih endah di berbagai belahan dunia meskipun pada ekonom muda yang sudah mendapatkan nilai memuaskan dalam literasi keuangan (Frączek & Klimontowicz, 2015)

Di era modern dan perdagangan bebas dewasa ini berdampak pada meningkatnya produk makanan dan minuman baik lokal maupun impor di masyarakat. Produk makanan dan minuman yang beredar di masyarakat belum tentu memberi rasa aman, nyaman, tentram dan layak dikonsumsi oleh konsumen muslim. Jaminan mengenai produk halal dilakukan sesuai dengan asas perlindungan, keadilan, kepastian hukum, akuntabilitas dan transparansi, efektifitas dan efisiensi serta profesionalitas (Kholishudin, 2021). Jaminan mengenai produk halal dilakukan sesuai dengan asas perlindungan, keadilan, kepastian hukum, akuntabilitas dan transparansi, efektifitas dan efisiensi, serta profesionalitas. Jaminan penyelenggaraan produk halal bertujuan memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengkonsumsi dan menggunakan produk halal, serta meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual produk halal (Syafriada, 2016).

Hubungan yang bermakna antara literasi keuangan dan kinerja yang dialami pengusaha yaitu hubungan yang secara logis diterapkan pada perusahaan yang dengan literasi keuangan baik akan mampu secara strategis

mengidentifikasi dan merespon perubahan iklim bisnis, ekonomi dan keuangan sehingga keputusan yang diambil akan menciptakan solusi inovatif dan terarah dengan baik untuk peningkatan kinerja dan keberlangsungan usahanya (Azizah, 2020).

SIMPULAN

Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa ketika terjadi peningkatan literasi keuangan pada pelaku usaha makanan minuman halal maka akan terjadi peningkatan nilai tambah dan hasil uji t menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara literasi keuangan pada pelaku usaha makanan minuman halal terhadap peningkatan nilai tambah

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian ini. Semoga bermanfaat bagi para pembacanya.

DAFTAR RUJUKAN

- Adiyanto, M. R., & Purnomo, A. S. D. (2021). Dampak tingkat literasi keuangan syariah terhadap minat menggunakan produk keuangan syariah. *Jurnal Administrasi Kantor*, 9(1), 1–12.
- Alika, V. A.; Santoso, S.; Nurmaliki, S.; Anisa, N. (2021). Marketing Strategy Sharia Financial Institutions to Promote Sharia Fintech and Micro and Small Enterprises (MSES). *Proceedings of the 1st MICOSS Mercuru Buana International Conference on Social Sciences, MICOSS 2020*, EAI. doi:10.4108/eai.28-9-2020.2307373
- Amalia, A. N. (2020). Niat Mengonsumsi Makanan dan Minuman Halal Pada Remaja. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1). <https://doi.org/10.31332/lifalah.v5i1.1787>
- Azizah, N. S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(02).
- Candera, M., Afrilliana, N., & Ahdan, R. (2020). Peran Literasi Keuangan Syariah dalam memoderasi Pengaruh Demografi terhadap Minat Menabung Pada Perbankan Syariah. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 16, 1–7.
- Dadang Husen Sabana. (2017). Manajemen Keuangan Syariah. In *CV PUSTAKA SETIA*.
- El Ikhwan, M. T. (2019). Determinan Literasi Keuangan Syariah. *Al-Masharif*, 7(1), 82–96.
- Endri, Syafarudin, A., Santoso, S., Imaningsih, E. S., Suharti, T., & Rinda, R. T. (2020). Consumption Behavior Patterns Of Generations Y Halal Products In Indonesia. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 26(2), 1-

- Fatmawati, A. A., & Santoso, S. (2020). Penguatan Rantai Nilai Pariwisata Sebagai Strategi Pengembangan Kawasan Kota Tua Jakarta Menjadi Kawasan Wisata Ramah Muslim. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 6(03).
- Hasanah, S., Amelia, F., & Erwin, Y. (2018). Makanan Halal Pada Destinasi Wisata di Nusa Tenggara Barat. *IJECA (International Journal of Education and Curriculum Application)*, 191.
- Iskamto, D., & Yapentra, A. (2018). Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru (Religiosity and Trust in Islamic Banking in Pekanbaru City Indonesia). *Eko Dan Bisnis*, 9(4).
- Iskandar, M., Santoso, S., Putra, R., Putri, G., Perdana, R., & Irawan, P. (2021, November 1). ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF THE GOVERNMENT'S ASSISTANCE FOR MICRO BUSINESSES ON CULINARY SECTOR MSMES IN THE MASS OF THE COVID-19 VIRUS PANDEMIC IN SAWAH BESAR DISTRICT, CENTRAL JAKARTA. *Journal of Economics, Business, and Government Challenges*, 4(2), 147-154.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33005/ebgc.v4i2.200>
- Kholishudin, K. (2021). Makanan Dan Minuman Produk Barat Dalam Perspektif Hukum Islam. *Al Iqtishod*, 9(2), 109–126.
- Khosasi, A. (2017). *Pengaruh literasi keuangan syariah dan pemasaran terhadap pengambilan keputusan nasabah melakukan pembiayaan mikro di bank syariah Bukopin Sidoharjo*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Naini, N. F., Sugeng Santoso, Andriani, T. S., Claudia, U. G., & Nurfadillah. (2022). The Effect of Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1).
<https://doi.org/10.29244/jcs.7.1.34-50>
- Nanda, T. S. F., Ayumiati, & Wahyu, R. (2019). Tingkat Literasi Keuangan Syariah : Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh. *JIH BIZ*, 1(2), 141–152.
- Ningtyas, M. N. (2019). Literasi Keuangan pada Generasi Milenial. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(1). <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i1.111>
- Rifa'i, M. N. (2018). Promosi Makanan Halal di Kota Taipei, Taiwan. *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 111.
- Romaji, H. (2021). Peran Lembaga Keuangan Mikro Syariah Ditengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia Dalam Merangkul Usaha Mikro Kecil Mengengah *Madani Syari'ah*, 4(1).
- Santoso, Sugeng (2020). Optimizing Access to Financial Capital of Creative Economy for Startups Towards Global Competitiveness, *BECOSS (Business Economic, Communication, and Social Sciences)*, 2(2), 13-21. DOI: <https://doi.org/10.21512/becossjournal.v2i2.6246>.
- Santoso, Sugeng, Fatmawati, Ari, Ubaidillah, Rian, Widyanty, Winda, AND Isa, Salmi. " Analysis of Muslim Friendly Tourism Development in Indonesia" *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam* [Online], Volume 10

Number 2 (1 October 2021), 17-32.

- Santoso, S.; Natanael, A.; Fatmawati, A.A.; Griselda, A.; Khoirunnisa, J.; Simanjuntak, M.; Bagus, A. A. R. (2021). Analisis Pengembangan Platform Ekspor Sub Sektor Kuliner Tinjauan Dari Model Sistem Inovasi, *Jurnal Distribusi*, 9(1), 29-38. DOI: 10.29303/distribusi.v9i1.151
- Santoso, S.; Natanael, A.; Griselda, A.; Khoirunnisa, J.; Simanjuntak, M.; Bagus, A. R.; Merry, L. Z. (2021). Analysis of Business Process Reengineering and Export Platform in Supporting Business Exports of Creative Economy Players in the Micro, Small and Medium Business in Culinary Sub-sector. *Journal of Economics, Business, and Government Challenges (JoEBGC)*, 4(1), 32-49. doi:10.33005/ebgc.v4i1.170
- Santoso, S.; Ubaidillah, R.; Balqis, B.; Sembiring, C. F. (2021). Community Role in Improving Muslim-Friendly Value Chain in COVID-19 Pandemic at Geopark Bayah Dome Tourism Area. *Proceedings of the 1st MICOSS Mercu Buana International Conference on Social Sciences, MICOSS 2020*, EAI. doi:10.4108/eai.28-9-2020.2307372
- SANTOSO, Sugeng et al. Analysis of Marketing Value Chain Development of Halal Food Products (Case Study of Kato Dehydrated Food Startup). **Journal of Islamic Economics and Social Science (JIESS)**, [S.l.], v. 2, n. 1, p. 36-43, nov. 2021. ISSN 27227111. Available at: <<https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/jiess/article/view/11827>>. Date accessed: 31 may 2022. doi:<http://dx.doi.org/10.22441/jiess.2021.v2i1.004>.
- Satriana, E. D., & Faridah, H. D. (2018). Halal Tourism: Development, Chance and Challenge. *Journal of Halal Product and Research*, 1(2), 32.
- Stephani Kasendah, B., & Wijayangka, C. (2019). PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA UMKM. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1).
- Sugeng Santoso, Rahma Septi Anzelina, Luthfi Aulia Safari, Dimas Iskandar, Fery Erwanda (2021). Pembiayaan Dan Manfaat Financial Technology (Fintech) Syariah Pada 212 Mart, Syi'ar Iqtishadi: *Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 5(1), 68-92. DOI: <http://dx.doi.org/10.35448/jiec.v5i1.9889>
- Sugeng Santoso , Selma Alfarisah , Ari Ana Fatmawati , Rian Ubaidillah (2021). Correlation Analysis of the Halal Certification Process and Perceptions of the. Cost of Halal Certification with the Intentions of Food and Beverage SMEs Actors, *Jurnal Religious*, 5 (2), 297-308. DOI :10.15575/rjsalb.v5i2.11627
- Sugiyono. (2015). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. ALFABETA.
- Syafrida. (2016). Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Memberi Perlindungan Dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim. *Adil*, 7(2), 159–174.
- Utomo, G. S., Mustafa, R., Adhidharma, G., Maryam, S., Fajriah, N., Azzahra, F., & Astiwin. (2020). *Laporan Keuangan Syariah Indonesia*.

Warto, W., & Samsuri, S. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal*, 2(1), 98.

Widyarini, W. (2020). Pemasaran Wisata Halal Di Indonesia Pasca Covid -19. *Az Zarga': Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 12(1).