

## Studi Kasus Ketidaksesuaian Cara Pelabelan Pangan Terhadap Etika Bisnis Dalam Ekonomi Mikro Islam

Idan Nuralam<sup>1</sup>, Tuti Kurnia<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Ekonomi Syariah, Universitas Djuanda, f.2310468@unida.ac.id

<sup>2</sup>Ekonomi Syariah, Universitas Djuanda, tuti.kurnia@unida.ac.id

---

---

### ABSTRAK

Studi ini menunjukkan betapa pentingnya penerapan etika bisnis dalam ekonomi mikro Islam, yang sangat memengaruhi keberlangsungan dan reputasi usaha mikro, khususnya dalam konteks prinsip syariah. Dalam Islam, etika bisnis mencakup aspek selain transaksi keuangan; itu juga mencakup aspek sosial, moral, dan spiritual, yang memastikan bahwa setiap transaksi bisnis dilakukan secara jujur, transparan, adil, dan bertanggung jawab (shiddiq, "adl," dan amanah). Prinsip-prinsip ini sangat penting dalam ekonomi mikro, yang sebagian besar melibatkan Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), untuk membangun bisnis yang tidak hanya menguntungkan tetapi juga bermanfaat bagi masyarakat secara keseluruhan. Kasus pelanggaran pelabelan makanan Bikini atau Bihun Kekinian menunjukkan bahwa produsen melanggar beberapa ketentuan. Penggunaan gambar pada kemasan produk yang tidak etis dan bertentangan dengan standar kesopanan karena dianggap vulgar, tidak terdaftar di BPOM sehingga menggunakan logo atau label halal palsu, tanggal kedaluwarsa, informasi nilai gizi, dan komposisi produk tidak ada pada produk. Pelanggaran ini menunjukkan ketidakpedulian untuk mematuhi peraturan yang berlaku dan etika bisnis yang sesuai dengan prinsip syariah.

**Kata Kunci:** Label Pangan, Etika Bisnis, Ekonomi Mikro Islam

### PENDAHULUAN

Ekonomi mikro Islam, atau ekonomi Islam, berbeda dengan ekonomi konvensional dalam hal penerapan etika bisnis. Metode ini tidak hanya mengutamakan keuntungan moneter, tetapi juga kesejahteraan sosial dan spiritual (Andiko, 2018). Dalam ekonomi mikro Islam, prinsip-prinsip utamanya adalah keadilan, integritas, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Ekonomi mikro Islam juga melarang praktik-praktik yang merugikan, seperti riba yang merupakan bunga gharar atau ketidakpastian, dan maysir atau perjudian (Ayogi, dan Kurnia, (2015). Tujuan dari etika bisnis Islam adalah untuk menciptakan sistem ekonomi yang adil

yang membawa keuntungan dan keberkahan bagi semua pihak yang terlibat dalam perdagangan.

Ekonomi negara berkembang seperti Indonesia bergantung pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM adalah jenis usaha masyarakat yang didirikan oleh inisiatif seseorang atau individu yang memiliki peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional (Padila et al., 2024). UMKM memainkan peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi disparitas sosial, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Banyak UMKM menghadapi masalah menerapkan nilai-nilai etika Islam ke dalam operasi sehari-hari mereka meskipun memiliki potensi besar.

Salah satu tantangan utama adalah kurangnya pengetahuan tentang keuangan syariah serta kurangnya pemahaman tentang prinsip-prinsip syariah yang dapat diterapkan dalam operasi ekonomi usaha mereka. Selain itu, tindakan yang bertentangan dengan aturan Islam, seperti penipuan, eksploitasi, dan penyalahgunaan informasi, sering mengganggu konsumen dan merusak kredibilitas pasar (Romadi dan Jaharuddin, 2024). Untuk membangun bisnis yang transparan, berkelanjutan, dan terpercaya dalam ekonomi mikro Islam, etika bisnis harus dipandang sebagai kewajiban moral dan strategi. Hal ini sangat penting untuk membangun hubungan yang baik antara bisnis dan konsumen serta menumbuhkan kepercayaan, yang akan membantu perusahaan berkembang dalam jangka panjang. Untuk mencapai keberlanjutan, pemerintah, lembaga keuangan syariah, dan kelompok bisnis harus bertanggung jawab untuk mengawasi dan membantu ekonomi mikro Islam.

Berbagai peristiwa di masyarakat, seperti pelanggaran izin distribusi pada produk UMKM, ketidakjujuran dalam transaksi, dan ketidaksesuaian label dan desain kemasan, menunjukkan betapa pentingnya penerapan etika yang lebih ketat di sektor ekonomi mikro. Label makanan terdiri dari setiap keterangan tentang makanan dalam bentuk tulisan, gambar, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang

dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau dimasukkan ke dalam kemasan makanan (Iznillillah et al., 2021). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana etika bisnis digunakan dalam ekonomi mikro Islam. Mereka melakukan analisis mendalam, menemukan masalah, dan menemukan peluang untuk menciptakan pasar yang adil dan berkelanjutan dengan menggabungkan nilai-nilai Islam.

Sangat penting untuk diingat bahwa etika bisnis Islam mencakup tanggung jawab sosial yang lebih luas daripada hanya hubungan bisnis-pelanggan. Ekonomi mikro Islam harus meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan membantu pengusaha. Mencapai keseimbangan antara keuntungan ekonomi dan nilai-nilai moral sesuai dengan syariah adalah tujuan utama ekonomi mikro Islam (Amsari et al., 2024). Oleh karena itu, keberlanjutan dan kemajuan usaha kecil dan menengah (UMKM) yang didasarkan pada etika bisnis Islam sangat penting untuk pertumbuhan ekonomi Indonesia dan untuk pembentukan masyarakat yang lebih adil dan sejahtera. Studi ini diharapkan akan membantu dalam pembuatan model ekonomi mikro yang relevan yang didasarkan pada syariah. Selain itu, akan memberikan solusi praktis yang akan membantu pembuat kebijakan dan pelaku bisnis menerapkan etika bisnis Islam dalam aktivitas ekonomi sehari-hari.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, metode penelitian pustaka digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi dari berbagai sumber literatur, termasuk artikel jurnal, laporan penelitian, dan dokumen-dokumen lainnya yang relevan. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk mempelajari ide-ide dasar tentang etika bisnis dalam Islam, prinsip syariah dalam ekonomi mikro, dan implementasi etika bisnis dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Informasi yang dikumpulkan dari pustaka ini akan digunakan sebagai landasan untuk menganalisis kasus makanan ringan bikini "Bihun Kekinian".

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Ketentuan yang Dilanggar Produsen Makanan Ringan Bikini "Bihun Kekinian"

Produk makanan ringan "Bikini" atau "Bihun Kekinian" merupakan produk dengan tekstur renyah yang diproduksi di rumah pada lokasi Jalan Muchtar, Gang Masjid, RT 1/8, Nomor 44, Kelurahan Sawangan Baru, Sawangan, Depok. Produk ini dikembangkan oleh Pratiwi Darmawanti Oktavia, seorang mahasiswi berusia 19 tahun yang dikenal sebagai Tiwi. Ia merupakan mahasiswa jurusan Kewirausahaan di sebuah universitas swasta di Bandung, Jawa Barat. Menurut Kepala Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM), desain kemasan produk ini merupakan hasil kreativitas dari pelatihan kewirausahaan yang diselenggarakan di Bandung pada tahun 2015. Namun, produk ini menuai kontroversi karena kemasaannya menampilkan gambar seorang wanita mengenakan bikini dan tagline "remas aku." Kemasan ini dinilai tidak sesuai dengan nilai budaya lokal. Produk ini dipasarkan secara daring pada Maret 2016, tetapi proses distribusinya dilakukan tanpa melalui evaluasi dan izin edar dari BPOM. Berdasarkan pernyataan BPOM, izin edar tidak akan diberikan untuk produk ini karena desain kemasaannya dianggap melanggar norma kesusilaan dan budaya (Nurchahyo, 2018).

Produsen camilan merek "Bikini" menjadi subjek pemeriksaan karena diduga melanggar Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, khususnya Pasal 142 yang mengatur pelaku usaha yang memperdagangkan produk tanpa izin edar. Meski pada kemasaannya tertera nama "Bikini" yang diproduksi oleh Cemilindo di Bandung, produk ini sebenarnya dibuat di Depok dan dikategorikan sebagai produk ilegal karena tidak memiliki izin edar resmi dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Produsen tidak mendaftarkan produk tersebut untuk mendapatkan nomor MD/ML atau PIRT sebagai persyaratan distribusi (Cahyaningtiyas et al., 2022).

Lebih lanjut, produsen juga melanggar Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan serta Peraturan BPOM Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan. Regulasi ini mewajibkan bahwa seluruh informasi pada kemasan pangan, termasuk tulisan, gambar, atau bentuk lainnya, harus benar, tidak menyesatkan, dan sesuai dengan norma etika. Kemasan produk "Bikini" mengandung gambar yang dinilai vulgar dan

tidak pantas, sehingga dianggap melanggar norma kesopanan serta etika perdagangan (Astuti, 2022).

Selain pelanggaran terkait izin edar dan kemasan, produsen camilan "Bikini" juga diduga melakukan pemalsuan label halal. Meskipun produk tersebut mencantumkan logo halal pada kemasan, Majelis Ulama Indonesia (MUI) tidak pernah mengeluarkan sertifikat halal untuk produk tersebut. Pemalsuan label halal ini dilakukan sebagai respons terhadap pertanyaan konsumen mengenai kehalalan produk. Namun, produsen mengakui bahwa mereka tidak memiliki pengetahuan mengenai proses perizinan yang benar, sehingga belum mendaftarkan produk tersebut ke instansi terkait.

Menurut Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), pelanggaran yang dilakukan oleh produsen "Bikini" meliputi tidak terdaftarnya produk di BPOM, penggunaan logo halal palsu, tidak mencantumkan tanggal kedaluwarsa, ketiadaan informasi nilai gizi, serta tidak mencantumkan komposisi bahan secara jelas. Hal ini juga dapat dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang mengharuskan produk memenuhi standar keamanan dan persyaratan yang diatur oleh perundang-undangan.

## **B. Implikasi Kasus Makanan Ringan Bikini "Bihun Kekinian" dalam Perspektif Etika Bisnis dalam Ekonomi Mikro Islam**

Kasus makanan ringan "Bikini" atau "Bihun Kekinian" menggarisbawahi pentingnya penerapan etika bisnis yang sesuai dengan prinsip syariat Islam. Produk ini menuai kritik karena menggunakan kemasan yang mengandung unsur pornografi serta kata-kata yang tidak pantas, melanggar berbagai peraturan, termasuk tidak terdaftar di Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), menggunakan logo atau label halal palsu, tidak mencantumkan tanggal kedaluwarsa, informasi nilai gizi, maupun detail komposisi bahan. Dalam perspektif ekonomi Islam, setiap kegiatan usaha harus berlandaskan prinsip keadilan yang mengutamakan transparansi dan kejujuran, terutama dalam penyampaian informasi terkait bahan baku yang digunakan (Pudyaningtyas et al., 2024).

Selain itu, prinsip ekonomi mikro Islam menekankan tanggung jawab pelaku usaha, termasuk usaha kecil dan menengah (UMKM), untuk menjaga kualitas produk yang dijual agar tidak merugikan konsumen. Penerapan prinsip syariah dalam bisnis tidak hanya menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara pelaku usaha dan konsumen,

tetapi juga membantu UMKM menghindari kerugian jangka panjang akibat menurunnya kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, diperlukan pengawasan lebih ketat dari lembaga terkait, baik pemerintah maupun lembaga keuangan syariah, untuk memastikan bahwa praktik usaha UMKM mematuhi peraturan yang berlaku dan sesuai dengan prinsip syariat Islam (Wahab & Ihsan, 2024).

### **C. Solusi untuk Menghentikan Pelanggaran Etika Bisnis**

Perluasan pendidikan menyeluruh tentang pentingnya etika bisnis berbasis syariah bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) diperlukan untuk mencegah kejadian serupa terjadi di masa depan, terutama dalam konteks ekonomi mikro Islam. Faktor penting lainnya adalah pengetahuan tentang manajemen bisnis yang transparan, jujur, dan berkelanjutan, serta kesadaran yang mendalam tentang tanggung jawab agama dalam praktik bisnis. Prinsip-prinsip syariah, seperti manajemen keuangan yang sesuai dengan syariat, penggunaan bahan baku halal, dan harga yang adil, dapat meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan konsumen terhadap usaha kecil dan menengah (Suharlina & Ferils, 2024). Selain itu, untuk memastikan bahwa praktik bisnis yang sesuai dengan etika Islam dapat diterapkan dengan baik, pemerintah, lembaga keuangan syariah, dan organisasi bisnis harus berpartisipasi secara aktif dalam pengawasan dan pendampingan UMKM. Metode ini diharapkan dapat mengoptimalkan pertumbuhan ekonomi mikro syariah, menciptakan pasar yang adil, dan mengurangi kemungkinan pelanggaran etika bisnis yang merugikan berbagai pihak (Hakim & Nisa, 2024).

Etika bisnis sangat penting dalam ekonomi mikro Islam karena menentukan kesejahteraan masyarakat dan keberlanjutan usaha. Etika bisnis ini menuntut perusahaan untuk menjalankan bisnis mereka sesuai dengan prinsip syariah seperti kejujuran (shiddiq), tanggung jawab (amanah), dan keadilan ('adl). Tujuan dari prinsip-prinsip ini adalah untuk menciptakan kesejahteraan sosial dan ekonomi yang berkelanjutan. Transaksi perdagangan bukan satu-satunya aspek etika bisnis Islam; itu mencakup manajemen bisnis, interaksi antara bisnis dan konsumen, dan dampak sosial dari operasi bisnis (Maulinda & Sari, 2024).

kejujuran (shiddiq) adalah pilar utama dalam praktik bisnis Islam. Setiap transaksi dalam Islam harus dilakukan secara jelas, bebas dari kecurangan dan kecurangan. Perusahaan diwajibkan untuk memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan, termasuk informasi tentang kualitas produk, bahan baku, dan harga. Ketidakadilan di pasar dapat disebabkan

oleh penipuan atau manipulasi data. Prinsip ini dilanggar dalam kasus produk makanan ringan seperti "Bikini" dan "Bihun Kekinian". Tidak terdaftar di BPOM, memiliki logo halal palsu, menggunakan kemasan dengan gambar dan kata-kata yang tidak pantas, dan tidak menampilkan informasi penting seperti tanggal kedaluwarsa, nilai gizi, dan komposisi bahan. Hal ini menyebabkan kekecewaan pelanggan dan menekankan pentingnya kejujuran dalam menjaga hubungan baik antara bisnis dan konsumen (Salsabila & Rialdy, 2024). Menurut Sukaeningsih (2022), kejujuran dalam ekonomi mikro Islam juga berarti bahwa keuntungan harus berasal dari bisnis yang halal dan bebas dari hal-hal yang dilarang dalam Islam, seperti riba (yang merupakan bunga) dan gharar (yang merupakan ketidakpastian yang berlebihan).

Dalam etika bisnis Islam, elemen lain yang sangat penting adalah prinsip amanah, atau tanggung jawab. Pelaku usaha harus dapat diandalkan dalam menjalankan tanggung jawabnya, baik terhadap konsumen maupun pihak lain yang terlibat. Kualitas produk, manajemen sumber daya, dan pemenuhan kewajiban sosial seperti membayar pajak dan memberikan upah yang adil kepada pekerja adalah semua tanggung jawab yang termasuk dalam amanah ini. Ketika produsen mengabaikan tanggung jawab mereka, seperti yang terjadi dengan "Bikini", mereka tidak hanya merugikan pelanggan tetapi juga menimbulkan ketidakadilan di pasar. Selain itu, pengusaha harus memastikan bahwa bisnis mereka tidak melanggar syariah. Ini termasuk menghindari barang haram atau tindakan yang merusak lingkungan (Aulia, 2024).

Dalam ekonomi mikro Islam, prinsip keadilan ('adl) menuntut agar pelaku usaha memberikan harga yang wajar dan tidak menipu pelanggan. Transparansi dalam kesepakatan antara penjual dan pembeli merupakan syarat untuk transaksi yang adil. Prinsip keadilan dalam Islam telah dilanggar dalam kasus produk "Bikini" jika harga yang ditawarkan tidak sebanding dengan kualitas produk atau informasi yang diberikan pada kemasan tidak akurat. Untuk memastikan bahwa baik penjual maupun pembeli memperoleh manfaat yang seimbang, keadilan bisnis digunakan. Ketidakadilan dalam transaksi tidak hanya merugikan seseorang, tetapi juga menyebabkan ketimpangan sosial yang dapat merusak ekonomi secara keseluruhan (Ashari & Panorama, 2024).

Dengan mengadopsi prinsip-prinsip syariah ini, UMKM memiliki kemampuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, membangun hubungan bisnis yang menguntungkan, dan mendorong pembentukan pasar yang lebih berkelanjutan dan etis.

#### **D. Pengaruh Etika Bisnis Islam pada Keberlanjutan Usaha**

Dalam ekonomi mikro Islam, etika bisnis sangat penting untuk keberhasilan bisnis. Dalam hal ini, keberlanjutan diukur melalui keberkahan usaha yang diperoleh melalui penerapan prinsip-prinsip syariah, bukan hanya keuntungan keuangan. Bisnis yang menerapkan etika bisnis Islam dapat membangun hubungan jangka panjang yang positif dengan pelanggan, yang menghasilkan tingkat loyalitas yang lebih tinggi. Konsumen yang merasa dihargai dan diperlakukan dengan baik lebih cenderung untuk bertahan dan berinteraksi dengan perusahaan dalam jangka panjang (Damayanti et al., 2024). Namun, pelanggaran etika bisnis, seperti yang terjadi dengan produk makanan ringan "Bikini" atau "Bihun Kekinian", dapat merusak reputasi bisnis dan hubungan dengan pelanggan. Hal ini memiliki dampak sosial yang lebih luas selain dampak langsung pada penjualan. Dibandingkan dengan berfokus pada keuntungan finansial jangka pendek, keberlanjutan bisnis dalam ekonomi mikro Islam lebih bergantung pada kepercayaan konsumen yang dibangun melalui penerapan prinsip-prinsip syariah yang kuat (Putri et al., 2023).

Etika bisnis dalam ekonomi mikro Islam bertujuan untuk membantu pelaku usaha berkembang secara ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Bisnis yang didasarkan pada prinsip-prinsip etika Islam menciptakan lingkungan ekonomi yang lebih adil, seimbang, dan menguntungkan semua bagian masyarakat. Bisnis tidak hanya harus memperoleh keuntungan, tetapi juga harus menciptakan lapangan kerja, menjual produk halal, dan menjaga lingkungan (Alisa & Muin, 2024). Pemerintah, lembaga keuangan syariah, dan kelompok masyarakat harus aktif melatih dan mengawasi bisnis mikro untuk mendukung pelaksanaan etika bisnis Islam. Selain itu, sangat penting untuk memberikan pendidikan dan pelatihan yang berkelanjutan tentang nilai-nilai kejujuran (shiddiq), amanah (tanggung jawab), dan keadilan (adl) dalam bisnis jika kita ingin membentuk pelaku usaha yang bertanggung jawab, berkelanjutan, dan berprinsip syariah.

#### **KESIMPULAN**

Kasus pelanggaran pelabelan pangan pada produk Makanan Ringan Bikini atau Bihun Kekinian mengungkap sejumlah ketentuan yang dilanggar oleh produsen. Pelanggaran tersebut mencakup distribusi produk tanpa izin edar, penggunaan gambar pada kemasan yang dinilai tidak etis dan bertentangan dengan norma kesopanan karena dianggap vulgar, tidak terdaftar di BPOM sehingga menggunakan logo atau label halal palsu, ketiadaan tanggal kedaluwarsa, informasi nilai gizi, serta detail komposisi pada produk. Pelanggaran ini tidak hanya menunjukkan lemahnya kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku tetapi juga mencerminkan kurangnya penerapan etika bisnis yang sesuai dengan prinsip syariah. Studi ini menunjukkan bahwa etika bisnis sangat penting dalam ekonomi mikro Islam sebagai dasar keberlangsungan dan reputasi usaha mikro. Etika bisnis Islam mencakup aspek sosial, moral, dan spiritual selain transaksi keuangan. Untuk memastikan bahwa setiap bisnis dijalankan dengan integritas, transparansi, dan rasa tanggung jawab terhadap konsumen, prinsip-prinsip seperti kejujuran (shiddiq), keadilan ('adl), dan tanggung jawab (amanah) harus diterapkan. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yang merupakan bagian dominan dari ekonomi mikro, sangat penting untuk menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Prinsip ini memberikan manfaat sosial yang lebih luas selain membantu keberlanjutan usaha dari sisi keuangan. Penerapan etika bisnis yang didasarkan pada nilai-nilai syariah merupakan kunci bagi UMKM untuk membangun kepercayaan konsumen, menjaga reputasi usaha, dan membuat dampak positif bagi masyarakat.

## REFERENSI

- Alisa, N. A., & Muin, R. (2024). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Etika Bisnis Islam. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 10023-10037.
- Amsari, S., Harahap, I., & Nawawi, Z. M. (2024). Transformasi Paradigma Pembangunan Ekonomi: Membangun Masa Depan Berkelanjutan melalui Perspektif Ekonomi Syariah. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(1), 729-738.

- Andiko, T. (2018). Signifikansi implementasi konsep Ekonomi Islam dalam transaksi bisnis di era modern. *Jurnal Ilmiah Mizani: Wacana Hukum, Ekonomi Dan Keagamaan*, 4(1), 9-22.
- Ashari, D., & Panorama, M. (2024). Etika Bisnis Dalam Ekonomi Mikro Islam. *Jurnal Studi Islam Indonesia (JSII)*, 2(2), 271-284.
- Astuti, R. (2022). Analisa Hukum Penggunaan Unsur Pornografi terhadap Merek Terdaftar. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 6(2).
- Aulia, G. G. N. (2024). Etika Bisnis Islam: Eksplorasi dan Panduan Prinsip dan Nilai dalam Berbisnis sesuai Perspektif Islam. *Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 3(3), 234-253.
- Ayogi, V. D., & Kurnia, T. (2015). Optimalisasi peran bmt dalam upaya penghapusan praktik rentenir. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1).
- [BPOM] Badan Pengawas Obat dan Makanan. 2018. Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 Tentang Label Pangan Olahan. Badan Pengawas Obat dan Makanan. Jakarta.
- Cahyaningtiyas, N., Amaniyah, L. R., & Widodo, H. S. (2022). Analisis Yuridis Terhadap Pengawasan Sediaan Obat yang tidak Memiliki Izin Edar pada Saat Pandemi Covid-19 di Indonesia. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 5(8), 586-602.
- Damayanti, A., Nasution, J., & Harahap, M. I. (2024). Analisis Islamic Social Capital Terhadap Kinerja Bisnis Perempuan Kajian IWAPI Medan. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 13(02), 651-665.
- Hakim, A. S., & Nisa, F. L. (2024). Pengembangan ekonomi syariah: Tantangan dan peluang di era digital. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 1(3), 143-156.
- Iznillillah, W., Kardaya, D., & Haris, H. (2022). Pendampingan Desain Kemasan Produk Keripik Moring di UMKM Banjarwangi-Bogor. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 4(1), 40-46.

- Maulinda, A., & Sari, D. M. (2024). Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Uwais Cake & Bakery. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 11(02), 68-77.
- Nurchahyo, E., & Nurchahyo, E. (2018). Pengaturan dan pengawasan produk pangan olahan kemasan. *Jurnal Magister Hukum Udayana*, 7(3), 402-417.
- Padila, N. N., Kurnia, T., Ramandha, A., & Nugraha, A. (2024). Peningkatan Keterampilan UMKM Melalui Branding Produk dan Pendampingan Legalitas Usaha di Desa Tajurhalang Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 42-50.
- Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan.
- Pudyaningtyas, E., Amrullah, A. A., Su'eb, M., & Chasanah, U. (2024). Analisis Implementasi Prinsip Ekonomi Islam Pada Bisnis Ritel Syariah Di Sakinah Mart Joyoboyo Medaeng Sidoarjo. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(2), 473-491.
- Putri, C. K., Anisa, N., & Fitri, V. R. (2023). Kajian Literatur: Manajemen Bisnis Halal Berbasis Syariah Dalam Perekonomian Global. *Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 2(4), 847-859.
- Rahmi, A. (2014). Tanggung Jawab Perusahaan dan Karyawan dalam Islam. *al-Maslahah; Jurnal Ilmu Syariah*, 9(2).
- Republik Indonesia. 1999. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Sekretariat Negara, Jakarta. Republik Indonesia. 2012. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 tahun 2012 Tentang Pangan. Sekretariat Negara, Jakarta.
- Romadi, A. B., & Jaharuddin, J. (2024). Strategi Lembaga Keuangan Syariah dalam Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(6), 556-563.

- Salsabila, S. A., & Rialdy, N. (2024). Penerapan Etika Bisnis Syariah dalam Bisnis UMKM (Studi Kasus Roemah Burger Bagan Deli). *PRODUCTIVITY: Journal of Integrated Business, Management, and Accounting Research*, 1(2).
- Suharlina, S., & Ferils, M. (2024). Meningkatkan Pertumbuhan: Peran Kunci Manajemen Keuangan Syariah dalam Pengembangan UMKM di Indonesia. *Amsir Accounting & Finance Journal*, 2(1), 32-43.
- Sukaeningsih, N. (2022). Etika Kemitraan Dalam Perspektif Quran Dan Hadis. *Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 16-35.
- Wahab, F., & Ihsan, M. (2024). Perlindungan Konsumen dalam Industri Halal: Tinjauan UU No. 8 Tahun 1999 dari Perspektif Hukum Islam. *Journal of Islamic Finance and Syariah Banking*, 2(1), 43-57.