



ANALISIS KAIDAH AL-YAQĪNU LĀ YUZĀLU BIL SYAK TERHADAP KEHALALAN DAGING AYAM DI PASAR

Maesyaroh

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Ekonomi Syariah

E-mail: maesyaroh@umy.ac.id

Received: 28-04-2025

Revised: 03-05-2025

Accepted: 14-05-2025

Abstract

Fresh chicken is a commodity whose consumption is increasing among Muslim consumers in Indonesia, including in Bantul, Yogyakarta. The increase in chicken consumption is due to its halal status, *thayyib* (wholesomeness), and the variety of dishes it can be prepared in. So far, most consumers believe that the chicken is halal. Meanwhile, the regulations in place state that all products sold, including chicken, must be halal certified. Then, can the consumer's belief regarding its halal status be justified? Therefore, based on the principle that doubt cannot remove certainty, this study examines the status of halal chicken sold in traditional markets. The research method used is qualitative. The research approach used is qualitative. The data gathering technique involves in-depth interviews with sellers of chicken-based processed meals around the Muhammadiyah University Yogyakarta campus. According to the study's findings, the halal daging of the ayam that is sold in the halal market is based on *al-yaqīnu lā yuzālu bil syak* and haram based on evidence.

Keyword: Halal, Chicken Meat, Market, Rules

Abstrak

Daging ayam segar merupakan komoditi yang kian hari meningkat konsumsinya pada konsumen muslim di Indonesia, termasuk di Bantul Yogyakarta. Meningkatnya konsumsi daging ayam karena kehalalannya, *thayyib* (sehat), serta variasi masakannya. Selama ini kebanyakan konsumen meyakini bahwa ayam tersebut halal. Sementara itu regulasi regulasi yang berlaku bahwa semua produk yang dijual termasuk ayam harus tersertifikasi halal. Lantas apakah keyakinan konsumen tersebut dapat dipertanggungjawabkan terkait kehalalannya. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kedudukan kehalalan daging ayam yang dijual di pasar tradisional menurut "kaidah Keyakinan tidak dapat dihilangkan dengan Keraguan". Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap pelaku UMKM (penjual olahan makanan) berbahan baku ayam di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedudukan daging ayam yang dibeli di pasar halal hukumnya didasarkan kaidah *al-yaqīnu lā yuzālu bil syak* dan ada yang haram karena di dasarkan pada bukti.

Kata Kunci: Kehalalan, Daging Ayam, Pasar, Kaidah

Pendahuluan

Daging ayam segar (ayam broiler) saat ini menjadi komoditi yang sangat digemari oleh konsumen muslim. Tentu ada berbagai hal yang memengaruhinya karena harganya yang terjangkau untuk semua segmen konsumen, mudah dan simpel diolah, mudah didapat baik di pasar tradisional hingga di pasar modern. Selain itu inovasi olahan daging ayam juga menjadi preferensi konsumen muslim. Namun yang paling mendasar adalah karena kehalalannya.

Halal Life style (gaya hidup halal) bagi konsumen muslim dewasa ini, *trend*-nya juga meningkat (Ekowati dkk., 2020). Gaya hidup halal bukan hanya dalam aspek kosmetik, jasa, pakaian (*fashion*) termasuk juga dalam mengonsumsi produk. Indikator dari gaya hidup halal khususnya terhadap konsumsi produk makanan, tidak hanya tanggungjawab konsumen akhir namun juga konsumen antara. Konsumen harus jeli dan teliti sebelum membeli dan harus dipastikan apakah yang dibeli tersebut halal menurut syariat.

Meski kesadaran halal di tingkat konsumen mengalami peningkatan (Hendradewi dkk., 2021), namun hal ini tidak diikuti dengan kesadaran oleh semua produsen. Masih banyak produsen yang belum melakukan sertifikasi halal terhadap produk yang dijualnya. Seperti pemilik warung makan yang menjual makanan sehari-hari. Beragam faktor yang memengaruhi kesadaran halal oleh produsen (Waluyo, 2013) karena faktor pemahaman agama profit dan pendidikan serta literasi halal. Seperti penelitian Hasanna Wildan (Zain dkk., 2021), yang menemukan kesadaran akan pentingnya sertifikasi halal pemilik rumah makan di Malang masih kurang. Padahal keuntungan dari sertifikasi halal selain memiliki nilai tambah juga menjamin keamanan konsumen atas produk yang dikonsumsi, profit dan pendidikan serta literasi halal. Bagi produsen yang besar seperti rumah makan dan restoran yang menjual makanan berbahan kritis seperti daging ayam dan daging sapi tidak menjadi masalah, karena ada kemampuan untuk membayar administrasi untuk mendapatkan sertifikat halal. Hal ini berbeda dengan UMKM yang menjual makan berbahan nonkritis dari nabati maka cukup pernyataan dari pelaku usaha yang disebut dengan *halal self declare*. (Isabella & Sari, 2023; Maesyaroh dkk., 2022)

Hingga kini isu sertifikasi halal atau makanan halal masih menjadi subjek penelitian yang terus dilakukan dari berbagai aspek. Mengingat pemerintah mencanangkan dan mewajibkan semua makanan yang diolah baik bahan baku kritis atau nonkritis harus tersertifikasi halal. Seperti penelitian Auliya Izaa (Hasanah dkk., 2021), penelitiannya menunjukkan bahwa makanan yang dibolehkan dikonsumsi menurut al-Qur'an tidak hanya sekadar halal namun juga *thayyib*. Penelitiannya masih bersifat konseptual, namun penelitian ini dapat dijadikan pedoman, mana makanan yang dibenarkan oleh *syara'*. Kehalalan tidak hanya dari aspek zatnya, namun juga dipastikan dari rantai pasoknya seperti penelitian Yeni (Rohaeni & Sutawijaya, 2020), dan Saptana (Saptana & Ilham, 2020) dan Asmita (Asmita dkk.,

2022). Halal *Supply chain* juga menentukan kehalalan daging ayam di pasar, untuk memastikan dari produsen (Rumah Potong Ayam), dari ulu sampai ilir (hingga sampai konsumen akhir) harus dipastikan daging ayam tersebut tidak bercampur dengan barang non halal. Hal senada, penelitian kehalalan daging ayam di pasar juga sudah dilakukan oleh Lutfi Muntaqa (Muttaqo dkk., 2021) bahwa teknik penyembelihan daging ayam di pasar sudah sesuai syariat (Harahap dkk., 2019), serta hasil penelitian H Rony Etwin (Rony & Etwin, 2017) penyembelihan daging di pasar sudah sesuai syariat, namun belum memiliki sertifikasi halal.

Kedudukan hukum daging ayam yang dijual di pasar beberapa penelitian menemukan halal jika dilihat dari teknik penyembelihannya. Lantas dapatkah diklaim bahwa daging ayam yang dijual di pasar tersebut haram karena tidak ada bukti sertifikasi halalnya. Fenomena inilah yang memengaruhi padangan atau stigma para penjual olahan berbahan baku ayam terkait kehalalan daging ayam sebagai bahan bakunya.

Berdasarkan permasalahan di atas, peneliti akan menganalisis kedudukan hukum daging ayam yang dibeli oleh warung makan dengan pendekatan kaidah *al-Yaqīnu Lā Yuzālu bil Syak*. Prinsip kepastian (keyakinan) dalam konsteks sertifikasi halal merupakan salah satu kepercayaan konsumen yang didasarkan pada dalil atau bukti yang sah. Mengingat masih banyak penjual daging ayam di tingkat retail yang belum tersertifikasi halal, namun penyembelihannya adalah orang Islam. Oleh karena itu dengan kaidah ini dapat digunakan sebagai standar untuk menilai status daging ayam yang belum tersertifikasi halal di pasar. Menurut kaidah ini, keyakinan pemilik warung (pembeli) tidak dapat dihilangkan dengan keraguan karena ada bukti (mengetahui bahwa penyembelihannya adalah orang Islam). Meski demikian, apakah keyakinan para penjual olahan daging ayam dapat dipertanggungjawabkan, sehingga dapat memengaruhi kehalalan daging ayam yang belum disertifikasi halal.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), metode yang digunakan kualitatif-deskriptif. Sumber data dalam penelitian ini meliputi sumber data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap responden (para pelaku usaha warung makan) serta para penjual daging ayam di pasar. Selain itu pengumpulan data juga melalui observasi dan dokumentasi.

Teknik analisa data menurut Miles dan Huberman Miles (Moleong, 1988) dilakukan melalui tiga tahapan yaitu reduksi data, data *display* (penyajian data) dan terakhir kesimpulan (*conclusion*). Sementara itu untuk teknik uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Hal ini dilakukan untuk membandingkan dan mengecek informasi yang diperoleh dengan teori yang relevan. Teori yang digunakan

untuk membandingkan data yang diperoleh (hasil wawancara) dengan Fatwa MUI No. 12. Tahun 2009, kemudian dijelaskan, dianalisis dan disimpulkan.

Pembahasan

A. Pemahaman Halal Penjual Olahan Berbahan Baku Ayam

Muslim Indonesia dengan keragaman budaya, serta tingkat keberagaman memiliki pandangan yang unik terhadap halal dan haramnya suatu makanan, terutama daging ayam. Tentu ini berbeda dengan beberapa negara lain seperti Singapura, misalnya sebagai negara dengan muslim minoritas, tampilan logo halal atas suatu produk bahkan restoran merupakan salah satu pertimbangan utama oleh konsumen sebelum membeli. Majelis Ugama Islam Singapura (MUIS) merupakan lembaga yang memiliki otoritas keagamaan di Singapore melarang muslim mengonsumsi daging di restoran yang tidak memiliki sertifikat halal. Adanya label atau sertifikasi halal menjadi *trust* bagi konsumen aman untuk mengkonsumsinya. Fenomena ini tidak begitu mengherankan, karena agaknya konsumen memang cenderung lebih waspada tentang halal haramnya makanan di daerah-daerah atau negara dengan jumlah muslim yang minoritas (Hakim dkk., 2019)

Berbeda dengan Singapura, masyarakat Indonesia dalam hal ini para pedagang melihat halal-haram daging ayam dari sisi yang lain. Barangkali ini berkaitan dengan banyaknya populasi Muslim di Indonesia, khususnya di daerah-daerah tertentu. Termasuk pemahaman konsumen muslim (penjual olahan atau masakan berbahan baku ayam).

Berdasarkan hasil wawancara terhadap responden terkait dengan kehalalan daging ayam yang dibelinya, temuan di lapangan ada beberapa pendapat. *Pertama*, dengan melihat aspek personal dari pedagang ayam. Tidak sedikit pemilik tempat makan memilih membeli atau berlangganan dengan pedagang ayam yang beragama Islam. Bahkan pada kasus tertentu, mereka juga melihat sisi religiositas pedagang ayam tersebut, seperti keaktifan salat berjamaah di masjid. Kondisi ini tentu terkait dengan anggapan bahwa orang yang religius atau paling tidak yang beragama Islam memahami dengan baik dan menjalankan pemotongan hewan sesuai dengan tuntunan ajaran Islam. Agaknya mereka memiliki keyakinan yang kuat bahwa seorang pedagang ayam muslim sudah pasti menerapkan ajaran Islam dalam pemotongan hewan.

Daging ayam yang disembelih seorang muslim adalah halal untuk dikonsumsi sebagaimana disampaikan oleh semua pemilik warung makan. Pemahaman tersebut relevan dengan penelitian Afif, yang menemukan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian adalah kebiasaan (budaya), identitas diri beragama yaitu kewajiban moral dan kepercayaan konsumen yang berpengaruh dalam konsumsi makanan halal (Kurniawati dkk., 2024). Temuan yang sama UKM Malaysia dari 136 yang diteliti hanya, 64,9% telah tersertifikasi, sisanya belum.

Keberagamaan para pelaku usaha sangat berpengaruh terhadap sertifikasi halal (Mustapha dkk., 2024)

Kedua, melihat kondisi fisik dari ayam yang dijual. Selain dengan melihat aspek personal, beberapa responden mengakui bahwa tidak jarang mereka juga melihat kondisi ayam yang dijual, khususnya yang berkaitan dengan aroma (bau) serta jumlah potongan. Aroma daging ayam diyakini menjadi salah satu indikator bahwa ayam yang dijual tersebut masih segar atau bukan tiren. Ayam segar memiliki aroma khas tersendiri, sedangkan ayam tiren cenderung berbau tidak sedap bahkan busuk. Seorang responden mengakui bahwa dia pernah berganti langganan ketika mendapati penjual dengan dagangan ayam yang berbau. Identifikasi melalui kondisi fisik ayam ini adalah salah satu upaya untuk menghindari bahwa ayam yang akan dibeli bukan merupakan bangkai, tetapi ayam yang memang disembelih. Sebagaimana diketahui bersama, bahwa Islam dengan tegas melarang muslim mengonsumsi bangkai.

Cara lain yang dilakukan oleh pemilik tempat makan dalam memilih pedagang daging ayam adalah dengan melihat apakah pedagang ayam tersebut memiliki banyak langganan atau tidak. Dalam hal ini, mereka memiliki keyakinan bahwa pedagang ayam yang memiliki banyak langganan adalah pedagang yang memiliki kualitas produk lebih, utamanya yang berkaitan dengan halal-haram. Selain itu, mereka juga cenderung membeli ayam dari langganan yang sudah berlangsung selama 5-10 tahun. Dalam hal ini, selama keyakinan halal-haram terhadap ayam yang dijual tidak berubah, maka mereka akan tetap berlangganan. Dari pernyataan beberapa responden, hanya ada dua pembeli bahan baku (daging ayam) yang menanyakan sertifikasi halal. Motivasi responden yang menanyakan sertifikat kepada penjual ayam, karena faktor kesadaran halal oleh responden serta banyak konsumen akhir juga menanyakan sertifikasi halal.

Dari uraian dan argumentasi yang disampaikan oleh responden, bawasanan standarisasi halal menurut mereka ada beberapa kriteria. *Pertama*, asas kepercayaan terhadap penjual ayam di pasar karena agamanya Islam. *Kedua*, untuk membedakan daging ayam segar dengan yang tidak segar (tiren) karena dicium aromanya. *Ketiga*, melihat ketaatan keseharian si penjual ayam dalam melaksanakan salat berjamaah. *Keempat*, penjual ayam sekaligus penyuplay memiliki sertifikasi halal.

B. Analisis Implementasi Kaidah kaidah *al-Yaqīnu Lā Yuzālu bil Syak* Pada Daging Ayam di Pasar

Kaidah *Fiqhiyah* merupakan prinsip atau kaidah yang digunakan oleh ulama mujtahid dalam meng-*istinbath*-kan suatu hukum. Kaidah *fiqhiyah* meliputi kaidah *kubra* dan kaidah *sughra*. Kaidah *al-Yaqīnu Lā Yuzālu bil Syak* yaitu *al-yaqīnu* dan *al-syak*. *Al-Yaqīnu* (اليقين) secara bahasa artinya kemantapan hati atas sesuatu. Sedangkan secara istilah yakin menurut Al-Suyuti (As-Subki, t.t.),

هُوَ مَا كَانَ ثَابِتًا بِالنَّظَرِ أَوْ الدَّلِيلِ

Suatu yang tetap dan jelas, dengan bukti atau penglihatan

خُصُولُ الْجَزْمِ أَوِ الظَّنِّ الْغَالِبِ بِوُقُوعِ الشَّيْءِ أَوْ عَدَمِ وُقُوعِهِ

Keyakinan merupakan hasil sesuatu yang telah pasti terjadi atau dugaan yang biasa atau tidak terjadi (Ali Ahmad An-Nadwi, 1993)

الْإِعْتِقَادُ الْجَازِمُ الْمُنَاطِقُ

Keyakinan (i'tiqad) yang pasti, kokoh/teguh, dan sesuai dengan kenyataan/realitas).

Berdasarkan beberapa pengertian, yakin secara istilah tersebut dapat dipahami bahwa keyakinan adalah suatu yang sudah pasti terjadi atau tidak terjadi yang dibuktikan dengan penelitian ataupun petunjuk lainnya. Keyakinan yang sudah jelas dan pasti tersebut sesuai dengan kenyataan. Selanjutnya *al-syak* (keraguan) merupakan kebalikan dari keyakinan, yang berarti keraguan atau bimbang atau ketidakpastian antara tetap dan tidaknya sesuatu. Sedangkan secara terminologi yang dimaksud *as-syak*. :

مُتَرَدِّدًا بَيْنَ الثَّبُوتِ وَعَدَمِهِ مَعَ تَسَاوَى طَرَفِي الصَّوَابِ دُونَ تَرْجِيحِ أَحَدِهِمَا عَلَى الْآخَرِ هُوَ مَا كَانَ

Suatu pertentangan antara kepastian dengan ketidakpastian tentang kebenaran dan kesalahan dengan kekuatan yang sama dalam arti tidak dapat ditarjihkan antara salah satunya.

Berpijak pada definisi *al-yaqīnu* dan *al-syak*, maka dapat disimpulkan bahwa hirarki dalam pengetahuan dapat diklasifikasikan menjadi beberapa tingkatan, pertama, yaitu *yaqīn* (pengetahuan yang sudah pasti), kedua, *dzhann* (pengetahuan yang memiliki dugaan kuat), dan yang ketiga, *wahm* (pengetahuan tingkat paling rendah). Oleh karena itu, pengetahuan yang sudah pasti tidak dapat dikalahkan oleh pengetahuan yang memiliki dugaan kuat. Selanjutnya kaidah pokok dari *al-Yaqīnu La yuzalu bil syak* ada turunannya antara lain:

الْأَصْلُ بَقَاءُ مَا كَانَ عَلَى مَا كَانَ مَا لَمْ يَكُنْ مَا يُعِيرُهُ

Yang menjadi pedoman adalah sesuatu yang ditetapkan pada asalnya selama tidak ada dalil atau bukti lain yang merubahnya.

Berdasarkan kaidah tersebut dapat dipahami bahwa hukum yang lama tetap berlaku selama tidak ada ada bukti lain yang merubahnya. Dengan kata lain hukum semula dapat berubah dengan adanya unsur yang mengubahnya. Para ulama menyamakan kaidah ini dengan sebutan "*istishab*". *Istishab* merupakan metode

penetapan suatu hukum, di mana hukum yang sudah ada sebelumnya tetap berlaku sampai ada dalil yang merubahnya. (Miswanto, 2019)

الأَصْلُ فِي الْأَشْيَاءِ الْإِبَاحَةُ حَتَّى يَدُلَّ الدَّلِيلُ عَلَى التَّحْرِيمِ

Segala sesuatu pada dasarnya boleh, kecuali bila ada dalil yang mengharamkannya.

Berdasarkan penjelasan kaidah *al-Yaqīnu Lā Yuzālu bil Syak* dan turunannya di atas dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana keyakinan para pemilik warung makan terhadap kehalalan daging ayam yang dibelinya dari pasar. Merujuk pada hasil wawancara terhadap pemilik warung makan dapat diklasifikasikan sebagai berikut dari enam responden adalah sebagai berikut:

1. Daging ayam tersebut halal karena penyuplaynya adalah orang Islam, serta sudah berlangganan lama 5-10 tahun

Hewan yang halal dikonsumsi tanpa ada penyembelihan selain belalang dan ikan (atau yang diserupakan atau disamakan dengannya) semuanya mengharuskan ada penyembelihan termasuk daging ayam. Standarisasi halal daging ayam, penyembelihannya harus berdasarkan syariat Islam. Hewan tersebut mati hanya karena melalui penyembelihan. Jika mati karena bukan karena sembelihan atau tidak menyebut nama Allah maka sembelihannya tidak sah, dan dagingnya haram hukumnya. Allah SWT. telah menegaskan terkait sembelihan yang tidak menyebut nama Allah dalam Q.S al-Maidah ayat 3. Selanjutnya Fatwa MUI No.12 tahun 2009(FATWA MAJELIS ULAMA INDONESIA Nomor 12 Tahun 2009 Tentang STANDAR SERTIFIKASI PENYEMBELIHAN HALAL, 2009) juga mengatur pedoman penyembelihan yang meliputi alat yang digunakan harus tajam, tidak boleh menyiksa, penyimpanannya pun tidak boleh bercampur dengan barang non halal.

Prinsip kaidah *al-Yaqīnu Lā Yuzālu bil Syak* (keyakinan tidak dapat dihilangkan dengan keraguan) untuk konteks terkait kehalalan daging ayam berdasarkan keyakinan pemilik warung tersebut, maka daging ayam yang dibelinya di pasar tersebut halal. Bukti yang mendukung keyakinannya tersebut adalah penjual daging ayam di pasar kesehariannya shalat berjamaah di masjid. Selain itu pemilik warung makan juga melihat bahwa ayam yang dijual di pasar tersebut fisik ayamnya segar dan sembelihannya sudah sesuai syariat. Dengan demikian dapat dipahami olahan ayam yang dijual oleh pemilik warung tersebut makan tersebut juga halal hukumnya berdasarkan kaidah *al-Yaqīnu Lā Yuzālu bil Syak* meski belum ada label atau sertifikasi halalnya.

2. Daging ayam yang dibeli berbau tidak sedap

Sebagaimana penjelasan di atas bahwa kehalalan daging ayam tidak hanya dari aspek penyembelihannya saja, akan tetapi penting juga dipastikan hewan yang akan disembelih masih hidup. Indikator masih hidup adanya Gerakan anggota tubuh atau gerakan nafas (*hayah mustaqirah*). Hewan yang mati

sebelum disembelih, maka termasuk bangkai. Apabila ini dilakukan maka bertentangan dengan standarisasi halal sebagaimana dinyatakan dalam Fatwa MUI 2003 (Standardisasi fatwa halal, 2003). Hal ini haram untuk dikonsumsi. bisa jadi ayam yang dijual tersebut mati bukan karena disembelih. Ayam tersebut masuk pada kategori bangkai.

Implementasi kaidah untuk kasus atau peristiwa tersebut, bahwa pemilik warung awalnya meyakini bahwa ayam tersebut halal karena memang daging ayam tersebut adalah halal, namun tak kala sampai lokasi (pasar) daging yang dibeli tersebut bau busuk (tiren), maka kedudukan kehalalan daging tersebut berubah hukumnya menjadi haram. Hal ini sesuai dengan kaidah

الأَصْلُ بَقَاءُ مَا كَانَ عَلَى مَا كَانَ مَا لَمْ يَكُنْ مَا يُعَيَّرُهُ

Yang jadi dasar hukum sesuatu adalah sejak awal hukum tersebut ditetapkan sampai ada ketentuan yang merubahnya

Dengan demikian dapat dipahami bahwa karena adanya bukti bahwa daging ayam tersebut bau, maka perubahan hukum pun terjadi yaitu dari halal menjadi haram. Ini menjadi catatan bagi kita semuanya khususnya penjual daging ayam di pasar meski beragama Islam namun belum sepenuhnya mengimplimentasikan ajaran Islam sepenuhnya. Ketidakpatuhannya akan berimplikasi terhadap kehalalan daging yang dijualnya dan berpengaruh terhadap konsumen lainnya. Akibatnya pemilik warung makan tadi berpindah kepada penjual ayam lainnya. Hal ini sejalan dengan penelitian Merhshad dan Hoseini (Mehrshad & Hosseini, 2019) yang menemukan bahwa adanya sertifikasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Penutup

Penelitian ini menemukan bahwa keyakinan para pemilik warung makan terhadap daging ayam yang dibelinya di pasar menunjukkan: *pertama*, kedudukan daging ayam yang dibelinya sesuai dengan prinsip *al-Yaqīnu Lā Yuzālu bil Syak* karena ada bukti bahwa penyembelohnya muslim, maka daging yang dibelinya juga halal; *kedua*, hasil temuan pemilik warung yang meyakini daging yang dibelinya awalnya halal berubah hukumnya menjadi haram karena ayam tiren hal ini sesuai kaidah (*al-ashlu baqā'u mā kāna 'alā mā kāna mā lam yughayyiruhu*).

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah mendukung dan memfasilitasi penelitian ini secara materil dan moral. Selain itu, kami berterima kasih kepada pemilik warung makan di sekitar UMY yang telah meluangkan waktunya serta tenaga untuk membantu proses penelitian ini sehingga dapat terlaksana.

Daftar Pustaka

- Ali Ahmad An-Nadwi. (1993). *Al-Qawaid Fiqhiyah*. Dar al-Qalam.
- Asmita, R. A., Putri, T. Y., & Aisyah, S. (2022). Supply Chain Analysis and Distribution Of Chicken Meat (Case Study UD Naya Chicken Cut, East Binjai District). *Journal of Indonesian Management*, 2(2), 399–404. <https://doi.org/10.53697/jim.v2i2.777>
- As-Subki, T. (t.t.). 2 *الاشباه والنظائر للسبكي.pdf*.
- Ekowati, J., Rahman, A. P., Rabbani, H. R., Ananda, G. C., Wulandari, A. A., Febriani, K., 'Ainul Yaqin, I. N., Asriningrum, T. P., Nofianti, K. A., Nasution, N. E., & Kartosentono, S. (2020). Increasing community empowerment through the promotion of halal lifestyle and the critical point of halal food in the young generation. *Journal of Halal Product and Research*, 3(1), 43. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.3-issue.1.43-50>
- FATWA MAJELIS ULAMA INDONESIA Nomor 12 Tahun 2009 Tentang STANDAR SERTIFIKASI PENYEMBELIHAN HALAL, Fatwa MUI Himpunan Fatwa MUI Bidang POM & Iptek 706 (2009).
- Hakim, A., Edi Wibowo, D., Diah Madusari, B., Ma'rifat, T. N., Ismoyowati, D., Wikarta, J. M., SEGATI, A., Legowati, D. A., Ul Albab, F. N., Suzery, M., Cahyono, B., Anwar, Moch. K., Artikel, I., Muzaeni, A., Efendi, A., Kholis, M. N., Nurmaydha, A., Masyhuri, M., Risdiyanti, A., ... Kosanke, R. M. (2019). Pengaruh Attitude, Sertifikasi Halal, Promosi Purchase Intention of Halal Food dan Brand terhadap Purchase Intention di Restoran Bersertifikasi Halal. *Jurnal Ekonomi Integra*, 3(2), 48–57. <https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.175>
- Harahap, A. S., Saragih, A., & Siregar, D. A. (2019). Kehalalan Daging Ayam Potong Di Pasar Tradisional Kota Medan. *Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 396–403. <https://doi.org/10.32696/ajpkm.v3i2.296>
- Hasanah, A. I., Fauziah, R., & Kurniawan, R. R. (2021). Konsep Makanan Halal dan Thayyib dalam Perspektif Al-Qur'an. *Ulumul Qur'an: Jurnal Ilmu AlQur'an dan Tafsir*, x.
- Hendradewi, S., Mustika, A., & Darsiah, A. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap Minat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja Sekolah di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(2), 204–212.
- Isabella, A. A., & Sari, P. N. (2023). The Effectiveness of Free Halal Certification Services Through the Scheme Self Declare for SMEs in Lampung Province. *International Journal of Economics (IJE)*, 2(2), 532–540. <https://doi.org/10.55299/ijec.v2i2.562>
- Kurniawati, D. A., Vanany, I., Kumarananda, D. D., & Rochman, M. A. (2024). Toward halal supply chain 4.0: MILP model for halal food distribution. *Procedia Computer Science*, 232(2023), 1446–1458. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.01.143>

- Maesyaroh, M., Martiana, A., & Agustin, P. D. (2022). PENDAMPINGAN SERTIFIKASI HALAL UMKM MELALUI “HALAL SELF-DECLARE”: STUDI DI AFLAHA MART, PLERET PONDOK PESANTREN MUHAMMADIYAH, YOGYAKARTA. *Martabe : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(6), Article 6. <https://doi.org/10.31604/jpm.v5i6.2309-2318>
- Mehrshad, S., & Hosseini, P. (2019). *Determinants of Muslims ' willingness to pay for halal certi fi ed food Does religious commitment act as a moderator*. 2023. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2018-0043>
- Miswanto. (2019). *USHUL FIQH METODE ISTINBATH HUKUM ISLAM*.
- Moleong, L. J. (1988). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosda Jaya.
- Mustapha, A., Ishak, I., Zaki, N. N. M., Ismail-Fitry, M. R., Arshad, S., & Sazili, A. Q. (2024). Application of machine learning approach on halal meat authentication principle, challenges, and prospects: A review. *Heliyon*, 10(12), e32189. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e32189>
- Muttaqo, L. L., Aziz, A., & Izza, S. Z. (2021). Praktik Penyembelihan dan Pengolahan Ayam di Rumah Potong Ayam (RPA) Desa Kaje Kecamatan Kaje Kabupaten Pekalongan. *el hisbah: Journal of Islamic Economic Law*, 1(2), 225–240. https://doi.org/10.28918/el_hisbah.v1i2.4565
- Rohaeni, Y., & Sutawijaya, A. H. (2020). PENGEMBANGAN MODEL KONSEPTUAL MANAJEMEN RANTAI PASOK HALAL STUDI KASUS INDONESIA. *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 15(3), 177–188. <https://doi.org/10.14710/jati.15.3.177-188>
- Rony, H., & Etwin, F. (2017). Analisis Model Kehalalan Proses Potong Ayam Di Rumah Potong Ayam (RPA) di Samarinda. *Politeknik Negeri Samarinda* Rony, H, and F Etwin. “Analisis Model Kehalalan Proses Potong Ayam Di Rumah Potong Ayam (RPA) Di Samarinda.” *Politeknik Negeri Samarinda* (2017): 19–25., 19–25.
- Saptana, nFN, & Ilham, N. (2020). Pengembangan Rantai Pasok Daging Ayam secara Terpadu di Jawa Barat dan Jawa Timur. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 18(1), 41–57. <https://doi.org/10.21082/akp.v18n1.2020.41-57>
- Standardisasi fatwa halal, Himpunan Fatwa MUI 1 (2003).
- Waluyo, W. (2013). Pengaruh Pemahaman Agama, Motifasi Mendapatkan Profit Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kesadaran Sertifikasi Halal Bagi Produsen Makanan Di Kabupaten Sleman Dan Bantul. *Inferensi*, 7(1), 75. <https://doi.org/10.18326/infsl3.v7i1.75-98>
- Zain, H. A., Wiryani, F., & Hasanah, I. (2021). Kesadaran Hukum Sertifikasi Halal Pelaku Usaha Rumah Makan Di Kota Malang. *Indonesia Law Reform Journal*, 1(1), 122–142. <https://doi.org/10.22219/ilrej.v1i1.16130>