

## Halal Sebagai Pilar Kepercayaan: Menggali Peluang Pengembangan Industri Halal untuk *Trust* Konsumen (Studi Kasus Lazatto Gandrung, Kab. Tasikmalaya)

Henri Herdiana<sup>1</sup>, Salfaa Aliya Asriadi<sup>2</sup>, dan Eksa Novianty<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Universitas Siliwangi Tasikmalaya, Jawa Barat  
<sup>1</sup>211002011@student.unsil.ac.id, <sup>2</sup>211002017@student.unsil.ac.id, dan  
<sup>3</sup>211002027@student.unsil.ac.id

### Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kepercayaan konsumen terhadap industri halal terutama pada bidang *fast food*, terutama olahan ayam yang memang perlu adanya sertifikasi halal yang jelas baik itu mulai dari segi bahan, pengolahan, sampai penyajian. Selain itu juga pada artikel ini juga meneliti akan *responsibility* perusahaan terhadap pelanggan yang datang. Metode penelitian dalam tulisan ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yaitu dengan cara wawancara dan pengumpulan sumber berupa jurnal, artikel dan buku sebagai referensi dan dengan memanfaatkan data yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat, atau tidak berbentuk angka-angka. Sumber data dalam tulisan ini yaitu dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari wawancara kepada restoran Lazatto Gandrung, Kab. Tasikmalaya. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah usaha untuk meningkatkan *trust* konsumen dalam segi pendekatan pelayanan dan ketentuan yang diberikan oleh Lazatto kepada konsumen sudah sesuai dan sejalan, mulai dari memberikan kepuasan secara prima, adanya sertifikasi halal yang dibuktikan dengan pemasangan pamflet/selebaran yang berkenaan dengan makanan halal dan baik, yang mana hal tersebut adalah merupakan sebuah implementasi atau usaha bagi perusahaan untuk meyakinkan konsumen akan kehalalan produk di restoran Lazatto.

**Kata Kunci:** Halal; Industri Halal; *Trust* Konsumen; Kepuasan Konsumen

### Abstract

*This article aims to find out how consumers trust the halal industry, especially in the fast food sector, especially processed chicken, which requires clear halal certification, starting from the ingredients, processing, to presentation. Apart from that, this article also*

*examines the company's responsibility towards incoming customers. The research method in this paper uses a qualitative descriptive research type, namely by interviewing and collecting sources in the form of journals, articles and books as references and by utilizing data expressed in the form of words, sentences or not in the form of numbers. The data source in this paper is using primary data obtained from interviews with the Lazatto Gandrung restaurant, Kab. Tasikmalaya. The results obtained from this research are efforts to increase consumer trust in terms of the service approach and provisions provided by Lazatto to consumers are appropriate and in line, starting from providing excellent satisfaction, the existence of halal certification as proven by the installation of pamphlets/leaflets relating to food halal and good, which is an implementation or effort for the company to convince consumers of the halalness of products at Lazatto restaurants.*

**Keywords:** Halal; Halal Industry; Consumer Trust; Consumer Satisfaction

## A. PENDAHULUAN

Islam adalah agama dengan penganut yang cukup besar di seluruh dunia, karena dalam ajaran agama Islam sendiri memiliki aturan dalam menjalankan setiap aktivitas. Bahkan di Indonesia sendiri memiliki penduduk yang mayoritas beragama Islam yang berjumlah sekitar 267 Juta Penduduk. Dan dalam ajaran agama Islam sendiri menyarankan kepada hambanya untuk berniaga/jual beli (bai') atau tukar menukar uang dengan suatu barang lainnya atas dasar suka sama suka. Sejalan dengan hal tersebut, Indonesia memiliki masyarakat yang banyak berprofesi sebagai pedagang atau pengusaha sebagai mata pencaharian untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Tidak sedikit pengusaha yang sukses dalam menjalankan suatu bisnisnya, mulai dari pakaian sampai makanan dan minuman.

Salah satu yang menjadi syarat dalam hal jual beli dalam jenis makanan/minuman adalah harus adanya sertifikasi halal. Maksudnya adalah makanan yang sesuai dengan aturan agama islam, yaitu tidak mengandung bahan yang berbahaya dan diharamkan sesuai dengan sumber hukum hukum islam (Al-Qur'an, Hadits, dan Ijtihad).

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas masyarakat beragama Muslim. Sebagai umat Muslim tentunya mereka memilih makanan yang sesuai dengan syariat Islam yakni halal dan baik. Makanan berasal dari bahasa Arab yaitu Ta'am. Ta'am memiliki arti segala sesuatu yang bisa dimakan secara mutlak. Hukum asal semua makanan itu halal, kecuali ada dalil yang mengharamkannya. Sedangkan kata halal berasal dari bahasa Arab yaitu halla, yahillu, hillan yang memiliki arti bebas, lepas, legal, tidak dilarang serta diizinkan. Halal juga didefinisikan sebagai standar kualitas yang sesuai dengan hukum Syariah Islamiah dan digunakan pada setiap aktivitas yang dilakukan oleh umat Muslim (Amini, Fasa, & Suharto, 2022). Makanan yang halal dipilih umat Muslim sebagai bentuk ketaatan terhadap hukum Islam, sebagaimana dijelaskan dalam dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Maidah ayat 88

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبَاتٍ وَأَتُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya:

Makanlah apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai rezeki yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang hanya kepada-Nya kamu beriman.

Lazatto adalah salah satu restoran cepat saji yang dalam pembuatan, pelaksanaan, dan SOP yang dimilikinya sesuai dengan aturan agama Islam. Sehingga Lazatto tergolong sebagai salah satu Industri Halal yang bergerak di bidang Halal Food. Dalam paper ini penulis mengambil studi kasus Lazatto Gandrung, Kab. Tasikmalaya. Yang mana pada pelaksanaannya tentu harus sesuai dengan perspektif agama Islam tentang Etika Bisnis untuk membangun etika serta akhlak melayani customer nya. Para crew, cashier, dan pihak yang terlibat di restoran Lazatto ini dituntut agar dapat melayani pelanggan secara prima, mulai dari segi berpakaian yang menutup aurat, sampai SOP yang telah ditetapkan yaitu mulai dengan diterapkannya 5S (senyum, salam, sapa, sopan, santun) sampai mengucapkan terima kasih kepada pelanggan saat transaksi telah selesai.

## **B. KAJIAN TEORI**

### **1. Konsep Halal**

Halal dalam bahasa Arab yaitu dibolehkan atau legal yang sesuai dengan syariat Islam. Konsep halal dalam penerapannya di produk tidak hanya mencakup tentang persyaratan syariah saja, namun mencakup aspek kebersihan, sanitasi dan keselamatan yang berkelanjutan juga. Selain itu juga dalam memproduksi produk halal harus dilakukan tanpa mencampuradukkan dengan produk non halal. Jika dalam distribusi produk halal dilakukan secara bersamaan dengan yang non halal maka perlu ada perlakuan khusus terhadap produk halal agar tidak bercampur dengan produk non halal.

Dalam Islam, umat muslim diwajibkan untuk mengonsumsi makanan-makanan yang halal dan baik (thayyib). Dasar yang menunjukkan mengenai keharusan umat muslim dalam mengonsumsi makanan dan minuman, tumbuhan dan hewan yang telah halal dan baik (thayyib) sudah tercantum dalam Al-Quran dan hadits. Contoh ayat yang mengharuskan umat muslim dalam mengonsumsi makanan dan minuman yang halal dan baik (thayyib) yaitu: Q.S. Al-Baqarah ayat 168 dan 172, Q.S An-Nahl ayat 4, Q.S Al-Maidah ayat 87, dan sebagainya. Dalam ayat-ayat tersebut, kata 'halal' menjadi dasar perintah untuk mengonsumsi makanan dan minuman yang halal dan baik (thayyib). (Ali, 2016)

Konsep halal dalam penerapan kebijakannya tidak hanya mencakup persyaratan syariah saja, melainkan mencakup aspek kebersihan, sanitasi, keselamatan yang berkelanjutan. Seiring dengan perkembangan zaman, konsep halal ini tidak hanya diterapkan di satu sektor saja, namun sudah diterapkan di beberapa sektor lain seperti pariwisata halal, kosmetik halal dan lain sebagainya (Nurdin, Novia, Rahman, & Suhada, 2019). Konsep makanan halal ini mencakup pengolahan produk pertanian, perkebunan, dan perikanan menjadi makanan dan juga mencakup makanan setengah jadi yang tidak secara langsung menjadi produk makanan (Bigliardi & Galati, 2013).

### **2. Industri Halal**

Industri halal terdiri dari dua kata, yakni industri dan halal. Industri berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah kegiatan

memproses, mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan. Sedangkan halal artinya diizinkan (tidak dilarang oleh syariah), sehingga industri halal diartikan sebagai kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan yang diizinkan oleh syariah Islam.

Dalam UU No.33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal. UU ini menjelaskan artinya diizinkan (tidak dilarang oleh syariah), sehingga industri halal diartikan sebagai kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan yang diizinkan oleh syariah Islam.

Pada saat ini industri halal menjadi tren dunia karena keuntungan dari industri halal ini berkembang pesat sehingga berbagai negara bersaing untuk menciptakan produk unggulan dengan berlabel halal. Produk pada industri halal diantaranya makanan dan minuman halal, kosmetik halal, pariwisata halal, dan halal fashion. Di Indonesia, produk halal memiliki potensi pasar yang sangat besar. Pada tahun 2017 disebutkan total penggunaan produk halal Indonesia US\$200 dari 36% total penggunaan. Pemanfaatan dari penggunaannya akan terus meningkat dengan rata-rata pertumbuhan yakni 5,3% pada 2025 mendatang (M., Guffar et al., 2023). Hal ini tentunya mendorong Indonesia berada di negara dengan potensi Industri halal yang tinggi.

Perkembangan industri halal di Indonesia mendapatkan perhatian serta pengawasan dari Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS). KNEKS memiliki fungsi sesuai dengan Peraturan Presiden RI No. 28 tahun 2020 yakni sebagai perencana serta pelaksana pengembangan industri halal di Indonesia. Selain itu pada Pasal 4 dijelaskan KNEKS memiliki tugas mempercepat, memperluas, dan memajukan pengembangan ekonomi dan keuangan syariah dalam rangka memperkuat ketahanan ekonomi nasional (Harmoko, 2022).

### **3. *Trust* Konsumen**

Kepercayaan konsumen pada dasarnya merupakan bentuk dukungan konsumen terhadap upaya yang dilakukan untuk mendapatkan segala sesuatu yang diinginkan, melalui kepercayaan seorang konsumen akan memberikan dukungan terkait dengan keputusan pembelian yang akan ditetapkan. Analisis terhadap kepercayaan konsumen akan memberikan suatu gambaran mengenai segala bentuk aktivitas atau kegiatan yang dilakukan sehingga konsumen benar-benar menyakini bahwa keputusan yang ditetapkan merupakan yang terbaik. Kepercayaan konsumen dalam menggunakan teknologi informasi dalam melakukan suatu transaksi merupakan langkah awal dari seseorang untuk menciptakan minat melalui kemudahan yang akan diperoleh seseorang untuk melakukan suatu transaksi yang akan dilakukan. Berbagai upaya perusahaan untuk memberikan kepercayaan tersebut terkait secara langsung dengan upaya untuk menciptakan kepuasan pelanggan.(Sugara & Dewantara, 2017)

### **4. Kepuasan Konsumen**

Kepuasan pelanggan pada dasarnya merupakan resistansi sikap konsumen ditunjukkan dengan kepuasan konsumen terhadap suatu produk yang mereka konsumsi. Kunci bagi resistansi konsumen adalah kepuasan konsumen. Kinerja atau hasil melebihi harapan maka pelanggan sangat puas atau senang. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah

membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Namun bila kinerja di atas harapan, maka pelanggan akan merasa puas. (Sugara & Dewantara, 2017)

Konsumen dapat mengalami berbagai tingkat kepuasan yang berbeda, andai produk tersebut tidak sesuai dengan ekspektasi pasca konsumen, konsumen akan merasa tidak puas. Akan tetapi, jika sebaliknya terjadi, yaitu, produk memenuhi harapannya, maka konsumen akan puas (Shiddiq, Niswatin, and Farida 2018). Konsumen yang puas akan memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi dan tidak akan pindah ke tempat lain, bahkan berpartisipasi dalam mempromosikan tempat itu kepada kerabat atau teman, pelanggan potensial lainnya. Kepercayaan adalah harapan individu bahwa ia dapat mengandalkan bahasa seseorang (Azwanti & Elisa, 2020).

### C. METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam tulisan ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yaitu dengan cara pengumpulan sumber berupa jurnal, artikel dan buku sebagai referensi. Kemudian diolah dan dianalisis sehingga tercapai hasil dalam tulisan ini.

Sumber data dalam penelitian ini yaitu menggunakan data sekunder yang diperoleh dari penelitian terdahulu.

Analisis data yang dilakukan dengan model analisis isi (*content analysis*) dengan melakukan penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis.

### D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pendahuluan tertulis, sebagai umat muslim maka kita diwajibkan untuk memakan makanan halal dan baik. Banyak sekali makanan halal yang dijual di Indonesia. Karena dilihat dari mayoritas masyarakat Indonesia yang beragama Muslim, maka peluang dalam mendirikan bisnis makanan halal sangat besar. Seiring dengan berkembangnya dunia bisnis, maka perusahaan dituntut untuk dapat terus mengembangkan usaha mereka agar dapat menghasilkan laba yang optimal dan juga meningkatkan trust konsumen. Dalam meningkatkan trust konsumen, perusahaan haruslah mampu mempertahankan kualitas produk yang dijual karena banyak diantara mereka yang kurang dalam memperhatikan standar kualitas atas produk yang mereka jual (Pramintasari & Fatmawati, 2020).

Pada data The State of The Global Islamic Economy Report 2020-2021 menyebutkan posisi Indonesia yang terus membaik. Peringkat Indonesia di Global Islamic Indicator menduduki peringkat ke-4 Islamic Indicator menduduki peringkat ke-4 (Administrator, n.d.). Sebagaimana perusahaan yang penulis amati yaitu perusahaan Lazatto yang bergerak di bidang F&B (Food and Beverage). Lazatto tentu membantu Indonesia berada di peringkat ke-4, karena Lazatto sudah memenuhi standar industri halal. Hal ini berdasarkan hasil dari wawancara yang telah penulis lakukan kepada Kepala Resto Lazatto Gandrung, Kab. Tasikmalaya.

Lazatto memiliki Visi "menjadi market leader untuk bisnis kuliner resto cepat saji fried chicken dan burger untuk segmen kelas menengah di Indonesia"

dan dengan Misi “memberi manfaat serta jalan kebaikan dan maslahat bagi banyak pihak, meliputi karyawan, keluarga, dan khalayak umum serta taat pada hukum syara dan hukum Negara Indonesia”. Dilihat dari misi yang telah disebutkan bahwasannya misi dari Lazatto ialah “memberi manfaat serta jalan kebaikan dan maslahat bagi banyak pihak...” (Ekonomi, Dalam, Bisnis, & Cepat, 2023), dapat kita ketahui bahwa tujuan dari didirikannya Lazatto adalah untuk kemaslahatan, yaitu untuk mendatangkan segala bentuk kemanfaatan dan menolak segala kemungkinan yang dapat merusak. Selain itu juga, budaya kerja di Lazatto yaitu jujur, amanah, integritas, disiplin dan tanggung jawab.

Lazatto pertama kali berdiri pada 13 Mei 2018, sampai saat ini Lazatto telah memiliki resto sebanyak 398 per Agustus 2023 (Ekonomi et al., 2023). Sistem rekrutmen yang digunakan oleh Lazatto tidak jauh berbeda pada umumnya, salah satu media rekrutmen ini dilakukan melalui website online. Resto Lazatto juga memprioritaskan kelslaman dimana para pegawai harus beragama Muslim dan tidak diperbolehkan merokok, bagi pegawai Muslimah mereka harus memakai pakaian yang menutup aurat sesuai dengan syariat Islam. Kemudian terkait SOP yang berlaku di Lazatto itu terdapat beberapa bagian SOP salah satunya SOP produk, contohnya pada ayam geprek dimana kebijakan dalam produksinya tidak sembarang takaran seperti penyajian cabai, bawang, minyak serta waktu pada proses penggorengan. Selain itu, pada proses pemilihan ayam yang digunakan untuk produksi pun merupakan ayam yang higienis dan bersih. Selanjutnya, Pusat dari cabang Lazatto di daerah Ciamis, Banjar, dan Garut adalah Lazatto Tasikmalaya yang dimana memiliki naungan manajemen yang sama.

Dalam meningkatkan trust konsumen, Lazatto memprioritaskan kepuasan konsumen untuk meningkatkan perkembangan perusahaan. Dengan memprioritaskan kepuasan konsumen, hal ini menjadikan Lazatto memaksimalkan upaya-upaya yang dapat mereka lakukan seperti tetap memproduksi menu mereka dengan mempertahankan kualitas dari hasil produksinya. Selain itu, Lazatto juga sangat memperhatikan terkait bahan-bahan yang keluar dan masuk supaya tidak terjadi kelebihan dan kekurangan sehingga pendapatan yang dihasilkan setiap hari nya sesuai dengan bahan yang didistribusikan. Menurut Kepala Restoran Lazatto Gandrung, jika barang yang masuk tidak sesuai maka hasil akhir dari kelebihan tersebut haram. Maka dari itu, Lazatto benar-benar memperhatikan terkait barang yang masuk dan barang yang akan diproduksi. Lazatto juga berusaha untuk meyakinkan konsumen melalui sertifikasi halal bahwa perusahaan mereka terjamin kehalalannya. Selain telah terdaftar sertifikasi halal, Lazatto juga menggunakan pamflet yang dipajang di beberapa sisi dinding resto sebagai salah satu upaya untuk memberikan kepercayaan kepada customer akan terjaminnya halal dari resto tersebut.

Trust konsumen sangatlah penting dalam keberlangsungan perusahaan. Sebagai penulis sekaligus konsumen bagi perusahaan Lazatto, dampak dari pelayanan yang sesuai dengan SOP perusahaan tersebut memberikan feedback yang baik bagi perusahaannya itu sendiri. Dan tentu Lazatto akan terus memaksimalkan upayanya dalam meningkatkan kualitas perusahaan.

Melalui hasil yang sudah dijelaskan tersebut diatas, dapat penulis ketahui bahwa usaha untuk meningkatkan trust konsumen dalam segi pendekatan pelayanan dan ketentuan yang diberikan oleh Lazatto kepada konsumen sudah sesuai dan sejalan, mulai dari memberikan kepuasan secara prima, adanya

sertifikasi halal yang dibuktikan dengan pemasangan pamflet/selebaran yang berkenaan dengan makanan halal dan baik, yang mana hal tersebut adalah merupakan sebuah implementasi atau usaha bagi perusahaan untuk meyakinkan konsumen akan kehalalan produk di restoran Lazatto. Dilihat dari aspek-aspek yang sudah disebutkan, Lazatto sudah memenuhi kriteria halal food, yang mana halal food ini merupakan bagian dari industri halal. Dengan kebijakan yang telah diberlakukan oleh Lazatto dan upaya-upaya yang telah dilakukan untuk meningkatkan trust konsumen, maka dapat meningkatkan laba perusahaan. Dengan terus melakukan perkembangan perusahaan maka Lazatto mampu membantu Indonesia dalam meningkatkan peringkat Industri halal di *Global Islamic Indicator*.

## E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah penulis paparkan dari restoran cepat saji Lazatto Gandrung, dapat disimpulkan bahwa meningkatkan trust konsumen dalam bidang industri halal mampu menjadi salah satu faktor pendorong dalam meningkatkan intensi pembelian bagi suatu perusahaan. Beberapa kebijakan yang telah diterapkan oleh perusahaan baik dalam aspek manajemen, produksi, distribusi dan lain sebagainya. Lazatto memprioritaskan kepuasan konsumen dalam meraih trust konsumen. Menurut Kepala Resto Lazatto Gandrung, dengan adanya pelayanan tersebut maka dapat menjadikan konsumen melakukan repeat order bahkan berlangganan. Selain berupaya dalam meraih kepuasan konsumen, Lazatto juga berupaya dalam menerapkan prinsip syariah seperti dalam produksi yang sesuai dengan kebijakan syariah, pembentukan manajemen halal, dan pelayanan operasional yang sesuai dengan standarisasi syariah.

## F. REKOMENDASI

Pengembangan industri halal adalah langkah yang penting untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin meningkat untuk produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip halal. Studi kasus tentang Lazatto Gandrung di Kabupaten Tasikmalaya adalah langkah yang bagus untuk memahami potensi dan tantangan dalam mengembangkan industri halal. Berikut adalah beberapa saran dan rekomendasi untuk menganalisis pengembangan industri halal untuk membangun kepercayaan konsumen:

1. Identifikasi Potensi dan Peluang: a) Lakukan analisis pasar untuk mengidentifikasi permintaan dan tren konsumen terkait produk halal di wilayah tersebut; b) Identifikasi potensi produk atau layanan yang dapat ditingkatkan kehalalannya atau yang memenuhi kebutuhan pasar yang belum terpenuhi.
2. Sertifikasi Halal: Pastikan produk-produk yang dihasilkan oleh Lazatto Gandrung telah memperoleh sertifikasi halal yang sah dan diakui oleh otoritas halal yang berwenang. Ini akan meningkatkan kepercayaan konsumen.
3. Transparansi dan Labeling: Pastikan bahwa informasi tentang kehalalan produk, bahan-bahan yang digunakan, dan proses produksi disediakan dengan jelas pada label produk. Konsumen harus mudah memahami asal-usul produk dan cara pembuatannya.

4. Edukasi Konsumen: Selenggarakan program edukasi tentang pentingnya produk halal dan manfaatnya bagi konsumen. Ini dapat melibatkan pelatihan dan seminar tentang kehalalan produk.
5. Kualitas Produk: Jangan mengorbankan kualitas produk demi kesertifikatan halal. Pastikan bahwa produk-produk yang dihasilkan tetap berkualitas tinggi.
6. Rantai Pasokan Halal: Pastikan bahwa seluruh rantai pasokan, dari bahan baku hingga distribusi, mematuhi prinsip-prinsip halal. Ini termasuk pemantauan pemasok dan mitra bisnis.
7. Kemitraan Strategis: Cari kemitraan dengan lembaga-lembaga yang memiliki pengalaman dalam industri halal, seperti lembaga sertifikasi halal atau organisasi dagang yang mendukung industri halal.
8. Inovasi Produk: Terus mengembangkan produk dan layanan baru yang memenuhi kebutuhan konsumen dan dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif.
9. Pemasaran dan Branding: Buat strategi pemasaran yang efektif untuk mempromosikan produk halal Lazatto Gandrung. Ini termasuk branding yang kuat dan strategi pemasaran digital.
10. Kepatuhan Terhadap Peraturan: Pastikan bahwa semua aktivitas bisnis mematuhi peraturan yang berlaku terkait dengan produk halal, termasuk peraturan pemerintah dan persyaratan sertifikasi halal.
11. Riset dan Evaluasi: Lakukan penelitian dan evaluasi berkala terhadap pengembangan industri halal untuk mengukur keberhasilan dan mengidentifikasi area yang perlu perbaikan.
12. Keterlibatan Komunitas: Terlibatlah dalam kegiatan komunitas dan lingkungan sekitar untuk membangun dukungan dan kepercayaan dari masyarakat setempat.

Mengembangkan industri halal memerlukan komitmen jangka panjang, inovasi, dan kepatuhan yang ketat terhadap prinsip-prinsip halal. Studi kasus Lazatto Gandrung di Kabupaten Tasikmalaya dapat memberikan wawasan berharga tentang bagaimana menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang dalam pengembangan industri halal di wilayah tersebut.

#### **G. DAFTAR PUSTAKA**

- Administrator. (n.d.). Indonesia Berpeluang Memimpin Industri Halal Dunia. Retrieved from Portal Informasi Indonesia website: <https://indonesia.go.id/kategori/feature/2794/indonesia-berpeluang-memimpin-industri-halal-dunia>
- Ali, M. (2016). Konsep Makanan Halal dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung Jawab Produsen Atas Produk Industri Halal. *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, 16(2), 291–306. <https://doi.org/10.15408/ajis.v16i2.4459>
- Amini, A., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2022). Urgensi Halal Food Dalam Tinjauan Konsumsi Islami. *LIKUID: Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 2(2), 1–14. <https://doi.org/10.15575/likuid.v2i2.16031>
- Azwanti, N., & Elisa, E. (2020). Analisa Kepuasan Konsumen Menggunakan Algoritma C4.5. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial Dan Teknologi*, (3), 126–131.
- Bigliardi, B., & Galati, F. (2013). Innovation trends in the food industry: The case of functional foods. *Trends in Food Science & Technology*, 31/2118-12.

- Ekonomi, P., Dalam, S., Bisnis, P., & Cepat, R. (2023). *PENGEMBANGAN EKONOMI SYARIAH DALAM PRAKTIK BISNIS RESTO CEPAT SAJI (Studi pada Mini Resto Lazatto Chicken & Burger di Wilayah Subang)*. 1, 56–63.
- Harmoko, I. (2022). Optimalisasi Industri Halal Di Indonesia Melalui Pendekatan Strategis Distinctive Competence. *Reinforce: Journal of Sharia Management*, 1(2), 105–121. <https://doi.org/10.21274/reinforce.v1i2.6439>
- M., Guffar, H., Tarmizi, R., Sholihah, Nurlailiyah, A., Adhianata, H., Nashirun, Maulidizen, A., ... Supriati, R. (2023). *INDUSTRI HALAL DI INDONESIA* (M. R. Kurnia, Ed.). Serang: PT. SADA KURNIA PUSTAKA.
- Nurdin, N., Novia, N., Rahman, A., & Suhada, R. (2019). Potensi Industri Produk Makanan Halal Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.24239/jjebi.v1i1.1.1-12>
- Pramintasari, T. R., & Fatmawati, I. (2020). Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1), 1–33. Retrieved from <https://journal.umy.ac.id/index.php/mb/article/view/3922/3384>
- Sugara, A., & Dewantara, R. Y. (2017). Analisis Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli Online (Studi Pada Konsumen “Z”). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 52(1), 8–15. Retrieved from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2150/2542>