

Analisis surah al-hujurat ayat 11 terhadap penamaan produk halal yang menyerupai minuman beralkohol dalam proses sertifikasi halal di indonesia: studi tafsir maqashidi abdul mustaqim

Faizeh

Program Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: Faizeh1107@gmail.com

Kata Kunci:

Surah Al-Hujurat,
Penamaan, Halal, Alkohol,
Abdul Mustaqim

Keywords:

Surah Al-Hujurat, naming,
Halal, Alcohol, Abdul
Mustaqim

A B S T R A K

Fenomena penamaan produk halal yang menyerupai minuman beralkohol di Indonesia, seperti "bir halal" atau "wine halal", yang menimbulkan polemik di masyarakat. Analisis dilakukan melalui pendekatan tafsir maqāṣidī terhadap Surah al-Ḥujurāt ayat 11 perspektif Abdul Mustaqim. Ayat tersebut menekankan larangan olok-olok, celaan, dan pemberian nama buruk yang merendahkan martabat manusia. Dengan tafsir maqasidi, larangan ini diperluas pada praktik labeling produk halal yang menyerupai simbol-simbol minuman haram. Hasil kajian menunjukkan bahwa penggunaan nama menyerupai khamr dapat mengaburkan identitas halal, menimbulkan syubhat, serta bertentangan dengan tujuan syariat dalam menjaga agama (hifz al-din), menjaga akal (hifz al-'aql), dan menjaga kehormatan (hifz al-'ird). Penelitian ini menyimpulkan bahwa sertifikasi halal tidak cukup hanya menilai zat dan proses produksi, tetapi juga harus memperhatikan aspek penamaan yang memiliki dampak etis, sosial, dan spiritual.

A B S T R A C T

The phenomenon of halal product naming in Indonesia that resembles alcoholic beverages, such as "halal beer" or "halal wine," which has sparked controversy among Muslim communities. The analysis applies a maqāṣidī exegesis approach to Surah al-Ḥujurāt verse 11 from the perspective of Abdul Mustaqim. This verse prohibits mockery, insult, and derogatory labeling that undermines human dignity. Using the maqāṣidī method, the prohibition is extended to the practice of labeling halal products with names resembling prohibited alcoholic symbols. The findings reveal that such naming practices obscure halal identity, create ambiguity (syubhat), and contradict the higher objectives of Islamic law (maqasid al-shari'ah), particularly in preserving religion (hifz al-din), intellect (hifz al-'aql), and honor (hifz al-'ird). This study concludes that halal certification should not only assess ingredients and production processes but must also consider product naming as an ethical, social, and spiritual dimension.

Pendahuluan

Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia memiliki peraturan ketat terkait kehalalan suatu produk. Kehalalan makanan dan minuman diatur oleh Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH), yang mewajibkan semua produk yang beredar di Indonesia untuk memiliki sertifikat halal jika diklaim sebagai produk halal (UU, 2014). Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai lembaga fatwa Islam telah lama berperan dalam memberikan penetapan halal-haram suatu produk, termasuk dalam bidang makanan dan minuman (Ahmad Syaifullah, 2023,



This is an open access article under the CC BY-NC-SA license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

hal 73). Namun, dalam beberapa tahun terakhir tepatnya 2023, Indonesia dihadapkan dengan fenomena yang cukup kontroversial, yaitu munculnya produk dengan nama yang menyerupai minuman beralkohol, seperti "tuak halal," "bir halal," atau "wine halal," tetapi telah mendapatkan sertifikasi halal dari BPJPH (Asyalaby ichsa, 2023, hal 12). Hal ini memicu perdebatan di kalangan ulama, akademisi, dan masyarakat Muslim tentang bagaimana sertifikasi halal harus diterapkan terhadap produk dengan nama yang identik dengan sesuatu yang diharamkan (Sugeng Pramudji, 2024)

Kasus produk Nabidz, yang viral karena disebut sebagai "halal wine", menjadi contoh nyata problematika ini. Produk tersebut memperoleh sertifikat halal melalui skema self-declare yang diatur oleh BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) tanpa melalui pemeriksaan langsung oleh LPH (Lembaga Pemeriksa Halal) dan tanpa proses fatwa oleh MUI melainkan hanya melalui pendampingan Proses Produk Halal (PPH) (Faranita Ratih Listiasari, 2024). Akibatnya, banyak produk dengan nama yang kontroversial sempat lolos sertifikasi dan beredar di pasaran. Sebagian akhirnya ditarik, atau disyaratkan untuk mengganti nama. Dalam data BPJPH, terdapat tercatat 0,003% dari 100% jumlah UMKM yang bermasalah dalam penamaan produk (TVOneNews, 2024)

Masalah ini menimbulkan perdebatan etis dan sosial: Apakah produk halal cukup dinilai dari zat dan proses produksinya, ataukah penamaan dan simbolisasi juga harus menjadi perhatian? Jika sebuah produk halal diberi nama yang menyerupai minuman haram, apakah itu bertentangan dengan nilai-nilai Al-Qur'an? Untuk menjawab persoalan ini, perlu pendekatan yang lebih menyeluruh dari sekadar hukum fikih atau regulasi administratif. Di sinilah relevansi tafsir maqashidi (tafsir maqashidi) hadir sebagai pendekatan tafsir kontemporer yang fokus pada tujuan, nilai, dan kemaslahatan dari pesan ayat-ayat Al-Qur'an. Penelitian ini menitikberatkan pada analisis Surah Al-Hujurat ayat 11 melalui pendekatan tafsir maqashidi perspektif Abdul Mustaqim, seorang tokoh terkemuka dalam pengembangan metode tafsir yang berbasis pada nilai dan tujuan syariat (maqāṣid al-syari‘ah) di Indonesia. Ayat ini secara eksplisit melarang berbagai bentuk tindakan verbal yang merendahkan martabat, seperti ejekan, pemberian gelar yang buruk, dan penyebutan nama-nama yang menjatuhkan harga diri seseorang. Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخُرْ قَوْمٌ مِّنْ قَوْمٍ عَسَىٰ أَنْ يُكُونُوا خَيْرًا مَّنْ هُمْ وَلَا تَمْرُدُوا أَنفُسُكُمْ وَلَا تَتَابُرُوا بِالْأَلْقَابِ إِنَّ الْإِسْمَ الْفُسُوقُ بَعْدُ الْإِيمَانِ وَمَنْ أَنْمِيَ ثَبْتَ فَأُولَئِنَّا هُمُ الظَّالِمُونَ

"Wahai orang-orang yang beriman, janganlah suatu kaum mengolok-olok kaum yang lain (karena) boleh jadi mereka (yang diolok-olok) lebih baik dari mereka (yang mengolok-olok), dan jangan pula perempuan-perempuan (mengolok-olok) perempuan lain (karena) boleh jadi yang (diperolok) lebih baik dari yang (mengolok). Dan janganlah kalian saling mencela satu sama lain, dan janganlah saling memanggil dengan gelar-gelar buruk. Seburuk-buruk panggilan adalah (panggilan) yang buruk sesudah iman, dan barang siapa tidak bertobat maka mereka itulah orang-orang yang zalim." (QS. Al-Hujurāt: 11).

Jika ditelaah secara maqashidi, ayat ini tidak hanya relevan dalam konteks komunikasi antarpersonal, tetapi juga dapat dijadikan kerangka etik dalam fenomena sosial yang lebih luas, seperti praktik penamaan produk halal yang menyerupai minuman haram (misalnya "wine halal" atau "bir halal"). Meskipun secara zat produk tersebut halal,

penggunaan nama yang menyerupai sesuatu yang diharamkan dapat menimbulkan syubhat, kebingungan identitas, serta membuka celah bagi olok-olok simbolik terhadap syariat. Pendekatan tafsir maqāṣidī memungkinkan ayat ini dibaca tidak secara tekstual semata, tetapi secara kontekstual, dengan menekankan pentingnya menjaga kehormatan, kesucian simbol agama, dan kemaslahatan sosial umat (Feyza Fisabili El Rahma, 2025, hal 21)

Berbeda dengan pendekatan tafsir klasik yang cenderung literal, tafsir maqashidi Abdul Mustaqim berupaya menggali pesan nilai (value based), makna kontekstual, dan tujuan ayat (maqshad ayat) secara menyeluruh. Ia menyusun sepuluh langkah metodis tafsir maqashidi yang mencakup kajian linguistik, konteks historis, isu kontemporer, hingga pemetaan antara wasilah (sarana) dan maqshad (Ahmad Mustafa, hal 101). Sementara beberapa penelitian sebelumnya lebih banyak meninjau isu ini dari perspektif hukum fikih, regulasi halal, atau ekonomi syariah, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan pada aspek tafsir Al-Qur'an, khususnya dari pendekatan tafsir maqashidi, dalam membedah persoalan penamaan produk halal di era industri modern. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan dalam menjawab problem etik dalam praktik sertifikasi halal, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap pengembangan tafsir tematik dan kontekstual yang lebih berpihak pada nilai-nilai keadilan, kesalehan sosial, dan kemaslahatan publik.

Pembahasan

Analisis penamaan produk halal yang menyerupai minuman beralkohol dalam QS. Al-Hujurat ayat 11 Perspektif Tafsir Maqashidi

QS. Al-Hujurat : 11

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخُرْ قَوْمٌ مِّنْ قَوْمٍ عَسَى أَنْ يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِّنْ نِسَاءٍ عَسَى أَنْ يَكُونُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّ وَلَا
تَمْرُرُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَتَابُرُوا بِالْأَلْقَابِ بِئْسَ الاسمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الإِيمَانِ وَمَنْ لَمْ يَتُبْ فَأُولَئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah suatu kaum mengolok-olok kaum yang lain (karena) boleh jadi mereka yang diperolok-olok lebih baik dari mereka; dan jangan pula perempuan-perempuan mengolok-olok perempuan lain (karena) boleh jadi yang diperolok-olok lebih baik dari mereka. Janganlah kamu mencela dirimu sendiri dan janganlah saling memanggil dengan gelar-gelar buruk. Seburuk-buruk panggilan adalah panggilan yang buruk setelah iman. Barangsiapa tidak bertobat, maka mereka itulah orang-orang zalim."

Ayat ini berisi tiga larangan utama: (1) larangan merendahkan atau mengolok-olok kelompok lain, (2) larangan mencela, dan (3) larangan saling memberi julukan buruk. Ibn Katsir dalam tafsirnya menjelaskan bahwa ayat ini turun untuk meluruskan kebiasaan buruk masyarakat Arab pra-Islam yang sering melecehkan suku atau kelompok lain. Al-Qurtubī mempertegas bahwa "wala tanābazu bil-alqāb" melarang umat Islam saling memanggil dengan gelar yang tidak disukai, termasuk nama yang berkonotasi merendahkan kehormatan (Isnaniah et al., 2022). Dalam perspektif maqāṣid al-syā'i'ah, ayat ini menjaga hifz al-'ird (perlindungan kehormatan) dan hifz al-dīn (perlindungan agama). Nama, label, dan sebutan adalah bagian dari identitas. Jika identitas dirusak dengan panggilan yang buruk, maka tujuan syā'i'ah dalam menjaga martabat manusia

akan terganggu. Ayat ini relevan secara langsung. Menggunakan nama seperti “beer”, “wine”, atau “tuak” pada produk halal dapat dipahami sebagai bentuk *tanābuz bil-alqāb* dalam konteks modern, sebab ia memberi “label buruk” yang secara makna sosial merujuk pada sesuatu yang diharamkan. Walaupun produknya halal secara zat, penamaan tersebut bisa menimbulkan *tasyabhu* (penyerupaan) dengan hal yang diharamkan, dan secara maqāṣidi berpotensi melemahkan sensitivitas moral masyarakat muslim.

QS. Al-Mā'idah : 90

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَرْلُمْ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَنِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamr, berjudi, (berkurban untuk) berhala, dan mengundi nasib dengan anak panah adalah perbuatan keji termasuk perbuatan setan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan.”

Ayat ini menetapkan keharaman khamr (segala yang memabukkan), judi, penyembahan berhala, dan praktik perdukanan. Dalam tafsir Ibn Kathīr, disebutkan bahwa larangan ini bersifat qat'i (pasti) karena menegaskan khamr dan maysir sebagai *rijs* (kotor, najis maknawi) dan dikategorikan sebagai perbuatan setan. Al-Qurṭubī menguraikan bahwa perintah “fajtanibūhū” (jauhilah) lebih tegas dari sekadar “jangan lakukan”, karena mengandung makna menjauh sejauh mungkin dari segala yang terkait khamr, termasuk sebab-sebab, alat, dan simbol yang mengantarkan kepadanya.

Jika kita hubungkan dengan isu penamaan produk halal menyerupai minuman beralkohol, maka penggunaan nama seperti “non-alcoholic beer” atau “halal wine” dapat dilihat sebagai sesuatu yang mendekatkan (*dzarī'ah*) pada simbol-simbol khamr. Walaupun produk tersebut halal secara zat, nama yang digunakan berpotensi melanggar maqāṣid ayat: menjauhkan umat dari khamr secara total, bukan mendekatkan mereka melalui simbol atau bahasa. Dalam maqāṣid al-syari'ah, ayat ini menegakkan perlindungan *hifz al-'aql* (menjaga akal) dari kerusakan akibat intoksikasi. Namun, secara lebih luas, ia juga menjaga *hifz al-dīn*, karena meminimalisasi potensi normalisasi hal-hal haram di dalam kehidupan social (Prayuti, 2024; Masriani et al., 2025). Maka, penamaan produk dengan istilah khamr meskipun halal dapat dianggap berlawanan dengan maqāṣid ayat ini.

QS. Al-Baqarah : 219

يَسْأَلُونَكُمْ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَا إِنْمَاءٌ كَبِيرٌ وَمَنْفَعٌ لِلنَّاسِ وَإِنْمَاءٌ أَكْبَرُ مِنْ نَفْعِهِمَا

“Mereka menanyakan kepadamu tentang khamr dan judi. Katakanlah: ‘Pada keduanya terdapat dosa besar dan beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar daripada manfaatnya.’”

Ayat ini menggambarkan fase awal turunnya hukum tentang khamr. Allah Swt. mengakui bahwa ada *manfaat* dalam khamr dan judi (misalnya keuntungan ekonomi, rekreasi, atau hubungan sosial), tetapi menegaskan bahwa dosa dan kerusakan yang

ditimbulkannya lebih besar daripada manfaatnya. Tafsir al-Ṭabarī menjelaskan bahwa ayat ini merupakan pendekatan gradual (tadarruj) dalam pengharaman khamr. Al-Rāzī menambahkan bahwa ayat ini mendidik umat Islam untuk berpikir kritis: meskipun ada sisi manfaat, seorang mukmin harus menimbang mudharat yang lebih besar. Pendekatan ayat ini bisa dijadikan kacamata analisis. Ada sebagian pelaku usaha yang berargumen bahwa memakai nama “beer” atau “wine” (meski tanpa alkohol) punya manfaat pemasaran, karena mudah dikenali konsumen global. Namun, menurut logika ayat, mudharatnya lebih besar: potensi kebingungan umat, terhapusnya sensitivitas terhadap yang haram, dan bahkan terbuka peluang promosi gaya hidup yang bertentangan dengan Islam. Dengan demikian, maqāṣid ayat ini mengarahkan agar umat lebih memprioritaskan pencegahan mudharat daripada mengejar manfaat yang semu (Bella, 2024; Widyaningsih, 2023).

Selain dalam Al-Qur'an, terdapat juga hadis yang melarang penamaan sesuatu yang halal dengan menyerupai sesuatu yang haram. Berikut hadis-hadis yang relevan:

Rasulullah Saw. bersabda:

لَيْسَ الْمُؤْمِنُ بِالظَّهِيرَةِ وَلَا لِلْعَانِ وَلَا لِلْفَاحِشَ وَلَا لِلْبَذِيءِ

Hadis riwayat Imam Tirmidzi ini menegaskan bahwa salah satu ciri utama orang beriman adalah menjaga lisannya dari perkataan buruk. Dalam konteks pembahasan, penggunaan penamaan produk yang menyerupai minuman keras dapat dianggap bagian dari *al-badhā'ah* (perkataan kotor), sebab ia menormalisasi istilah yang merujuk pada sesuatu yang diharamkan. Ini melanggar prinsip kebersihan lisan dan penyucian nama yang diajarkan Nabi (al-Tirmizi, Sunan al-Tirmizi, no. 1977). Adapun hal ini juga diukur dengan hadis berbunyi:

كُلُّ مُسْكُرٍ حَرَامٌ، وَمَا أَسْكَرَ كَثِيرٌ فَقْلِيلٌ حَرَامٌ

Hadis ini adalah kaidah pokok dalam fiqh minuman. Walaupun produk tertentu tidak mengandung alkohol, jika diberi nama yang identik dengan sesuatu yang memabukkan, maka dikhawatirkan menjerumuskan pada tasyabbuh dengan hal haram. Prinsip yang bisa ditarik adalah: syariat bukan hanya mengharamkan zat, tetapi juga menutup segala jalan yang mengantarkan kepada pengharaman, sesuai dengan kaidah *sadd al-dharā'i*.

Identifikasi Surah Al-Ḥujurāt Ayat 11

Surah Al-Ḥujurāt ayat 11 memiliki benang merah yang kuat dengan isu penamaan produk halal. Kata kunci “wala tanābazu bil-alqāb” (jangan saling memberi julukan buruk) jika ditafsirkan secara maqāṣidi bisa diperluas pada konteks labeling dan penamaan produk (Mustaqim, 2019: 44). Dalam proses sertifikasi halal di Indonesia, penggunaan nama produk yang menyerupai minuman keras tidak sekadar persoalan teknis, tetapi menyentuh dimensi maqāṣid:

1. *Hifż al-dīn*: Nama yang menyerupai khamr melemahkan sensitivitas agama, seolah-olah Islam menoleransi atau merestui simbol khamr.

2. Hifż al-‘aql: Normalisasi nama-nama minuman keras dapat mendorong masyarakat muda menganggap minuman keras bagian dari gaya hidup modern.
3. Hifż al-‘ird: Nama buruk bisa menjadi bentuk penghinaan simbolik terhadap identitas muslim yang semestinya bersih dari maksiat.

Dengan demikian, QS. Al-Ḥujurāt:11 menjadi dasar normatif untuk menolak penamaan produk halal dengan istilah yang menyerupai minuman beralkohol. Sebab, hal itu bukan hanya persoalan nama, tetapi persoalan maqāṣid yang berhubungan dengan perlindungan moral, agama, dan kehormatan umat Islam.

Kesimpulan

Surah al-Ḥujurāt ayat 11, bila dipahami melalui pendekatan tafsir maqāṣidī, memberikan landasan kuat bahwa larangan saling mengejek, mencela, dan memberi julukan buruk juga dapat diterapkan pada praktik penamaan produk halal di era modern. Penggunaan istilah seperti “halal wine” atau “halal beer” meskipun tidak mengandung zat haram, tetap bertentangan dengan maqāṣid al-syari‘ah karena menimbulkan syubhat, melemahkan sensitivitas umat terhadap keharaman khamr, dan berpotensi merusak simbol kehormatan agama. Ayat ini, jika dikaitkan dengan QS. al-Mā’idah: 90 dan QS. al-Baqarah: 219, menegaskan bahwa syariat bukan hanya melarang substansi khamr, tetapi juga seluruh bentuk simbolisasi yang mengarah kepadanya. Dengan demikian, halal tidak boleh dipahami secara sempit hanya pada bahan dan proses, melainkan juga harus mencakup aspek etik, simbolik, dan sosial demi terjaganya agama, akal, dan kehormatan umat.

Saran

Guna mereduksi polemik penamaan produk halal yang menyerupai minuman beralkohol, diperlukan formulasi kebijakan yang lebih komprehensif dari BPJPH dan MUI dengan menambahkan aspek penamaan sebagai bagian dari standar sertifikasi halal. Regulasi ini tidak hanya memastikan kehalalan bahan dan proses, tetapi juga menjaga kesucian simbolik dari istilah yang digunakan. Pelaku usaha sepatutnya menginternalisasi nilai-nilai maqāṣid al-syari‘ah dalam praktik bisnis dengan memilih nama yang tidak hanya bernilai komersial, melainkan juga etis dan selaras dengan identitas keislaman. Konsumen Muslim diharapkan meningkatkan literasi halal sehingga mampu bersikap selektif dan kritis terhadap produk yang berpotensi menimbulkan syubhat. Pada saat yang sama, akademisi perlu memperluas kajian tafsir maqāṣidī terhadap isu-isu kontemporer agar Al-Qur'an tetap berfungsi sebagai pedoman normatif dan etis dalam menghadapi tantangan modernitas.

Daftar Pustaka

- Al-Maraghi, Ahmad Musthafa. Tafsir Al-Maraghi. Jilid 1-30. Semarang: Karya Toha Putra, 1993. (n.d.).
- Al-Tirmizi. (2007). Sunan al-Tirmizi. Riyadh: Dār al-Salām.

- Bella, A. M. E. (2024). Halal certification with the self declare scheme perspective maqashid syariah al-syātibī. *Journal of Halal Product and Research (JHPR)*, 7(2), 181-191.
- Departemen Agama RI. (2019). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Ichsa, A. S. (2024). Sudah tersertifikasi, BPJPH jamin tuyul, tuak, hingga wine halal terjamin kehalalannya. *Republika Khazanah*. <https://khazanah.republika.co.id/berita/sko76p483/sudah-tersertifikasi-bpjph-jamin-tuyul-tuak-hingga-wine-halal-terjamin-kehalalannya-part2>
- Isnaniah, S., Agustina, T., Rochman, M. A., & Kusmanto, H. (2022). The naming of halal food and beverages: A multimodal semiology study. *Studies in English Language and Education*.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2024). *Viral nama produk 'Tuak, Beer, Wine' dapat sertifikat halal, BPJPH: Produk dipastikan halal, persoalan pada kesepakatan penamaan*
- Listiasari, F. R. (2024, April). Sertifikasi halal melalui self declare oleh UMKM untuk mendukung industri wisata halal. *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan*, 3. <https://usahid.ac.id/conference/index.php/snkp/article/download/284/233/268>
- Pamuji, S. (2024). *Viral nama produk 'Tuak, Beer, Wine' dapat sertifikat halal, BPJPH: Produk dipastikan halal, persoalan pada kesepakatan penamaan*.
- Prayuti, Y. (2024). Muslim Food Consumer Protection Through The Regulation Of Halal Labels In Indonesia. *Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan*, 8(1).
- Rahma, F. F. E. (2024). Analisis larangan verbal bullying dalam QS. Al-Hujurat ayat 11: Perspektif tafsir maqashidi (hlm. 22). Malang. <http://etheses.uin-malang.ac.id/69811/2/210204110021.pdf>
- Syaifulloh, A. (2023). Implementasi penetapan fatwa produk halal di Indonesia. *Khidmah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 73–86. <https://ejournal.stiqwalisongo.ac.id/index.php/Khidmah/article/view/1149>
- tvOneNews. (2024, 8 Oktober). Dari 'Bir' sampai 'Tuyul' dicap halal, kok bisa? | Catatan Demokrasi tvOne [Video]. YouTube. https://youtu.be/i1SOOe7udr8?si=3ZouVIE5_CB-_7W1
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 295, Pasal 4. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/38709/uu-no-33-tahun-2014>