

PENSIJILAN HALAL MAKANAN KOREA DI MALAYSIA: SUATU SOROTAN LITERATUR

Halal Certification of the Korean Foods in Malaysia: A Review of Literatures

Al ‘Uyuna Mohd Amin

*Master Candidate, Department of Shariah and Law,
Academy of Islamic Studies, University of Malaya,
50603 Kuala Lumpur.
aluyuna8383@gmail.com*

Zalina Zakaria

*Senior Lecturer, Department of Shariah and Law,
Academy of Islamic Studies, University of Malaya,
50603 Kuala Lumpur.
zalina_jsu@um.edu.my*

Alina Abdul Rahim

*Associate Professor, Faculty of Science and Technology,
Islamic University Science of Malaysia,
71800 Bandar Baru Nilai, Negeri Sembilan.
alina@usim.edu.my*

ABSTRACT

Malaysia's halal certification has gained worldwide recognition. Halal in Malaysia is supervised within the government scrutiny. Stringent rules and standards in the Malaysia's halal structure make a favourable response by the global community, including non-majority Muslim country like Korea. The boom of Korean Wave all over the world made no exception of its insertion including Malaysia. Korean cultural industries including Korean foods, cosmetics, entertainment and technology were gradually accepted in Malaysia, a Muslim majority country and with a well reputed halal governance. Therefore, owing to the growing demand for Korean food leads to increasing numbers of Korean food products and Korean establishments in Malaysia. However, only a small

number of the establishments that are halal certified. This article reviews the literature from previous works on the acceptance of Korean wave in Malaysia, the recognition of Malaysia's halal certificate at the international level, the background of Malaysia halal certification on Korean food. This article also addresses the issues and challenges faced by Korean food premise operators in obtaining halal certification. The authors find that the issue of lack of information on certification procedures and the use of dubious critical materials are the biggest challenge in obtaining halal certification for many Korean establishment in Malaysia.

Keywords: *Malaysia's halal certification, Korean food, issues, challenges*

PENDAHULUAN

Korea Selatan adalah antara negara terawal yang memanfaatkan Malaysia sebagai pusat rujukan halal. Sinergi pasaran halal global meliputi produk dan perkhidmatan halal, pelaburan asing dan perkongsian teknologi adalah antara bentuk kerjasama yang dilaksanakan antara Malaysia dan Korea.¹ Dengan pelaksanaan dasar selatan baharu oleh Korea dilihat dapat meningkatkan permintaan produk halal di kedua-dua negara. Kelebihan pensijilan halal Malaysia yang telah diiktiraf di peringkat global berjaya diadaptasikan dalam hubungan baik antara kedua-dua negara apabila berupaya menghasilkan hampir 52,000 peluang pekerjaan di Malaysia dengan pelbagai bentuk kerjasama dalam sektor ekonomi mahupun pertukaran teknologi.² Kerjasama utuh terus dipertingkatkan sejak hubungan diplomatik dua negara diwujudkan 60 tahun yang lalu. Kini, perkembangan industri halal dan penerimaan masyarakat Malaysia terhadap gelombang Korea yang seiring menjadikan sinergi halal antara agenda utama dalam sektor perdagangan halal dan pertukaran pelaburan. Perkembangan positif ini pastinya mampu merangsang perkembangan ekonomi negara di samping meluaskan lagi permintaan negara luar terhadap keperluan industri halal di negara mereka.

¹ Sinar Harian (2019). "Korea Selatan Berminat Manfaatkan Kepakaran Halal Malaysia", <https://www.sinarharian.com.my/article/18000/BERITA/Nasional/Korea-Selatan-berminat-manfaatkan-kepakaran-halal-Malaysia>, dicapai pada 12 Mac 2020.

² Astro Awani (2019). <http://www.astroawani.com/berita-bisnes/Korea-selatan-mahu-malaysia-bantu-bangunkan-industri-halal-201134>, dicapai pada 12 Mac 2020.

MALAYSIA PENERAJU INDUSTRI HALAL DUNIA

“Logo halal Malaysia diiktiraf peringkat global”,³ “Sistem pensijilan halal JAKIM dapat pengiktirafan dunia”,⁴ “Masjid besar Paris mahu sijil halal JAKIM”,⁵ “JAKIM perluas sijil halal ke luar negara”,⁶ “Angkasa, JAKIM bantu Seoul bangunkan produk halal.”⁷ Begitulah tanggapan dan sambutan dunia terhadap pensijilan halal Malaysia, fakta tentang keunggulan sistem dan piawai dimiliki padanya. Tidak dapat dinafikan pensijilan halal Malaysia adalah antara sijil halal yang paling diyakini dan dipercayai di peringkat global sekali gus menjadikan Malaysia sebagai pusat rujukan utama di dalam mendapatkan informasi terhadap pelaksanaan halal di dalam pelbagai industri di negara mereka. Oleh sebab itu, banyak kajian mengenai pensijilan halal Malaysia telah dilakukan oleh sarjana terdahulu.

Menurut Norlila Mahidin *et al.* (2016), faktor utama yang menjadikan Malaysia sebagai tumpuan utama hub halal adalah disebabkan oleh pasaran halal global yang semakin meningkat dari tahun ke tahun. Perkara ini turut dipersetujui oleh Isabella Aoun Laurent Tornois dan Marco Tieman (2015) dengan menyatakan bahawa faktor perkembangan ekonomi dan kestabilan politik menjadikan pasaran halal menjadi tumpuan utama negara-negara pengeksport. Pertambahan jumlah muslim dunia dan penerimaan orang bukan Muslim terhadap produk halal turut menjadi faktor perkembangan pasaran global. Mohamed Syazwan Ab Talib *et al.* (2015) bersetuju dengan kenyataan ini apabila mendapati kebanyakan daripada syarikat dengan agresifnya melaksanakan pensijilan halal termasuklah dua syarikat terbesar makanan

³ Utusan Malaysia, “Logo halal Jakim diiktiraf peringkat global”, http://www.islam.gov.my/images/keratan-akhbar/Logo_Halal_Jakim_Diiktiraf_Peringkat_Global.png, dicapai pada 05 November 2019.

⁴ Siti Hasliza Hasan, “Sistem pensijilan halal Jakim dapat pengiktirafan dunia”, <https://agamaberitaharian.blogspot.com/2010/01/sistem-pensijilan-halal-jakim-dapat.html>, dicapai pada 5 November 2019.

⁵ Bernama, “Masjid besar Paris mahu sijil halal Jakim”, <http://www.astroawani.com/berita-malaysia/masjid-besar-paris-mahu-sijil-halal-jakim-201634>, dicapai pada 5 November 2019.

⁶ Berita Harian, “Jakim perluas sijil halal ke luar negara”, http://www.islam.gov.my/images/keratan-akhbar/Jakim_Perluas_Sijil_Halal_Ke_Luar_Negara.png, dicapai pada 5 November 2019.

⁷ Berita Harian, “Angkasa, JAKIM bantu Seoul bangunkan produk halal”, http://www.islam.gov.my/images/keratan-akhbar/ANGKASA_Jakim_Bantu_Seoul_Bangunkan_Produk_Halal.png, dicapai pada 5 November 2019.

segera dunia, iaitu McDonalds dan Nestle.⁸ Strategi sedemikian dilaksanakan untuk mengukuhkan kedudukan mereka dalam pasaran global, memperluaskan wilayah perniagaan, dan memenangi pengguna Islam yang sensitif dengan status halal pada makanan.

Konsep halal yang menjadi simbol kepada kebersihan dan kesucian terhadap makanan turut menjadi faktor tarikan bukan Muslim terhadap produk halal sekaligus telah meningkat pasaran halal global. Beberapa kajian yang telah dijalankan tentang hal ini termasuklah Gayatri Gita *et al.* (2012), Yuhanis Abdul Aziz *et al.* (2013), dan Syarifah Zannierah Syed Marzuki Marzuki *et al.* (2012). Mereka turut menyatakan bahawa piawaian *Hazard Analysis Critical Control Point* (HACCP), *Good Manufacturing Practices* (GMP), *Good Hygienic Practice* (GHP), dan MS1500:2019 (*Halal Food-General Requirement*) berperanan sebagai nilai tambah kepada pelaksanaan halal di pelbagai industri di Malaysia. Bagi memperkukuhkan kenyataan ini, Yukichika Kawata *et al.* (2017) telah menjalankan kajian di Jepun bagi mengetahui penerimaan produk yang berlogo halal atau tanpa logo halal dengan natijah. Walaupun segelintir rakyat Jepun tidak dapat membezakan kelebihan produk yang bertanda halal kerana populasi majoritinya adalah berbangsa Jepun, namun mereka percaya konsep halal menitikberatkan aspek kebersihan dan proses tersebut dipantau sepanjang proses pembuatan produk itu sendiri. Melalui kajian yang dijalankan oleh Golnaz Rezai *et al.* (2010), didapati bahawa kebaikan dan kesempurnaan sistem halal akan memelihara dan menjaga aspek kebersihan, kesucian, keselamatan makanan yang membawa manfaat dan kebaikan kepada kehidupan masyarakat.

Walau apapun, aspek utama yang menyokong perkembangan halal global itu sendiri adalah kewajipan seorang Muslim itu untuk mencari dan mendapatkan makanan dari sumber yang halal lagi bersih (*tayyib*). Menurut Jawad Alzeer *et al.* (2017), halal adalah subjek dan *tayyib* adalah proses, kedua-duanya saling berkait rapat dalam mencapai objektif utama *tayyib*, iaitu menghasilkan makanan yang bersih dan murni bagi mencetuskan perasaan yang nyaman sebagai tujuan utama, yang dapat dicapai jika makanan dihasilkan menurut prinsip Syariah. Selain itu, kepentingan *tayyib* telah dibincangkan dalam kajian oleh Arif Sazelin (2012) dan Endang S Soesilowati (2010) menyatakan bahawa penghayatan yang mendalam terhadap Islam menjadikan umat Islam mementingkan halal lagi *tayyib* dalam pemakanan seharian mereka.

Bagi pengguna Muslim di Malaysia, Kasmarini Baharuddin *et al.* (2015: 171) menunjukkan bahawa sejumlah 90% daripada rakyat Malaysia mengetahui tentang konsep halal dan bersetuju agar semua produk makanan

⁸ New Straits Times, "Nestle Malaysia Proudly Serves the International Halal Market".

Malaysia perlu mendapat sijil halal Malaysia. Menurut Yuhanis Abdul Aziz *et al.* (2013: 5), hasil daripada kajian secara kuantitatif yang dijalankan kepada penduduk Malaysia mendapati bahawa jenama dan pensijilan halal adalah faktor utama yang mempengaruhi masyarakat di dalam pemilihan sesuatu produk disusuli dengan kesedaran halal, kualiti produk serta kaedah promosi dan pemasaran oleh syarikat produk berkenaan. Ternyata Malaysia dipandang tinggi di mata dunia dengan wujudnya standard dan piawai halal yang holistik.

SIJIL PENGESAHAN HALAL MALAYSIA (SPHM)

Malaysia adalah salah satu negara yang mengeluarkan sijil daripada Kerajaan Malaysia berbanding negara lain di mana sijil halal dikeluarkan oleh badan pensijilan atau Majlis Agama (Nurulhuda Noordin *et al.*, 2014:80). Sijil yang diperolehi adalah berupa sekeping kertas dengan terpapar logo rasmi Halal Malaysia (Marco Tieman, 2015). Menurut Zainalabidin Mohamed *et al.* (2012: 60), sijil pengesahan halal Malaysia merujuk kepada pemeriksaan proses makanan (penyediaan, penyembelihan, bahan-bahan yang digunakan, pembersihan, pengendalian, pemprosesan dan penyimpanan), termasuk pengangkutan dan pengedaran.

Sijil Pengesahan Halal Malaysia menjadi tanda aras utama dunia apabila pelbagai negara menjadikan Standard Halal Malaysia sebagai rujukan asas dalam membangunkan piawaian halal di negara mereka (Najihah Hanisah Marmaya *et al.*, 2019). Dalam proses pengeluaran sijil pengesahan halal Malaysia, tiga pihak berkepentingan yang menjadi tunggak utama di dalam ekosistem pensijilan halal, iaitu pemohon, pengawai pentadbir di pejabat Hub Halal JAKIM dan panel penilai (Nurulhuda Noordin *et al.*, 2014:82). Menurut Jonathan A.J. Wilson *et al.* (2012: 107), halal adalah paradigma yang memerlukan penghayatan, manakala pengurusan pensijilan halal mempunyai ciri-ciri unik dan strategi tertentu yang perlu diselidiki sehingga memerlukan etika yang kuat, dan amalan pengurusan strategik yang bersistematik. Sehubungan dengan itu, syarikat yang berhasrat untuk mendapatkan pensijilan halal perlu bersedia dan memahami konsep halal dan pelaksanaannya.

Semenjak pelaksanaan sijil pengesahan halal pada tahun 1974, sehingga kini kerajaan masih mengekalkan dasar permohonan secara sukarela dan ianya bersifat terbuka kepada semua pemohon tanpa mengira status agama mahupun

bangsa.⁹ Pendekatan sama turut dipraktikkan di peringkat kerajaan negeri.¹⁰ Menurut JAKIM, pensijilan halal akan terus meningkat kerana permintaan terhadap produk dan premis makanan oleh pengguna Muslim sentiasa berterusan. Menyedari hakikat itu, pasaraya utama di Malaysia juga dilihat tidak melepaskan peluang untuk memenuhi keperluan standard halal Malaysia agar produk makanan yang dipasarkan akan terus menjadi pilihan utama orang Islam di Malaysia (Mohamad Fakarudin Mas'od, 2019).

Kajian tentang dasar sukarela pensijilan halal sangat terhad dan sukar untuk didapati. Dasar ini akan terus terpakai selagi tidak mendatangkan mudarat kepada pengguna Muslim. Justeru, peranan pengguna sangat signifikan bagi meningkatkan permintaan produk halal di pasaran. Kajian yang dijalankan oleh Aiedah Abdul Khalik (2014) mendapati bahawa bagi menggarap nilai positif pengguna Islam, badan pensijilan dan media yang berkaitan perlu meningkatkan promosi dan publisiti pensijilan halal yang dikeluarkan oleh JAKIM untuk meningkatkan kesedaran dalam kalangan pengguna Muslim muda di Malaysia. Kajian persepsi halal terhadap generasi muda menerusi penulisan Al Uyuna Mohd Amin *et al.* (2019) telah mengenal pasti bahawa golongan ini mengharapkan agar pensijilan halal dikuatkuasakan secara mandatori ke atas pengeluar makanan dan pengusaha premis makanan pada masa hadapan, agar kehalalan sesuatu makanan akan terus terpelihara memandangkan lambakan makanan tidak halal dan diragui terlalu berleluasa di pasaran Malaysia.

Dari aspek kelebihan dan kelemahan pensijilan halal, Rahimah Mohamed Yunos *et al.* (2014: 166) dalam kajiannya tentang mekanisme mempromosikan halal industri menyatakan bahawa kejayaan sesuatu produk halal adalah bergantung kepada kefahaman pengguna tentang prinsip halal dan manfaatnya kepada pengguna. Pendidikan dan kefahaman halal terhadap pengguna sangat penting malah pengusaha dan pembekal makanan perlu turut sama melibatkan diri untuk mengenali prinsip halal dengan lebih mendalam. Jika komitmen pihak pengurusan sesebuah syarikat rendah dan tidak menyokong prinsip halal, industri halal akan terus merudum dan sekaligus memberi reputasi buruk terhadap imej Malaysia. Abdul Manaf Bohari *et al.* (2013: 3) pula mendapati sebaliknya apabila mendapati kelemahan industri halal adalah berpunca daripada keengganan pihak pengusaha dan pembekal makanan mendapatkan

⁹ Berita Harian, "Pensijilan halal Malaysia, sukarela, terbuka semua", <https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2017/07/305557/persijilan-halal-malaysia-sukarela-terbuka-semua>, dicapai pada 05 November 2019.

¹⁰ Sinar Harian, "Dasar pensijilan Halal NS bersifat terbuka: Aminuddin", <https://www.sinarharian.com.my/article/25096/EDISI/Melaka-NS/Dasar-pensijilan-halal-NS-bersifat-terbuka-Aminuddi>, dicapai pada 05 November 2019.

sijil pengesahan halal Malaysia ekoran daripada sistem birokrasi pengurusan permohonan sijil halal.

Secara keseluruhannya, ekosistem halal meliputi kesemua rantaian dalam permohonan sijil halal, dan tentu sekali pengusaha dan pengguna merupakan rantaian penting yang berkait rapat dan saling memerlukan. Bermula dengan permintaan daripada pengguna, seterusnya pengusaha yang memohon sijil halal, dan berakhir dengan memperoleh sijil halal. Namun untuk mencapai kepada proses terakhir perlu melalui fasa isu dan cabaran Walaupun begitu, natiujahnya pasti mendatangkan kebaikan dan keuntungan kepada semua pihak baik di pihak syarikat mahupun pengguna. Justeru, peranan semua pihak yang terlibat adalah signifikan bagi mendapatkan solusi yang terbaik dalam memastikan sektor makanan halal kekal mengungguli sebagai penyumbang utama dalam industri halal Malaysia di peringkat global.

GELOMBANG KOREA DI MALAYSIA

Penulisan Chul Ho Cho (2010: 5) merupakan antara kajian terawal yang membabitkan gelombang Korea di Malaysia. Menurut beliau, hubungan diplomatik Malaysia dan Korea telah bermula pada tahun 1997 apabila Perdana Menteri Malaysia pada ketika itu, YB Dato' Seri Abdullah Ahmad Badawi mengadakan lawatan ke Korea. Rentetan daripada itu, hubungan dua hala antara kedua-dua negara terus kukuh dan berjaya menghasilkan beberapa kerjasama serantau. Sebagaimana negara lain, Malaysia turut menerima tempias dengan gelombang Korea apabila drama TV 'Winter Sonata' mula ditayangkan pada tahun 2002 berjaya menambat lebih 1.5 juta hati penonton. Setelah itu pelbagai lagi drama Korea telah ditayangkan seperti *Autumn Fairy Tale*, *Successful Trader*, *Joyful Girl*, *Patjwi*, *All About Eve*, *Doctor Brothers*, *My Love*, *All-In*, *Woman Detective*, *Stairway to Heaven* terus mendapat sambutan yang luar biasa daripada peminat drama Korea. Maka tidak hairanlah jumlah eksport drama Korea ke negara Asia bertambah pada tahun 2003, apabila nilai eksport meningkat daripada 12.7 juta pada tahun 1999 kepada 37.5 juta pada tahun 2003 (Doobo Shim, 2016: 27).

Gelombang Korea atau dalam Bahasa Cina, '*hallyu*' (istilah yang telah diberikan rentetan daripada penerimaan global terhadap budaya Korea) di Malaysia bukan sahaja menjurus kepada industri hiburan semata-mata, bahkan pelbagai impak positif telah terhasil melalui kerjasama antara dua buah negara dalam aspek pendidikan, pelancongan dan industri makanan. Pengaruh drama TV dan filem Korea telah merubah struktur sosio ekonomi dan budaya masyarakat Malaysia apabila Bahasa Korea mula menjadi permintaan ramai

untuk dipelajari. Beberapa universiti awam dan swasta telah menawarkan kursus Bahasa Korea dan secara tidak langsung telah menggalakkan perpindahan pengetahuan antara sarjana akademik bagi kedua-dua negara. Dari segi pelancongan, gambaran suasana dan tempat yang menarik lagi mempesonakan melalui drama TV menjadikan Korea antara destinasi utama rakyat Malaysia untuk melancong. Pertambahan jumlah pelancong Malaysia ke Korea juga telah mendorong beberapa premis makanan Korea mendapatkan pensijilan halal daripada Badan Pensijilan Halal Korea bagi memenuhi keperluan orang Malaysia yang majoriti adalah Muslim. Perkembangan gelombang Korea turut dikaji oleh Ariffin *et al.* yang menyatakan bahawa generasi muda yang berumur antara 16-19 tahun adalah antara golongan yang paling mudah terpengaruh dengan populariti artis Korea. Dapatan kajian ini telah dijadikan sandaran oleh pemain industri khususnya pengeluar produk pakaian dan makanan untuk menjadikan selebriti dan pengaruh Korea sebagai daya penarik di dalam memasarkan sesuatu produk (Zailin Zainal Ariffin *et al.*, 2016: 3823).

Kupasan lebih mendalam tentang kuasa lunak dan budaya popular Korea diperolehi daripada penulisan Siti Fatiha Yahya (2018). Kuasa lunak Korea telah membawa dimensi baru kepada Malaysia apabila kesemua pengaruh Korea merangkumi muzik k-Pop, K-drama, makanan Korea, kosmetik mahupun penampilan artis Korea telah berjaya menguasai pemikiran rakyatnya. Bertitik tolak daripada drama Korea yang menyentuh elemen kasih sayang, hubungan kekeluargaan, nilai dan sentimen yang menunjukkan faktor persamaan dengan budaya Melayu, menjadikan rakyat Malaysia mudah menerima pengaruh lain dari Korea seperti penggunaan barang kosmetik, makanan Korea dan sebagainya. Maka tidak hairanlah budaya popular Korea mempunyai kedudukan yang istimewa dalam jiwa orang Malaysia. Walaupun begitu, budaya ini turut membawa unsur negatif kepada minda golongan muda. Kajian yang dijalankan oleh Mary J. Ainslee *et al.* (2017: 63) mendapati bahawa unsur *hallyu* boleh memberikan kesan negatif kepada budaya asal penduduk Asia khususnya di Malaysia, Thailand dan Filipina. Segolongan daripada mereka menolak budaya Korea dan menganggap *hallyu* sebagai imperialisme budaya, iaitu pemindahan sesebuah budaya paling berpengaruh kepada bangsa lain.

Walau apapun bentuk penerimaan masyarakat dunia terhadap penularan produk Korea di serata dunia, masyarakat Malaysia dapat dilihat menerima budaya Korea secara berhemah dan tidak ekstrim. Latar belakang penduduk Malaysia yang masih mengekalkan adat resam Melayu dan bertunjangkan Islam menjadikan penerimaan hanya bersifat sederhana dan seadanya.

PERKEMBANGAN MAKANAN KOREA DALAM INDUSTRI HALAL DI MALAYSIA

Kajian yang dijalankan oleh Siti Fatiha Yahya *et al.* (2018) telah mengupas titik permulaan pengaruh makanan Korea di Malaysia apabila tayangan drama ”*Jewel In The Palace*” disiarkan di kaca televisyen tempatan pada tahun 2006. Plot drama ini mengisahkan tentang kisah seorang tukang masak diraja sewaktu dinasti Chosun yang menayangkan sajian makanan Korea sebagai penceritaan utama dalam drama tersebut. Fenomena drama ini telah mencetuskan demam makanan Korea dalam kalangan rakyat Malaysia apabila mereka menyerbu restoran makanan Korea bagi merasai sendiri keenakan makanan Korea seperti kimchi dan bulgogi seperti mana yang dilihat menerusi drama tersebut (Chul Ho Cho, 2010: 11). Sambutan terhadap makanan Korea juga telah meningkat apabila jumlah import makanan Korea khususnya kimchi ke Malaysia meningkat sehingga 150% (Zuliantie Dzul, 2016). Pertambahan premis makanan Korea juga menunjukkan menu masakan Korea berjaya memenuhi selera orang Malaysia yang terdiri daripada pelbagai kaum, iaitu Melayu, India dan Cina.

Umum mengetahui bahawa gelombang Korea telah diterima baik oleh masyarakat Malaysia khususnya generasi muda. Pengaruh yang luar biasa ini secara tidak langsung mempengaruhi citarasa anak muda daripada selera kampung kepada makanan berkonsepkan antarabangsa seperti Jepun, Korea dan sebagainya. Namun begitu, tiada kajian yang menyentuh isu pengaruh Korea yang telah mempengaruhi pola pemakanan rakyat Malaysia apabila berlaku lambakan restoran makanan Korea di Malaysia. Menurut Mohd Anuar Ramli *et al.* (2015: 204), makanan merupakan lambang jati diri bangsa dan identiti etnik. Perubahan budaya makanan ini dapat membentuk pola budaya makanan yang baharu dalam kalangan masyarakat Melayu di Malaysia. Kecenderungan ini perlu diiringi dengan rasa sensitiviti halal yang tinggi dalam kalangan masyarakat agar makanan yang disajikan menepati konsep *halālan tayyiba* sebagaimana yang digariskan oleh al-Quran dan al-Sunnah, selain berlakunya penjajahan citarasa. Oleh yang demikian, kajian seperti ini perlu dilaksanakan agar perkembangan generasi kini disulami dengan kepatuhan terhadap agama berbanding kecintaan terhadap budaya luar.

Kajian tentang hubung kait antara industri halal dengan makanan Korea juga masih diperingkat minimum memandangkan kajian terdahulu lebih tertumpu kepada gelombang Korea secara keseluruhan di Malaysia. Isu makanan halal di restoran Korea perlu diteliti dengan lebih mendalam memandangkan makanan tradisi Korea adalah berasaskan daging sama ada daging sembelih atau tidak disembelih, sup rebusan (stok) ayam atau daging, sos dan proses penapaian

makanan yang pastinya mengandung alkohol yang sudah tentu mempunyai unsur syubhah di dalamnya.

Sehingga kini, pelbagai premis makanan yang berorientasikan Korea telah dibuka di Malaysia bagaikan cendawan yang tumbuh. Di Kuala Lumpur, premis makanan Korea boleh dilihat hampir di semua pasaraya utama yang menawarkan pelbagai menu masakan Korea dan kebanyakan daripadanya telah, sedang dan belum memperoleh sijil Halal Malaysia. Seorang wartawan akhbar tempatan yang sering menulis tentang perkembangan *hallyu* dan menarik perhatian pembaca melalui siri jelajahnya ke premis makanan Korea, Zuliantie Dzul (2016) menyatakan bahawa permintaan terhadap makanan Korea mula kemuncak pada tahun 2015 dan kebanyakan daripada peminatnya adalah golongan yang berumur antara 26 hingga 35 tahun. Temu bual beliau bersama pemilik restoran makanan Korea, Jin Hee Jeon menyatakan bahawa kebanyakan daripada pengunjung premis makanan Korea adalah merupakan golongan muda yang meminati muzik dan drama Korea. Menjelang tahun 2020, pertumbuhan restoran makanan Korea semakin pesat dan mempunyai peminatnya yang tersendiri. Pelbagai menu dan jenis makanan diperkenalkan kepada masyarakat dan setiap pengusaha berlumba-lumba untuk memperkenalkan menu yang menarik dan sentiasa mencipta kelainan untuk menarik perhatian peminat makanan Korea. Ternyata premis makanan Korea kini semakin *'trending'* dan dominan berbanding makanan antarabangsa yang lain kerana pilihan menu dan kepelbagaian citarasa yang berjaya memenuhi selera masyarakat Malaysia.

Justeru, pengusahaan premis makanan Korea di Malaysia turut mengambil peluang untuk mendapatkan pensijilan halal bagi memenuhi keperluan masyarakat Malaysia yang majoritinya adalah terdiri daripada Muslim. Dengan komposisi 70% masyarakat Melayu yang sudah tentu beragama Islam, pastinya mereka menjadi sasaran pelanggan utama dalam kalangan pengusaha premis makanan di Malaysia. Menyedari hakikat itu, agenda halal perlu menjadi keutamaan, di samping memenuhi keperluan standard dan piawai dari aspek kebersihan, jaminan kualiti dan sebagainya.

ISU-ISU BERKAITAN MAKANAN KOREA

Makanan Korea di Malaysia secara keseluruhannya diadaptasi daripada negara asal mereka bagi menjamin keaslian dan aroma tradisi makanan Korea. Justeru, apabila dibawa masuk ke Malaysia, sebahagian besar daripada menu antarabangsa ini sukar diubah suai resepihnya agar citarasa asal dapat dikekalkan dan originaliti makanan tersebut masih terpelihara. Oleh sebab itu,

kebanyakan daripada restoran makanan Korea di Malaysia tidak memiliki sijil halal.¹¹ Namun demikian, adalah menjadi kelebihan bagi restoran makanan Korea yang telah mendapat pensijilan halal kerana menjadi tumpuan utama pengguna beragama Islam kerana diyakini halal lagi bersih. Justeru, tidak dapat tidak, pengusaha restoran makanan Korea seharusnya merebut peluang untuk memiliki pensijilan halal jika berhasrat untuk meluaskan pasaran dan menambah pelanggan jika sekalipun akan berhadapan dengan pelbagai cabaran dan rintangan dalam merealisasikan pensijilan halal di restoran mereka. Antara isu dan cabaran mendepani pengusaha makanan ini adalah penggunaan bahan kritikal daripada bahan bertapai dan beralkohol, persaingan daripada pengusaha yang menyalahguna label halal, dan kekurangan maklumat berkaitan Syariah dan halal.

Didapati sebahagian daripada restoran makanan Korea masih menyajikan air beralkohol atau dinamakan sebagai *soju*. *Soju* adalah minuman beralkohol yang jelas dan tidak berwarna yang berasal dari Korea dan mengandungi alkohol bervariasi dari sekitar 16.8% hingga 53% alkohol mengikut isipadu (ABV). Sebilangan besar jenama *soju* adalah dihasilkan di Korea Selatan.¹² Sebagaimana yang telah diputuskan oleh Majlis Fatwa Kebangsaan, jumlah alkohol yang dibenarkan adalah tidak melebihi 1% (Mohammad Aizat Jamaluddin *et al.*, 2016: 2738). Kajian mengenai jenis dan kuantiti alkohol yang dibenarkan dalam Islam telah dibincangkan dalam beberapa kajian sarjana sebelum ini. Menurut beliau lagi, alkohol dalam beberapa produk buah dihasilkan melalui proses penapaian seperti *takhammur* (membuat wain) dan *takhallul* (membuat cuka). Proses penapaian memberi impak kepada status produk makanan sama ada dibenarkan atau dilarang. Keputusan kajian menunjukkan bahawa jus buah dan jus buah yang ditapai seperti buah epal, anggur dan oren adalah tidak melebihi 1%. Manakala cuka atau cuka cider telah didapati melebihi 2%, maka dikira sebagai tidak dibenarkan kerana tergolong daripada makanan yang diragui. Kadar alkohol ini turut disepakati oleh kajian yang dijalankan oleh Ahmad Anis Najiha *et al.* (2010: 49) menerusi sampel *nabidh*, iaitu buah kurma, anggur dan raisin yang telah menemukan jumlah ethanol sebanyak 0.78%, iaitu kurang daripada 1% dalam ketiga-tiga buah tersebut. Justeru, produk makanan berasaskan jus daripada buah-buahan ini layak untuk mendapatkan sijil halal. Walau bagaimanapun, hal sebaliknya akan berlaku jika sekiranya pihak pengusaha masih berhasrat untuk menjual minuman beralkohol seperti *soju* di restoran mereka.

¹¹ Mingguan Malaysia, “Halal Diragui”, dicapai pada 16 November 2019.

¹² Park Eun-Jee, <https://koreajoongangdaily.joins.com/news/article/article.aspx?aid=2997481>, dicapai pada 16 November 2020.

Alkohol seperti sakae, mirin dan cuka tidak halal menjadi ramuan penting dalam hidangan makanan Korea (Su Won Park *et al.*, 2017:314). Mereka lazimnya mempraktikkan proses penapaian dalam masakan mereka, terutamanya dalam pemprosesan kimchi, *gochujang* dan sos soya. Mereka percaya bahawa penyediaan tradisional adalah proses metabolik yang membantu makanan untuk 'matang' sehingga ia telah meningkatkan rasa dan dapat disimpan untuk jangka masa yang panjang. Fermentasi membantu mereka membekalkan bakteria yang baik atau dikenali sebagai 'probiotik' yang membantu meningkatkan penghadaman, meningkatkan imuniti dan membantu mengekalkan berat badan yang sihat (Jayanta Kumar Patra *et al.*, 2016:5). Sos korea yang perlu melalui proses penapaian dipanggil '*Jang*' yang bermaksud sos. Ia termasuk *doenjang* (pes kacang soya), *ganjang* (kicap), *gochujang* (pes cili) dan *jeotgal* (makanan laut masin). Penapaian *Jang* boleh dimakan dari beberapa bulan hingga beberapa tahun. Selain *Jang*, Kimchi, yang merupakan hidangan kubis napa pedas yang terkenal, secara tradisinya dikebumikan di bumi semasa masa penapaiannya (Su Won Park *et al.*, 2017:312). Selain napa kubis, mereka juga turut menggunakan pelbagai jenis sayur-sayuran lain yang dicampur dengan lada merah dan hitam, kayu manis, bawang putih, halia, bawang, dan sawi.

Kimchi, sos *gochujang* dan sos soya telah diguna secara meluas di restoran makanan Korea dalam penyediaan menu seperti ayam goreng, perapan bbq, bibimbap dan sebagainya. Rentetan itu, kajian oleh Park *et al.* (2016) telah melihat komposisi alkohol yang terkandung dalam kimchi, sos *gochujang* dan sos soya yang mengandungi metanol, etanol, n-propanol, n-butanol dan n-pentanol dan telah dianalisis dengan menggunakan spektrometri massa (GC/MS) kromatografi gas telah disahkan dari segi ketepatan, ketepatan, kepekaan dan linier. Keputusan menunjukkan bahawa kaedah analisis yang dijelaskan dalam kajian ini boleh digunakan untuk menentukan kepekatan lima alkohol dalam pelbagai makanan Korea yang ditapai seperti *Gochujang*, Kimchi dan sos soya (pes, sampel pepejal dan cecair) untuk pensijilan makanan halal (Sunhyun Park *et al.*, 2016). Jika sekiranya kadar alkohol melebihi jumlah yang telah ditetapkan, berkemungkinan besar faktor ini menjadi halangan kepada pensijilan halal restoran terbabit. Situasi ini dihadapi oleh sebuah restoran makanan Korea terkemuka di Kuala Lumpur apabila hidangan nasi goreng kimchi mereka tidak memenuhi syarat dan piawai berikutan penggunaan kimchi yang ditapai yang mengandungi alkohol (Sheena Shamsuddin, 2019).

Trend dengan meletakkan papan tanda '*no pork no lard, Muslim friendly, dan pork free*' dilihat semakin berleluasa dan popular untuk digunakan

oleh pemilik yang ingin menarik pengguna Muslim.¹³ Situasi ini sangat membimbangkan apabila terdapat segelintir pengguna Muslim dengan mudahnya terumpun dengan tindakan pengusaha yang mempamer pelekat sedemikian bagi mengaburi pengguna yang kurang menitikberatkan sijil halal. Sambutan Muslim terhadap premis makanan yang bukan pemegang halal menunjukkan bahawa sijil halal kurang memberi impak dan kesedaran kepada makanan yang disahkan halal JAKIM. Adalah perlu ditegaskan bahawa penggunaan papan tanda ini bukan jaminan halal dan perlu diperjelaskan kepada masyarakat agar sentiasa peka dengan bahan yang meragukan.¹⁴ Malah, adalah sangat membimbangkan apabila terdapat segelintir pemilik makanan Korea menjadikan isu ini sebagai sandaran untuk tidak memohon pensijilan halal kerana sijil halal tidak memberi kesan yang positif terhadap perniagaan mereka.

Faktor kekurangan ilmu pengetahuan Syariah dan halal turut menyumbang kepada jumlah pensijilan halal. Ini adalah kerana pensijilan yang diperolehi adalah di atas tiket untuk menambah pendapatan dan melonjakkan prestasi perniagaan semata-mata (Ahmad Hwang Gyung-Ha, 2019). Oleh yang demikian, penghayatan terhadap ilmu halal adalah sangat terhad dan tidak mencukupi. Jika pengusaha tersebut mendalami kepentingan halal secara terperinci, pastinya halal dan keperluannya dapat diuruskan dengan mudah dan terurus. Selain ilmu halal, menjadi kemestian kepada pengusaha untuk mengetahui selok belok dan proses permohonan pensijilan halal agar proses permohonan dapat dilaksanakan dengan mudah dan cepat. Jika proses pensijilan telah diteliti lebih awal dan dikendalikan oleh pekerja yang mempunyai pengetahuan halal, proses pensijilan halal menjadi lebih mudah dan berkesan.¹⁵

KESIMPULAN

Pertembungan budaya Malaysia-Korea menghasilkan variasi terhadap gaya hidup masyarakat Malaysia pada masa kini. Penerimaan masyarakat Malaysia terhadap makanan Korea menghasilkan keunikan terhadap budaya pemakanan, namun aspek halal perlu dipandang serius dalam pengambilan makanan seharian. Selagi umat Islam sentiasa cerewet, peka dan prihatin

¹³ Berita Harian, "Restoren pameran tanda 'tiada babi' cetus persoalan" <https://www.bharian.com.my/node/123917>, dicapai pada 1 November 2019.

¹⁴ Utusan Malaysia, "Halalkan Restoren Jepun, Korea" dicapai pada 1 November 2019.

¹⁵ Berita Harian, "Myeong Dong Topokki mendapat sijil halal," dicapai pada 19 November 2019.

terhadap pemilihan makanan dan hanya mengunjungi restoran makanan yang memegang sijil halal, maka selagi itulah peningkatan kesedaran dan usaha yang berterusan akan dilakukan oleh pengusaha makanan Korea. Masyarakat global telah mengetahui dan mengiktiraf kehebatan sistem dan kecekapan pengurusan Sijil Pengesahan Halal Malaysia. Walau bagaimanapun, di peringkat domestik, kesedaran terhadap keperluan pensijilan halal masih rendah, khususnya dalam kalangan pemain industri di Malaysia. Pelbagai usaha masih perlu digiatkan sebagai langkah kesedaran tentang kepentingan dan kelebihan pemegang sijil halal. Situasi menang-menang boleh dijadikan kayu ukur kepada perkembangan industri halal negara apabila umat Islam terus mengutamakan halal dalam kehidupan seharian mereka dan pada masa yang sama, pemain industri akan terus memainkan peranan mereka untuk melonjakkan lagi industri halal negara. Sayugia kelestarian halal akan terus dipertahankan serta membentuk ekosistem yang harmoni selaras dengan kehendak Syariah.

RUJUKAN

- Abdul Manaf Bohari, Cheng Wei Hin, Nurwahida Fuad (2013). "The competitiveness of halal food industry in Malaysia: A SWOT-ICT analysis", *Malaysia Journal of Society and Space*, vol. 9, no. 1, 1-9.
- Ahmad Anis Najiha, A.Y. Tajul, Norziah Mohd Haniffa, Wan Nadiah W.A (2010). "A Preliminary Study on Halal Limits for Ethanol Content in Food Products," *Middle East Journal of Scientific Research* vol. 6, no. 1, 45-50.
- Aiedah Abdul Khalik (2014). "Young consumers' attitude towards halal food outlets and JAKIM's halal certification in Malaysia," *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, vol. 121, 26-34.
- Al 'Uyuna Mohd Amin, Zalina Zakaria, Alina Abdul Rahim & Norhayati Rafida Abdul Rahim (2019). "Consumer Obligatory Practices, Knowledge and Behaviour Towards Halal Certification in Malaysia", *International Conference on Zakat, Tax, Waqf And Economic Development*. Langkawi, Kedah, Malaysia. 1-2 Disember 2019.
- Aminah Abdullah, Ts.Dr. Saiful Irwan Zubairi, Maaruf Abdul Ghani (2007). "Halal Food: Scenario and Current Status in Malaysia". *10th ASEAN Food Conference 2007*, KLCC, Kuala Lumpur, Malaysia. 21-23 Ogos 2007.

- Arif Sazelin (2012). Konsep Halalan Toyyiban dari perspektif Maqasid As-Syariah dan Aplikasinya Dalam Penentuan Makanan Halal di Malaysia. Tesis Kedoktoran. Akademi Pengajian Islam, University Malaya, Kuala Lumpur
- Astro Awani (2019). “Korea Selatan mahu Malaysia bantu bangun industri halal”, <http://www.astroawani.com/berita-bisnes/Korea-selatan-mahu-malaysia-bantu-bangunkan-industri-halal-201134>, dicapai pada 12 Mac 2020.
- Berita Harian (2016). “Restoren pameran tanda ‘tiada babi’ cetus persoalan” <https://www.bharian.com.my/node/123917>, dicapai pada 1 November 2019.
- Berita Harian (2017). “Pensijilan halal Malaysia, sukarela, terbuka semua”, <https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2017/07/305557/persijilan-halal-malaysia-sukarela-terbuka-semua>, dicapai pada 05 November 2019.
- Berita Harian (2017). “Jakim perluas sijil halal ke luar negara,” http://www.islam.gov.my/images/keratan-akhbar/Jakim_Perluas_Sijil_Halal_Ke_Luar_Negara.png, dicapai pada 5 November 2019.
- Berita Harian, (2017). “Angkasa, JAKIM bantu Seoul bangun produk halal”, http://www.islam.gov.my/images/keratan-akhbar/ANGKASA_Jakim_Bantu_Seoul_Bangunkan_Produk_Halal.png, dicapai pada 5 November 2019.
- Bername (2019). “Masjid besar Paris mahu sijil halal Jakim,” <http://www.astroawani.com/berita-malaysia/masjid-besar-paris-mahu-sijil-halal-jakim-201634>, dicapai pada 5 November 2019.
- Chul Ho Cho (2010). “Korean Wave in Malaysia and Changes of the Korea-Malaysia Relations”, *Jurnal Pengajian Media Malaysia*, vol. 12, 4-5, 11.
- Doobo Shim (2006). “Hybridity and the rise of Korean popular culture in Asia. *Media, Culture and Society*,” vol. 28, 28.
- Endang S Soesilowati (2010). “Business Opportunities for Halal Products in the Global Market: Muslim Consumer Behaviour and Halal Food Consumption,” *Journal of Indonesian Social Sciences and Humanities*, vol. 3, 151-160.
- Gayatri Gita, Chew Janet (2012). “How do Muslim Consumers Perceive Service Quality? *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, vol. 25, no. 3, 472-490.

- Golnaz Rezai, Mohamed Zainalabidin, Mad Nasir Shamsudin, Eddie Chiew, FC (2010). "Non-Muslims' awareness of Halal principles and related food products in Malaysia", *International Food Research Journal*, vol. 17, no. 3, 667-674.
- Isabelle Aoun Laurent Tournois (2015). "Building Holistic Brands: An Exploratory Study of Halal Cosmetics," *Journal of Islamic Marketing*, vol. 6, no. 1.
- Jawad Alzeer, Ulrike Rieder & Khaled Abou Hadeed (2017). "Rational and Practical Aspects of Halal and Tayyib in the Context of Food Safety," *Trends in Food Science & Technology*, vol. 7, 264-267.
- Jayanta Kumar Patra, Gitishree Das, Spiros Paramithiotis, Han-Seung Shin (2016). "Kimchi and other Widely Consumed Traditional Fermented Foods of Korea: A Review", *Frontiers in Microbiology*, vol. 7, no. 377, 1-15.
- Jonathan A.J. Wilson & Jonathan Liu (2012). "Shaping the Halal into a brand?" *Journal of Islamic Marketing*, vol. 1, 107-123.
- Kasmarini Baharuddin, Norliya Ahmad Kassim, Siti Khairiyah Nordin, Siti Zahrah Buyong (2015). "Understanding the Halal Concept and the Importance of Information on Halal Food Business Needed by Potential Malaysian Entrepreneurs," *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, vol. 5, no. 2, 170-180.
- Marco Tieman (2015). "Halal Clusters", *Journal of Islamic Marketing*, vol. 6, 2-21.
- Mary J. Ainslie, Sarah Domingo Lipura, Joanne B.Y.Lim (2017). "Understanding The Hallyu Backlash in Southeast Asia, A Case Study of Consumers in Thailand, Malaysia and Philippines," *Kritika Kultura*, vol. 28, 63-91.
- Mohamad Fakarudin Mas'od, Ketua Penolong Pengarah JAKIM (2019), Forum "Malaysia's Halal Inclusion Masterclass", INCEIF, Kuala Lumpur. 5-6 November 2019.
- Mohamed Syazwan Ab Talib, Abu Bakar Abdul Hamid & Thoo Ai Chin (2015). "Motivations and Limitations in Implementing Halal Food Certification: A Pareto Analysis," *British Food Journal*, vol. 117, no. 11.
- Mohammad Aizat Jamaluddin, Russly Abdul Rahman, Mohd Anuar Ramli & M.Z.A Majid (2016). "Determination of Permissible Alcohol and Vinegar in Shariah and Scientific Perspectives", *International Food Research Journal*, vol. 23, no. 6, 2737-2743.

- Mohd Anuar Ramli, Mohammad Aizat Jamaludin (2015). "Budaya Makanan dan Pemakanan Halal dalam Kalangan Masyarakat Melayu Menurut Perspektif Islam," dalam *Penyelidikan Tentang Makanan: Perspektif Nabawi dan Saintifik*, ed. Mustafa Abdullah. Kuala Lumpur: Jabatan al-Quran & al-Hadith, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya.
- Najihah Hanisah Marmaya, Zainul Amiruddin Zakaria & Mohd Nasir Mohd Desa (2019). "Gen Y Consumers' Intention to Purchase Halal Food in Malaysia: A PLS-SEM Approach," *Journal of Islamic Marketing*, vol. 10, no. 3, 1003-1014.
- New Straits Times (2008). "Nestle Malaysia Proudly Serves the International Halal Market", dicapai pada 5 November 2019.
- Norlila Mahidin, Siti Norezam Othman, Adam Mohd Saifuddin (2016). "A Preliminary Study of Halal Logistics Issues Among Food Manufacturing Companies", *Journal of Technology and Operations Management*, vol. 11, no. 1, 18-25.
- Nurulhuda Noordin, Nor Laila Md Noor, Zainal Samicho (2014) "Strategic Approach to Halal Certification System: An ecosystem Perspective", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, vol. 121, 79-95.
- Rahimah Mohamed Yunos, Che Faridah Che Mahmood & Nor Hafizah Abd Mansor (2014). "Understanding Mechanisms to Promote Halal Industry, The Stakeholders' Views", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, vol. 130, 160-166.
- Sinar harian (2019). "Dasar pensijilan Halal NS bersifat terbuka: Aminuddin", <https://www.sinarharian.com.my/article/25096/EDISI/Melaka-NS/Dasar-pensijilan-halal-NS-bersifat-terbuka-Aminuddin>, dicapai pada 05 November 2019.
- Sinar Harian (2019). "Korea Selatan Berminat Manfaatkan Kepakaran Halal Malaysia", <https://www.sinarharian.com.my/article/18000/berita/nasional/korea-selatan-berminat-manfaatkan-kepakaran-halal-Malaysia>, dicapai pada 12 Mac 2020.
- Siti Fatiha Yahya & Sharifah Nursyahidah Syed Anuar (2018). "*Hallyu Kimchi, Budaya Popular dan Kuasa Lunak Korea Selatan*". Kuala Lumpur: SIRD Publications.
- Siti Hasliza Hasan, Berita Harian (2010). "Sistem pensijilan halal Jakim dapat pengiktirafan dunia", Kuala Lumpur, <https://agamaberitaharian.blogspot.com/2010/01/sistem-pensijilan-halal-jakim-dapat.html>, dicapai pada 5 November 2019.

- Su Won Park, Soo Jin Lee, You Sin Sim, Jin Young Choi, Eun Young Park & Bong Soo No (2017). "Analysis of ethanol in soy sauce using electronic nose for halal food certification". *Food Science and Biotechnology*, vol. 26, no. 2, 311-317.
- Sunhyun Park, Jong-Chan Kim, Hyun Sung Lee, Seung-Weon Jeong & You-Shin Shim (2016). "Determination of five alcohol compounds in fermented Korean foods via simple liquid extraction with dimethylsulfoxide followed by gas chromatography-mass spectrometry for Halal food certification", *LWT-Food Science and Technology*, vol. 74, 563-570.
- Syarifah Zannierah Syed Marzuki, Colin Micheal Hall & Paul Ballantin (2012). "Restaurant Manager and Halal Certification in Malaysia," *Journal of Foodservice Business Research*, vol. 15, no. 2, 195-214.
- Utusan Malaysia (2016). "Logo halal Jakim diiktiraf peringkat global", http://www.islam.gov.my/images/keratan-akhbar/Logo_Halal_Jakim_Diiktiraf_Peringkat_Global.png, dicapai pada 05 November 2019.
- Wan Rusni Wan Ismail, Mohhidin Othman, Russly Abdul Rahman, Nitty Hirawaty Kamarulzaman & Suhaimi Ab. Rahman (2016). "Halal Malaysia Logo or Brand: The Hidden Gap," *Procedia Economics and Finance*, vol. 37, 254-261.
- Yuhanis Abd Aziz & Nyen Vui Chok (2013). "The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslims in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach", *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, vol. 25, no. 1, 1-23.
- Yukichika Kawata, Sheila Nu Nu Htay & Ahmed Salman Syed (2017). "Non-Muslims' Acceptance of Imported Products with Halal Logo: A Case Study of Malaysia and Japan," *Journal of Islamic Marketing*, vol. 9, no. 1, 191-203.
- Zailin Zainal Arifin, Azmawani Abdul Rahman, Siti Sarah Omar, Azizul Yadi Yaakop & Normahaza Mahadi (2016). "Korean Popular Culture: An Exploratory Examination among Malaysian Adolescents," *International Business Management*, vol. 10, no. 17, 3821-3829.
- Zainalabidin Mohamed, Juwaidah Sharifuddin, Golnaz Rezai, Amin Mahir Abdullah & Ismail Abd Latif (2012). "Clients' Perception Towards JAKIM Service Quality in Halal Certification," *Journal of Islamic Marketing*, vol. 3, 59-71.

- Zakiah Samori, Noorsalwati Sabtu (2014). "Developing Halal Standard for Malaysian Hotel Industry: An Explatory Study", *Social and Behavioral Sciences*, vol.121, 144-157.
- Zalina Zakaria & Siti Zubaidah Ismail (2014). "The Trade Description Act 2011: Regulating Halal in Malaysia," International Conference on Law, Management and Humanities (ICLMH'14), Bangkok, Thailand, 21-22 Jun 2014.
- Zuliantie Dzul (2016). <https://www.nst.com.my/news/2016/11/192393/Korean-waves-here-stay>, dicapai pada 21 Oktober 2019.

Senarai Temu bual

- Sheena Shamsuddin (Operation Support and Marketing Executive), dalam temu bual beliau bersama penulis pada 26 April 2019.

