

ABSTRAK

(Perkembangan Penelitian Bisnis Produk Halal: Analisis Bibliometrik)

Arini Nurshofia

422021413037

Bisnis produk halal terus berkembang seiring meningkatnya kesadaran konsumen terhadap pentingnya produk yang sesuai dengan prinsip Islam. Indonesia, sebagai salah satu pasar terbesar bagi produk halal, memiliki peran strategis dalam perkembangan bisnis halal global. Seiring meningkatnya minat terhadap bisnis halal, penelitian di bidang ini juga semakin berkembang. Namun, masih diperlukan analisis lebih lanjut untuk memahami tren penelitian yang telah dilakukan, termasuk distribusi publikasi, pola kolaborasi, serta pengaruh penelitian di bidang ini. Penelitian ini bertujuan untuk: Menganalisis tren publikasi penelitian bisnis halal dalam perspektif analisis bibliometrik; dan mengidentifikasi pola kolaborasi peneliti, negara, serta jurnal atau sumber publikasi yang paling banyak dikutip, serta hubungan antar penelitian bisnis halal yang paling berpengaruh. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan metode analisis bibliometrik dengan pendekatan kualitatif. Data diperoleh dari database Scopus, emerald, serta google scholer, kemudian dianalisis menggunakan VOSviewer untuk memetakan pola kolaborasi antara peneliti dan negara serta mengidentifikasi jurnal atau sumber publikasi yang paling banyak dikutip dan hubungan antar penelitian bisnis halal yang paling berpengaruh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa publikasi terkait bisnis halal mengalami pertumbuhan pesat sejak 2009, dengan peningkatan signifikan pada 2023, mencapai 73 publikasi. Jan Mei Soon merupakan peneliti paling produktif dengan 6 publikasi, diikuti oleh William E. Halal dan Abid Haleem. Dari segi kolaborasi negara, Indonesia memiliki jumlah publikasi tertinggi (98 artikel), disusul oleh Amerika Serikat dan Inggris. Selain itu, Journal of Islamic Marketing menjadi jurnal yang paling banyak menerbitkan artikel terkait bisnis halal (36 publikasi). Analisis pemetaan kata kunci menggunakan VOSviewer menunjukkan bahwa istilah yang paling sering muncul adalah "business", serta keterkaitan bisnis halal dengan bidang lain seperti ekonomi, pemasaran, dan pariwisata. Penelitian ini memberikan wawasan mengenai perkembangan riset bisnis halal serta menjadi referensi bagi akademisi, industri, dan pembuat kebijakan dalam mengembangkan ekosistem halal secara lebih komprehensif.

Kata kunci: *Bisnis Halal, Analisis Bibliometrik, Publikasi Ilmiah, Pola Kolaborasi, Vosviewer.*

ABSTRACT

(Development Of Halal Product Business Research: Bibliometric Analysis)

Arini Nurshofia

422021413037

The halal product business continues to grow in line with increasing consumer awareness of the importance of products that comply with Islamic principles. As one of the largest markets for halal products, Indonesia plays a strategic role in developing the global halal business. Along with the rising interest in halal business, research in this field has also expanded. However, further analysis is needed to understand existing research trends, including publication distribution, collaboration patterns, and influential research contributions. This study aims to: Analyze trends in halal business research publications from a bibliometric perspective and identify researcher collaboration patterns, countries, and journals or publication sources with the highest citations and the most influential relationships in halal business research. This study employs bibliometric analysis with a qualitative approach to achieve these objectives. Data were obtained from the Scopus, Emerald, and Google Scholar databases and analyzed using VOSviewer to map collaboration patterns among researchers and countries, as well as to identify the most cited journals and the most influential research connections. The findings indicate that publications related to halal business have experienced rapid growth since 2009, with a significant increase in 2023, reaching 73 publications. Jan Mei Soon is the most productive researcher with six publications, followed by William E. Halal and Abid Haleem. In terms of country collaboration, Indonesia has the highest number of publications (98 articles), followed by the United States and the United Kingdom. Additionally, the Journal of Islamic Marketing is the most frequent publisher of halal business-related articles (36 publications). Keyword mapping analysis using VOSviewer shows that the most frequently appearing term is "business," along with the interrelation of halal business with other fields such as economics, marketing, and tourism. This study provides insights into the development of halal business research and serves as a reference for academics, industry players, and policymakers in developing a more comprehensive halal ecosystem.

Keywords: *Halal Business, Bibliometric Analysis, Scientific Publications, Collaboration Patterns, VOSviewer.*

UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR