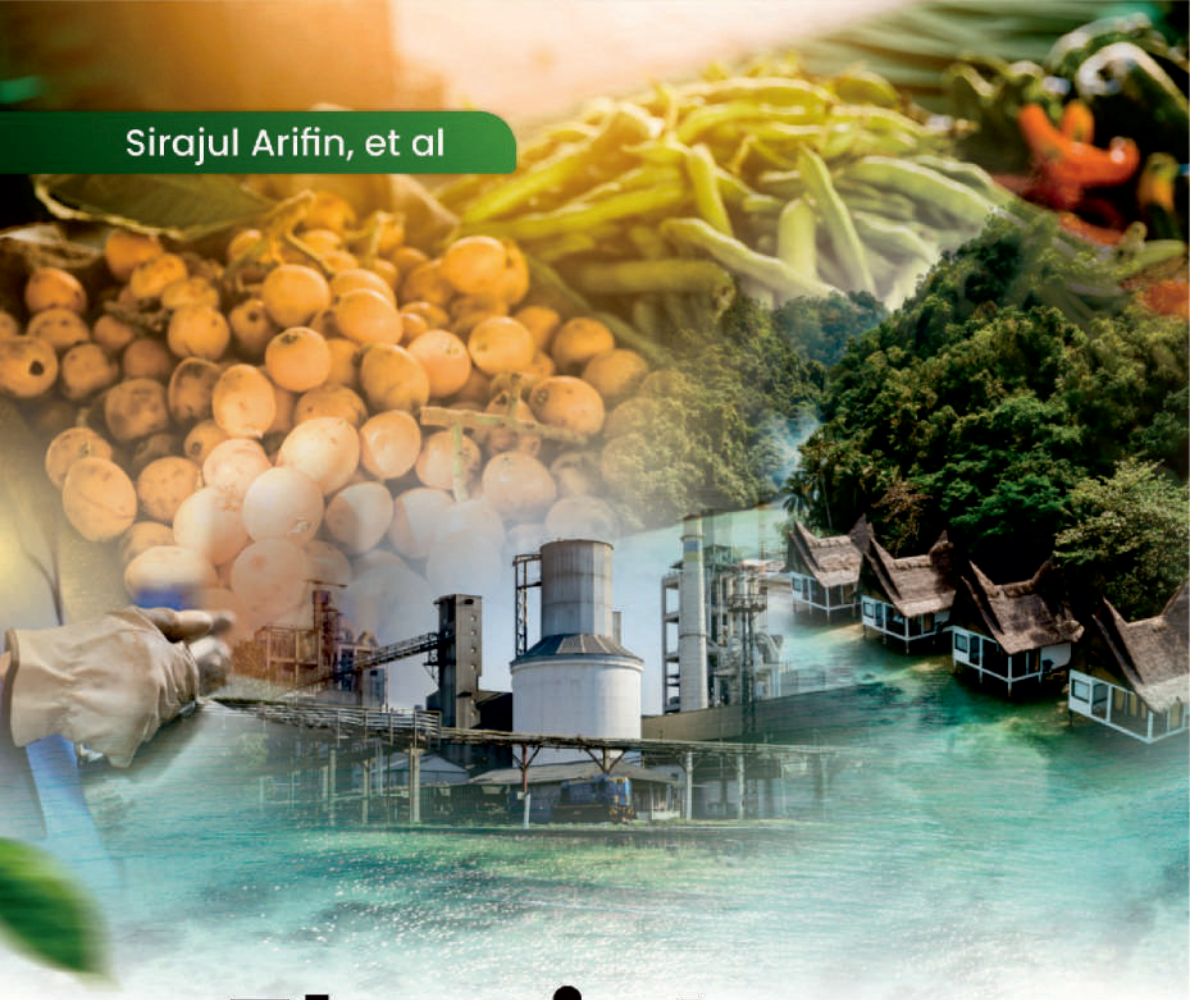
Sirajul Arifin, et al



Ekosistem Halal Global

MASA DEPAN INDUSTRI HALAL INDONESIA

Editor: Adib Susilo

UNIDA
GONTOR PRESS


بسم الله الرحمن الرحيم

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

Lingkup Hak Cipta Pasal 1 Angka 1 Hak Cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 1 Angka 4 Pemegang Hak Cipta adalah pencipta sebagai pemilik Hak Cipta, pihak yang menerima hak tersebut secara sah dari pencipta, atau pihak lain yang menerima lebih lanjut hak dari pihak yang menerima hak tersebut secara sah.

Ketentuan Pidana Pasal 113

(1) Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/ atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).

(2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/ a tau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

(3) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/ a tau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/ a tau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

(4) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/ a tau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

EKOSISTEM HALAL GLOBAL:

Masa Depan Industri Halal Indonesia

Sirajul Arifin et al.

Editor:
Adib Susilo

UNIDA
GONTOR PRESS

Diterbitkan oleh:
UNIDA Gontor Press
Jl. Raya Siman, Ponorogo, Jawa Timur, Indonesia 63471
HP : +62 821-4197-9785 (WhatsApp)
Email : press@unida.gontor.ac.id
Website : press.unida.gontor.ac.id

Judul Buku:
Ekosistem Halal Global
Masa Depan Industri Halal
Indonesia

Penulis:
Sirajul Arifin, Abdul Latif, Lian Fuad, Walid In'am Ahmad, Burhanuddin Robbani, Sugeng Riyadi, Isvina Vawaidatur Rohmah, Nur Dinah Fauziah, Gabriele Lailatul Muharromah, Ilham Akbar Ryant Prabowo, Dymas Yulia Putri Kusumaningtyas

Editor:
Adib Susilo

Penyelia Bahasa:
Niken Ratna Sari

Penata Letak:
Zuhrufan Failasufa

Desain Sampul:
Sonia Trisna Wijaya

Cetakan I:
September 2026

Spesifikasi:
368 hlm.+ xiv ; 16 cm x 23 cm

ISBN:
978-634-7921-56-7

E-ISBN:
978-634-7921-55-0

Distributor:

Toko Buku La Tansa
Jl. HOS Cokroaminoto Bangunsari, Kec. Ponorogo, Ponorogo, East Java
Telp. +62 895 0342 1751

Toko Buku UNIDA Gontor
Main Building UNIDA Gontor, Siman, Ponorogo, East Java, Indonesia
Telp. +62 821-4197-9785

Toko Online
Shopee:
unida.gontor.press

Website:
press.unida.gontor.ac.id

HAK CIPTA DILINDUNGI
Hak Cipta © 2026, pada Penulis
Hak Penerbitan pada Penerbit UNIDA Gontor Press
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi buku ini dengan cara apa pun, tanpa izin sah dari penerbit

Kata Pengantar

Industri halal dalam beberapa dekade terakhir telah mengalami perubahan yang sangat signifikan. Halal tidak lagi dapat dipahami secara terbatas sebagai persoalan kepatuhan terhadap ketentuan agama, khususnya dalam pemilihan makanan dan minuman, tetapi telah berkembang menjadi sebuah ekosistem ekonomi yang melibatkan berbagai sektor, mulai dari makanan, fashion, pariwisata, farmasi, kosmetik, logistik, keuangan, hingga teknologi. Perubahan tersebut pada saat yang sama menghadirkan peluang sekaligus tantangan bagi Indonesia sebagai salah satu negara dengan pasar halal terbesar di dunia.

Dalam konteks tersebut, kehadiran buku Ekosistem Halal Global: Masa Depan Industri Halal Indonesia menjadi relevan dan penting. Buku ini tidak hanya mendiskusikan besarnya potensi industri halal, tetapi berusaha melihat bagaimana Indonesia dapat membangun posisi yang lebih kuat dalam rantai nilai halal global. Hal ini menjadi penting karena kekuatan sebagai pasar konsumen belum dengan sendirinya menjadikan Indonesia sebagai negara yang memiliki pengaruh besar dalam produksi, perdagangan, sertifikasi, logistik, maupun penciptaan nilai dalam industri halal global.

Salah satu kekuatan buku ini terletak pada keluasan perspektif yang ditawarkan. Sepuluh bab di dalamnya membahas industri halal dari berbagai sudut pandang, mulai dari resiliensi rantai pasok

berbasis syariah, integrasi Indonesia dalam *Global Halal Value Chain*, perkembangan *modest fashion*, integrasi lintas sektor, sertifikasi halal dan ekspor makanan, wisata halal, transformasi Indonesia dari pasar konsumen menuju produsen, dinamika *halal value chain* dalam ekonomi global, geopolitik perdagangan, hingga sistem pangan halal berbasis teknologi dalam kerangka *maqashid syariah*.

Keragaman tema tersebut menunjukkan bahwa masa depan industri halal tidak dapat dibangun melalui pendekatan sektoral semata. Industri halal membutuhkan ekosistem yang saling terhubung. Sertifikasi, misalnya, tidak cukup dipandang sebagai kewajiban administratif. Dalam buku ini, sertifikasi ditempatkan sebagai bagian dari infrastruktur kepercayaan dan daya saing yang perlu didukung oleh harmonisasi standar, pengakuan internasional, kesiapan industri, logistik, pembiayaan, promosi perdagangan, serta strategi pasar tujuan. Perspektif semacam ini memberikan pemahaman bahwa daya saing halal merupakan hasil dari keterhubungan berbagai aktor dan berbagai mata rantai ekonomi.

Perspektif tersebut semakin kuat ketika pembahasan diarahkan pada konsep *halal integrity* dan resiliensi. Industri halal yang tangguh bukan sekadar industri yang mampu mempertahankan pasokan dan efisiensi ketika menghadapi gangguan, tetapi juga industri yang mampu menjaga integritas kehalalan sepanjang rantai pasok. Dengan demikian, keberlanjutan industri halal tidak hanya ditentukan oleh kemampuan teknis dan ekonomi, tetapi juga oleh tata kelola, etika, kepercayaan, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah.

Hal menarik lainnya adalah perhatian buku ini terhadap posisi Indonesia dalam proses transformasi dari negara yang dominan sebagai konsumen menuju negara yang lebih kuat sebagai produsen dan pemain dalam rantai nilai halal global. Buku ini menunjukkan bahwa besarnya pasar domestik merupakan modal penting, tetapi belum cukup. Indonesia perlu memperkuat inovasi, kapasitas produksi, sertifikasi, logistik, pembiayaan, branding, digitalisasi, dan kemampuan memasuki pasar internasional. Dengan kata lain, tantangan utama Indonesia bukan lagi sekadar bagaimana meningkatkan konsumsi produk halal, tetapi bagaimana menangkap nilai ekonomi yang lebih besar dari pertumbuhan industri halal tersebut.

Pada titik inilah buku ini memiliki arti strategis. Industri halal perlu ditempatkan sebagai bagian dari agenda pembangunan ekonomi nasional, bukan sebagai sektor yang berdiri sendiri. Penguatan industri halal membutuhkan kolaborasi antara pemerintah, regulator, pelaku usaha, UMKM, lembaga keuangan, akademisi, lembaga sertifikasi, asosiasi industri, dan masyarakat. Buku ini memperlihatkan pentingnya pendekatan ekosistem tersebut, termasuk melalui penguatan UMKM, peningkatan sumber daya manusia dan literasi halal, pembiayaan syariah, digitalisasi, serta kolaborasi multipihak.

Di sisi lain, buku ini juga membawa pembaca pada pertanyaan yang lebih fundamental: untuk apa industri halal dikembangkan? Jawaban atas pertanyaan tersebut tidak cukup berhenti pada pertumbuhan pasar, peningkatan ekspor, atau keuntungan ekonomi. Pembahasan mengenai teknologi dan *maqashid syariah* pada bagian akhir buku memberikan penegasan bahwa inovasi dalam industri halal pada akhirnya harus diarahkan pada kemaslahatan manusia. Teknologi menjadi bernilai strategis ketika mampu memperkuat perlindungan agama, jiwa, akal, harta, dan keberlanjutan kehidupan generasi mendatang.

Karena itu, buku ini dapat dibaca dalam dua perspektif sekaligus. Pertama, sebagai karya akademik yang memperluas pemahaman mengenai dinamika industri halal global dan posisi Indonesia di dalamnya. Kedua, sebagai bahan refleksi strategis bagi para pemangku kepentingan yang berkepentingan dengan masa depan ekonomi halal Indonesia. Bagi akademisi, buku ini menawarkan sejumlah isu yang dapat dikembangkan lebih lanjut melalui penelitian empiris. Bagi pembuat kebijakan, buku ini menyediakan sejumlah persoalan strategis yang membutuhkan respons kelembagaan. Sementara bagi pelaku industri, buku ini dapat menjadi bahan untuk memahami bahwa daya saing halal tidak hanya ditentukan oleh produk, tetapi juga oleh keseluruhan ekosistem yang menopangnya.

Sebagai sebuah buku bunga rampai, tentu masih terdapat ruang untuk penyempurnaan, baik dari sisi kedalaman beberapa pembahasan, konsistensi data, maupun penguatan keterhubungan antarbab. Namun, hal tersebut tidak mengurangi nilai penting buku ini sebagai sebuah upaya akademik untuk menghadirkan pembahasan yang lebih luas mengenai masa depan industri halal Indonesia. Justru keberagaman perspektif yang terdapat di dalamnya membuka ruang dialog dan pengembangan gagasan lebih lanjut.

Pada akhirnya, masa depan industri halal Indonesia tidak hanya ditentukan oleh seberapa besar pasar yang kita miliki, tetapi oleh seberapa jauh kita mampu membangun ekosistem yang produktif, inovatif, berdaya saing, terpercaya, dan tetap berakar pada nilai-nilai syariah. Buku Ekosistem Halal Global: Masa Depan Industri Halal Indonesia hadir di tengah kebutuhan tersebut. Semoga buku ini dapat menjadi kontribusi pemikiran yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu ekonomi Islam, penguatan kebijakan industri halal, dan pengembangan ekosistem halal Indonesia agar tidak hanya menjadi pasar yang besar, tetapi juga menjadi salah satu kekuatan penting dalam rantai nilai halal global.

Gontor, 13 September 2026

Adib Susilo

Prakata

Industri halal global telah bertransformasi dari sekadar pasar yang melayani kebutuhan dasar umat Muslim menjadi sebuah ekosistem ekonomi yang kompleks, terintegrasi, dan bernilai tinggi. Pada tahun 2024, nilai pasar halal global diperkirakan mencapai lebih dari 2 triliun dolar AS, dengan pertumbuhan yang didorong oleh peningkatan kesadaran konsumen Muslim, ekspansi kelas menengah di negara-negara berpenduduk mayoritas Muslim, serta adopsi standar halal oleh konsumen non-Muslim yang mengasosiasikan halal dengan kualitas, kebersihan, dan etika produksi. Dalam konteks ini, Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia memiliki posisi strategis yang unik, tidak hanya sebagai konsumen utama, tetapi juga sebagai produsen potensial yang dapat memainkan peran sentral dalam rantai nilai halal global.

Namun, realitasnya menunjukkan bahwa Indonesia masih menghadapi tantangan struktural yang signifikan. Meskipun menempati peringkat pertama global dalam industri *modest fashion* dan peringkat kedua dalam pariwisata ramah Muslim, Indonesia baru berada di peringkat keempat untuk ekspor pangan halal dan belum masuk lima besar eksportir produk halal global. Data menunjukkan bahwa ekspor makanan halal Indonesia tumbuh dari 3,2 miliar dolar AS pada 2020 menjadi 4,8 miliar dolar AS pada 2024, sebuah peningkatan yang menggembirakan namun masih jauh dari potensi

sebenarnya mengingat ukuran pasar domestik dan kapasitas produksi nasional. Kesenjangan antara potensi dan kinerja ini menjadi titik tolak penting bagi refleksi strategis tentang bagaimana Indonesia dapat memperkuat posisinya dalam ekosistem halal global.

Buku ini hadir untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan kritis tersebut. Melalui sepuluh bab yang ditulis oleh para ahli, buku ini menawarkan perspektif multidimensi tentang ekosistem halal global dan posisi Indonesia di dalamnya. Bab pertama meletakkan dasar konseptual dengan membahas resiliensi industri halal melalui kerangka rantai pasok berbasis syariah, sementara bab kedua mengulas strategi penguatan ekosistem industri halal Indonesia melalui integrasi dalam *Global Halal Value Chain*. Pembahasan kemudian meluas ke sektor-sektor spesifik seperti *modest fashion*, di mana Indonesia telah menjadi pemimpin global, serta integrasi industri halal dari sektor fesyen menuju ekosistem yang lebih luas.

Aspek sertifikasi halal—yang menjadi fondasi kredibilitas produk halal Indonesia di pasar internasional—dianalisis secara mendalam dalam konteks peningkatan kinerja ekspor produk makanan. Demikian pula, sektor wisata halal dikaji dalam dinamika keuangan global, dengan penekanan pada peluang, tantangan, dan strategi pengembangan berkelanjutan. Buku ini juga membahas transformasi strategis Indonesia dari sekadar pasar konsumen menjadi produsen dalam rantai nilai halal global, serta transformasi *halal value chain* dalam ekonomi global kontemporer. Dimensi geopolitik tidak luput dari perhatian. Bab khusus menganalisis implikasi potensi *Agreement on Reciprocal Trade* (ART) antara Indonesia dan Amerika Serikat terhadap perdagangan produk halal Indonesia, sebuah topik yang semakin relevan dalam konteks pergeseran aliansi perdagangan global.

Terakhir, buku ini menutup dengan pembahasan tentang sistem pangan halal berbasis teknologi dalam kerangka *maqashid syariah*, yang menghubungkan inovasi teknologi dengan tujuan-tujuan fundamental hukum Islam dalam membangun sistem pangan yang adil, berkelanjutan, dan bermanfaat bagi kemaslahatan umat. Melalui kumpulan tulisan ini, kami berharap dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi akademisi, pembuat kebijakan, praktisi industri, dan semua pihak yang tertarik pada masa depan industri halal Indonesia. Lebih dari itu, buku ini adalah seruan untuk bergerak bersama membangun ekosistem halal yang tidak hanya kuat secara ekonomi, tetapi juga berakar pada nilai-nilai syariah dan berkomitmen pada keberlanjutan global.

Ponorogo, 15 September 2026

Tim Penyusun,

Daftar Isi

Kata Pengantar ..... **v**
Prakata ..... **ix**
Daftar Isi ..... **xii**

BAB 1
Resiliensi Industri Halal:
Kerangka Konseptual Rantai Pasok Berbasis Syariah **1**
Sirajul Arifin

BAB 2
Penguatan Ekosistem Industri Halal melalui Integrasi
Global Halal Value Chain di Indonesia **41**
Abdul Latif

BAB 3
Indonesia Pusat Modest Fashion Dunia? **75**
Lian Fuad

BAB 4
Integrasi Industri Halal Global: Dari Sektor Fesyen
ke Ekosistem yang Lebih Luas **95**
Walid In'am Ahmad

BAB 5
Peran Sertifikasi Halal dalam Meningkatkan Kinerja
Ekspor Produk Makanan Indonesia di Pasar Internasional **119**
Burhanuddin Robbani

BAB 6
Wisata Halal dalam Dinamika Keuangan Global: Peluang,
Tantangan, dan Strategi Pengembangan Berkelanjutan **147**
Sugeng Riyadi

BAB 7
Indonesia dalam Rantai Nilai Halal Global:
Dari Pasar Konsumen ke Produsen (Peluang, Tantangan,
dan Transformasi Strategis untuk Peningkatan Rantai Nilai) **203**
Isvina Vawaidatur Rohmah

BAB 8
Transformasi Halal Value Chain
dalam Ekonomi Global Kontemporer **235**
Nur Dinah Fauziah

BAB 9
Geopolitik Perdagangan Bebas Dan Industri Halal:
Analisis Potensi Implikasi Agreement on Reciprocal Trade
(ART) Indonesia–Amerika Serikat terhadap Perdagangan
Produk Halal Indonesia **253**
Ilham Akbar Ryant Prabowo

BAB 10
Sistem Pangan Halal Berbasis Teknologi
dalam Kerangka Maqashid Syariah **275**
Gabriele Lailatul Muharromah

BAB 11
Green Halal: Paradigma Baru Keberlanjutan
dalam Industri Halal **289**
Dymas Yulia Putri Kusumaningtyas

Daftar Pustaka **319**
Biografi Penulis **361**

BAB 1

Resiliensi Industri Halal: Kerangka Konseptual Rantai Pasok Berbasis Syariah

Sirajul Arifin

1. Pendahuluan

Industri halal kini bukan sekadar subsektor religius, tetapi telah berkembang menjadi ekosistem ekonomi global yang dinamis, meliputi makanan, minuman, farmasi, kosmetik, keuangan syariah, pariwisata, fashion, dan logistik halal, serta berbagai bentuk jasa yang berbasis kehalalan dan keberlanjutan.[1] Data perkembangan pasar menunjukkan bahwa permintaan konsumsi Muslim global akan produk dan jasa halal sedang berkembang sangat pesat. Berbagai proyeksi memperkirakan nilai pasar industri halal global akan menembus USD 3–6 triliun dalam beberapa dekade ke depan, tergantung asumsi sektor dan cakupan industri yang dihitung.[2] Dalam perspektif ini, ekonomi halal tidak lagi hanya berbicara soal "halal-non-halal", tetapi

[1] D R Petriani, "Tinjauan Maqashid Syari'ah Dalam Pengembangan Industri Halal Di Indonesia," *Konferensi Integrasi Interkoneksi Islam Dan …*, 2025, https://ejournal.uin-suka.ac.id/saintek/kiiis/article/view/4747.

[2] A Fitriyaningrum, M F Ardiansyah, and ..., "STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM," *Jurnal Media …*, 2025, https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/3438.

juga menjadi poros transformasi ekonomi global yang menyatukan dimensi demografi Muslim, etika bisnis, ekologis, dan digitalisasi.[3]

Di Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar dunia dan salah satu pasar halal terbesar secara konsumsi, industri halal telah menjadi agenda nasional yang kuat. Perkembangan ekosistem hal Indonesia, penguatan regulasi sertifikasi halal berbasis BPJPH, serta dukungan kebijakan pemerintah yang terus dievaluasi dan diperbarui menunjukkan bahwa negara tidak hanya ingin menjadi konsumen halal, tetapi juga produsen dan pengekspor utama produk halal berdaya saing global. Tren ini menunjukkan bahwa industri halal tidak lagi dipahami hanya sebagai soal kehalalan produk, tetapi juga soal keberlanjutan dan resiliensi dalam jangka panjang, sehingga mampu bertahan terhadap berbagai guncangan ekonomi, sosial, ekologis, dan regulatif.[4]

Namun, di tengah optimisme potensi pasar global, beberapa studi menunjukkan bahwa industri halal, khususnya UMKM, tetap rentan terhadap krisis ekonomi, pandemi, dan perubahan regulasi.[5] Penelitian tentang *urgensi manajemen rantai pasok bisnis halal* menunjukkan bahwa kelemahan struktur—seperti terbatasnya infrastruktur logistik halal, tingginya biaya sertifikasi, koordinasi lemah antar lembaga, serta rendahnya literasi halal pelaku usaha—menjadi penghambat utama dalam menciptakan sistem halal yang tangguh. Di sisi lain, pengalaman pandemi menunjukkan bahwa UMKM halal yang tidak memiliki cadangan likuiditas, jaringan digital yang kuat, atau sistem rantai pasok yang fleksibel mengalami kesulitan besar dalam menjaga arus pasok bahan baku, mempertahankan pelanggan, dan memenuhi komitmen kehalalan secara konsisten.[6]

[3] D Fatmasari and A Jaelani, "Integrasi Maqāṣid Al-Syarī 'ah Dalam Pengembangan Industri Halal: Kerangka Perlindungan Konsumen Dan Kesejahteraan Umat," *Journal of Islamic Economics …*, 2026, https://athallahpublishing.com/index.php/almudayanah/article/view/139.

[4] F B Eddy and A A Bachtiar, "Al-Qur'an Dan Politik Kebijakan Industri Halal Di Indonesia," *MUJAHADAH …*, 2026, https://journal.diwafasalfasejahtera.com/mujahadah/article/view/34.

[5] A Kafabih, "PERKEMBANGAN INDUSTRI HALAL: SEBUAH KAJIAN TEORITIS," *Perkembangan Industri Halal \& Penguatan Lembaga …*, n.d., https://books.google.com/books?hl = en%5C&lr = %5C&id = Eh0QEQ AAQB AJ%5C&o i=fnd%5C &pg=PA293% 5C&dq = industri + halal % 5C&ots = Xp-83HDB3q %5C&sig = OZYW jLkGG39 9FxlZ na1y OeHUn2I.

[6] D D Ummah, "Penerapan Rantai Suplai Makanan Halal Pada Industri Pengolahan Kopi Di Bedhag Kopi Roastery Jember," *ILTIZAMAT: Journal of Economic Sharia Law and …*, 2021, https://www.ejournal.stismu.ac.id/ojs/index.php/Iltizamat/article/view/475.

Dalam konteks lebih luas, literatur tentang resiliensi industri halal masih relatif terbatas, dan belum banyak karya yang secara eksplisit menghubungkan konsep resiliensi rantai pasok—dengan fokus pada absorpsi, adaptasi, dan recovery dari gangguan—ke dalam kerangka maqasid syariah dan halal integrity.[7] Sebagian besar penelitian masih berfokus pada sertifikasi halal, strategi bisnis halal, integrasi rantai pasok halal, atau ekonomi halal secara umum, tanpa membentuk kerangka teoretis yang khusus mengonseptualisasikan "resiliensi industri halal" sebagai fenomena normatif-ekonomi-teknis sekaligus.[8]

Kesenjangan tersebut menciptakan ruang bagi penelitian yang lebih komprehensif untuk: mengkonseptualisasikan resiliensi industri halal dalam konteks ekonomi Islam, menjelaskan dimensi apa saja yang terlibat (misalnya resiliensi operasional, resiliensi regulatif, resiliensi sosial-ekologis), serta mengusulkan kerangka konseptual yang dapat dioperasionalkan menjadi indeks resiliensi, desain survei, atau rekomendasi kebijakan.[9] Berdasarkan gap literatur dan konteks objektif tersebut, bab ini dirumuskan dengan tujuan utama, yaitu 1) mengkonseptualisasikan istilah dan dimensi resiliensi industri halal dalam konteks ekonomi Islam, dengan memperkuat hubungan antara resiliensi rantai pasok halal, halal integrity, dan maqasid syariah, sehingga memberikan dasar normatif dan teoretis untuk memahami apa sebenarnya yang dimaksud dengan "industri halal yang resiliens," dan 2) mengusulkan kerangka konseptual resiliensi rantai pasok halal berbasis syariah.[10]

[7] D A Sunarta et al., "Sertifikasi Halal Sebagai Instrumen Kebijakan Publik Dalam Pengembangan Industri Halal Indonesia," *… of Business and …*, 2025, https://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/robust/article/view/11569.

[8] S E I Fitria Rahmah and UINSAM Idris, "PERAN TEKNOLOGI DIGITAL DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL," *Industri Halal Dan Ekonomi …*, 2026, https://books.google.com / books ?hl = en % 5C&l r= %5C& id=p MTc EQAA QB AJ%5 C& oi=fn d% 5C&p g=P A51%5C & d q= i ndustri + halal % 5C &ots = LqQE8yvIZa % 5C&sig = 8hjAx7X C6Y M Gzf 1_B XT cNF 5aIpY.

[9] M Minarni, "Strategi Pengembangan Industri Halal Di Indonesia Berbasis Maqashid Syariâ€TM Ah Dan Etika Bisnis Islami," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2024, https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/15036.

[10] A Kurniadi, "Determinan Pertumbuhan Industri Halal Di Indonesia: Analisis Sektor Demografi, Infrastruktur, Dan Teknologi," *Jurnal Al-Istishna*, 2025, https://e-journal.staimaswonogiri.ac.id/index.php/al-istishna/article/download/279/124.

Dengan kerangka semacam ini, kajian ini berkontribusi kepada tiga domain ilmiah sekaligus: 1) teori ekonomi Islam, karena mengintegrasikan maqasid syariah ke dalam diskursus resiliensi dan rantai pasok, 2) manajemen rantai pasok (supply chain management), dengan memperkaya literatur resiliensi rantai pasok dengan perspektif halal dan syariah, dan 3) kebijakan industri, dengan memberikan model konseptual yang dapat dijadikan referensi praktis bagi pembuat kebijakan, regulator, dan pelaku industri halal.[11] Untuk mencapai tujuan-tujuan di atas, metodologi yang digunakan adalah *systematic literature review* (SLR) terhadap publikasi ilmiah dan praktis terkait *halal supply chain*, *resilience*, *halal integrity*, dan *maqasid syariah*. Proses SLR ini meliputi 1) pemilihan database dan sumber: jurnal ilmiah bereputasi, prosiding konferensi, buku akademik, serta laporan kebijakan terkait ekonomi halal, rantai pasok, dan syariah, 2) penyusunan kriteria inklusi dan eksklusi: misalnya publikasi dalam bahasa Indonesia/Inggris, fokus pada rantai pasok halal, resiliensi, atau maqasid, dengan periode publikasi tertentu, 3) kategorisasi temuan: temuan dianalisis berdasarkan tema utama (misalnya faktor resiliensi, halal integrity, peran teknologi, peran pemerintah, maqasid) untuk mengidentifikasi konsep, definisi, serta model yang relevan, dan 4) Sintesis kerangka konseptual: temuan tersebut disintesis menjadi kerangka teoretis yang terstruktur—menghubungkan pilar governance, digital capability, sharia ethics—dengan faktor pendukung dan moderasi, serta outcome resiliensi rantai pasok halal (operational continuity, halal integrity maintenance, dan trust & reputation preservation).[12]

Dengan pendekatan SLR, kajian tidak hanya mengandalkan penafsiran normatif-filosofis, tetapi juga berbasis sintesis empiris dan teoretis yang dapat diuji lebih lanjut melalui penelitian kuantitatif maupun kualitatif.

[11] N Mutmainah, H Ahyani, and H M Putra, "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Tentang Pengembangan Kawasan Industri Pariwisata Halal Di Jawa Barat," *Al-Mawarid Jurnal Syariah Dan …*, 2022, https://journal.uii.ac.id/JSYH/article/view/23425.

[12] W Waluyo, LPSA Ramadhan, and ..., "STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL SEBAGAI PENDORONG EKONOMI LOKAL," *Jurnal Akademik …*, 2025, https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jaem/article/view/7681.

2. Konsep Resiliensi dalam Industri Halal

2.1 Resiliensi Rantai Pasok

Resiliensi rantai pasok (*supply chain resilience*, sering disingkat SCR) merujuk pada kemampuan suatu sistem rantai pasok untuk menyerap gangguan eksternal dan internal, bereaksi secara cepat ketika terjadi disrupsi, serta beradaptasi secara berkelanjutan agar kinerja dan keberlanjutan organisasi tetap terjaga.[13] Dalam literatur manajemen operasi, resiliensi tidak hanya dipahami sebagai "pemulihan" setelah terjadi guncangan, tetapi juga hadir sebagai kapabilitas proaktif yang dibangun melalui desain, proses, dan budaya yang memungkinkan sistem mengantisipasi risiko sebelum krisis terjadi.

Secara konseptual, resiliensi rantai pasok dapat dipandang sebagai sintesis antara dua paradigma: *engineering resilience* (kemampuan sistem kembali ke titik asal setelah gangguan) dan *social-ecological resilience* (kemampuan beradaptasi dan bahkan bertransformasi menjadi bentuk yang lebih kuat setelah traumatik).[14] Pendekatan kedua ini kian relevan di era globalisasi yang diwarnai pandemi, krisis geopolitik, bencana iklim, dan perubahan regulasi yang cepat, sehingga kemandekan rantai pasok tidak lagi bisa diselesaikan hanya dengan menambah stok atau cadangan fisik, tetapi memerlukan reformasi pola kolaborasi, tata kelola, dan teknologi informasi.

Dalam konteks operasional, resiliensi sering kali diwujudkan melalui empat pilar utama: *visibility* (transparansi dan akses informasi *real-time*), *flexibility* (desain proses yang fleksibel dan mampu berubah cepat), *redundancy* (buffer cadangan maupun diversifikasi sumber), dan *collaboration* (kolaborasi intensif antar-stakeholder sepanjang rantai nilai).[15] Empat pilar ini menjadi dasar bagi formulasi strategi

[13] A Hardana and A Damisa, "Transformasi Ekonomi Lokal Melalui Penguatan Industri Halal Di Padang Lawas Utara," *Jurnal Masharif Al-Syariah …*, 2025, https://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/view/28742.

[14] M Z Yusuf, "Peluang Indonesia Dalam Pusaran Industri Halal Dunia," *Masyrif: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2023, https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Yusuf-136/publication/382752519_PELUANG_INDONESIA_DALAM_PUSARAN_INDUSTRI_HALAL_DUNIA /links/691dff38ba4fcf00661a98c3/PELUANG-INDONESIA-DALAM-PUSARAN-INDUSTRI-HALAL-DUNIA.pdf.

[15] T Prayogi and M Fakhri, "… SYARIAH UNTUK MENINGKATKAN LITERASI EKONOMI SYARIAH DALAM UPAYA MENDUKUNG PERTUMBUHAN INDUSTRI HALAL DI KAB.

penyusunan *resilient supply chain*, baik dalam konteks konvensional maupun khusus seperti rantai pasok halal. Empat pilar tersebut dijelaskan sebagai berikut.

Visibility

Visibility mengacu pada kemampuan perusahaan untuk mengamati, memantau, dan memahami kondisi rantai pasok secara real-time, mulai dari pemasok bahan baku hingga distribusi ke konsumen akhir. Dalam konteks halal, visibility tidak hanya menyangkut ketersediaan dan kualitas fisik bahan, tetapi juga jejak kehalalan setiap komponen, mulai dari praktik pemotongan hewan, sumber bahan baku, hingga penggunaan bahan tambahan makanan.[16]

Teknologi digital seperti *blockchain*, *Internet of Things* (*IoT*), dan *big data analytics* menjadi penopang utama visibility modern. Beberapa studi terkini di Indonesia menunjukkan bahwa penerapan sistem *digital traceability* berbasis *blockchain* dapat meningkatkan resiliensi rantai pasok halal dengan mempercepat deteksi dan respons terhadap risiko kontaminasi halal, serta memperkuat kepercayaan konsumen. Dengan demikian, visibility bukan hanya soal efisiensi logistik, tetapi juga instrumen penting untuk menjaga *halal integrity* pada saat krisis.[17]

Flexibility

Flexibility merujuk pada kemampuan sistem untuk mengubah volume, lokasi, rute, atau bahkan jenis produk yang diproduksi dan didistribusikan sesuai dinamika permintaan dan pasokan. Dalam konteks halal, flexibilitas dapat terlihat dalam kapasitas perusahaan untuk menggeser pemasok bahan baku halal, merancang ulang formulasi produk, atau mengalihkan kapasitas produksi antar produk halal dan non-halal—tanpa melanggar prinsip kehalalan dan sertifikasi halal.[18]

Pandemi Covid -19 menjadi contoh empiris tentang pentingnya fleksibilitas, di mana banyak industri makanan halal yang harus mengalihkan saluran distribusi dari *food service* ke e-commerce dan ritel, serta merevisi portofolio produk untuk menyesuaikan perubahan pola konsumsi. Fleksibilitas semacam ini tidak lahir begitu saja, tetapi hasil dari desain proses yang modular, kapasitas produksi yang multi-fungsi, dan sistem manajemen yang mendukung pengambilan keputusan cepat.[19]

Redundancy

Redundancy tidak serta-merta identik dengan "pemborosan", melainkan pemikiran strategis untuk menyediakan cadangan—baik dalam bentuk inventaris, kapasitas, maupun sumber pasok—sebagai perisai ketika terjadi gangguan. Dalam manajemen rantai pasok halal, *redundancy* dapat berupa cadangan pemasok bahan baku halal, gudang dingin (*cold storage*) khusus halal, atau jalur distribusi alternatif yang memastikan produk halal tetap sampai ke konsumen meskipun satu kanal terganggu.[20]

Banyak perusahaan garmen dan makanan di Indonesia yang mengalami kegagalan rantai pasok selama pandemi karena ketergantungan berlebihan pada satu negara atau satu pemasok utama (misalnya Tiongkok), sehingga krisis lokal di satu negara berdampak langsung pada produksi global. Studi kuantitatif pada satu perusahaan manufaktur di Yogyakarta menunjukkan bahwa kombinasi strategi *multi-sourcing* dan *supply base optimization* mampu menurunkan total biaya sambil meningkatkan *service level*, sekaligus memperkuat resiliensi rantai pasok.[21]

PURWAKARTA," *SMART: Management Journal*, 2026, https://ojs.umbk.ac.id/index.php/smart/article/view/593.

16 E T Yuliyanti et al., "KONTRIBUSI INDUSTRI HALAL FOOD TERHADAP PARIWISATA HALAL DI PROVINSI BALI," *Jurnal Media …*, 2025, https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/2260.

17 A Humaida et al., "Potensi Industri Halal Di Indonesia Sebagai Negara Berpenduduk Muslim Terbesar," *… : Jurnal Ekonomi Islam*, 2024, https://jurnal.umsu.ac.id:444/index.php/AGHNIYA/article/view/20782.

18 A Emila and C Vidiati, "Implementasi Pemasaran Digital Pada Sektor Industri Halal Di Indonesia," *Currency (Jurnal Ekonomi Dan Perbankan …*, 2026, https://jurnalalkhairat.org/ojs/index.php/currency/article/view/1997.

19 S Kasnelly, "Perkembangan Industri Halal Di Indonesia," *Aktualita: Jurnal Penelitian Sosial …*, 2023, http://ejournal.an-nadwah.ac.id/index.php/aktualita/article/download/524/424.

20 E Karyani, I Geraldina, and M G Haque, "Transformasi Digital Dan Industri Halal: Studi Kasus Pada Produsen Besar Dan UMKM," *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian …*, 2021.

21 P P Siregar, "Perkembangan Securities Crowdfunding Dalam Mendukung Industri Halal," *Zenodo (CERN European Organization for Nuclear …*, 2023, https://www.academia.edu/download/109930681/424-440.

Collaboration

Collaboration menekankan pentingnya sinergi antar-pemain dalam rantai nilai, termasuk pemasok, produsen, distributor, retailer, regulator, dan bahkan konsumen. Dalam konteks halal, kolaborasi lintas sektor sangat penting karena rantai pasok halal tidak hanya merupakan persoalan teknis logistik, tetapi juga dimensi keagamaan, regulasi, dan reputasi.[22] Beberapa analisis terkini menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi rantai pasok halal di Indonesia memerlukan sinergi antara pemerintah (melalui BPJPH dan lembaga terkait), akademisi, dan pelaku industri. Pemerintah berperan sebagai regulator dan penyusun standar, akademisi menyediakan riset dan SDM ahli, sedangkan pelaku industri bertanggung jawab menerapkan sistem tersebut di lapangan secara efisien dan berkelanjutan. Tanpa kolaborasi semacam ini, bahkan sistem yang secara teknis dirancang sangat *resilient* dapat goyah ketika terjadi perubahan regulasi atau tekanan opini publik.[23]

2.2. Resiliensi Rantai Pasok Halal

Beberapa studi terkini tentang *halal supply chain* menunjukkan bahwa resiliensi rantai pasok halal tidak hanya mengacu pada ketersediaan barang, tetapi juga pada kemampuan menjaga *halal integrity* di tengah krisis. Halal integrity sendiri merujuk pada terjaminnya kehalalan produk mulai dari hulu (sumber bahan baku, proses produksi) hingga hilir (distribusi, ritel, dan konsumsi), tanpa terjadi kontaminasi dengan bahan yang diharamkan atau proses yang tidak sesuai syariah.[24]

Dalam model *Halal Supply Chain Resilience* (*HSCRES*), peneliti Indonesia mengembangkan kerangka yang mengintegrasikan lima faktor kapabilitas: *visibility*, *flexibility*, *collaboration*, *halal integrity*, dan *agility*, serta enam faktor kerentanan: produksi, pemasok, distribusi, konsumen, regulator, dan keberlangsungan. Studi pengukuran HSCRES pada rantai pasok daging ayam halal di Yogyakarta dan Sleman menunjukkan bahwa dua wilayah tersebut memiliki indeks resiliensi di atas satu, yang berarti secara umum dinilai memiliki kapabilitas relatif memadai untuk menghadapi risiko halal.[25]

Namun, yang menarik, ketika faktor *halal integrity* dikeluarkan dari model, nilai indeks resiliensi meningkat. Hal ini mengindikasikan bahwa bila perusahaan hanya fokus pada efisiensi dan ketersediaan fisik tanpa sungguh-sungguh memperhatikan kehalalan, tampak bahwa sistem tampak lebih "kuat", padahal dalam konteks halal itu justru merembeskan risiko besar. Dengan kata lain, resiliensi rantai pasok halal sebenarnya harus mempertimbangkan *trade-off* antara efisiensi operasional dan kepatuhan syariah, sehingga tidak cukup hanya mengukur *service level* atau *lead time*.[26]

2.3. Halal Supply Chain (HSC) dan Halal Integrity

Rantai pasok halal mencakup seluruh aktivitas yang dimulai dari *upstream* (petani, pemasok bahan baku, peternak, importir) hingga *downstream* (produsen, distributor, logistik, ritel, dan konsumen), dengan tujuan memastikan bahwa kehalalan produk terjamin dalam mata raintainya.[27] Dalam perspektif syariah, kehalalan tidak hanya terkait dengan bahan baku yang digunakan, tetapi juga mencakup proses produksi, penanganan, penyimpanan, pengangkutan, pelabelan, dan komunikasi pemasaran kepada konsumen. Rantai pasok tampak sulit untuk sepenuhnya memenuhi aspek kehalalan jika tidak didukung dengan integritas halal.[28]

pdf.

22 H Hamdani, "Pengembangan Industri Halal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Lokal Kabupaten Ngawi Jawa Timur," *Commodity: Jurnal Perbankan Dan Keuangan …*, 2025, https://ejournal.iaingawi.ac.id/index.php/commodity/article/view/2552.

23 H H Adinugraha et al., *Bisnis Dan Industri Halal* (books.google.com, 2023), https://books.google.com/books?hl=en%5C&lr=%5C&id=mRfjEAAAQBAJ%5C&oi=fnd%5C&pg=PR1%5C&dq=industri+halal%5C&ots=CKJMRV4LlC%5C&sig=momgE8NvtIOItb-ltOk8WEM6k10.

24 S H P Sari and J Susilo, "STRATEGI PENGUATAN EKOSISTEM INDUSTRI HALAL DALAM MENDORONG PEMBANGUNAN EKONOMI DAERAH: KAJIAN LITERATUR DENGAN IMPLIKASI …," *Jurnal Formasi: Jurnal Penelitian Dan …*, 2026, https://ojs.brida.sultraprov.go.id/index.php/formasi/article/view/71.

25 Y P Andini and Y A Wijaya, "Sumber Daya Manusia Dalam Pengembangan Industri Halal," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah*, 2023, http://jurnal.iaih.ac.id/index.php/EKSYA/article/view/689.

26 I Suprapti et al., "Strategi Pengembangan Umkm Sumber Laut Dalam Menghadapi Industri Halal Global 2024," *Jurnal Pertanian …*, 2023, https://ejournalwiraraja.com/index.php/FP/article/view/3079.

27 K Zaki and A Nazir, "Halal Fashion: Peluang Ekonomi Dari Industri Modest Fesyen Indonesia," *… Journal Mathla'ul Anwar of Halal …*, 2025, https://journal.halalunmabanten.id/index.php/ijma/article/view/132.

28 B Al Butary et al., "Strategi Perencanaan Pengembangan Industri Halal Menuju Era Revolusi Industri Dan Society 5.0 Oleh Al Jam'iyatul Washliyah," *… Seminar Nasional Hasil …*, 2021, http://ejournal.uniks.ac.id/index.php/ProsidingUniks/article/view/1892.

Integritas halal menjadi prasyarat utama dalam HSC, tidak cukup hanya memiliki sertifikat halal, tetapi praktik operasional harian harus konsisten dengan prinsip-prinsip syariah. Integritas dalam konteks ini merujuk pada konsistensi, kejujuran, dan keandalan sistem yang memastikan produk halal tidak terkontaminasi bahan non-halal, tidak melanggar proses yang diharamkan, dan tidak menyesatkan konsumen. Dengan kata lain, sertifikat halal adalah bukti formal, sedangkan halal integrity adalah realitas substantif yang terbangun melalui sistem manajemen, prosedur, dan budaya organisasi.[29]

Secara umum, *halal supply chain* dapat dibagi menjadi beberapa fase utama yang saling terkait, yaitu mulai fase *upstream* hingga fase *downstream*.[30] Pada fase *upstream*, pihak yang terlibat meliputi petani, peternak, pemasok bahan baku, dan importir. Pada titik ini, risiko utama bisa saja terjadi dan umumnya mencakup: *Kontaminasi bahan*: penggunaan bahan non-halal (misalnya lemak babi, alkohol, gelatin non-halal) yang tidak teridentifikasi; *Ketidakjelasan sumber*: pasokan bahan baku yang tidak terlacak asal-usulnya, sehingga sulit memastikan kehalalannya; dan *Ketidaksigapan pemasok*: pemasok yang tidak memiliki mekanisme jaminan halal yang memadai, sehingga kepercayaan konsumen terhadap rantai pasok secara keseluruhan menurun.[31]

Untuk mengurangi risiko tersebut, beberapa praktik terbaik dapat diacu, antara lain: 1) Pemilihan pemasok bersertifikat halal atau setidaknya memiliki sistem jaminan halal internal, 2) Pembuatan database bahan halal-non-halal yang diperbarui dan diakses oleh semua pihak yang relevan, dan 3) Audit dan kunjungan langsung ke pemasok untuk memastikan kepatuhan standar halal di lapangan.[32]

[29] I M Fauzi et al., "Kontribusi Industri Halal Dalam Pertumbuhan Produk Domestik Bruto Di Indonesia," *SIL'AH: Jurnal Ekonomi …*, 2025, https://jurnal.staikap.ac.id/index.php/silah/article/view/66.

[30] D Fadilah et al., "Penguatan Ekosistem Industri Halal Nasional Berbasis Ekonomi Syariah," *Journal of Islamic …*, 2026, https://athallahpublishing.com/index.php/almudayanah/article/view/136.

[31] N Z Kamila, "Potensi Ekonomi Kreatif Dalam Pemberdayaan Umkm Berbasis Industri Halal Di Indonesia," *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Kreatif*, 2025, https://journal.stienugresik.ac.id/index.php/jek/article/view/160/95.

[32] K E Hashim, M A Tumiran, and A Husna, "… Industri Halal: Aplikasi Elemen Keselamatan Makanan Dalam Kalangan Pengusaha Pembuatan Produk Makanan Di Bangi, Selangor: Maqasid Shariah in Halal …," *Journal of Management and …*, 2023, https://jmm.uis.edu.my/index.php/jurnal/article/view/144.

Pada fase produksi, halal integrity mulai diuji secara praktis. Proses pengolahan makanan, minuman, kosmetik, atau farmasi harus dirancang sedemikian rupa sehingga tidak terjadi kontaminasi silang atau pelanggaran proses yang diharamkan. Studi terkini tentang *halal integrity management* dalam rantai logistik menunjukkan bahwa tanpa pengaturan khusus di area produksi, risiko halal sangat tinggi, terutama pada fasilitas yang sekaligus memproduksi produk halal dan non-halal.[33]

Praktik yang umum direkomendasikan meliputi: 1) *Fasilitas dan peralatan khusus*: penggunaan jalur produksi, mesin, dan peralatan yang didedikasikan untuk produk halal, atau setidaknya diterapkan prosedur *changeover* yang ketat setelah produksi non-halal, 2) *Pemisahan fisik*: penyimpanan bahan baku halal dan non-halal di area yang terpisah, dengan pelabelan yang jelas dan pengendalian akses yang ketat, dan 3) *Pelatihan tenaga kerja*: SDM yang memahami aspek halal, sehingga tidak hanya mengikuti prosedur, tetapi juga memiliki *mindset* menjaga kehalalan sebagai bagian dari tanggung jawab moral dan profesional.[34]

Fase berikutnya adalah fase Logistics and Distribution. Penyimpanan dan distribusi sering kali dianggap sebagai "titik buta" dalam *halal supply chain*, karena banyak perusahaan fokus pada produksi, tetapi mengabaikan risiko kehalalan di gudang dan armada. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa risiko utama di fase ini meliputi: 1) *Halal contamination* dalam gudang: pencampuran produk halal dengan non-halal, penggunaan rak yang sama tanpa pemisahan, atau kegagalan kontrol suhu untuk produk hewani, dan 2) Halal breach di proses logistik: pengangkutan bersama dengan produk non-halal, penggunaan kontainer yang sebelumnya memuat bahan haram tanpa pembersihan memadai, atau perubahan rute/penyimpanan yang tidak terdokumentasi.[35]

[33] D Utari, M I Fasa, and S Suharto, "Industri Halal Berkontribusi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Era Pandemi Covid-19: Peluang Dan Tantangan," *Jurnal Bina Bangsa …*, 2022, http://jbbe.lppmbinabangsa.id/index.php/jbbe/article/view/119.

[34] G T Pambekti et al., "Industri Halal Di Indonesia," *Penerbit Az-Zahra …*, 2025, https://az-zahra.or.id/ams/article/view/10.

[35] D E Saputra, N A Nazira, and ..., "Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Melalui Ekosistem Industri Halal Di Indonesia," *Jurnal Ilmiah …*, 2025, https://ejurnal.kampusakademik.my.id/index.php/jemba/

Risiko kehalalan pada fase ini akan teruji melalui adanya integritas. Membangun integritas pada fase logistik tidak mudah, dan perlu sinergi yang kuat antara lembaga dan praktisi. Kekuatan sinergi mitra dapat melahirkan rekomendasi beberapa hal, yaitu: 1) Rancangan ulang SOP logistik halal, termasuk pemisahan ruang penyimpanan, jadwal pengiriman, dan rute yang diminimalkan risikonya, 2) Implementasi sistem pelacakan digital yang memungkinkan pemantauan lokasi dan kondisi produk secara real-time, sehingga setiap potensi pelanggaran dapat dideteksi lebih awal, dan 3) Sertifikasi logistik halal atau penerapan halal control system di pihak ketiga (*third-party logistics, 3PL*), yang saat ini belum banyak diatur secara khusus di banyak negara.[36]

Adapun fase terakhir adalah fase *Downstream.* Pada fase *downstream*, tantangan integrity bergeser dari aspek teknis ke aspek sosial-ekonomi dan kepercayaan. Ritel, restoran, dan konsumen akhir menjadi penentu apakah kehalalan produk benar-benar dihormati atau justru diabaikan. Beberapa risiko yang mungkin muncul antara lain: 1) Pelabelan yang menyesatkan: produk yang tidak bersertifikat halal tetapi dipromosikan seolah-olah halal, atau sertifikat yang sudah kadaluarsa, dan 2) Perilaku konsumen: penggunaan produk halal yang dicampur dengan produk non-halal di rumah tangga atau restoran yang dapat mengurangi bahkan meniadakan nilai kehalalan.[37]

Pada dimensi ini, integritas konsumen harus dibangun dengan piranti yang jelas. Piranti disiapkan melalui keterlibatan perusahaan dan regulator untuk: 1) Menyediakan informasi yang jelas dan mudah dipahami tentang status halal, batas waktu sertifikasi, dan potensi risiko kontaminasi, dan 2) Melibatkan komunitas Muslim (misalnya lembaga keagamaan, asosiasi konsumen) dalam proses sertifikasi

article/view/1074.

36 A Azwar and K Aqbar, "Strategi Penguatan Industri Halal Di Indonesia: Analisis SWOT: Strategy for Strengthening the Halal Industry in Indonesia: SWOT Analysis," *AL-KHIYAR: Jurnal Bidang Muamalah Dan …*, 2024, https:// journal. stiba. ac.id / index.php / khiyar / article / view /1432.

37 W Lumaksono and M B Munir, "Konsep Ekonomi Kreatif Untuk Mendorong Perkembangan Industri Halal Di Indonesia," *… and Trading Halal …*, 2025, https://jurnal.gerakanedukasi.com/index.php/CETHE/article/view/97.

dan pengawasan, sehingga integrity tidak hanya diukur dari sudut pandang teknis, tetapi juga dimensi sosial-keagamaan.[38]

Selain piranti di atas, untuk membangun halal integrity, diperlukan mekanisme jaminan yang sistematis dan terstruktur, bukan sekadar sertifikasi satu kali. Dalam konteks industri, mekanisme ini sering disebut sebagai *Halal Assurance System (HAS)* atau *Halal Control System*. *Halal Assurance System (HAS)* adalah sistem manajemen yang dirancang untuk memastikan kepatuhan terhadap standar halal di seluruh proses produksi dan distribusi. HAS memang tidak sama dengan sistem kualitas umum, tetapi dapat diintegrasikan dengan standar manajemen mutu seperti ISO 9001.[39]

Beberapa komponen utama HAS meliputi: 1) Standar manajemen halal: kebijakan, prosedur, dan kriteria yang menunjukkan komitmen perusahaan terhadap kehalalan, 2) Pengendalian standar halal: sistem pemantauan dan audit internal untuk memastikan prosedur halal diterapkan secara konsisten, 3) Haram Analysis and Control of Critical Points (HrACCP): mirip dengan HACCP, tetapi difokuskan pada identifikasi dan pengendalian titik kritis yang berpotensi mengandung bahan haram atau perilaku yang diharamkan, 4) Direktori dan database halal: daftar bahan halal dan non-halal, serta informasi pemasok dan prosedur mitigasi risiko. Dengan HAS, perusahaan dapat membangun sistem yang berkelanjutan untuk menjaga halal integrity, bukan hanya mengandalkan inspeksi satu kali dari lembaga sertifikasi.[40]

Mekanisme jaminan halal lainnya adalah *halal control system.* Mekanisme jaminan di level operasional mengacu pada seluruh prosedur harian yang dirancang untuk menjaga kehalalan produk di lapangan. Beberapa elemen penting meliputi: 1) Standard Operating Procedures (SOP) halal untuk setiap proses: penerimaan bahan baku,

38 A Hasna, "Potensi Industri Halal Indonesia Dalam Peta Ekonomi Syariah Global," *Jurnal Ekonomi Islam*, 2025, https:// oj.mjukn.org / index.php / jei/article / view /710.

39 M F Romadhon, N C Putri, and ..., "PRODUKSI HALAL DAN STANDAR SYARIAH DALAM INDUSTRI: Studi Kepatuhan Industri Terhadap Prinsip Halal Dan Standar Syariah Dalam Rantai Produksi," *Jurnal Inovasi Bisnis …*, 2025, http://journal.tangrasula.com/index.php/jibi/article/view/117.

40 H H Adinugraha et al., *Perkembangan Industri Halal Di Indonesia* (repository.uingusdur.ac.id, 2022), https://repository.uingusdur.ac.id/709/.

produksi, penyimpanan, distribusi, dan pelabelan, 2) Checklist dan dokumentasi: setiap langkah kritis direkam untuk memastikan kepatuhan dan memudahkan audit internal maupun eksternal, dan 3) Pengendalian perubahan: setiap perubahan bahan baku, pemasok, atau proses harus melalui prosedur evaluasi halal sebelum diimplementasikan.[41]

Beberapa studi menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan halal control system secara ketat umumnya memiliki tingkat kepercayaan konsumen dan reputasi halal yang lebih baik, karena risiko pelanggaran dapat terdeteksi lebih awal. Risiko utama dalam halal supply chain dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori besar: *halal contamination*, *halal breach* di proses logistik, dan *information asymmetry* antara produsen dan konsumen.[42]

a. *Halal Contamination* (Kontaminasi Bahan Non-Halal)

Halal contamination merujuk pada masuknya bahan atau proses yang diharamkan ke dalam produk yang seharusnya halal. Contoh konkret meliputi: 1) Penggunaan gelatin atau lemak non-halal sebagai bahan tambahan, 2) Penggunaan peralatan atau perpipaan yang juga digunakan untuk produk berbasis babi tanpa pembersihan memadai.[43]

Pencegahan kontaminasi dilakukan melalui 1) *Dedicated equipment and facilities* (peralatan dan fasilitas khusus untuk produk halal), 2) *Physical segregation* (pemisahan fisik bahan dan produk halal-non-halal dalam gudang dan pabrik), dan 2) *Rigorous cleaning and sanitization* setelah penggunaan bersama dengan produk non-halal.[44]

[41] S Sunarmo, A T Arsyad, and ..., "Persaingan Pasar Dan Tantangan Industri Farmasi Halal Di Indonesia," *Bukhori: Kajian Ekonomi …*, 2025, https://eprints.uai.ac.id/2547/.

[42] M Mahsun, N Hasib, and M Shohib, "Telaah Literasi Traceability Supply Chain Process Sebagai Bagian Dari Jaminan Produk Dan Industri Halal," *Proceedings of Annual …*, 2022, https://scholar.archive.org/work/h4c2s2526jagpevtad7j5ixeva/access/wayback/http://proceedings.kopertais4.or.id/index.php/ancoms/article/download/454/324.

[43] H Syamsuri, I Parakkasi, and C Muthiadin, "Transformasi Industri Pangan Melalui Undang-Undang Pangan Halal: Manajemen Efektif Sistem Jaminan Halal," *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2024.

[44] M I R Ramadhan, E Yuliana, and ..., "KONTRIBUSI INDUSTRI HALAL TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA MELALUI SERTIFIKASI DAN UMKM," *Jurnal Media …*, 2025, https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/4183.

b. *Halal Breach* dalam Proses Logistik

Halal breach di proses logistik terjadi ketika prosedur yang seharusnya menjaga kehalalan dilanggar, misalnya: Pengangkutan bersama dengan produk non-halal dalam satu armada tanpa pengaturan khusus, dan Penyimpanan sementara di gudang yang tidak terpisah, sehingga terjadi risiko kontaminasi silang. Untuk mengurangi risiko ini, beberapa praktik terbaik meliputi: 1) Pembuatan standar halal logistics yang meliputi pemisahan ruang, jadwal, dan rute, serta penggunaan armada khusus jika memungkinkan, 2) Audit berkala terhadap pihak ketiga logistik untuk memastikan kepatuhan standar halal, dan 3) Pelatihan driver dan petugas gudang mengenai pentingnya menjaga kehalalan selama proses penanganan produk.[45]

c. *Information Asymmetry* antara Produsen dan Konsumen

Information asymmetry muncul ketika konsumen tidak memiliki informasi yang cukup atau jelas tentang kehalalan produk yang mereka beli. Hal ini bisa terjadi karena: 1) Kurangnya transparansi: produsen tidak menyediakan informasi yang detail tentang sumber bahan baku, proses produksi, atau status sertifikasi, dan 2) Ketidakpahaman konsumen: konsumen tidak memahami makna sertifikat halal atau tidak tahu cara memverifikasi keaslian sertifikasi.[46]

Teknologi seperti sistem pelacakan berbasis QR code dan basis data halal nasional (misalnya sistem SiHalal BPJPH di Indonesia) dapat membantu mengurangi information asymmetry. Penelitian tentang *Halal Value Chain (HVSC) Management* menunjukkan bahwa adopsi teknologi dan dukungan pemerintah memiliki pengaruh signifikan terhadap transparansi dan kepercayaan terhadap keaslian halal.[47]

[45] S A Zuhra and S Sugianto, "Peran Pembiayaan Industri Halal Di BMT: Sebuah Kajian Literatur Tentang Tantangan Dan Pengembangan," *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 2024, https: // www.siproda.id /index .php / J -CEKI/article/view/5770.

[46] Y A Faisal and A Apriliadi, "Faktor Kesuksesan Akselerasi Ekspor UKM Industri Halal Di Indonesia: Analisis Delphi," *SERAMBI: Jurnal Ekonomi …*, 2021, http: /ejournal .imperiuminstitute. org /index .php/ SERAMBI /article/ view /545.

[47] S P Juliana et al., *Industri Halal: Peluang Dan Tantangan Global* (books.google.com, 2025), https://

2.4 Maqasid Syariah sebagai Landasan Nilai Resiliensi

Dalam tradisi ekonomi Islam, maqasid syariah menjadi dasar normatif untuk menilai baik-buruknya suatu aktivitas ekonomi: perlindungan jiwa (hifz al-nafs), harta (hifz al-mal), martabat (hifz al-karamah / hifz al-'ird), akal (hifz al-'aql), dan keturunan (hifz al-nasl). Maqasid ini tidak hanya berfungsi sebagai prinsip etika, tetapi juga sebagai kerangka tujuan yang membentuk struktur kelembagaan, regulasi, dan praktik bisnis, termasuk dalam konteks manajemen rantai pasok dan resiliensi industri halal.[48]

Integrasi maqasid syariah ke dalam halal supply chain dan green supply chain terkini menunjukkan bahwa prinsip syariah tidak lagi sekadar soal kepatuhan ritual formal, tetapi juga soal tanggung jawab sosial, keadilan ekonomi, dan keberlanjutan ekologis. Dalam konteks resiliensi industri halal, maqasid syariah menjadi kriteria normatif untuk menilai apakah suatu sistem rantai pasok tidak hanya "teknis-efisien", tetapi juga berasaskan keberlangsungan, keadilan, dan keamanan untuk semua pihak.[49]

Pernyataan sekaligus sebagai respons atas pertanyaan bahwa rantai pasok tidak sekadar "teknis-efisien" tapi justeru melampauinya dapat dilihat dari bagaimana lima maqasid syariah bekerja dan berdampak terhadap resiliensi ekonomi.[50]

a. Hifz al-Nafs (Perlindungan Jiwa)

Dalam konteks ekonomi, hifz al-nafs berarti memastikan bahwa aktivitas ekonomi mendukung kesejahteraan fisik, mental, dan spiritual, bukan hanya memenuhi kebutuhan material. Dalam industri halal, hifz al-nafs menuntut bahwa produk tidak hanya "aman secara hukum" (misalnya memiliki sertifikat halal), tetapi juga aman secara konsumsi: bebas dari bahan berbahaya, risiko kontaminasi, dan praktik yang dapat merusak kesehatan fisik maupun psikis.[51]

Dalam konteks resiliensi industri halal, hifz al-nafs berimplikasi pada: 1) Kualitas produk yang terjaga, bahkan saat terjadi krisis (misalnya pandemi, kenaikan harga bahan baku, atau gangguan rantai pasok), sehingga pasokan kebutuhan dasar tetap terjamin, 2) Ketahanan pangan halal: memastikan ketersediaan bahan baku halal yang aman, tidak tercampur dengan bahan haram, serta produksi yang tidak mengorbankan kualitas demi efisiensi semata, dan 3) Kebijakan sosial yang mendorong distribusi adil dan solidaritas (zakat, infak, bantuan) agar kelompok rentan tidak terjebak dalam produk murah namun berisiko.[52]

b. Hifz al-Mal (Perlindungan Harta)

Hifz al-mal tidak sebatas menjaga harta dari kerugian, tetapi mencakup perolehan secara halal, pengelolaan yang amanah, distribusi adil, serta pemanfaatan untuk kemaslahatan bersama. Dalam konteks rantai pasok halal, hifz al-mal menuntut sistem yang efisien, transparan, dan bebas dari penipuan, manipulasi, atau praktik eksploitatif yang merugikan produsen, pemasok, maupun konsumen.[53]

Implikasi hifz al-mal bagi resiliensi industri halal meliputi: 1) Manajemen biaya dan risiko yang mencegah pemborosan, predasi, dan *rent-seeking* dalam rantai pasok, sehingga industri dapat bertahan dalam kondisi ekonomi yang tidak pasti, 2) Pemeliharaan kekayaan umat melalui investasi yang menumbuhkan kemaslahatan, bukan hanya laba singkat, sehingga rantai pasok

books.google.com/books ? hl =en% 5C&lr= %5C&id= OfZkEQAA QBAJ%5C&oi =fnd%5C&pg=PA2%5C&dq=industri+halal%5C&ots=J2piFBvStO%5C&sig=bISkyGuwXCxpmPDlGVtBMWxylt8.

48 K Aqbar and A Azwar, "… Penguatan Industri Makanan Halal Di Indonesia: Daya Saing, Keberlanjutan, Dan Penetrasi Pasar Global: Integrated Strategy for Strengthening the Halal …," *TIJARAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis …*, 2025.

49 L Khikmawati, "Optimalisasi Potensi Industri Halal Di Indonesia Melalui Peran Pasar Modal Syariah," *Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2021, http://ejournal.iaiskjmalang.ac.id/index.php/iqtis/article/view/250.

50 A Rahmawatus, H Gazani, and E Faraby, "Strategi Indonesia Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Industri Halal Global," *Jurnal Pendidikan Sosial …*, 2025, http://publisherqu.com/index.php/pediaqu/article/view/3172.

51 P Paryadi, "Maqashid Syariah: Definisi Dan Pendapat Para Ulama," *Cross-Border*, 2021, http://journal.iaisambas.ac.id/index.php/Cross-Border/article/view/742.

52 A Fattah, "Implementasi Maqashid Syariah Dalam Ekosistem Ekonomi Dan Keuangan Syariah Di Indonesia: Analisis Pencapaian Kesejahteraan Sosial Dan Ekonomi Berkelanjutan," *El-Iqthisady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2024, https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/iqthisadi/article/view/52302.

53 D Amaliya, "Maqashid Syariah: Konsep Dan Implementasinya Dalam Hukum Islam Kontemporer," *Maliki Interdisciplinary Journal*, 2024, https://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/article/view/11783.

halal dapat beradaptasi tanpa mengorbankan kualitas atau kehalalan, dan 3) Penguatan lembaga keuangan syariah yang menyediakan pembiayaan berbasis keadilan, sehingga pelaku usaha halal, terutama UMKM, memiliki akses modal yang stabil dan inklusif.[54]

c. Hifz al-'Ird dan Hifz al-Karamah (Martabat dan Reputasi)

Hifz al-'ird (perlindungan kehormatan/personal integrity) dan dimensi martabat manusia (hifz al-karamah) menuntut bahwa setiap aktor dalam rantai nilai dihargai secara bermartabat, baik sebagai produsen, pekerja, maupun konsumen. Dalam konteks industri halal, hal ini berarti menolak praktik eksploitasi tenaga kerja, diskriminasi, atau stigmatisasi terhadap produk atau konsumen halal.[55]

Bagi resiliensi, perlindungan martabat erat kaitannya dengan: 1) Reputasi industri halal: produk yang diproduksi secara adil dan bermartabat cenderung lebih dipercaya dan lebih mudah dipertahankan ketika terjadi krisis informasi atau isu kredibilitas, dan 2) Kerangka kerja etis bagi digital traceability: sistem *blockchain*, *QR code*, dan *big data* yang transparan, namun tetap melindungi privasi dan martabat pelaku rantai pasok.journal.[56]

d. Hifz al-'Aql (Rasionalitas, Manajemen Risiko, dan Governance)

Hifz al-'aql menuntut perlindungan terhadap keberfungsian akal: terhindar dari kerusakan oleh hal-hal yang merusak, seperti zat haram, informasi menyesatkan, atau tekanan ekonomi yang mendorong ketergantungan. Dalam konteks resiliensi, hifz al-'aql menuntut manajemen risiko dan pengambilan keputusan yang rasional, transparan, dan berbasis informasi berkualitas, bukan keputusan yang emosional, spekulatif, atau berbasis kebohongan.[57]

Beberapa konsekuensi praktisnya adalah: 1) Penerapan sistem manajemen risiko halal yang mengidentifikasi titik kritis kontaminasi, kegagalan sertifikasi, dan kebocoran informasi, sehingga industri dapat bereaksi cepat dan terukur, dan 2) Pendidikan dan pelatihan yang memperkuat literasi keuangan maupun kehalalan, sehingga pelaku industri dan konsumen tidak mudah tertipu oleh klaim halal palsu atau praktik *greenwashing / halalwashing*.[58]

e. Hifz al-Nasl (Keturunan, Kehidupan, dan Keberlanjutan Generasi)

Hifz al-nasl berarti perlindungan terhadap kelangsungan keturunan, generasi, dan lingkungan kehidupan yang menopang keberlangsungan manusia. Dalam konteks rantai pasok halal dan hijau, ini berarti menjaga agar praktik produksi dan konsumsi hari ini tidak merusak lingkungan dan sumber daya yang dibutuhkan generasi berikutnya.[59]

Maqasid ini menopang resiliensi jangka panjang, karena: 1) Industri halal yang merusak lingkungan akan menghadapi krisis berkelanjutan (kelangkaan bahan baku, kenaikan risiko iklim, penolakan pasar global terhadap deforestasi, polusi, dan emisi tinggi), 2) Sebaliknya, integrasi green supply chain dengan prinsip syariah (green halal supply chain) dapat mengurangi emisi, meminimalkan limbah, dan meningkatkan efisiensi, sehingga kesiagaan terhadap krisis ekologis dan regulasi lingkungan meningkat.[60]

[54] A Farikhin, A H Ridwan, and H Mulyasari, "Kajian Historis Maqashid Syariah Sebagai Teori Hukum Islam," *Asy-Syari'ah*, 2022, https://pdfs.semanticscholar.org/c499/88a51b66cb687e73875df7bdf8c3a9848070.pdf.

[55] T D Pertiwi and S Herianingrum, "Menggali Konsep Maqashid Syariah: Perspektif Pemikiran Tokoh Islam," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2024, https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/12386.

[56] M Muwaffaq, F Ni'mah, and K Irfani, "Maqashid Syariah Dalam Perspektif Ibnu Asyur," *Attujjar: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2021, https://jurnal.insida.ac.id/index.php/attujjar/article/view/81.

[57] U Ubaidillah, I Nur, and A M Anshor, "Konstruksi Ekonomi Islam Berbasis Interdisipliner: Studi Islam Dan Maqashid Syariah," *... Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 2024, https://www.researchgate.net/profile/Iffatin-Nur/publication/387522466_Konstruksi_Ekonomi_Islam_Berbasis_Interdisipliner_Studi_Islam_dan_Maqashid_Syariah/links/6772c43a894c55208534b304/Konstruksi-Ekonomi-Islam-Berbasis-Interdisipliner-Studi-Islam-dan-Maqashid-Syariah.pdf.

[58] M H A Masduqie, S Syarifudin, and ..., "… of Waste Bank in the Perspective of Maqashid Sharia in Surabaya-Green Economy Melalui Bank Sampahdalam Perspektif Maqashid Syariah Di Kota Surabaya," *Jurnal Ekonomi Syariah …*, 2021, http://repository.uinsa.ac.id/id/eprint/2469/.

[59] I U Sholichah, "Realisasi Maqashid Syariah Index (MSI) Dalam Menguji Performa Perbankan Syariah Di Indonesia," *… Syari'ah: Jurnal Pemikiran Perbankan Syariah*, 2022, https://journal.ibi.ac.id/Madanisyariah/article/view/409.

[60] I La Harisi and M W Abdullah, "Pembaharuan Hukum Keluarga Islam Dalam Menghadapi Tantangan

Penelitian terkini tentang *Green Halal Supply Chain* (GHSC) menunjukkan bahwa pendekatan selama ini masih cukup teknis dan belum kuat berbasis nilai Islam. Dengan mengintegrasikan maqasid syariah, GHSC tidak lagi hanya berorientasi efisiensi dan kepatuhan standar, tetapi juga keberlanjutan, keadilan sosial, dan tanggung jawab etis.[61]

Beberapa implikasi konkret integrasi maqasid dalam GHSC adalah 1) Hifz al-nafs: mendorong penggunaan bahan baku yang aman, ramah lingkungan, dan tidak beracun, sehingga produk halal sekaligus mendukung kesehatan manusia dan ekosistem, 2) Hifz al-mal: mendorong efisiensi energi dan material, pengurangan pemborosan, serta pemanfaatan teknologi yang menurunkan biaya operasional jangka panjang, dan 3) Hifz al-nasl: mengarahkan kebijakan pengelolaan limbah, emisi, dan keanekaragaman hayati, sehingga industri halal tidak hanya menguntungkan hari ini, tetapi juga menjaga keberlanjutan generasi mendatang.[62]

GHSC berbasis maqasid menjadi kerangka resiliensi ekologis bagi industri halal: siap menghadapi regulasi lingkungan yang semakin ketat, tekanan pasar global terhadap *sustainability*, dan risiko krisis sumber daya. Dengan demikian, maqasid syariah menjadi landasan nilai resiliensi industri halal.[63]

a. Resiliensi sebagai Pemenuhan Lima Maqasid

Resiliensi dalam konteks industri halal dapat dipahami sebagai kemampuan sistem ekonomi-rantai pasok untuk menyerap guncangan, bereaksi cepat, dan beradaptasi, tanpa mengorbankan lima maqasid syariah. Artinya, sistem yang "resilien" tidak hanya cepat pulih, tetapi juga: tetap melindungi jiwa konsumen, menjaga harta dan kredibilitas industri, memelihara martabat dan hak seluruh pihak, menggunakan akal dan governance yang rasional, serta menjaga keberlanjutan generasi dan lingkungan.[64]

b. Maqasid dalam Rantai Pasok Digital dan SVC

Penelitian terbaru tentang Sharia Value Chain (SVC) dan transformasi digital dalam halal supply chain menunjukkan bahwa penerapan teknologi (seperti *blockchain, IoT, cloud computing*) dapat meningkatkan transparansi, kecepatan distribusi, dan akuntabilitas. Namun, tanpa kerangka maqasid syariah, teknologi tersebut berisiko digunakan secara semata-mata efisien, tanpa memperhatikan keadilan, keamanan data, dan keberlanjutan.[65]

Dengan menghubungkan SVC dengan maqasid, maka 1) hifz al-din dan hifz al-mal menjadi dasar penilaian kejujuran, kehati-hatian, dan keamanan sistem informasi halal, 2) hifz al-nafs menuntut sistem yang memastikan keamanan produk meskipun terjadi gangguan teknis, dan 3) hifz al-aql menuntut bahwa data dan algoritma yang digunakan tidak menyesatkan, tetapi justru memperkuat literasi halal dan pengambilan keputusan yang rasional.[66]

c. Integrasi Maqasid untuk IKM Halal dan Resiliensi Mikro

Studi tentang strategi integrasi Halal Supply Chain Management (HSCM) bagi IKM di Indonesia menunjukkan bahwa maqasid syariah dapat menjadi dasar kepatuhan syariah mandiri yang sederhana, efisien, dan terukur. Dengan pilar: kepatuhan syariah mandiri berbasis maqasid, efisiensi manajerial melalui klaster logistik, dan transparansi digital melalui sistem *traceability* sederhana (QR Code), IKM halal mampu membentuk resiliensi mikro yang: 1) menjaga hifz al-nafs (keamanan dan kehalalan produk), 2) menjaga hifz al-mal (rasionalisasi biaya

Sosial Kontemporer Persepektif Maqashid Syariah," *USRAH: Jurnal …*, 2024, https://jurnal.staim-probolinggo.ac.id/USRAH/article/view/1358.

61 A Sahidin and M Muslih, "Pengembangan Sains Berorientasi Maqashid Syariah," *Konferensi Integrasi Interkoneksi Islam …*, 2025, https://ejournal.uin-suka.ac.id/saintek/kiiis/article/view/4786.

62 D P Sari, A O Fitri, and M I Fasa, "Implementasi Prinsip Maqashid Syariah Dalam Operasional Perbankan Syariah," *Inflasi: Jurnal Ekonomi …*, 2025, https://ejurnal.faaslibsmedia.com/index.php/inflasi/article/view/120.

63 Y D Febriandina and ..., "Maqashid Syariah Sebagai Paradigma Pengembangan Inovasi Produk Pada Perbankan Syariah," *Jurnal Rumpun …*, 2025, https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jrme/article/view/6876.

64 M A B Suhairi and D Tanjung, "Maqashid Syariah Menurut Al-Juwayni," *MODELING: Jurnal Program …*, 2024, http://jurnal.stitnualhikmah.ac.id/index.php/modeling/article/view/2751.

65 T Satria and W Sari, "Maqashid Syariah Sebagai Paradigma Hukum Islam Kontemporer," *Al-Ilmiya: Jurnal Pendidikan Islam*, 2025, https://journal.al-afif.org/index.php/al-ilmiya/article/view/476.

66 M A D Shintia et al., "Konsep Produksi Dalam Ekonomi Islam: Tinjauan Maqashid Syariah Dan Keberlanjutan," *Jurnal Ekonomi …*, 2025, http://journal.tangrasula.com/index.php/jeki/article/view/118.

dan meningkatkan daya saing), 3) serta memperkuat hifz al-'aql (penguatan literasi dan manajemen risiko).[67]

Jadi, maqasid syariah bukan hanya kaidah etika, tetapi sumber nilai yang membentuk arsitektur resiliensi dalam ekonomi halal. Resiliensi rantai pasok halal dan hijau yang berbasis maqasid akan 1) lebih tahan terhadap krisis kesehatan, guncangan ekonomi, maupun krisis ekologis, karena didasarkan pada perlindungan jiwa, harta, akal, martabat, dan keturunan, 2) lebih mudah diterima publik, karena tidak hanya beroperasi secara efisien, tetapi juga bermaslahat bagi masyarakat, khususnya umat Islam, dan 3) lebih mudah ditemukan celah sinergi dengan agenda global seperti Sustainable Development Goals (SDGs), karena maqasid dan SDG sama-sama berorientasi pada kesejahteraan, keadilan, dan keberlanjutan.[68]

3. Kerangka Konseptual Resiliensi Industri Halal

Kerangka konseptual Halal Supply Chain Resilience (HSCR) mencakup pilar utama, faktor pendukung dan moderasi, serta outcome resiliensi rantai pasok halal. Resiliensi dalam konteks ini tidak sekadar kemampuan pulih cepat dari gangguan, tetapi juga kemampuan sistem ekonomi-halal untuk menjaga kehalalan, keadilan, dan keberlanjutan sesuai dengan prinsip syariah, khususnya lima maqasid: hifz al-nafs, hifz al-mal, hifz al-'aql, hifz al-karamah, dan hifz al-nasl.[69]

Kerangka HSCR yang diusulkan memosisikan tata kelola halal (*governance* dan regulasi), kemampuan digital dan teknologi halal, serta etika syariah dan halal leadership sebagai pilar utama. Pilar-pilar ini bekerja secara sinergis dengan faktor pendukung dan moderasi berupa kolaborasi ekosistem halal dan dukungan lembaga/kebijakan, sehingga menghasilkan outcome berupa HSCR yang tercermin dalam tiga dimensi: *operational continuity*, *halal integrity maintenance*, dan *trust & reputation preservation*.[70]

3.1 Pilar Utama Kerangka HSCR

Kerangka HSCR dalam industri halal tidak bisa lepas dari pilar pokok yang kuat, yaitu tatakelola dan regulasi halal, *digital capability* dan teknologi halal, serta sharia ethics dan halal leadership.

a. Tatakelola dan Regulasi Halal

Tatakelola halal merujuk pada keseluruhan sistem tata kelola jaminan produk halal, termasuk regulasi, sertifikasi, lembaga pengawas, serta kerangka koordinasi antar-stakeholder. Dalam konteks Indonesia, BPJPH berperan sebagai regulator utama yang merumuskan kebijakan, menetapkan standar, serta menerbitkan/dicabut sertifikat halal dan label halal pada produk.[71]

Di level internasional, Organisasi Kerja Sama Islam (OIC) melalui Standards and Metrology Institute for Islamic Countries (SMIIC) dan kerja sama OIC-ASEAN-GCC berperan dalam harmonisasi standar halal lintas negara, sehingga mendorong interoperabilitas sertifikasi halal dan mengurangi kebingungan regulasi bagi pelaku bisnis global.[72] Governance halal yang kuat berkontribusi langsung terhadap resiliensi dengan cara: 1) Menyediakan standar yang jelas tentang apa yang dimaksud dengan produk halal dan proses yang diperbolehkan, 2) Mengurangi uncertainty regulasi melalui kepastian hukum dan prosedur yang stabil, sehingga pelaku usaha halal dapat merencanakan jangka panjang tanpa waswas terhadap perubahan regulasi mendadak, dan 3) Mendorong interoperability antar lembaga sertifikasi melalui mekanisme *data sharing*, *mutual recognition agreements (MRA)*, dan harmonisasi metode audit, sehingga produk halal dapat bergerak lebih lancar lintas pasar.[73]

---

67 H Fauzan and D H Imawan, "Pemikiran Maqashid Syariah Al-Tahir Ibn Asyur," *Al-Mawarid Jurnal Syariah Dan Hukum …*, 2023, https://journal.uii.ac.id/JSYH/article/view/24639.

68 M S Al Farisi, "Konsep Pariwisata Halal Di Indonesia Dalam Perspektif Maqashid Syariah," *Perbanas Journal of Islamic Economics and …*, 2022, https://joieb.perbanas.id/index.php/Joieb/article/view/27.

69 K Kristianingsih, R A Al Fahri, and ..., "Penerapan Maqashid Syariah Index Pada Perbankan Syariah Di Indonesia," *Journal of Applied …*, 2021, https://pdfs.semanticscholar.org/0a4a/c1a843bac9a4b98bb12be32205b55959d23f.pdf.

70 R R F Syakur, "Sosialisasi Industri Halal Indonesia," *Melayani: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2024, https://jurnal.sitasi.id/melayani/article/view/87.

71 B Findayani, N Masruroh, and ..., "Implementasi Halal Supply Chain Management Pada Industri Pangan: Kajian Literatur Dan Implikasi Pengembangan Industri Halal Di Indonesia," *Jurnal Ekonomi Bisnis …*, 2026, https://www.ejournal.lapad.id/jebmak/article/view/1746.

72 M R D Nurdiansyah, "Sinergitas Akselerasi Lembaga Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Dan Lembaga Pemeriksa Halal Dalam Implementasi Sertifikasi Halal Industri Di Indonesia," *Journal of Halal Industry Studies*, 2023, https://journal.nurscienceinstitute.id/index.php/jhis/article/view/566.

73 A Efendi, M A Tawwab, and ..., "Landasan Hukum Syar'i Dan Hukum Positif Halal Haram Industri Produk Halal Indonesia," *Journal of Islamic …*, 2024, https://jurnal.kalimasadagroup.com/index.

Dalam perspektif maqasid syariah, tata kelola halal berfungsi sebagai pemenuhan hifz al-nafs (melalui perlindungan konsumen dari produk berbahaya dan tidak halal), hifz al-mal (melalui kepastian hukum, perlindungan reputasi, dan pencegahan kerugian ekonomi akibat pelanggaran kehalalan), serta hifz al-'aql (melalui regulasi yang rasional, transparan, dan dapat diakses oleh publik). Dengan kata lain, regulasi dan tata kelola bukan sekadar instrumen kontrol birokratis, tetapi instrumen pemeliharaan kemaslahatan yang memberikan dasar institusional bagi pembangunan industri halal yang resiliensi.[74]

Beberapa analisis tentang kerangka regulasi industri halal di Indonesia menunjukkan bahwa UU Jaminan Produk Halal (No. 33 Tahun 2014) dan Perpres tentang BPJPH menjadi fondasi penting bagi: perlindungan konsumen, kepastian hukum, dan profesionalisme penyelenggaraan jaminan produk halal. Dalam konteks resiliensi, fondasi regulasi semacam itu membuat industri halal lebih siap menghadapi tekanan eksternal (misalnya krisis kepercayaan, perubahan regulasi global, atau tekanan ekonomi) karena aktor-aktor di dalam sistem sudah memahami parameter kehalalan dan mekanisme koreksi yang tersedia.[75]

b. Digital Capability dan Teknologi Halal

Digitalisasi menjadi kunci peningkatan resiliensi rantai pasok halal. Beberapa studi tentang *emerging technology* dan *crisis management* di industri halal menunjukkan bahwa adopsi blockchain, kecerdasan buatan (AI), *internet of things* (IoT), dan *big data analytics* memungkinkan end-to-end traceability, transparency, dan predictive analytics untuk risiko halal dan operasional.[76] Dalam konteks HSCR, digital capability berfungsi sebagai pilar teknologis yang mendukung tiga dimensi outcome, yaitu: 1) *Operational continuity* (misalnya pemantauan real-time untuk deteksi dini gangguan), 2) *Halal integrity maintenance* (misalnya pelacakan jejak kehalalan bahan baku dan proses), dan 3) *Trust & reputation preservation* (misalnya sistem informasi yang memungkinkan konsumen mengecek keaslian sertifikasi halal).[77]

Blockchain dapat digunakan untuk merekam jejak kehalalan bahan baku dan proses produksi dari hulu hingga hilir, sehingga setiap pihak di dalam rantai nilai dapat mengakses informasi yang *immutable* dan *transparent*. Dalam praktiknya, catatan di blockchain bisa mencakup: sertifikasi halal pemasok, status pemotongan hewan, proses produksi, pemisahan fasilitas halal-non-halal, dan Log perubahan formulasi atau pemasok.[78]

Dengan sistem semacam ini, risiko halal contamination dapat dideteksi lebih awal, dan industri halal dapat merespons secara cepat ketika ada indikasi pelanggaran, misalnya bahan baku yang tidak sesuai atau proses yang tidak sesuai dengan prosedur halal. Pada saat yang sama, blockchain juga mendukung *transparency* bagi konsumen, sehingga kepercayaan terhadap produk halal meningkat dan krisis reputasi dapat dicegah.[79]

Selain blockchain, IoT dan sensor berperan dalam memastikan kondisi penyimpanan dan pengiriman sesuai dengan prinsip syariah, khususnya untuk produk hewani dan produk sensitif lainnya. Beberapa contoh penerapan praktis meliputi: 1) Pemantauan suhu dan kelembaban selama proses pendinginan dan transportasi, untuk mencegah kerusakan produk dan menjaga keamanan konsumsi, 2) Sensor posisi dan kondisi kontainer yang memberikan data real-time, sehingga logistik halal dapat memastikan produk tidak dicampur dengan non-halal atau dieksploitasi secara tidak etis, dan 3) Pencatatan otomatis aktivitas di gudang (misalnya penerimaan, pergudangan,

php/jiel/article/view/514.

74 A M Aji and S G Mukri, "Implementasi Maqashid Syariah Dan Aktualisasinya Dalam Pengembangan Sistem Ekonomi Islam," *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 2022, https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/salam/article/view/27108.

75 L Malihah et al., "Potensi Industri Halal Di Indonesia: Sebuah Tinjauan Pustaka Sistematis," *Jurnal Riset …*, 2024, https://jrp.kaltimprov.go.id/index.php/jrp/article/view/179.

76 A S Hutabarat, M Muztahidin, and ..., "Fintech Syariah Sebagai Penggerak Pertumbuhan Industri Halal Nasional," *Journal of Islamic …*, 2026, https://athallahpublishing.com/index.php/almudayanah/article/view/137.

77 M D Kusumah, M Z Pratama, and ..., "Peran Industri Halal Dalam Memperkuat Pertumbuhan Ekonomi Indonesia," *Jurnal Media …*, 2025, https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/1937.

78 S R Anandita et al., "Peningkatan Daya Saing Produk Pelaku Industri Makanan Olahan UMKM Melalui Pelatihan Sertifikasi Halal Dan BPOM," *Jumat Ekonomi …*, 2022, https://ejournal.unwaha.ac.id/abdimas_ekon/article/view/3278.

79 M G Harahap et al., *Industri Halal Di Indonesia* (books.google.com, 2023), https://books.google.com/books? hl=en&lr=&id= NlbPEA AAQBAJ& oi=fnd&pg=P A1&dq=halal &ots=f0fyvYtxy_&sig=0Ueh Nc X HLu ttYeD Vs HnZ xtyM nXM.

pengiriman), yang mempermudah audit dan investigasi jika terjadi masalah kehalalan.[80]

Dengan demikian, teknologi digital bukan hanya mendukung efisiensi dan penurunan biaya, tetapi juga menjadi instrumen penting untuk halal integrity dan resiliensi, karena memungkinkan sistem merespons lebih cepat, lebih akurat, dan lebih terukur ketika terjadi gangguan.

c. Sharia Ethics dan Halal Leadership

Dimensi sharia ethics dan halal leadership merujuk pada komitmen organisasi terhadap syariah yang lebih dalam, bukan hanya sekadar kepatuhan formal terhadap sertifikasi halal. Komponen utama dari dimensi ini meliputi: 1) Halal policy: kebijakan internal perusahaan yang secara eksplisit menyatakan komitmen terhadap kehalalan, keadilan, dan keberlanjutan, 2) Halal guideline: prosedur operasional dan proses pengambilan keputusan yang mengacu pada prinsip halal, termasuk pemilihan pemasok, desain produk, dan praktik pemasaran, 3) *Halal team*: satuan kerja atau komite khusus yang bertanggung jawab mengawasi dan mengembangkan praktik halal di seluruh rantai pasok, serta menjadi jembatan antara syariah, manajemen, dan operasional, dan 4) Halal leadership: kepemimpinan yang berorientasi maqasid syariah, yaitu bukan hanya mengejar profit semata, tetapi juga memikirkan dampak produk terhadap kesehatan, kedermawanan, keadilan sosial, dan keberlanjutan lingkungan.[81]

Beberapa kajian terkini menunjukkan bahwa *halal team* dan *manajemen commitment* menjadi faktor dominan dalam peningkatan resiliensi rantai pasok halal. Misalnya, studi tentang indeks Halal Supply Chain Resilience (HSCR) menemukan bahwa *halal team* dan kebijakan halal internal memiliki kontribusi yang lebih besar terhadap indeks resiliensi dibandingkan faktor teknis lainnya, seperti kapasitas teknologi atau struktur logistik.[82]

[80] I Natsir, I Hany, and E Herawaty, "Pembangunan Industri Halal Nasional Dengan Pendekatan SWOT Strategi," *Zhafir: Journal of Islamic Economics …*, 2022, https://jurnalsains.id/index.php/zhafir/article/view/134.

[81] E Indriastiningsih, P Parmini, and ..., "Peran Pemerintah Dalam Pengembangan Industri Halal," *El-Mal: Jurnal …*, 2024, http://repository.uin-malang.ac.id/23440/.

[82] M N Efendi and S Khomairoh, "Integrasi Industri Halal Dengan Sektor Pariwisata Religi Di Jawa Tengah," *Jurnal Pembangunan Daerah*, 2025, https://ejournal.jatengprov.go.id/index.php/JPD/article/view/1211/784.

[83] S Samsul et al., "Potensi Dan Pengembangan Industri Halal Di Indonesia," *… Kajian Ekonomi Dan …*, 2023, https://ejournals.ddipolman.ac.id/index.php/jimat/article/view/287.

[84] M Mukhlisin, *Ekonomi Politik Industri Halal Di Indonesia* (books.google.com, 2023), https://books.google.com/books ?hl=en %5C&lr =%5C&id =56nTEAA AQBAJ%5C &oi=fnd%5C&pg=PR23%5C&d q=ekonomi+politik % 5C &ots= 0O 2uaK d4ac%5 C&si g=i7 sHnal 8nAZ3 SkGj s1 KfZy 3kQ9M.

Dalam konteks integrasi rantai pasok halal, penelitian lain juga menunjukkan bahwa komitmen dan dukungan manajemen berperan signifikan dalam keberhasilan implementasi manajemen rantai pasok halal, terutama di kalangan IKM makanan dan minuman. IKM yang memiliki manajemen yang berkomitmen terhadap kehalalan dan bersedia mengalokasikan sumber daya untuk pelatihan, audit, dan perbaikan proses umumnya mencapai tingkat keberlanjutan dan daya saing yang lebih baik.[83]

Dari perspektif ekonomi Islam, *sharia ethics* berperan sebagai kerangka normatif yang mengarahkan perilaku perusahaan ke arah keadilan, kewaspadaan, dan keberlanjutan, bukan hanya kepatuhan teknis. Dalam konteks resiliensi, *sharia ethics*: 1) mendorong kehati-hatian dalam pengambilan risiko, sehingga perusahaan halal cenderung menghindari spekulasi ekstrem dan membangun sistem cadangan (*redundancy*) yang masuk akal, 2) menjaga hubungan baik dengan pemasok, karyawan, dan konsumen, sehingga ketika terjadi guncangan, kemitraan ini cenderung lebih tahan lama dan kolaboratif, dan 3) memperkuat reputasi dan kepercayaan, sehingga kegagalan minor dapat dikompensasi melalui komunikasi yang transparan dan upaya perbaikan yang cepat.[84]

3.2 Faktor Pendukung dan Moderasi

Dalam konteks teori resiliensi, faktor pendukung dan moderasi berperan sebagai variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan antar konstruk utama, misalnya antara pilar *governance* (pemerintah, lembaga sertifikasi) dan kinerja resiliensi industri halal. Dalam studi ekonomi dan manajemen rantai pasok halal, faktor pendukung umumnya meliputi sinergi kelembagaan, penguatan ekosistem, pembiayaan syariah, kapasitas SDM, dan infrastruktur digital, sedangkan faktor moderasi mengacu pada pemahaman

maqasid syariah, definisi identitas halal, atau nilai moderasi dan toleransi keagamaan yang dapat memperkuat dampak kebijakan terhadap keberlanjutan dan kepercayaan konsumen.[85]

3.2.1 Faktor Pendukung dalam Resiliensi Industri Halal

Ada beberapa faktor yang mendukung terwujudnya resiliensi industri halal, yaitu sinergi kebijakan pemerintah, penguatan ekosistem halal, dan kualitas sumber daya manusia (SDM) dan literasi halal.[86] Faktor *pertama* adalah sinergi kebijakan pemerintah dan kelembagaan tata kelola jaminan halal, yang menjadi fondasi makro-struktural bagi industri halal. Di Indonesia, BPJPH bertugas merumuskan regulasi, menyusun sistem jaminan, serta mengelola proses sertifikasi halal, yang pada gilirannya mengurangi ketidakpastian bisnis dan memberikan kepastian hukum bagi pelaku industri dan konsumen.[87]

Studi tentang *Manajemen Rantai Pasok Halal di Indonesia* (Analisis SWOT) menunjukkan bahwa regulasi yang kuat dan kebijakan pendampingan (misalnya insentif untuk sertifikasi gratis, pelatihan halal, dan pengembangan infrastruktur) menjadi faktor pendukung utama peningkatan keberlanjutan rantai pasok halal, khususnya untuk UMKM. Sebaliknya, kelemahan kebijakan seperti tingginya biaya sertifikasi, koordinasi lemah antar lembaga, dan rendahnya literasi halal pelaku usaha merupakan hambatan yang melemahkan potensi resiliensi industri halal.[88]

Dalam praktiknya, BPJPH dan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) seperti LPPOM MUI bertugas memastikan bahwa produk halal sesuai dengan standar kehalalan dan keamanan. Dalam konteks moderasi beragama, penyelenggaraan jaminan produk halal justru

[85] D S I Nasional, "Analisis Kebijakan Industri Halal Untuk Peningkatan," *PRSIDING PRSIDING*, n.d., https://media.neliti.com/media/publications/453583-none-49f9c837.pdf#page=101.

[86] N Fajrah, N T Putri, and D Fatrias, "Analisis Bibliometrik Sustainable Halal Supply Chain Pada Industri Kecil Menengah," *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 2025, https://scholar.archive.org/work/wyac4pklvnevjgb2gqhwxd4cta/access/wayback/https://forum.upbatam.ac.id/index.php/rsi/article/download/v10n2_nofriani/v10n2_nofriani/40210.

[87] M Masitoh and M Yarham, "INDUSTRI HALAL DALAM MENGDONGKRAK PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA DI ERA NEW NORMAL," *IQTISODINA*, 2023, https://ejournal.kopertais4.or.id/madura/index.php/IQTISODINA/article/view/7263.

[88] A Koswara and L Herlina, "Transformasi Digital Dalam Industri Halal: Peran AI, Blockchain, Dan IoT Dalam Menjamin Kehalalan Produk," *Hakikat: Journal of Halal Studies*, 2026, https://jos.unsoed.ac.id/index.php/jhs/article/view/15508.

menguatkan nilai toleransi dan kebersamaan, karena jaminan halal dirancang untuk beroperasi di tengah masyarakat majemuk, sehingga penerapannya mendorong dialog antar kepercayaan dan kolaborasi kelembagaan. Dengan kata lain, kebijakan dan tata kelola jaminan halal bukan sekadar instrumen teknis, tetapi faktor pendukung nilai yang memperkuat stabilitas sosial, kepercayaan masyarakat, dan keberlanjutan ekonomi.[89]

Faktor *kedua* adalah penguatan ekosistem halal, yaitu jaringan kolaboratif antara pemerintah, lembaga sertifikasi, UMKM halal, petani, pemasok, lembaga keuangan syariah, perguruan tinggi, dan konsumen. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa sinergi ekosistem menjadi penentu keberhasilan implementasi manajemen rantai pasok halal dan resiliensi UMKM. Kolaborasi dalam ekosistem halal dapat dibagi dua, yaitu 1) Kolaborasi vertikal: antar-tingkat rantai pasok, misalnya petani → pemasok → produsen → distributor → ritel → konsumen, dan 2) Kolaborasi horizontal: antar-perusahaan pada level yang sama, misalnya produsen halal saling berbagi best practice, pemasok berkoordinasi mengelola pasokan bahan baku halal, atau lembaga sertifikasi bekerja dengan universitas untuk pelatihan SDM halal.[90]

Dalam studi tentang *Implementasi Konsep Dasar Industri Halal dalam Ekonomi Syariah*, dijelaskan bahwa sinergi pemerintah, lembaga sertifikasi halal, dan pelaku usaha sangat penting untuk menciptakan ekosistem industri halal yang inklusif, berkeadilan, dan berdaya saing. Ekosistem semacam ini menjadi faktor pendukung yang mendorong integrasi rantai pasok halal, penguatan merek "Made in Indonesia Halal", dan kemampuan industri untuk bertahan selama krisis ekonomi atau krisis reputasi.[91]

[89] R Krisna, M Yusuf, and E Putra, "MENGGAPAI EKOSISTEM HALAL SEBAGAI PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL MENUJU ERA 5.0," *Penerbit Tahta Media*, 2023, http://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/download/276/277.

[90] H Mumtaz JR, "Digitalisasi Produk Halal Di Sentra Industri Sukaregang Kabupaten Garut Pada Masa Covid 19," *Likuid Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 2021, https://www.academia.edu/download/119038892/429566669.pdf.

[91] M Arafah, "Pilar Dan Infrastruktur Dalam Mendukung Perkembangan Industri Halal," *AMAL: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2024, https://jurnal.iainambon.ac.id/index.php/amal/article/view/7584.

Lembaga keuangan syariah berperan ganda sebagai faktor pendukung ekonomi dan faktor pendukung nilai, karena mereka menyediakan akses pembiayaan yang sesuai dengan prinsip Islam, yang mendukung keberlanjutan dan kemandirian pelaku usaha halal. Penelitian tentang resiliensi bisnis UMKM Serundeng 3 Dare menunjukkan bahwa integrasi strategi pemasaran berbasis syariah (internalisasi nilai teologis, keadilan harga, etika distribusi, transparansi) berkontribusi signifikan terhadap resiliensi melalui pembentukan trust capital, competitive moat, dan moral resilience.[92] Dalam konteks lebih luas, keuangan syariah menjadi faktor pendukung resiliensi dengan cara: Menyediakan skema pembiayaan yang ramah usaha kecil; Mengurangi ketergantungan pada utang konvensional yang berbunga tinggi; dan Mendorong pola investasi berbasis rasa tanggung jawab kolektif dan keadilan.[93]

Faktor *ketiga* adalah kualitas sumber daya manusia (SDM) dan literasi halal di seluruh rantai pasok. Penelitian terkini tentang *Maqasid Syariah dan Kinerja Produk Halal* menunjukkan bahwa kualitas halal SDM berpengaruh signifikan terhadap kinerja produk halal, walaupun dalam beberapa kasus tidak berperan kuat sebagai variabel mediator. Dalam studi kasus *Resiliensi Bisnis UMKM Halal*, peneliti menemukan bahwa pemahaman dan internalisasi nilai syariah dalam praktik bisnis meningkatkan kepercayaan pelanggan, citra merek, dan kemampuan mengelola konflik secara etis, sehingga berkontribusi pada resiliensi jangka panjang.[94]

Dalam era digital, literasi digital halal juga menjadi faktor pendukung penting. Lembaga seperti BPJPH dan organisasi sertifikasi halal mulai mendorong penggunaan aplikasi dan sistem informasi halal, sehingga pelaku usaha dapat memverifikasi keaslian sertifikat, mengakses informasi regulasi, serta melakukan pelaporan kehalalan

[92] B I Nyoman, "Strategi Akselerasi Pertumbuhan Industri Halal Melalui Peran Aktif Perbankan Syariah," *Banco: Jurnal Manajemen Dan Perbankan …*, 2023, http://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/banco/article/view/6198.

[93] S Permata et al., "PENDAMPINGAN LITERASI INDUSTRI HALAL BAGI PELAKU UMKM DI ERA REGULASI JAMINAN PRODUK HALAL DI KABUPATEN SINJAI," *ALAINA: Jurnal …*, 2026, https://ccg-edu.org/index.php/alaina/article/view/1063.

[94] Y P Utami et al., *Manajemen Industri Halal* (books.google.com, 2025), https://books.google.com/books? hl=en%5 C&lr=%5C&i d=RAqyEQAAQBA J%5C&oi=fnd%5C&pg=P A1% 5C&d q=industri+halal%5 C& ots= CYbTt LF63H% 5C &sig=h Q3NlqXB Zk86jsv aOFpEOv yhMcI.

secara elektronik. Literasi semacam ini membuat industri halal lebih siap menghadapi guncangan, karena manajemen risiko dapat dilakukan berbasis data dan keterbukaan informasi.[95]

Infrastruktur fisik dan logistik halal juga menjadi faktor pendukung utama resiliensi. Baik pada skala makro (jaringan jalan, pelabuhan, gudang), maupun mikro (gudang bersih, rantai pendingin, kendaraan logistik khusus halal), infrastruktur memengaruhi kemampuan industri halal bertahan selama krisis, seperti pandemi, bencana, atau gangguan ekonomi. Industri makanan halal hewani, misalnya, sangat bergantung pada rantai dingin dan gudang bersih yang mencegah kontaminasi silang dan menjaga keamanan konsumsi. Studi kasus *Resiliensi Halal Supply Chain di Industri Coklat* (IRT Thitiek Tenger) menemukan bahwa kapasitas mitigasi risiko melalui diversifikasi pemasok dan peningkatan buffer stok merupakan faktor penting yang mendukung ketahanan rantai pasok halal.[96]

Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kecepatan pemulihan setelah gangguan didukung pula oleh fleksibilitas distribusi (misalnya perubahan saluran penjualan dari offline ke online) dan inovasi pemasaran digital, yang semuanya bergantung pada ketersediaan infrastruktur teknologi dan logistik yang memadai.[97] Selain infrastruktur fisik, infrastruktur digital juga menjadi faktor pendukung penting. Beberapa penelitian tentang *Sharia Value Chain (SVC)* menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital seperti *blockchain, IoT, dan cloud computing* dapat meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan kecepatan respon sistem jaminan halal. Dalam konteks moderasi, kebijakan pemerintah Indonesia mendorong penggunaan aplikasi Jaminan Produk Halal dan basis data nasional yang memperkuat akses informasi, transparansi, dan kepercayaan konsumen.[98]

[95] F N Zulfa and D Stiawan, "Peran Start-Up Dalam Mengembangkan Industri Halal Di Indonesia (Studi Kasus Link Aja Syariah)," *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi Dan …*, 2025, https://e-journal.uingusdur.ac.id/sahmiyya/article/view/10292.

[96] A S Dinar, A Saputra, and M Hayati, "Konsep Ekonomi Sirkular Pada Program Pengembangan Industri Halal," *Jurnal …*, 2024, https://ejournal.amirulbangunbangsapublishing.com/index.php/jpnmb/article/view/150.

[97] O S E Kusumawan, R Ghandara, and ..., "Pengembangan Kerangka Halal Value Chain Industri Tekstil Indonesia Melalui Integrasi Halal Chemicals Dan Halal Supply Chain Management," *… of Management and …*, 2026, https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/jmcbus/article/view/6885.

[98] A Sandi, A Asriyana, and B Budiman, "PETA JALAN INDUSTRI HALAL DI INDONESIA," *… :*

3.2.2 Faktor Moderasi dalam Resiliensi Industri Halal

Moderasi dalam konteks ini berarti bahwa pemahaman atau internalisasi maqasid syariah memperkuat atau mengubah hubungan antara variabel-variabel tertentu, misalnya antara identitas halal dan kinerja produk halal. Penelitian tentang *Maqasid Syariah dan Kinerja Produk Halal* (menggunakan PLS-SEM) menunjukkan bahwa identitas *halal merek*, *halal material*, dan *halal storage & logistic* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja produk halal. Sedangkan maqasid shariah knowledge memoderasi hubungan antara *halal identity* dan *halal product performance*, namun tidak memperkuat hubungan antara halal material atau halal storage & logistic terhadap kinerja produk.[99]

Dengan kata lain, pemahaman maqasid syariah memperkuat dampak nilai-nilai persepsi dan identitas halal pada kinerja, tetapi tidak memperkuat aspek teknis rantai pasok halal secara langsung. Temuan ini menunjukkan bahwa maqasid syariah berperan sebagai faktor moderasi nilai yang meningkatkan daya saing dan kepercayaan, sedangkan aspek teknis rantai pasok tetap memerlukan kepatuhan prosedural dan sistem jaminan halal yang kuat.[100]

Dalam kerangka konseptual, maqasid syariah dapat dimaknai sebagai variabel moderasi yang 1) menguatkan hubungan antara kebijakan halal dan kepercayaan konsumen, 2) menambah nilai etis dan kultural pada produk halal, sehingga meningkatkan elastisitas permintaan terhadap guncangan ekonomi, dan 3) mendorong perusahaan membangun sistem rantai pasok yang tidak hanya efisien, tetapi juga berkelanjutan, adil, dan berpihak pada masyarakat.[101]

Selain maqasid, identitas halal dan moderasi beragama juga dapat berperan sebagai faktor moderasi. Studi tentang *Pencegahan Radikalisme pada Pelaku Usaha Melalui Sertifikasi Halal* menunjukkan bahwa sertifikasi halal dapat menjadi instrumen sosial yang mendorong internalisasi nilai moderasi dan toleransi.[102] Proses pendampingan selama enam bulan, pelatihan, dan penanaman nilai moderasi beragama berdampak pada peningkatan komitmen terhadap toleransi, dialog, dan kebersamaan di kalangan pelaku usaha. Dalam konteks ini, sertifikasi halal menjadi faktor moderasi yang mengubah hubungan antara: perilaku ekonomi (misalnya kompetisi, jaringan usaha) dan stabilitas sosial; dan aktivitas bisnis dan penerimaan masyarakat terhadap keberagaman.[103]

Pendekatan moderasi beragama dalam konteks kebijakan jaminan produk halal juga menunjukkan bahwa penyelenggaraan jaminan halal dapat memperkuat nilai moderasi melalui: Toleransi, Dialog antar pemangku kepentingan, Kebersamaan dalam mewujudkan kebaikan bersama sebagai bangsa. Dengan demikian, moderasi beragama dapat berpengaruh terhadap resiliensi industri halal.[104]

4. Integrasi Resiliensi, *Halal Integrity*, dan Maqasid Syariah

Bagian penutup ini tidak berhenti pada diskusi pengembangan kerangka konseptual *Halal Supply Chain Resilience (HSCR)*, tetapi lebih jauh menawarkan *narasi* yang menghubungkan antara literatur ekonomi Islam, *supply chain resilience*, *halal integrity*, dan praktik industri halal kontemporer. Dalam konteks global yang terus mengalami turbulensi ekonomi, geopolitik, dan perubahan iklim, resiliensi industri halal tidak lagi menjadi pilihan, tetapi sebuah *kebutuhan* strategis, agar umat Muslim dan pelaku industri dapat mempertahankan identitas ekonomi berbasis syariah dengan kualitas produk yang dapat dipertanggungjawabkan secara hukum dan moral.[105]

Kajian Pendidikan Dan …, 2025, http://jurnal.stkipbima.ac.id/index.php/PK/article/view/2997.

99 M G Haque, *Perjalanan Manajemen Industri \& Jaminan Produk Halal Indonesia* (books.google.com, 2023), https://books.google.com/books?hl=en%5C&lr=%5C&id=8rq0EAAAQBAJ%5C&oi=fnd%5C&pg=PP1%5C&dq=industri+halal%5C&ots=dHG-ho3zhi%5C&sig=Ohw07IGprxa5skSdnwG0WHemYAA.

100 R Rimayanti, "Industri Halal Dan Muslim Kelas Menengah: Peluang Dan Tantangan," *JEPP: Jurnal Ekonomi Pembangunan Dan …*, 2022, https://e-journal.upr.ac.id/index.php/jeppupr/article/view/5473.

101 V A Oktoviasari, I A Ananda, and M Lutfi, "Peta Jalan Industri Halal Di Indonesia Upaya Meningkatkan Daya Saing Global," *HUMANITIS: Jurnal Homaniora …*, 2025, http://humanisa.my.id/index.php/hms/article/view/397.

102 K Kusjuniati, "UMKM Indonesia Menuju Industri Halal Dan Go Digital Dalam Memasuki Pasar Global," *Widya Balina*, 2022.

103 I Natsir, "Pengaruh Ekonomi Syariah Dalam Pengembangan Industri Halal Di Indonesia," *Mumtaz: Jurnal Studi Al-Quran Dan Keislaman*, 2024, https://jurnalptiq.id/index.php/mumtaz/article/view/70.

104 D Febriyani, E Elsa, and M Nawawi, "Penguatan UMKM Upaya Peningkatan Industri Halal Di Indonesia," *Tazkiyya: Jurnal Keislaman …*, 2022, https://jurnal.uinbanten.ac.id/index.php/tazkiya/article/view/5908.

105 A H Ikhsan et al., "Peluang Dan Tantangan Industri Produk Halal Di Era Globalisasi," *Journal Of Sharia …*, 2024, https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/jurnalfsh/article/view/3331.

Resiliensi industri halal bukan sekadar adopsi mekanisme teknis dari *supply chain resilience* yang dikembangkan dalam konteks umum, tetapi representasi adaptasi normatif dan etis dari konsep resiliensi tersebut dalam kerangka syariah dan kebutuhan ekonomi umat. Dalam banyak kajian manajemen rantai pasok, resiliensi lazim dipahami sebagai kemampuan sistem untuk menyerap, bereaksi, pulih, dan beradaptasi terhadap guncangan. Namun, ketika konsep ini diterapkan pada rantai pasok halal, dimensi *halal integrity* dan *maqasid syariah* menjadi *core enhancer* dari resiliensi itu sendiri.[106]

Konsep *halal integrity* menambahkan lapis pertimbangan baru: rantai pasok halal tidak hanya harus operasional dalam konteks *business continuity*, tetapi juga harus menjaga kehalalan produk dan proses dalam segala kondisi. Dalam konteks praktis, *halal integrity* berarti: kebijakan internal perusahaan yang jelas terkait kehalalan, *halal team* yang berfungsi efektif, *halal control system* yang terintegrasi, serta mekanisme verifikasi dan *traceability* yang memadai. Dalam beberapa penelitian, *halal integrity* terbukti menjadi faktor penting yang memisahkan rantai pasok halal yang *resilient* dari yang hanya sekadar *halal-compliant* secara formal.[107]

Sementara itu, *maqasid syariah* memberikan *normative grounding* yang lebih dalam, sehingga resiliensi industri halal tidak hanya dipahami sebagai *technical capability*, tetapi juga sebagai bentuk *maqasid-based risk management*. Dalam tradisi ekonomi Islam, maqasid syariah merujuk pada tujuan utama syariah, termasuk: *hifz al-nafs* (perlindungan jiwa), *hifz al-mal* (perlindungan harta), *hifz al-karamah* (perlindungan martabat), *hifz al-'aql* (perlindungan akal), dan *hifz al-nasl* (perlindungan keturunan). Dalam konteks industri halal, *hifz al-nafs* menuntut bahwa industri halal tidak hanya "aman secara hukum", tetapi juga aman secara konsumsi, sehingga tidak ada risiko fisik maupun spiritual yang ditimbulkan oleh produk halal.[108]

[106] M F Arifin and A Rahman, "… Pada Aspek Manajemen Industri Halal Dalam Perspektif Ekonomi Islam: Analysis of Development Strategies on Management Aspects of the Halal Industry in an …," *Al Rikaz: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2023, http://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/rikaz/article/view/9622.

[107] B Mulyadi, "Eksistensi Industri Halal Food Di Jepang," *KIRYOKU*, 2023, https://ejournal.undip.ac.id/index.php/kiryoku/article/view/53066.

[108] M A M Agus, I Haq, and A Muchsin, "Reinterpretasi Konsep Nusyuz Dalam Perspektif Maqashid Syariah: Antara Kepatuhan Normatif Dan Keadilan Relasional," *… Fakultas Syariah IAIN …*, 2026, https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/alihkam/article/view/15376.

Di sisi lain, *hifz al-mal* menuntut perlindungan investasi umat dan kekayaan yang dihasilkan dari industri halal, sehingga rantai pasok yang *resilient* dapat meminimalkan risiko kerugian ekonomi akibat gangguan rantai pasok, krisis, atau perubahan regulasi. *Hifz al-'aql* menuntut rasionalitas dan *evidence-based decision making* dalam manajemen risiko; sedangkan *hifz al-karamah* dan *hifz al-nasl* menekankan bahwa industri halal harus berkontribusi pada kesejahteraan sosial dan ekologis, bukan sekadar profitabilitas jangka pendek.[109] Dalam kerangka *HSCR* yang diusulkan, *halal integrity* dan *maqasid syariah* berfungsi sebagai *normative core* yang menyelimuti *technical core*, yaitu *governance*, *digital capability*, dan *sharia ethics*. Dengan kata lain, *halal integrity* dan *maqasid syariah* bukanlah elemen sekunder, tetapi elemen integral yang membedakan *halal supply chain resilience* dari *conventional supply chain resilience*.[110]

Governance (tata kelola) halal menjadi salah satu pilar utama dalam kerangka *HSCR*. Dalam konteks praktis, *governance* halal merujuk pada sistem regulasi, sertifikasi, kebijakan, dan mekanisme koordinasi yang mengatur kehalalan produk dan proses. Dalam konteks Indonesia, BPJPH merupakan lembaga kunci yang mengawasi jaminan produk halal, sedangkan di tingkat internasional, lembaga seperti SMIIC (Standards and Metrology Institute for Islamic Countries) dan kerja sama antar negara OIC mencoba menyelaraskan standar halal.[111] Dalam banyak studi, *strong governance* terbukti menjadi faktor penting dalam meningkatkan resiliensi rantai pasok halal. Pertama, dengan adanya regulasi yang jelas, pelaku industri dapat merancang sistem *halal management* yang lebih terstruktur, sehingga mengurangi risiko *halal breach* dan *illegal substitution*. Kedua, harmonisasi standar halal

[109] A Taufik, "Peran Halal Center Upaya Mengembangkan Industri Halal," *Perkembangan Industri Halal \& Penguatan Lembaga …*, 2024, https://books.google.com/books?hl=en%5C&lr=%5C&id=Eh0QEQAAQBAJ%5C&oi=fnd%5C&pg=PA313%5C&dq=indus tri+hal al%5C&ots=Xp-83HDBWp%5C&sig=SDNfFB9RS1kv1A0iwTdkhttDctQ.

[110] Kusumah, Pratama, and ..., "Peran Industri Halal Dalam Memperkuat Pertumbuhan Ekonomi Indonesia."

[111] E T Rahayu and A Rohman, "Analisis Strategi Aspek Manajemen Industri Halal Pada Mie Gacoan Dikota Tuban," *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2024, https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/527.

antar negara mengurangi *uncertainty* dan biaya transaksi, terutama dalam konteks ekspor dan impor halal.[112]

Namun, dalam prakteknya, *governance* halal masih menghadapi tantangan. Fragmentasi standar halal, perbedaan regulasi antar negara, dan *information asymmetry* antara regulator dan pelaku industri sering kali menjadi *bottleneck* yang menghambat terciptanya rantai pasok halal yang *resilient*. Dalam konteks ini, kerangka *HSCR* menawarkan rekomendasi bahwa *halal governance* perlu ditingkatkan melalui harmonisasi standar, *mutual recognition* antar lembaga sertifikasi, dan integrasi data digital dalam sistem *halal assurance*.[113]

Selain itu, *halal governance* juga berperan dalam *enabling environment* yang *sharia-compliant*. Dalam beberapa penelitian, negara-negara dengan *halal governance* yang kuat (misalnya Malaysia, Turki, dan beberapa negara GCC) menunjukkan *resiliensi rantai pasok halal* yang lebih tinggi, terutama dalam konteks ekspor dan integrasi pasar global. Dalam konteks Indonesia, *halal governance* masih dalam proses penguatan, tetapi potensi untuk meningkatkan resiliensi industri halal sangat besar, terutama dengan *Indonesia Halal Ecosystem* dan *Indonesia Halal 2045* sebagai *roadmap* strategis.[114]

Digital capability (digitalisasi) menjadi salah satu *game changer* dalam resiliensi industri halal. Beberapa studi menunjukkan bahwa adopsi *blockchain*, *IoT*, *AI*, dan *big data* memungkinkan *traceability end-to-end*, *transparency*, dan *predictive analytics* untuk risiko halal dan operasional. Dalam konteks *halal integrity*, teknologi digital menjadi instrumen penting untuk memastikan bahwa bahan baku, proses produksi, penyimpanan, dan distribusi sesuai syariah, sehingga *halal breach* dapat dicegah atau dikoreksi lebih cepat.[115]

[112] A Dahlan and M Wildan, "Analisis Ekonomi Politik Terhadap Kebijakan Pemerintahan Jokowi Pada Sektor Kawasan Industri Halal (KIH) Dan Perbankan Syariah," *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 2022, https://ejournal.uinsaizu.ac.id/index.php/eljizya/article/download/6165/3058.

[113] Anandita et al., "Peningkatan Daya Saing Produk Pelaku Industri Makanan Olahan UMKM Melalui Pelatihan Sertifikasi Halal Dan BPOM."

[114] Harahap et al., *Industri Halal Di Indonesia*.

[115] A MIftahuddin et al., "Persepsi Masyarakat Terhadap Tren Perkembangan Industri Halal Di Media Sosial: Analisis Respons Di Indonesia," *... Jurnal Pemikiran Dan ...*, 2022, https://journals.unpad.ac.id/responsive/article/view/44555.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa *blockchain* efektif dalam merekam jejak kehalalan bahan baku dan proses produksi, sehingga setiap stakeholder dapat melacak kehalalan produk dari hulu hingga hilir. Dalam konteks *resiliensi*, *blockchain* tidak hanya meningkatkan transparansi, tetapi juga mempercepat koreksi jika terjadi *halal breach* atau *supply chain disruption*. IoT dan sensor memainkan role serupa, dengan *real-time monitoring* terhadap kondisi penyimpanan, pengiriman, dan tempat penyimpanan produk halal, sehingga memastikan bahwa kondisi penyimpanan dan transportasi sesuai dengan prinsip syariah. Dalam beberapa kasus, *IoT* berhasil meningkatkan *resiliensi rantai pasok halal* dengan mengurangi *time-loss* dan *quality-loss* produk halal.[116]

AI dan *big data* memberikan *predictive analytics* untuk mengidentifikasi risiko *supply chain disruption*, *pricing volatility*, dan *halal integrity breach* sebelum terjadi. Dengan *early warning system* ini, pelaku industri halal dapat merespons lebih cepat dan mengurangi dampak negatif dari guncangan rantai pasok. Namun, adopsi teknologi digital juga menghadapi tantangan, seperti *data security* dan *privacy issues*, *digital literacy* pelaku industri, serta *cost* investasi. Dalam konteks *Halal Supply Chain Resilience Framework*, *digital capability* dianggap sebagai *enabler* yang penting, tetapi bukan *silver bullet*. Dalam praktiknya, *digital capability* harus diintegrasikan dengan *halal governance* dan *sharia ethics* untuk memastikan bahwa *halal integrity* tidak terabaikan dalam proses digitalisasi.[117]

Dimensi *sharia ethics* dan *halal leadership* menjadi bagian penting dalam kerangka *HSCR*. Dalam beberapa penelitian, *halal team* dan *management commitment* terbukti menjadi faktor dominan dalam peningkatan resiliensi rantai pasok halal. *Halal team* yang kompeten dan berkomitmen tinggi mampu menjaga kehalalan produk dan proses, bahkan dalam konteks krisis. *Sharia ethics* juga menekankan *transparency*, *accountability*, dan *fairness* dalam praktik bisnis, yang menjadi *pondasi* untuk *ethical supply chain management*. Dalam konteks industri halal, *sharia ethics* bukan hanya soal kepatuhan terhadap

[116] Natsir, Hany, and Herawaty, "Pembangunan Industri Halal Nasional Dengan Pendekatan SWOT Strategi."

[117] Indriastiningsih, Parmini, and ..., "Peran Pemerintah Dalam Pengembangan Industri Halal."

hukum syariah, tetapi juga soal *moral responsibility* terhadap konsumen, masyarakat, dan lingkungan.[118]

Dalam konteks kebijakan publik, kerangka *HSCR* menawarkan rekomendasi penting bagi pemerintah dan lembaga syariah untuk meningkatkan resiliensi industri halal. *Pertama*, *halal governance* perlu ditingkatkan melalui harmonisasi standar halal, *mutual recognition* antar lembaga sertifikasi, dan integrasi data digital dalam sistem *halal assurance*. *Kedua*, pemerintah perlu mendorong integrasi *halal supply chain* dengan *green supply chain* dan *sustainable supply chain* untuk meningkatkan *resiliensi* dan *sustainability* industri halal. Dalam beberapa penelitian, *green resilient supply chain* menunjukkan *resiliensi rantai pasok halal* yang lebih tinggi, terutama dalam konteks krisis ekonomi, pandemi, dan perubahan iklim, dan *ketiga*, pemerintah perlu menyusun *incentive* bagi perusahaan halal yang *resilient* dan *halal-digital-ready*, seperti *tax incentives*, *grant*, dan *subsidy* untuk investasi teknologi digital dan *halal management system*.[119]

Bagi manajemen bisnis, kerangka *HSCR* menawarkan *roadmap* praktis untuk meningkatkan resiliensi rantai pasok halal. *Pertama*, perusahaan perlu mengembangkan *halal team* dan *halal leadership* yang kuat, dengan *halal policy* dan *halal guideline* yang jelas, *kedua*, perusahaan perlu mengintegrasikan teknologi digital ke dalam sistem *halal management* dan *supply chain management* untuk meningkatkan *transparency* dan *resiliensi*, dan *ketiga*, perusahaan perlu merancang *business continuity plan* yang secara eksplisit memuat skenario gangguan halal. Sedangkan bagi dunia pendidikan dan penelitian, kerangka *HSCR* dapat dijadikan dasar untuk pengembangan modul, dan *research* di bidang ekonomi Islam, *halal supply chain management*, dan *maqasid-based risk management*.[120]

Implikasi praktis dan kebijakan dari kerangka HSCR sangat luas dan mencakup berbagai lapisan stakeholder, mulai dari pemerintah dan lembaga syariah, pelaku industri halal, lembaga keuangan syariah, hingga masyarakat konsumen. Dalam konteks Indonesia, implikasi ini dapat diintegrasikan ke dalam roadmap Indonesia Halal 2045 dan Indonesia Halal Ecosystem untuk memastikan bahwa industri halal tidak hanya berkembang dalam skala ekonomi, tetapi juga resilien dan berkelanjutan dalam jangka panjang.[121]

Pertama, bagi pemerintah dan lembaga syariah, framework ini menawarkan *guidelines* untuk memperkuat halal governance dan halal regulation. Dalam praktiknya, ini berarti harmonisasi standar halal, mutual recognition antar lembaga sertifikasi, serta integrasi data digital dalam sistem *halal assurance* perlu dipercepat. Pemerintah juga dapat menyusun insentif bagi perusahaan halal yang resilient dan *halal-digital-ready*, seperti *tax incentives*, *grant*, dan subsidi untuk investasi teknologi digital dan *halal management system*, sebagaimana tercermin dalam berbagai rekomendasi untuk pengembangan industri halal berbasis keuangan syariah dan UMKM.[122]

Kedua, bagi pelaku industri halal, kerangka ini menawarkan roadmap praktis untuk meningkatkan resiliensi rantai pasok halal. Pertama, perusahaan perlu mengembangkan halal team dan halal leadership yang kuat, dengan halal policy dan halal guideline yang jelas, serta dibina melalui pelatihan dan sosialisasi berkelanjutan. Kedua, perusahaan perlu mengintegrasikan teknologi digital ke dalam sistem *halal management* dan *supply chain management* untuk membangun sistem *traceability* dan *transparency* yang memungkinkan pelacakan jejak kehalalan bahan baku, proses produksi, hingga distribusi, sebagaimana dianjurkan dalam berbagai kajian penerapan *digital halal traceability* dan *blockchain* di Indonesia.[123] Ketiga, perusahaan perlu menerapkan manajemen risiko halal yang sistematis, termasuk analisis titik kritis kontaminasi, skenario kegagalan pasok, dan rencana pemulihan, sehingga industri dapat bereaksi cepat dan terukur ketika terjadi krisis ekonomi, pandemi, atau perubahan regulasi.[124]

[118] Efendi and Khomairoh, "Integrasi Industri Halal Dengan Sektor Pariwisata Religi Di Jawa Tengah."
[119] Samsul et al., "Potensi Dan Pengembangan Industri Halal Di Indonesia."
[120] Mukhlisin, *Ekonomi Politik Industri Halal Di Indonesia*.
[121] Nasional, "Analisis Kebijakan Industri Halal Untuk Peningkatan."
[122] Masitoh and Yarham, "INDUSTRI HALAL DALAM MENGDONGKRAK PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA DI ERA NEW NORMAL."
[123] Krisna, Yusuf, and Putra, "MENGGAPAI EKOSISTEM HALAL SEBAGAI PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL MENUJU ERA 5.0."
[124] Koswara and Herlina, "Transformasi Digital Dalam Industri Halal: Peran AI, Blockchain, Dan IoT Dalam Menjamin Kehalalan Produk."

Bagi lembaga keuangan syariah, kerangka HSCR mendorong pengembangan skema pembiayaan berbasis resiliensi yang tidak hanya mengukur kelayakan proyek dari sisi keuangan, tetapi juga mempertimbangkan kepatuhan halal, keberlanjutan rantai pasok, dan kapasitas digital pelaku usaha. Hal ini sejalan dengan rekomendasi penguatan *halal value chain* dan *ekonomi digital* melalui integrasi keuangan syariah, sehingga UMKM halal dapat memperoleh pendanaan yang lebih tepat sasaran, inklusif, dan berkelanjutan.[125]

Untuk masyarakat konsumen, kerangka ini memperkuat kepercayaan dan edukasi melalui transparansi informasi halal, sistem pelacakan yang mudah diakses (misalnya QR code dan aplikasi *halal product tracing*), serta komunikasi yang jujur tentang kehalalan produk dan prosesnya. Peningkatan literasi halal dan partisipasi konsumen dalam proses sertifikasi juga menjadi faktor penting agar industri halal tidak hanya "aman secara hukum", tetapi juga "aman secara konsumsi" dan diterima secara luas di masyarakat.[126]

Secara keseluruhan, kerangka HSCR menjadi alat bantu strategis bagi seluruh stakeholder dalam membangun ekosistem halal nasional yang resilien, inklusif, dan kompetitif, sekaligus menjawab tantangan global terhadap keberlanjutan, perubahan regulasi, dan dinamika pasar yang sangat cepat. Dengan mengintegrasikan dimensi governance, digital capability, sharia ethics, dan faktor moderasi ke dalam praktik sehari-hari, kerangka ini tidak hanya memperkuat resiliensi, tetapi juga mendorong industri halal Indonesia untuk bertransformasi menjadi pusat inovasi, produksi, dan rujukan halal dunia pada masa depan.[127]

[125] Arafah, "Pilar Dan Infrastruktur Dalam Mendukung Perkembangan Industri Halal."

[126] M Octaviany and S Binastuti, "Potensi Industri Fashion Halal Terhadap Perekonomian Islam Di Indonesia," *Taraadin: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis …*, 2025, https://jurnal.umj.ac.id/index.php/taraadin/article/view/28014.

[127] Nyoman, "Strategi Akselerasi Pertumbuhan Industri Halal Melalui Peran Aktif Perbankan Syariah"; Permata et al., "PENDAMPINGAN LITERASI INDUSTRI HALAL BAGI PELAKU UMKM DI ERA REGULASI JAMINAN PRODUK HALAL DI KABUPATEN SINJAI."

BAB 2

Penguatan Ekosistem Industri Halal melalui Integrasi Global Halal Value Chain di Indonesia

Abdul Latif

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Perkembangan Industri Halal Global

Industri halal global mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam dua dekade terakhir.[128] Konsep halal tidak lagi dipahami hanya sebagai aspek keagamaan yang berkaitan dengan makanan dan minuman, tetapi telah berkembang menjadi gaya hidup *(halal lifestyle)* yang mencakup sektor keuangan, farmasi, kosmetik, pariwisata, logistik, hingga industri digital. Pertumbuhan populasi Muslim dunia yang diproyeksikan mencapai hampir 30% populasi global pada tahun 2050 menjadi faktor utama meningkatnya permintaan terhadap produk dan jasa halal di pasar internasional.[129]

[128] John A. T. Aziz and Chokri Hajji, "Global Halal Industry: Realities and Opportunities," *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 5 (2020): 1256–1274.

[129] Pew Research Center, *The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010–2050* (Washington DC: Pew Research Center, 2015), 11.

Perkembangan tersebut turut didorong oleh meningkatnya kesadaran konsumen terhadap aspek keamanan, kebersihan, kualitas, dan keberlanjutan produk halal. Dalam konteks globalisasi ekonomi, produk halal telah menjadi bagian penting dari perdagangan internasional dan rantai pasok global.[130] Negara-negara non-Muslim seperti Jepang, Korea Selatan, Thailand, dan Australia bahkan mulai aktif mengembangkan industri halal sebagai strategi ekspor dan daya saing ekonomi global.

Laporan State of the Global Islamic Economy menunjukkan bahwa konsumsi masyarakat Muslim global terhadap sektor halal terus mengalami peningkatan signifikan, terutama pada sektor makanan halal, modest fashion, media dan rekreasi, farmasi, serta pariwisata halal.[131] Kondisi ini menunjukkan bahwa industri halal bukan lagi pasar niche, melainkan telah menjadi salah satu kekuatan ekonomi baru dunia.

1.2. Posisi Strategis Indonesia dalam Ekonomi Halal Dunia

Indonesia memiliki posisi yang sangat strategis dalam pengembangan ekonomi dan industri halal global.[132] Sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi pasar domestik yang sangat besar sekaligus peluang menjadi produsen utama produk halal dunia. Selain itu, Indonesia juga memiliki kekayaan sumber daya alam, keanekaragaman budaya, serta basis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dapat menjadi fondasi pengembangan industri halal nasional.[133]

Dalam beberapa tahun terakhir, pemerintah Indonesia menunjukkan komitmen yang kuat dalam pengembangan ekonomi syariah dan industri halal melalui berbagai kebijakan strategis, termasuk pembentukan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), pengembangan Kawasan Industri Halal, serta penguatan ekosistem ekonomi syariah nasional.[134]

Meskipun demikian, posisi Indonesia dalam rantai nilai halal global masih menghadapi berbagai tantangan. Indonesia masih lebih dominan sebagai konsumen produk halal dibandingkan sebagai produsen dan eksportir utama. Oleh sebab itu, diperlukan strategi yang komprehensif untuk meningkatkan daya saing industri halal nasional agar mampu berintegrasi dalam pasar halal internasional.

1.3. Tantangan Integrasi Indonesia dalam Global Halal Value Chain

Integrasi Indonesia ke dalam Global Halal Value Chain (GHVC) menghadapi tantangan yang kompleks, baik dari aspek regulasi, infrastruktur, teknologi, maupun kapasitas sumber daya manusia.[135] Salah satu tantangan utama adalah belum terintegrasinya sistem rantai pasok halal nasional secara menyeluruh, mulai dari proses produksi, distribusi, logistik, hingga pemasaran internasional.[136]

Selain itu, harmonisasi standar sertifikasi halal internasional masih menjadi persoalan penting dalam perdagangan global. Perbedaan standar halal antarnegara menyebabkan hambatan perdagangan dan meningkatkan biaya sertifikasi bagi pelaku usaha.[137] Dalam konteks ini, Indonesia perlu memperkuat diplomasi halal internasional agar standar halal nasional memperoleh pengakuan global.

Tantangan lainnya berkaitan dengan rendahnya tingkat inovasi dan pemanfaatan teknologi digital dalam industri halal nasional. Di era ekonomi digital, penguatan teknologi seperti blockchain, Internet of Things (IoT), dan sistem ketertelusuran (traceability system) menjadi kebutuhan penting untuk meningkatkan transparansi dan kepercayaan konsumen terhadap produk halal.

---

[130] Florence Bergeaud-Blackler, *Halal Matters: Islam, Politics and Markets in Global Perspective* (London: Routledge, 2017), 52.

[131] Thomson Reuters and DinarStandard, *State of the Global Islamic Economy Report 2023/2024* (Dubai: DinarStandard, 2024), 24.

[132] Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2011), 35.

[133] Irfan Syauqi Beik and Laily Dwi Arsyianti, *Ekonomi Pembangunan Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 201.

[134] Ahmad Jazuli, "Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia," *Jurnal Bimas Islam* 13, no. 1 (2020): 45–47.

[135] M. Kabir Hassan and Mehmet Saraç, "The Global Halal Industry and Economic Integration," *Thunderbird International Business Review* 63, no. 4 (2021): 421–433.

[136] Tieman Marco, *Halal Logistics and Supply Chain Management* (Singapore: Springer, 2013), 88.

[137] Baharuddin Sayuti, "Halal Certification and Its Impact on Global Trade," *International Journal of Business and Society* 20, no. 2 (2019): 765–780.

Di sisi lain, pelaku UMKM halal di Indonesia masih menghadapi keterbatasan akses pembiayaan, sertifikasi halal, kapasitas produksi, dan akses pasar ekspor. Padahal, UMKM memiliki peran strategis sebagai tulang punggung industri halal nasional.[138]

1.4. Urgensi Penguatan Ekosistem Industri Halal Nasional

Penguatan ekosistem industri halal nasional menjadi kebutuhan strategis untuk meningkatkan daya saing ekonomi Indonesia di tingkat global.[139] Ekosistem halal yang kuat tidak hanya mencakup aspek sertifikasi produk, tetapi juga melibatkan keterpaduan antara regulasi, lembaga pendukung, industri, lembaga keuangan syariah, teknologi, riset, dan sumber daya manusia.

Dalam perspektif pembangunan ekonomi, industri halal memiliki efek multiplikasi (multiplier effect) yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, penciptaan lapangan kerja, peningkatan investasi, serta penguatan ekspor nasional.[140] Oleh karena itu, pengembangan industri halal harus ditempatkan sebagai bagian dari strategi transformasi ekonomi nasional berbasis nilai tambah dan keberlanjutan.

Penguatan ekosistem halal juga penting dalam mendukung visi Indonesia sebagai pusat industri halal dunia. Dengan potensi pasar domestik yang besar dan dukungan pemerintah yang semakin kuat, Indonesia memiliki peluang besar untuk menjadi pemain utama dalam rantai nilai halal global.[141] apabila mampu membangun sistem industri halal yang terintegrasi dan kompetitif.[142]

[138] Tulus Tambunan, *UMKM di Indonesia: Perkembangan dan Tantangan* (Jakarta: Kencana, 2020), 133

[139] Baharuddin Sayuti, "Halal Certification and Its Impact on Global Trade," *International Journal of Business and Society* 20, no. 2 (2019): 765–780.

[140] Yusuf Qardhawi, *Al-Halal wa Al-Haram fi Al-Islam* (Cairo: Maktabah Wahbah, 1994), 21.

[141] Bank Indonesia, *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019–2024* (Jakarta: Bank Indonesia, 2019), 78.

[142] Bambang Brodjonegoro, "Indonesia's Opportunity in the Global Halal Industry," *Journal of Indonesian Economy and Business* 36, no. 2 (2021): 101–115.

2. Konsep Dasar Ekosistem Industri Halal

2.1. Definisi Industri Halal dan Ruang Lingkupnya

Industri halal merupakan sektor ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa yang sesuai dengan prinsip syariah Islam, baik dari aspek bahan baku, proses produksi, distribusi, hingga konsumsi.[143] Konsep halal tidak hanya terbatas pada makanan dan minuman, tetapi telah berkembang mencakup berbagai sektor strategis seperti kosmetik, farmasi, fashion muslim, pariwisata halal, logistik halal, media, hingga layanan keuangan syariah.[144]

Dalam perspektif ekonomi modern, industri halal berkembang menjadi bagian penting dari ekonomi global karena meningkatnya permintaan konsumen Muslim terhadap produk yang aman, higienis, berkualitas, dan sesuai syariat.[145] Oleh sebab itu, industri halal saat ini dipandang sebagai sistem ekonomi yang mengintegrasikan nilai agama, kualitas produk, dan keberlanjutan bisnis dalam satu ekosistem yang saling terhubung.

Perkembangan industri halal global juga dipengaruhi oleh meningkatnya kesadaran konsumen non-Muslim terhadap standar halal yang dianggap memiliki jaminan kualitas dan keamanan produk.[146] Kondisi tersebut menyebabkan industri halal menjadi salah satu sektor ekonomi dengan pertumbuhan tercepat di dunia.

2.2. Konsep Ekosistem Industri Halal

Ekosistem industri halal merupakan suatu sistem terintegrasi yang melibatkan berbagai aktor, institusi, regulasi, teknologi, dan aktivitas ekonomi yang mendukung pengembangan produk dan layanan halal secara berkelanjutan.[147] Ekosistem ini mencakup seluruh rantai nilai halal (halal value chain), mulai dari penyediaan bahan

[143] Yusuf Qardhawi, *Al-Halal wa Al-Haram fi Al-Islam* (Cairo: Maktabah Wahbah, 1994), 21.

[144] Florence Bergeaud-Blackler, *Halal Matters: Islam, Politics and Markets in Global Perspective* (London: Routledge, 2017), 54.

[145] Thomson Reuters and DinarStandard, *State of the Global Islamic Economy Report 2023/2024* (Dubai: DinarStandard, 2024), 31.

[146] John A. T. Aziz and Chokri Hajji, "Global Halal Industry: Realities and Opportunities," *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 5 (2020): 1261.

[147] Tieman Marco, *Halal Logistics and Supply Chain Management* (Singapore: Springer, 2013), 77.

baku, proses produksi, sertifikasi halal, distribusi, logistik, pemasaran, hingga konsumsi akhir.

Konsep ekosistem halal menekankan pentingnya integrasi antar sektor agar tercipta efisiensi, transparansi, dan jaminan kehalalan produk secara menyeluruh.[148] Dalam konteks globalisasi ekonomi, penguatan ekosistem halal menjadi faktor penting untuk meningkatkan daya saing negara dalam pasar halal internasional.

Ekosistem industri halal juga memerlukan dukungan kebijakan pemerintah, sistem sertifikasi yang kredibel, infrastruktur logistik halal, pembiayaan syariah, serta inovasi teknologi digital.[149] Dengan demikian, keberhasilan pengembangan industri halal tidak hanya bergantung pada pelaku usaha, tetapi juga pada sinergi seluruh pemangku kepentingan.

2.3. Prinsip Halal, Thayyib, dan Keberlanjutan

Konsep halal dalam Islam merujuk pada sesuatu yang diperbolehkan menurut syariat, sedangkan thayyib berarti baik, sehat, aman, dan berkualitas.[150] Dalam konteks industri halal modern, kedua konsep tersebut menjadi fondasi utama dalam proses produksi dan konsumsi.

Prinsip halal menekankan kepatuhan terhadap ketentuan syariah, termasuk penggunaan bahan baku yang halal, proses produksi yang bersih, serta terhindar dari unsur haram dan najis.[151] Sementara itu, prinsip thayyib menekankan aspek kualitas, keamanan pangan, kesehatan, etika bisnis, dan perlindungan lingkungan.

Integrasi konsep halal dan thayyib memiliki hubungan erat dengan prinsip pembangunan berkelanjutan (sustainable development).[152] Industri halal tidak hanya bertujuan memperoleh keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan tanggung jawab sosial, kelestarian

[148] M. Kabir Hassan and Mehmet Saraç, "The Global Halal Industry and Economic Integration," *Thunderbird International Business Review* 63, no. 4 (2021): 425.
[149] Irfan Syauqi Beik and Laily Dwi Arsyianti, *Ekonomi Pembangunan Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 205.
[150] Yusuf Qardhawi, *Al-Halal wa Al-Haram fi Al-Islam*, 25.
[151] Baharuddin Sayuti, "Halal Certification and Its Impact on Global Trade," *International Journal of Business and Society* 20, no. 2 (2019): 768.
[152] M. Umer Chapra, *Islam and the Economic Challenge* (Leicester: Islamic Foundation, 1992), 151.

lingkungan, dan kesejahteraan masyarakat. Oleh sebab itu, industri halal modern increasingly diarahkan pada penerapan konsep green halal industry dan ekonomi sirkular.

2.4. Aktor Utama dalam Ekosistem Halal

a. Pemerintah

Pemerintah memiliki peran strategis dalam membangun regulasi, kebijakan, dan infrastruktur pendukung industri halal nasional.[153] Di Indonesia, pemerintah telah membentuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal sebagai lembaga yang bertanggung jawab terhadap penyelenggaraan jaminan produk halal.

Selain itu, pemerintah juga berperan dalam pengembangan kawasan industri halal, fasilitasi sertifikasi halal UMKM, diplomasi halal internasional, serta penguatan ekspor produk halal nasional.[154] Kebijakan pemerintah menjadi faktor penting dalam menciptakan kepastian hukum dan meningkatkan daya saing industri halal.

b. Industri dan UMKM

Pelaku industri dan UMKM merupakan aktor utama dalam produksi barang dan jasa halal.[155] UMKM memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan industri halal nasional karena sebagian besar produk makanan, fashion muslim, dan produk kreatif halal dihasilkan oleh sektor ini.

Namun demikian, UMKM masih menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan modal, teknologi, sertifikasi halal, dan akses pasar global.[156] Oleh karena itu, diperlukan penguatan kapasitas dan pendampingan agar UMKM mampu berintegrasi dalam Global Halal Value Chain.

[153] Ahmad Jazuli, "Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia," *Jurnal Bimas Islam* 13, no. 1 (2020): 51
[154] Bank Indonesia, *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019–2024* (Jakarta: Bank Indonesia, 2019), 82.
[155] Tulus Tambunan, *UMKM di Indonesia: Perkembangan dan Tantangan* (Jakarta: Kencana, 2020), 136.
[156] Ahmad Jazuli, "Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia," 57.

c. Lembaga Sertifikasi Halal

Lembaga sertifikasi halal berfungsi memastikan bahwa produk dan proses produksi telah memenuhi standar halal yang ditetapkan.[157] Sertifikasi halal menjadi instrumen penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperkuat posisi produk halal dalam perdagangan internasional.

Dalam konteks global, harmonisasi standar sertifikasi halal antarnegara menjadi tantangan penting karena adanya perbedaan standar dan otoritas halal di berbagai negara.[158] Oleh sebab itu, penguatan kerja sama internasional antar lembaga halal menjadi kebutuhan strategis.

d. Akademisi dan Lembaga Riset

Akademisi dan lembaga riset memiliki peran penting dalam pengembangan inovasi, teknologi, dan kajian ilmiah terkait industri halal.[159] Penelitian mengenai halal supply chain, halal tourism, digitalisasi halal, serta inovasi produk halal menjadi dasar pengembangan kebijakan dan strategi industri halal nasional.

Perguruan tinggi juga berperan dalam pengembangan sumber daya manusia halal melalui pendidikan, pelatihan, dan sertifikasi kompetensi halal.[160] Dengan demikian, kontribusi akademisi menjadi bagian penting dalam penguatan ekosistem halal berbasis pengetahuan (knowledge-based halal ecosystem).

e. Konsumen Muslim Global

Konsumen Muslim global merupakan penggerak utama pertumbuhan industri halal dunia.[161] Meningkatnya kesadaran religius, kualitas hidup, dan preferensi terhadap produk halal menyebabkan permintaan pasar halal terus mengalami peningkatan.

[157] Baharuddin Sayuti, "Halal Certification and Its Impact on Global Trade," 772.
[158] Tieman Marco, *Halal Logistics and Supply Chain Management*, 95.
[159] Irfan Syauqi Beik and Laily Dwi Arsyianti, *Ekonomi Pembangunan Syariah*, 214.
[160] Bank Indonesia, *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019–2024*, 91.
[161] Thomson Reuters and DinarStandard, *State of the Global Islamic Economy Report 2023/2024*, 44.

Selain faktor religius, konsumen global juga mulai memandang produk halal sebagai simbol kualitas, keamanan, dan etika produksi.[162] Oleh sebab itu, perilaku konsumen memiliki pengaruh besar terhadap arah perkembangan industri halal internasional.

2.5. Hubungan antara Ekosistem Halal dan Daya Saing Ekonomi Nasional

Ekosistem industri halal memiliki hubungan erat dengan peningkatan daya saing ekonomi nasional.[163] Negara yang mampu membangun ekosistem halal yang kuat akan memiliki peluang lebih besar untuk menguasai pasar halal global, meningkatkan ekspor, menarik investasi, dan menciptakan lapangan kerja baru.

Dalam konteks Indonesia, penguatan ekosistem halal dapat menjadi strategi transformasi ekonomi berbasis nilai tambah dan ekonomi syariah.[164] Pengembangan industri halal juga dapat memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah dunia, terutama dalam sektor makanan halal, fashion muslim, dan keuangan syariah.

Selain memberikan manfaat ekonomi, ekosistem halal juga mendorong peningkatan kualitas produk nasional, inovasi industri, dan penguatan UMKM.[165] Oleh sebab itu, integrasi antara kebijakan pemerintah, dunia usaha, lembaga pendidikan, dan masyarakat menjadi faktor penting dalam menciptakan industri halal yang kompetitif dan berkelanjutan.

3. Global Halal Value Chain (GHVC): Konsep dan Dinamika Global

3.1. Pengertian Global Halal Value Chain

Global Halal Value Chain (GHVC) merupakan sistem rantai nilai halal global yang mengintegrasikan seluruh proses produksi,

[162] Florence Bergeaud-Blackler, *Halal Matters*, 67.
[163] M. Kabir Hassan and Mehmet Saraç, "The Global Halal Industry and Economic Integration," 429.
[164] Bambang Brodjonegoro, "Indonesia's Opportunity in the Global Halal Industry," *Journal of Indonesian Economy and Business* 36, no. 2 (2021): 108.
[165] M. Umer Chapra, *Islam and the Economic Challenge*, 163.

distribusi, logistik, pemasaran, hingga konsumsi produk halal lintas negara secara terstandarisasi dan berkelanjutan.[166] Konsep ini berkembang dari pendekatan global value chain yang menekankan keterhubungan antar pelaku ekonomi global dalam menciptakan nilai tambah suatu produk atau jasa.[167]

Dalam konteks industri halal, GHVC tidak hanya menekankan efisiensi ekonomi dan perdagangan internasional, tetapi juga memastikan kepatuhan terhadap prinsip syariah pada seluruh tahapan rantai pasok.[168] Oleh sebab itu, setiap proses mulai dari bahan baku, pengolahan, penyimpanan, transportasi, hingga distribusi harus memenuhi standar halal yang telah ditetapkan.

GHVC menjadi instrumen penting dalam memperkuat daya saing negara di pasar halal internasional karena mampu menciptakan integrasi antara produsen, lembaga sertifikasi halal, distributor, lembaga keuangan syariah, dan konsumen global.[169] Dalam era globalisasi, negara yang mampu membangun rantai nilai halal yang efisien dan terpercaya akan memperoleh keuntungan kompetitif dalam perdagangan internasional.

3.2. Transformasi Rantai Pasok Halal Global

Transformasi rantai pasok halal global terjadi seiring meningkatnya permintaan produk halal dunia dan perkembangan teknologi industri modern.[170] Rantai pasok halal tidak lagi hanya berfokus pada proses produksi makanan halal, tetapi berkembang menjadi sistem terintegrasi yang mencakup logistik, pergudangan, transportasi, dan distribusi internasional.

Perubahan pola konsumsi masyarakat Muslim global mendorong industri halal untuk meningkatkan efisiensi, transparansi, dan keamanan rantai pasok.[171] Dalam konteks ini, konsep halal supply chain management berkembang sebagai pendekatan strategis untuk memastikan integritas halal tetap terjaga sepanjang rantai distribusi.

Transformasi tersebut juga dipengaruhi oleh meningkatnya perdagangan lintas negara dan globalisasi industri pangan serta farmasi.[172] Negara-negara produsen halal kini dituntut untuk memenuhi standar internasional, memperkuat sistem pengawasan halal, dan meningkatkan kemampuan ekspor agar dapat bersaing dalam pasar global.

Selain itu, pandemi COVID-19 telah mempercepat transformasi rantai pasok halal menuju sistem yang lebih digital, fleksibel, dan berbasis teknologi.[173] Hal ini menunjukkan bahwa keberlanjutan industri halal global sangat dipengaruhi oleh kemampuan adaptasi terhadap perubahan ekonomi dan teknologi global.

3.3. Standarisasi dan Harmonisasi Halal Internasional

Standarisasi halal internasional merupakan aspek penting dalam pengembangan GHVC karena berkaitan dengan pengakuan dan kepercayaan terhadap produk halal di pasar global.[174] Saat ini, setiap negara memiliki standar, regulasi, dan lembaga sertifikasi halal yang berbeda-beda sehingga sering menimbulkan hambatan perdagangan internasional.

Perbedaan standar halal mencakup metode penyembelihan, penggunaan bahan tambahan, proses produksi, hingga mekanisme sertifikasi halal.[175] Kondisi tersebut menyebabkan pelaku usaha harus melakukan sertifikasi ulang ketika memasuki pasar negara tertentu, yang pada akhirnya meningkatkan biaya produksi dan distribusi.

166 Tieman Marco, *Halal Logistics and Supply Chain Management* (Singapore: Springer, 2013), 72.
167 Gary Gereffi and Karina Fernandez-Stark, *Global Value Chain Analysis: A Primer* (Durham: Duke University Press, 2016), 5.
168 M. Kabir Hassan and Mehmet Saraç, "The Global Halal Industry and Economic Integration," *Thunderbird International Business Review* 63, no. 4 (2021): 423.
169 Florence Bergeaud-Blackler, *Halal Matters: Islam, Politics and Markets in Global Perspective* (London: Routledge, 2017), 61.
170 Tieman Marco, *Halal Logistics and Supply Chain Management*, 88.
171 Thomson Reuters and DinarStandard, *State of the Global Islamic Economy Report 2023/2024* (Dubai: DinarStandard, 2024), 37.
172 John A. T. Aziz and Chokri Hajji, "Global Halal Industry: Realities and Opportunities," *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 5 (2020): 1264.
173 M. Kabir Hassan and Mehmet Saraç, "The Global Halal Industry and Economic Integration," 428.
174 Baharuddin Sayuti, "Halal Certification and Its Impact on Global Trade," *International Journal of Business and Society* 20, no. 2 (2019): 770.
175 Tieman Marco, *Halal Logistics and Supply Chain Management*, 94.

Oleh karena itu, harmonisasi standar halal internasional menjadi kebutuhan strategis dalam mendukung integrasi GHVC.[176] Organisasi internasional seperti Standards and Metrology Institute for Islamic Countries (SMIIC) dan Gulf Standards Organization (GSO) berupaya membangun standar halal global yang dapat diterima lintas negara.

Dalam konteks Indonesia, penguatan diplomasi halal internasional menjadi penting agar standar halal nasional memperoleh pengakuan global.[177] Dengan harmonisasi standar, Indonesia dapat memperluas akses ekspor produk halal dan memperkuat posisi dalam rantai nilai halal dunia.

3.4. Peran Teknologi dalam GHVC

Perkembangan teknologi digital memiliki peran penting dalam meningkatkan efisiensi, transparansi, dan integritas rantai nilai halal global.[178] Teknologi memungkinkan proses pengawasan halal dilakukan secara lebih akurat dan real-time sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal.

a. Digitalisasi Halal Supply Chain

Digitalisasi rantai pasok halal dilakukan melalui penggunaan sistem informasi terintegrasi dalam proses produksi, distribusi, dan sertifikasi halal.[179] Teknologi digital membantu perusahaan melakukan monitoring terhadap bahan baku, proses produksi, serta distribusi produk halal secara lebih efektif.

Digitalisasi juga mendukung efisiensi administrasi sertifikasi halal, pengelolaan data industri halal, dan penguatan konektivitas antara pelaku usaha dengan pasar global.[180] Dalam era ekonomi digital, transformasi digital menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya saing industri halal nasional.

[176] Florence Bergeaud-Blackler, *Halal Matters*, 74.
[177] Ahmad Jazuli, "Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia," *Jurnal Bimas Islam* 13, no. 1 (2020): 59.
[178] Irfan Syauqi Beik and Laily Dwi Arsyianti, *Ekonomi Pembangunan Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 216.
[179] Tieman Marco, *Halal Logistics and Supply Chain Management*, 103.
[180] Mohamed Syazwan Ab Talib, "Blockchain Technology in Halal Food Supply Chain," *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 6 (2021): 1120.

b. Blockchain dan Traceability

Teknologi blockchain mulai digunakan dalam industri halal untuk meningkatkan transparansi dan sistem ketertelusuran *(traceability)* produk.[181] Teknologi ini memungkinkan seluruh proses rantai pasok tercatat secara permanen dan sulit dimanipulasi sehingga meningkatkan jaminan integritas halal.

Melalui sistem traceability, konsumen dapat mengetahui asal bahan baku, proses produksi, lokasi distribusi, hingga status sertifikasi halal suatu produk.[182] Hal tersebut menjadi penting karena konsumen global semakin menuntut transparansi dan keamanan produk yang dikonsumsi.

c. E-Commerce Halal

Perkembangan e-commerce turut memperluas pasar industri halal global.[183] Platform digital memungkinkan produk halal dipasarkan lintas negara dengan biaya yang lebih rendah dan jangkauan pasar yang lebih luas.

Selain meningkatkan akses pasar bagi UMKM halal, e-commerce juga mempercepat pertumbuhan gaya hidup halal global melalui pemasaran produk fashion muslim, kosmetik halal, makanan halal, dan layanan wisata halal.[184] Oleh karena itu, penguatan ekosistem digital halal menjadi bagian penting dalam strategi integrasi GHVC.

3.5. Negara-Negara Pemain Utama Industri Halal Global

a. Malaysia

Malaysia dikenal sebagai salah satu pelopor pengembangan industri halal global.[185] Negara ini berhasil membangun ekosistem halal yang terintegrasi melalui dukungan regulasi, sertifikasi halal yang kredibel, dan strategi diplomasi halal internasional.

[181] Bank Indonesia, *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019–2024* (Jakarta: Bank Indonesia, 2019), 97.
[182] Mohamed Syazwan Ab Talib, "Blockchain Technology in Halal Food Supply Chain," 1125.
[183] Thomson Reuters and DinarStandard, *State of the Global Islamic Economy Report 2023/2024*, 49.
[184] Bambang Brodjonegoro, "Indonesia's Opportunity in the Global Halal Industry," *Journal of Indonesian Economy and Business* 36, no. 2 (2021): 110.
[185] Florence Bergeaud-Blackler, *Halal Matters*, 82.

Lembaga sertifikasi halal Malaysia, yaitu Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM), memperoleh pengakuan luas di tingkat internasional sehingga menjadikan Malaysia sebagai pusat referensi halal dunia. Selain itu, Malaysia juga aktif mengembangkan kawasan industri halal dan pusat logistik halal modern.

b. Uni Emirat Arab

Uni Emirat Arab memanfaatkan posisi geografis strategisnya sebagai pusat perdagangan global untuk mengembangkan sektor halal internasional.[186] Negara ini fokus pada pengembangan halal hub, logistik halal, dan perdagangan produk halal lintas kawasan Timur Tengah, Asia, dan Eropa.

Dubai bahkan dikembangkan sebagai pusat ekonomi Islam global melalui berbagai inisiatif investasi dan perdagangan halal internasional.[187]

c. Turki

Turki memiliki kekuatan industri manufaktur dan pangan halal yang cukup besar di kawasan Eurasia.[188] Pemerintah Turki aktif mengembangkan sertifikasi halal nasional serta memperluas ekspor produk halal ke negara-negara Eropa dan Timur Tengah.

Selain sektor makanan halal, Turki juga berkembang dalam industri modest fashion dan pariwisata halal.[189]

d. Arab Saudi

Arab Saudi memiliki pengaruh besar dalam industri halal global karena posisinya sebagai pusat dunia Islam.[190] Pemerintah Arab Saudi terus memperkuat sektor halal melalui investasi industri pangan, farmasi halal, dan pengembangan wisata religi.

[186] Thomson Reuters and DinarStandard, *State of the Global Islamic Economy Report 2023/2024*, 58.
[187] M. Kabir Hassan and Mehmet Saraç, "The Global Halal Industry and Economic Integration," 430.
[188] John A. T. Aziz and Chokri Hajji, "Global Halal Industry: Realities and Opportunities," 1268.
[189] Florence Bergeaud-Blackler, *Halal Matters*, 89.
[190] Thomson Reuters and DinarStandard, *State of the Global Islamic Economy Report 2023/2024*, 62.

Selain itu, Arab Saudi juga memainkan peran penting dalam harmonisasi standar halal internasional melalui berbagai forum kerja sama negara-negara Islam.[191]

e. Indonesia

Indonesia memiliki potensi besar menjadi pemain utama industri halal global karena memiliki jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia dan pasar domestik yang sangat luas.[192] Pemerintah Indonesia terus memperkuat ekosistem halal melalui pengembangan kawasan industri halal, sertifikasi halal nasional, serta penguatan ekonomi syariah.

Meskipun demikian, Indonesia masih menghadapi tantangan dalam integrasi GHVC, terutama terkait daya saing industri, teknologi, logistik halal, dan harmonisasi standar internasional.[193] Oleh sebab itu, penguatan kolaborasi antara pemerintah, industri, akademisi, dan lembaga sertifikasi halal menjadi sangat penting untuk meningkatkan posisi Indonesia dalam rantai nilai halal global.

4. Potensi dan Keunggulan Indonesia dalam Industri Halal Global

4.1. Demografi Muslim Terbesar Dunia sebagai Pasar Potensial

Indonesia memiliki keunggulan strategis dalam pengembangan industri halal global karena merupakan negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia.[194] Jumlah populasi Muslim Indonesia mencapai lebih dari 230 juta jiwa atau sekitar 87 persen dari total penduduk nasional.[195] Kondisi ini menjadikan Indonesia sebagai pasar domestik halal yang sangat besar dan potensial bagi pengembangan berbagai sektor industri halal.

[191] Baharuddin Sayuti, "Halal Certification and Its Impact on Global Trade," 776.
[192] Bank Indonesia, *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019–2024*, 103.
[193] Ahmad Jazuli, "Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia," 61.
[194] Pew Research Center, *The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010–2050* (Washington DC: Pew Research Center, 2015), 14.
[195] Badan Pusat Statistik, *Statistik Indonesia 2024* (Jakarta: BPS, 2024), 67.

Besarnya populasi Muslim tidak hanya menciptakan permintaan tinggi terhadap produk halal, tetapi juga mendorong berkembangnya gaya hidup halal (halal lifestyle) di berbagai sektor ekonomi.[196] Permintaan terhadap makanan halal, fashion muslim, kosmetik halal, wisata halal, hingga layanan keuangan syariah terus mengalami peningkatan seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya konsumsi produk halal.

Selain menjadi pasar konsumen, besarnya populasi Muslim Indonesia juga menjadi modal sosial dan ekonomi dalam membangun daya saing industri halal nasional.[197] Dengan dukungan sumber daya manusia yang besar, Indonesia memiliki peluang menjadi pusat produksi halal dunia apabila mampu mengoptimalkan potensi pasar domestik dan memperkuat integrasi ke pasar global.

4.2. Sumber Daya Alam dan Bahan Baku Halal

Indonesia memiliki kekayaan sumber daya alam yang melimpah dan dapat menjadi basis pengembangan industri halal global.[198] Ketersediaan bahan baku pertanian, perkebunan, perikanan, dan peternakan memberikan keuntungan komparatif dalam pengembangan produk halal berbasis sumber daya lokal.

Sektor agribisnis Indonesia memiliki potensi besar untuk mendukung industri makanan dan minuman halal, farmasi halal, serta kosmetik halal. Berbagai komoditas seperti kelapa sawit, rempah-rempah, hasil laut, tanaman herbal, dan bahan pangan lokal dapat dikembangkan menjadi produk halal bernilai tambah tinggi.

Selain itu, keanekaragaman hayati Indonesia juga menjadi sumber penting dalam pengembangan bahan baku kosmetik dan obat-obatan halal.[199] Pemanfaatan sumber daya alam berbasis prinsip keberlanjutan dapat memperkuat posisi Indonesia dalam rantai pasok halal global sekaligus mendukung pembangunan ekonomi hijau.

[196] Florence Bergeaud-Blackler, *Halal Matters: Islam, Politics and Markets in Global Perspective* (London: Routledge, 2017), 71.
[197] M. Umer Chapra, *Islam and the Economic Challenge* (Leicester: Islamic Foundation, 1992), 158.
[198] Irfan Syauqi Beik and Laily Dwi Arsyianti, *Ekonomi Pembangunan Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 223.
[199] Ahmad Jazuli, "Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia," *Jurnal Bimas Islam* 13, no. 1 (2020): 63.

Namun demikian, optimalisasi potensi tersebut masih menghadapi tantangan dalam aspek hilirisasi industri, standar kualitas, teknologi pengolahan, dan efisiensi rantai pasok.[200] Oleh sebab itu, diperlukan strategi industrialisasi halal yang terintegrasi agar sumber daya alam Indonesia mampu memberikan nilai tambah maksimal bagi perekonomian nasional.

4.3. Perkembangan Sektor Industri Halal di Indonesia

a. Makanan dan Minuman Halal

Sektor makanan dan minuman halal merupakan sektor terbesar dalam industri halal Indonesia.[201] Tingginya konsumsi masyarakat Muslim terhadap produk pangan halal menjadikan sektor ini sebagai penggerak utama ekonomi halal nasional.

Pemerintah terus mendorong penguatan industri makanan halal melalui kebijakan sertifikasi halal, pengembangan UMKM pangan halal, dan peningkatan kualitas produk nasional.[202] Selain memenuhi kebutuhan domestik, sektor makanan halal Indonesia juga memiliki peluang besar untuk memasuki pasar ekspor global.

Produk makanan halal Indonesia memiliki keunggulan dalam keberagaman kuliner, bahan baku lokal, serta potensi inovasi produk berbasis budaya nusantara.[203] Dengan penguatan standar kualitas dan branding internasional, Indonesia berpotensi menjadi eksportir utama produk makanan halal dunia.

b. Fashion Muslim

Indonesia merupakan salah satu pusat perkembangan fashion muslim dunia.[204] Industri modest fashion Indonesia berkembang pesat seiring meningkatnya tren busana muslim

[200] Bambang Brodjonegoro, "Indonesia's Opportunity in the Global Halal Industry," *Journal of Indonesian Economy and Business* 36, no. 2 (2021): 111.
[201] Thomson Reuters and DinarStandard, *State of the Global Islamic Economy Report 2023/2024* (Dubai: DinarStandard, 2024), 52.
[202] Bank Indonesia, *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019–2024* (Jakarta: Bank Indonesia, 2019), 114.
[203] John A. T. Aziz and Chokri Hajji, "Global Halal Industry: Realities and Opportunities," *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 5 (2020): 1267.
[204] Thomson Reuters and DinarStandard, *State of the Global Islamic Economy Report 2023/2024*, 61.

modern yang menggabungkan nilai religius, budaya lokal, dan kreativitas desain.

Desainer dan pelaku industri fashion muslim Indonesia mulai memperoleh pengakuan di pasar internasional melalui berbagai pameran dan ajang fashion global.[205] Pemerintah juga mendorong pengembangan industri fashion halal melalui pembinaan UMKM kreatif dan penguatan ekonomi kreatif syariah.

Keunggulan industri fashion muslim Indonesia terletak pada kekayaan budaya, keragaman motif kain tradisional, dan kreativitas desainer lokal.[206] Hal tersebut menjadi modal penting dalam memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat modest fashion global.

c. Kosmetik Halal

Permintaan terhadap kosmetik halal mengalami peningkatan signifikan dalam beberapa tahun terakhir.[207] Konsumen Muslim semakin memperhatikan aspek kehalalan, keamanan, dan kualitas bahan dalam produk kosmetik yang digunakan.

Indonesia memiliki peluang besar dalam pengembangan industri kosmetik halal karena didukung pasar domestik yang besar dan ketersediaan bahan baku alami.[208] Berbagai perusahaan kosmetik nasional mulai mengembangkan produk halal berbasis bahan herbal dan sumber daya lokal.

Sertifikasi halal menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk kosmetik.[209] Oleh karena itu, penguatan regulasi dan inovasi produk menjadi langkah strategis dalam meningkatkan daya saing kosmetik halal Indonesia di pasar global.

[205] Bambang Brodjonegoro, "Indonesia's Opportunity in the Global Halal Industry," 113.
[206] Florence Bergeaud-Blackler, *Halal Matters*, 84.
[207] Thomson Reuters and DinarStandard, *State of the Global Islamic Economy Report 2023/2024*, 66.
[208] Ahmad Jazuli, "Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia," 68.
[209] Baharuddin Sayuti, "Halal Certification and Its Impact on Global Trade," *International Journal of Business and Society* 20, no. 2 (2019): 774.

d. Farmasi Halal

Industri farmasi halal menjadi salah satu sektor yang berkembang dalam ekonomi halal global.[210] Kesadaran masyarakat terhadap penggunaan obat-obatan dan produk kesehatan halal terus meningkat, terutama di negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim.

Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan farmasi halal karena didukung sumber daya biodiversitas yang kaya serta meningkatnya kebutuhan pasar domestik.[211] Namun demikian, pengembangan farmasi halal masih menghadapi tantangan dalam aspek riset, teknologi produksi, dan sertifikasi bahan baku farmasi.

Penguatan kolaborasi antara industri, pemerintah, dan lembaga riset menjadi penting untuk meningkatkan inovasi dan kemandirian industri farmasi halal nasional.[212]

e. Pariwisata Halal

Pariwisata halal menjadi sektor strategis dalam pengembangan ekonomi halal Indonesia.[213] Keindahan alam, keragaman budaya, dan kekayaan wisata religi menjadikan Indonesia memiliki daya tarik kuat dalam pasar wisata halal internasional.

Konsep pariwisata halal tidak hanya berkaitan dengan destinasi religi, tetapi juga mencakup penyediaan makanan halal, fasilitas ibadah, layanan ramah Muslim, serta lingkungan wisata yang sesuai dengan prinsip syariah.[214]

Beberapa destinasi wisata Indonesia seperti Lombok, Aceh, dan Sumatera Barat telah dikenal sebagai destinasi wisata halal unggulan.[215] Pengembangan pariwisata halal diharapkan mampu

[210] M. Kabir Hassan and Mehmet Saraç, "The Global Halal Industry and Economic Integration," *Thunderbird International Business Review* 63, no. 4 (2021): 431.
[211] Irfan Syauqi Beik and Laily Dwi Arsyianti, *Ekonomi Pembangunan Syariah*, 229.
[212] Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, *Roadmap Industri Halal Indonesia 2025* (Jakarta: Kemenperin, 2025), 41.
[213] CrescentRating and Mastercard, *Global Muslim Travel Index 2024* (Singapore: CrescentRating, 2024), 18.
[214] John A. T. Aziz and Chokri Hajji, "Global Halal Industry: Realities and Opportunities," 1270.
[215] CrescentRating and Mastercard, *Global Muslim Travel Index 2024*, 26.

meningkatkan devisa negara dan memperkuat citra Indonesia sebagai pusat ekonomi halal dunia.

4.4. Penguatan Kawasan Industri Halal

Pemerintah Indonesia terus mendorong pengembangan kawasan industri halal sebagai strategi memperkuat ekosistem industri halal nasional.[216] Kawasan industri halal dirancang untuk menciptakan integrasi antara proses produksi, sertifikasi halal, logistik halal, dan distribusi produk dalam satu sistem industri yang efisien.

Pengembangan kawasan industri halal juga bertujuan meningkatkan investasi, memperkuat daya saing produk nasional, dan mempercepat integrasi Indonesia dalam Global Halal Value Chain.[217] Selain itu, kawasan industri halal diharapkan dapat menjadi pusat inovasi dan ekspor produk halal nasional.

Beberapa kawasan industri halal mulai dikembangkan di berbagai wilayah Indonesia melalui kolaborasi antara pemerintah, BUMN, dan sektor swasta.[218] Penguatan infrastruktur halal menjadi langkah penting dalam meningkatkan efisiensi industri dan menarik investor global.

4.5. Peluang Ekspor Produk Halal Indonesia

Pasar halal global memberikan peluang besar bagi peningkatan ekspor produk halal Indonesia.[219] Permintaan produk halal dunia terus meningkat seiring pertumbuhan populasi Muslim global dan berkembangnya tren gaya hidup halal.

Indonesia memiliki peluang ekspor besar pada sektor makanan halal, fashion muslim, kosmetik halal, produk herbal, serta produk berbasis sumber daya alam.[220] Selain pasar negara-negara Organisasi Kerja Sama Islam (OKI), produk halal Indonesia juga memiliki potensi masuk ke pasar Eropa, Amerika, dan Asia Timur.

[216] Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, *Roadmap Industri Halal Indonesia 2025*, 53.
[217] Bank Indonesia, *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019–2024*, 121.
[218] Ahmad Jazuli, "Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia," 72.
[219] Thomson Reuters and DinarStandard, *State of the Global Islamic Economy Report 2023/2024*, 74.
[220] Bambang Brodjonegoro, "Indonesia's Opportunity in the Global Halal Industry," 115.

Namun demikian, daya saing ekspor halal Indonesia masih menghadapi tantangan seperti standar kualitas, sertifikasi internasional, efisiensi logistik, dan branding global. Oleh sebab itu, diperlukan strategi diplomasi halal, penguatan inovasi produk, dan pengembangan sistem logistik halal untuk memperluas pasar ekspor Indonesia.

Dengan dukungan kebijakan pemerintah dan penguatan ekosistem halal nasional, Indonesia memiliki peluang besar menjadi salah satu pusat produksi dan ekspor halal dunia.[221]

5. Strategi Penguatan Ekosistem Industri Halal di Indonesia

5.1. Penguatan Regulasi dan Kebijakan Halal Nasional

Penguatan regulasi dan kebijakan halal nasional merupakan langkah strategis dalam membangun ekosistem industri halal yang kompetitif dan berkelanjutan di Indonesia.[222] Regulasi yang kuat memberikan kepastian hukum, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta memperkuat posisi Indonesia dalam perdagangan halal global.

Pemerintah Indonesia telah menerbitkan berbagai regulasi terkait jaminan produk halal, salah satunya melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.[223] Regulasi tersebut mewajibkan produk yang beredar di Indonesia memiliki sertifikat halal sehingga mendorong peningkatan standar kualitas dan perlindungan konsumen Muslim.

Selain itu, pemerintah juga menyusun berbagai kebijakan strategis melalui pengembangan ekonomi syariah nasional, penguatan industri halal, dan integrasi halal dalam pembangunan ekonomi nasional.[224] Kebijakan tersebut diarahkan untuk memperkuat daya saing industri halal Indonesia agar mampu terintegrasi dalam Global Halal Value Chain (GHVC).

[221] M. Kabir Hassan and Mehmet Saraç, "The Global Halal Industry and Economic Integration," 434.
[222] Bank Indonesia, *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019–2024* (Jakarta: Bank Indonesia, 2019), 127.
[223] Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal* (Jakarta: DPR RI, 2014), 3.
[224] Bambang Brodjonegoro, "Indonesia's Opportunity in the Global Halal Industry," *Journal of Indonesian Economy and Business* 36, no. 2 (2021): 117.

Namun demikian, implementasi regulasi halal masih menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan sosialisasi, kesiapan pelaku usaha, dan harmonisasi kebijakan lintas sektor.[225] Oleh sebab itu, penguatan koordinasi antar lembaga pemerintah menjadi faktor penting dalam efektivitas kebijakan halal nasional.

5.2. Optimalisasi Peran Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH)

BPJPH memiliki peran sentral dalam penyelenggaraan sistem jaminan produk halal di Indonesia.[226] Lembaga ini bertanggung jawab dalam proses registrasi, sertifikasi, pengawasan, dan pengembangan sistem halal nasional.

Optimalisasi peran BPJPH diperlukan untuk meningkatkan efisiensi layanan sertifikasi halal, memperluas jangkauan sertifikasi bagi UMKM, serta memperkuat pengawasan produk halal di pasar domestik dan internasional.[227] Selain itu, BPJPH juga memiliki peran strategis dalam memperkuat kerja sama internasional terkait pengakuan sertifikasi halal lintas negara.

Dalam konteks penguatan GHVC, BPJPH perlu mempercepat transformasi digital layanan halal melalui sistem sertifikasi berbasis elektronik dan integrasi data halal nasional. Langkah ini penting untuk meningkatkan transparansi, efisiensi, dan akuntabilitas sistem halal nasional.

Penguatan kapasitas kelembagaan BPJPH juga harus didukung peningkatan jumlah auditor halal, pengembangan laboratorium halal, serta penguatan koordinasi dengan lembaga pemeriksa halal dan pelaku industri. Dengan demikian, BPJPH dapat berfungsi sebagai penggerak utama pengembangan ekosistem halal nasional.

[225] Ahmad Jazuli, "Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia," *Jurnal Bimas Islam* 13, no. 1 (2020): 74.
[226] Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, *Laporan Kinerja BPJPH 2024* (Jakarta: BPJPH, 2024), 11.
[227] Baharuddin Sayuti, "Halal Certification and Its Impact on Global Trade," *International Journal of Business and Society* 20, no. 2 (2019): 778.

5.3. Pengembangan Infrastruktur Halal

Pengembangan infrastruktur halal menjadi faktor penting dalam memperkuat integrasi industri halal nasional. Infrastruktur halal mencakup kawasan industri halal, laboratorium halal, sistem logistik halal, pusat distribusi halal, dan fasilitas pendukung lainnya yang menjamin integritas produk halal sepanjang rantai pasok.

a. Kawasan Industri Halal

Pengembangan kawasan industri halal bertujuan menciptakan pusat produksi halal yang terintegrasi dan efisien.[228] Kawasan ini dirancang untuk mendukung proses produksi, pengolahan, sertifikasi, distribusi, dan ekspor produk halal dalam satu sistem industri yang terkoneksi.

Pemerintah Indonesia mulai mengembangkan beberapa kawasan industri halal sebagai bagian dari strategi penguatan daya saing industri nasional.[229] Kawasan industri halal diharapkan mampu menarik investasi domestik maupun internasional serta memperkuat posisi Indonesia dalam rantai nilai halal global.

Selain meningkatkan efisiensi produksi, kawasan industri halal juga mendukung pengembangan inovasi, transfer teknologi, dan penguatan kolaborasi antara industri, akademisi, dan pemerintah.[230]

b. Laboratorium Halal

Laboratorium halal memiliki fungsi penting dalam memastikan kehalalan bahan baku dan produk melalui proses pengujian ilmiah. Keberadaan laboratorium halal yang modern dan terstandarisasi menjadi kebutuhan utama dalam mendukung sistem sertifikasi halal nasional.

Peningkatan kapasitas laboratorium halal diperlukan untuk mempercepat proses pengujian produk, meningkatkan akurasi

[228] Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, *Roadmap Industri Halal Indonesia 2025* (Jakarta: Kemenperin, 2025), 57.
[229] Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, *Roadmap Industri Halal Indonesia 2025*, 61.
[230] Irfan Syauqi Beik and Laily Dwi Arsyianti, *Ekonomi Pembangunan Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 236.

pemeriksaan, dan memperkuat kredibilitas sertifikasi halal Indonesia di tingkat internasional.

Selain itu, pengembangan laboratorium halal juga mendukung riset dan inovasi produk halal, terutama dalam sektor farmasi, kosmetik, dan pangan olahan. Oleh sebab itu, investasi pada infrastruktur laboratorium halal menjadi bagian penting dalam strategi penguatan industri halal nasional.

c. Logistik Halal

Logistik halal merupakan sistem pengelolaan distribusi dan penyimpanan produk halal yang memastikan integritas halal tetap terjaga sepanjang rantai pasok. Sistem logistik halal mencakup transportasi, pergudangan, pengemasan, dan distribusi yang sesuai dengan prinsip syariah.

Dalam perdagangan global, logistik halal menjadi faktor penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing produk halal.[231] Oleh sebab itu, Indonesia perlu mengembangkan standar logistik halal nasional yang terintegrasi dengan sistem perdagangan internasional.

Penguatan logistik halal juga memerlukan dukungan teknologi digital, sistem traceability, dan sertifikasi logistik halal agar produk halal Indonesia mampu bersaing di pasar global.[232]

5.4. Peningkatan Kapasitas SDM Halal

Sumber daya manusia (SDM) halal merupakan elemen penting dalam pengembangan industri halal nasional. Ketersediaan tenaga kerja yang memahami prinsip halal, manajemen industri halal, dan teknologi halal akan menentukan keberhasilan integrasi Indonesia dalam GHVC.

Peningkatan kapasitas SDM halal dapat dilakukan melalui pendidikan, pelatihan, sertifikasi kompetensi, dan pengembangan kurikulum industri halal di perguruan tinggi. Selain itu, diperlukan penguatan literasi halal bagi pelaku usaha dan masyarakat agar kesadaran terhadap pentingnya produk halal semakin meningkat.

Pemerintah, perguruan tinggi, dan lembaga pelatihan memiliki peran penting dalam menciptakan SDM halal yang kompeten dan berdaya saing global. Dengan penguatan kualitas SDM, industri halal Indonesia akan lebih siap menghadapi persaingan internasional.

5.5. Penguatan Riset dan Inovasi Industri Halal

Riset dan inovasi menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing industri halal nasional. Pengembangan produk halal yang inovatif, berkualitas, dan sesuai kebutuhan pasar global memerlukan dukungan penelitian yang kuat.

Bidang riset industri halal mencakup pengembangan bahan baku halal, teknologi pengolahan, sistem sertifikasi halal, logistik halal, serta digitalisasi industri halal. Selain itu, inovasi juga diperlukan dalam pengembangan produk kosmetik halal, farmasi halal, dan makanan halal berbasis sumber daya lokal.

Kolaborasi antara pemerintah, perguruan tinggi, lembaga riset, dan sektor industri perlu diperkuat untuk menciptakan ekosistem inovasi halal yang berkelanjutan. Dengan demikian, Indonesia dapat meningkatkan nilai tambah produk halal dan memperluas pasar ekspor internasional.

5.6. Digitalisasi Ekosistem Halal Nasional

Transformasi digital menjadi kebutuhan penting dalam penguatan industri halal modern. Digitalisasi memungkinkan proses sertifikasi halal, pengawasan produk, distribusi, pemasaran, dan transaksi ekonomi halal dilakukan secara lebih efisien dan transparan.

Penggunaan teknologi digital seperti big data, blockchain, Internet of Things (IoT), dan kecerdasan buatan (artificial intelligence) dapat meningkatkan efektivitas pengelolaan rantai pasok halal. Selain itu, digitalisasi juga memperluas akses pasar bagi UMKM halal melalui platform e-commerce dan pemasaran digital.

[231] Florence Bergeaud-Blackler, *Halal Matters: Islam, Politics and Markets in Global Perspective* (London: Routledge, 2017), 93.

[232] Mohamed Syazwan Ab Talib, "Blockchain Technology in Halal Food Supply Chain," *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 6 (2021): 1131.

Pengembangan ekosistem digital halal nasional harus didukung oleh infrastruktur teknologi, regulasi digital, dan peningkatan literasi digital masyarakat. Dengan transformasi digital yang kuat, Indonesia dapat mempercepat integrasi industri halal dalam ekonomi global.

5.7. Penguatan Pembiayaan Syariah untuk Industri Halal

Pembiayaan syariah memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan industri halal nasional.[233] Akses pembiayaan yang sesuai prinsip syariah dapat membantu pelaku usaha meningkatkan kapasitas produksi, inovasi produk, dan ekspansi pasar halal.

Lembaga keuangan syariah seperti bank syariah, fintech syariah, dan pasar modal syariah dapat menjadi sumber pembiayaan bagi industri halal, khususnya sektor UMKM.[234] Selain itu, integrasi antara industri halal dan keuangan syariah akan memperkuat ekosistem ekonomi syariah nasional secara menyeluruh.

Pemerintah juga perlu memperluas insentif pembiayaan halal, subsidi sertifikasi halal, dan dukungan investasi bagi sektor industri halal strategis.[235] Dengan dukungan pembiayaan yang kuat, industri halal Indonesia dapat meningkatkan daya saing dan memperluas peran dalam pasar halal global.

6. Integrasi Indonesia dalam Global Halal Value Chain

6.1. Strategi Integrasi Rantai Pasok Halal Global

Integrasi Indonesia dalam Global Halal Value Chain (GHVC) merupakan langkah strategis untuk memperkuat daya saing industri halal nasional di pasar internasional. Integrasi tersebut dilakukan melalui penguatan rantai pasok halal yang mencakup produksi, sertifikasi, logistik, distribusi, hingga pemasaran produk halal secara global.

Strategi integrasi rantai pasok halal global memerlukan keterhubungan antara sektor industri, lembaga sertifikasi halal, sistem logistik halal, lembaga keuangan syariah, dan pasar internasional. Dalam konteks ini, Indonesia perlu membangun sistem rantai pasok halal yang efisien, transparan, dan berbasis teknologi agar mampu memenuhi standar pasar global.

Selain itu, pengembangan kawasan industri halal, penguatan infrastruktur logistik, dan digitalisasi sistem halal nasional menjadi faktor penting dalam mendukung integrasi GHVC. Dengan sistem rantai pasok yang terintegrasi, Indonesia dapat meningkatkan efisiensi produksi, memperluas akses pasar ekspor, dan memperkuat posisi sebagai pusat industri halal dunia.

Penguatan integrasi global juga harus diarahkan pada pengembangan produk halal bernilai tambah tinggi yang mampu bersaing dalam pasar internasional.[236] Oleh sebab itu, strategi hilirisasi industri halal menjadi penting untuk meningkatkan nilai ekonomi produk domestik.

6.2. Harmonisasi Sertifikasi Halal Internasional

Harmonisasi sertifikasi halal internasional menjadi tantangan utama dalam integrasi GHVC.[237] Setiap negara memiliki standar halal, mekanisme sertifikasi, dan lembaga halal yang berbeda sehingga sering menimbulkan hambatan perdagangan internasional.

Perbedaan standar halal dapat memengaruhi akses pasar ekspor produk Indonesia karena pelaku usaha harus memenuhi berbagai persyaratan sertifikasi di negara tujuan.[238] Kondisi tersebut meningkatkan biaya produksi, memperpanjang proses distribusi, dan mengurangi efisiensi perdagangan halal global.

Oleh karena itu, Indonesia perlu memperkuat harmonisasi standar halal melalui kerja sama bilateral maupun multilateral dengan negara-negara mitra dagang.[239] Pengakuan sertifikasi halal

[233] M. Umer Chapra, *Islam and the Economic Challenge* (Leicester: Islamic Foundation, 1992), 171.
[234] Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2011), 214.
[235] Otoritas Jasa Keuangan, *Roadmap Pengembangan Keuangan Syariah Indonesia 2023–2027* (Jakarta: OJK, 2023), 48.
[236] Bambang Brodjonegoro, "Indonesia's Opportunity in the Global Halal Industry," *Journal of Indonesian Economy and Business* 36, no. 2 (2021): 121.
[237] Baharuddin Sayuti, "Halal Certification and Its Impact on Global Trade," *International Journal of Business and Society* 20, no. 2 (2019): 781.
[238] Tieman Marco, *Halal Logistics and Supply Chain Management*, 159.
[239] Ahmad Jazuli, "Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia," *Jurnal Bimas Islam* 13, no. 1 (2020): 89.

nasional oleh lembaga halal internasional menjadi faktor penting dalam memperluas akses pasar global.

Peran Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sangat strategis dalam membangun kerja sama internasional dan memperkuat posisi standar halal Indonesia di tingkat global.[240] Dengan harmonisasi standar, integrasi Indonesia dalam rantai nilai halal global akan menjadi lebih efektif dan kompetitif.

6.3. Diplomasi Ekonomi Halal Indonesia

Diplomasi ekonomi halal merupakan strategi penting dalam memperkuat posisi Indonesia dalam perdagangan halal global.[241] Diplomasi halal dilakukan melalui kerja sama perdagangan, promosi produk halal, penguatan hubungan antar lembaga halal, dan partisipasi aktif dalam forum ekonomi Islam internasional.

Indonesia memiliki peluang besar untuk memainkan peran penting dalam ekonomi halal dunia karena didukung populasi Muslim terbesar, pasar domestik yang luas, dan potensi sumber daya alam yang melimpah.[242] Oleh sebab itu, diplomasi halal harus diarahkan untuk meningkatkan pengaruh Indonesia dalam penentuan standar halal global dan memperluas pasar ekspor produk halal nasional.

Pemerintah Indonesia juga aktif mendorong kerja sama ekonomi syariah dengan negara-negara anggota Organisasi Kerja Sama Islam (OKI), kawasan Timur Tengah, Asia Tenggara, dan Eropa.[243] Diplomasi halal tidak hanya berkaitan dengan perdagangan produk, tetapi juga mencakup investasi, pendidikan halal, pengembangan teknologi halal, dan kerja sama riset internasional.

Dengan diplomasi ekonomi halal yang kuat, Indonesia dapat memperkuat branding sebagai pusat industri halal dunia dan meningkatkan daya saing produk halal nasional.

[240] Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, *Laporan Kinerja BPJPH 2024* (Jakarta: BPJPH, 2024), 21.
[241] Irfan Syauqi Beik and Laily Dwi Arsyianti, *Ekonomi Pembangunan Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 248.
[242] Pew Research Center, *The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010–2050* (Washington DC: Pew Research Center, 2015), 18.
[243] Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, *Laporan Diplomasi Perdagangan Halal Indonesia 2024* (Jakarta: Kemendag RI, 2024), 34.

6.4. Kolaborasi Internasional dan Perdagangan Halal

Kolaborasi internasional menjadi faktor penting dalam memperkuat integrasi Indonesia dalam GHVC. Kerja sama internasional memungkinkan transfer teknologi, peningkatan kapasitas industri, harmonisasi standar halal, dan perluasan akses pasar ekspor.

Indonesia perlu memperkuat kerja sama dengan negara-negara yang telah maju dalam industri halal seperti Malaysia, Uni Emirat Arab, Arab Saudi, dan Turki. Kerja sama tersebut dapat dilakukan melalui investasi industri halal, pengembangan kawasan halal, sertifikasi halal bersama, dan perdagangan produk halal lintas negara.

Selain itu, partisipasi aktif dalam pameran halal internasional dan forum ekonomi Islam global menjadi sarana penting untuk memperluas jaringan perdagangan halal Indonesia. Kolaborasi internasional juga dapat memperkuat posisi UMKM halal Indonesia dalam rantai nilai global.

Perdagangan halal global diproyeksikan terus meningkat seiring pertumbuhan populasi Muslim dunia dan berkembangnya gaya hidup halal internasional.[244] Oleh karena itu, Indonesia perlu memperkuat kesiapan industri domestik agar mampu memanfaatkan peluang pasar halal global secara optimal.

6.5. Peran UMKM dalam GHVC

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pengembangan industri halal nasional.[245] Sebagian besar produk makanan halal, fashion muslim, kerajinan halal, dan produk kreatif halal di Indonesia berasal dari sektor UMKM.

Integrasi UMKM dalam GHVC menjadi penting karena UMKM memiliki kontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi daerah, dan penguatan ekonomi berbasis masyarakat. Namun demikian, sebagian besar UMKM halal masih menghadapi keterbatasan dalam akses pembiayaan, teknologi, sertifikasi halal, dan pasar ekspor.

[244] Thomson Reuters and DinarStandard, *State of the Global Islamic Economy Report 2023/2024*, 85.
[245] Tulus Tambunan, *UMKM di Indonesia: Perkembangan dan Tantangan* (Jakarta: Kencana, 2020), 151.

Pemerintah perlu memperkuat program pendampingan, digitalisasi UMKM halal, fasilitasi sertifikasi halal, dan peningkatan kapasitas produksi agar UMKM mampu bersaing di pasar internasional. Selain itu, integrasi UMKM dengan platform e-commerce dan sistem logistik halal dapat memperluas akses pasar global.

Dengan dukungan kebijakan yang tepat, UMKM dapat menjadi penggerak utama integrasi Indonesia dalam rantai nilai halal global.

6.6. Tantangan Integrasi Global

a. Standar Halal Lintas Negara

Perbedaan standar halal antarnegara masih menjadi tantangan utama dalam perdagangan halal global. Tidak adanya standar halal internasional yang sepenuhnya seragam menyebabkan perbedaan prosedur sertifikasi dan pengawasan halal di berbagai negara.

Kondisi tersebut dapat menghambat ekspor produk halal Indonesia karena perusahaan harus menyesuaikan standar dengan negara tujuan ekspor. Oleh sebab itu, harmonisasi standar halal internasional menjadi kebutuhan penting dalam mendukung integrasi GHVC.

b. Daya Saing Produk

Daya saing produk halal Indonesia masih menghadapi tantangan dalam aspek kualitas, inovasi, efisiensi produksi, dan branding global. Produk halal Indonesia harus mampu bersaing dengan negara lain yang telah lebih maju dalam pengembangan industri halal seperti Malaysia dan Uni Emirat Arab.

Penguatan kualitas produk, sertifikasi internasional, dan strategi pemasaran global menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing produk halal Indonesia.

c. Teknologi dan Inovasi

Penguasaan teknologi dan inovasi menjadi faktor penting dalam pengembangan industri halal modern.[246] Namun demikian, sebagian besar pelaku industri halal nasional masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital, riset produk, dan sistem traceability halal.

Penguatan riset dan transformasi digital diperlukan untuk meningkatkan efisiensi industri halal serta memperkuat integritas rantai pasok halal nasional.

d. Efisiensi Rantai Pasok

Efisiensi rantai pasok halal menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing perdagangan halal internasional. Sistem logistik halal Indonesia masih menghadapi tantangan terkait biaya distribusi, infrastruktur transportasi, dan integrasi sistem logistik nasional.

Penguatan logistik halal berbasis teknologi dan pengembangan pusat distribusi halal menjadi langkah strategis dalam meningkatkan efisiensi rantai pasok halal Indonesia.

6.7. Model Integrasi Halal Value Chain Berbasis Keberlanjutan

Model integrasi halal value chain berbasis keberlanjutan menekankan keterpaduan antara prinsip halal, efisiensi ekonomi, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan lingkungan. Dalam pendekatan ini, industri halal tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek etika, kesejahteraan masyarakat, dan pelestarian lingkungan.

Konsep halal dan thayyib memiliki keterkaitan erat dengan prinsip pembangunan berkelanjutan (sustainable development). Oleh sebab itu, pengembangan GHVC harus diarahkan pada penggunaan bahan baku ramah lingkungan, efisiensi energi, pengurangan limbah industri, dan penerapan ekonomi sirkular.

Indonesia memiliki peluang besar untuk mengembangkan model halal value chain berbasis keberlanjutan karena didukung kekayaan sumber daya alam dan meningkatnya kesadaran global terhadap ekonomi hijau.[247] Dengan pendekatan tersebut, Indonesia

[246] Mohamed Syazwan Ab Talib, "Blockchain Technology in Halal Food Supply Chain," *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 6 (2021): 1138.

[247] Irfan Syauqi Beik and Laily Dwi Arsyianti, *Ekonomi Pembangunan Syariah*, 259.

dapat memperkuat daya saing industri halal sekaligus mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan.

7. Kesimpulan

Penguatan ekosistem industri halal melalui integrasi Global Halal Value Chain (GHVC) merupakan langkah strategis untuk meningkatkan daya saing ekonomi Indonesia di tingkat global. Perkembangan industri halal dunia yang semakin pesat menunjukkan bahwa halal tidak lagi terbatas pada aspek keagamaan, tetapi telah berkembang menjadi sistem ekonomi global yang mencakup sektor makanan, fashion, kosmetik, farmasi, pariwisata, logistik, hingga ekonomi digital. Kondisi tersebut memberikan peluang besar bagi Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia untuk menjadi salah satu pusat industri halal global.

Indonesia memiliki berbagai keunggulan strategis dalam pengembangan industri halal, seperti besarnya pasar domestik, kekayaan sumber daya alam, keberagaman budaya, serta potensi UMKM yang kuat. Selain itu, dukungan pemerintah melalui regulasi jaminan produk halal, pengembangan kawasan industri halal, penguatan ekonomi syariah, dan transformasi digital menunjukkan adanya komitmen nasional dalam membangun ekosistem halal yang terintegrasi dan berkelanjutan.

Meskipun demikian, integrasi Indonesia dalam GHVC masih menghadapi berbagai tantangan, antara lain perbedaan standar halal antarnegara, rendahnya daya saing produk, keterbatasan teknologi dan inovasi, serta belum optimalnya sistem logistik halal nasional. Oleh karena itu, diperlukan strategi penguatan yang mencakup harmonisasi sertifikasi halal internasional, peningkatan kualitas sumber daya manusia, penguatan riset dan inovasi, digitalisasi rantai pasok halal, serta perluasan akses pembiayaan syariah bagi pelaku industri halal, khususnya UMKM.

Selain itu, diplomasi ekonomi halal dan kolaborasi internasional menjadi faktor penting dalam memperluas pasar ekspor dan memperkuat posisi Indonesia dalam perdagangan halal global. Dengan dukungan kebijakan yang tepat dan sinergi antara pemerintah, industri, akademisi, lembaga sertifikasi halal, dan masyarakat, Indonesia memiliki peluang besar untuk menjadi pemain utama dalam rantai nilai halal dunia.

Pada akhirnya, pengembangan industri halal tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi semata, tetapi juga harus diarahkan pada prinsip keberlanjutan, etika bisnis, dan kesejahteraan masyarakat. Integrasi halal value chain berbasis keberlanjutan akan menjadi fondasi penting dalam mewujudkan industri halal Indonesia yang kompetitif, inklusif, dan berdaya saing global di masa depan.

BAB 3

Indonesia Pusat Modest Fashion Dunia?

Lian Fuad

1. Pendahuluan

Tulisan ini dimulai dengan sebuah pertanyaan yang sengaja menggantung: mampukah Indonesia benarbenar disebut sebagai pusat modest fashion dunia? Pertanyaan ini bukan sekadar retorika akademik, melainkan kebutuhan kritis di tengah euforia pencapaian Indonesia dalam laporan State of the Global Islamic Economy (SGIE) 2024/2025, yang menempatkan Indonesia di peringkat pertama dunia untuk sektor modest fashion, mengungguli Malaysia, Italia, Turki, dan Singapura[248]. Pencapaian ini tentu patut diapresiasi, mengingat pada 2021 Indonesia masih berada di peringkat ketiga, dan dalam rentang waktu hanya empat tahun berhasil melesat ke posisi puncak. Namun, pertanyaan mendasar yang harus diajukan adalah: apakah predikat pusat cukup diukur dari peringkat influence semata, atau justru harus dibuktikan melalui pangsa pasar global yang nyata?

[248] DinarStandard, "State of the Global Islamic Economy 2025 - DinarStandard," July 7, 2025, https://www.dinarstandard.com/insights/sgier-2024-25; Katadata, "Mendag Busan: Indonesia Siap Pimpin Modest Fashion Dunia Lewat JMFW 2026 - Industri Katadata.Co.Id," Https://Katadata.Co.Id, November 8, 2025, https://katadata.co.id/berita/industri/690eb11458473/mendag-busan-indonesia-siap-pimpin-modest-fashion-dunia-lewat-jmfw-2026.

Deklarasi versus realitas menjadi titik tolak yang menarik untuk dicermati. Di satu sisi, klaim sebagai pemimpin modest fashion dunia didukung oleh berbagai capaian membanggakan. Indonesia secara konsisten mempertahankan posisi ketiga dalam indeks ekonomi Islam global secara keseluruhan, dengan skor 99,9 poin, naik 19,8 poin dibandingkan tahun sebelumnya[249]. Menteri Perindustrian Agus Gumiwang Kartasasmita bahkan menegaskan bahwa Indonesia memiliki peluang strategis untuk menjadi pusat industri fashion, khususnya modest fashion, didukung oleh ekosistem industri domestik yang kuat dan potensi pasar global yang besar[250]. Pasar modest fashion global sendiri tumbuh sangat pesat, dengan konsumsi mencapai 327 miliar dolar AS pada 2023 dan diproyeksikan melonjak menjadi 433 miliar dolar AS pada 2028[251]. Pertumbuhan ini tentu membuka peluang emas bagi Indonesia untuk memperkuat perannya sebagai produsen sekaligus pusat tren global.

Namun, di sisi lain realitas ekspor justru menunjukkan gambaran yang berbeda dan perlu dicermati secara kritis. Menteri Perindustrian mengungkapkan bahwa meskipun Indonesia menjadi peringkat pertama dunia dalam modest fashion, ekspor produk fashion ke negaranegara anggota Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) pada 2023 hanya mencapai 990 juta dolar AS. Angka ini memang menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan melonjak 83 persen dibandingkan 540 juta dolar AS pada 2022[252]. Namun, yang menjadi catatan penting adalah bahwa dengan capaian tersebut, Indonesia hanya menduduki peringkat ketujuh eksportir ke negaranegara OKI. Artinya, masih ada enam negara lain yang mampu mengekspor lebih banyak produk modest fashion ke pasar muslim global dibandingkan Indonesia.

[249] KOMPAS.com, "Indonesia 3 Besar Ekonomi Islam Dunia, Menperin: Didorong Peningkatan Kinerja Beberapa Subsektor Ekonomi Halal," KOMPAS.com, October 20, 2025, https://money.kompas.com/read/2025/10/20/154327526/indonesia-3-besar-ekonomi-islam-dunia-menperin-didorong-peningkatan-kinerja.

[250] antaranews.com, "Indonesia Has Strategic Potential to Become a Modest Fashion Hub," Antara News, March 13, 2026, https://en.antaranews.com/news/408294/indonesia-has-strategic-potential-to-become-a-modest-fashion-hub.

[251] rri.co.id, "Indonesia Eyes Larger Role in Global Muslim Fashion Market," Rri.Co.Id - Portal Berita Terpercaya, March 14, 2026, https://rri.co.id/en/business/2262977/indonesia-eyes-larger-role-in-global-muslim-fashion-market.

[252] antaranews.com, "Indonesia Has Strategic Potential to Become a Modest Fashion Hub."

Lebih jauh lagi, negaranegara pesaing seperti China, Turkiye, dan India justru mendominasi pangsa pasar ekspor ke negaranegara OKI. Data ini membuka sebuah paradoks yang mencengangkan: Indonesia dinobatkan sebagai pemimpin dunia dalam modest fashion berdasarkan indikator tertentu, namun dalam praktik perdagangan riil, negaranegara yang dikalahkan Indonesia dalam peringkat justru memiliki kinerja ekspor yang lebih baik ke pasar muslim global. Fakta ini mempertanyakan relevansi dan komposisi indikator yang digunakan dalam penentuan peringkat tersebut. Apakah indikator yang digunakan lebih mengukur aspek soft power seperti jumlah event fashion, popularitas desainer, atau keaktifan promosi diplomasi budaya, dibandingkan dengan kemampuan riil menghasilkan produk yang kompetitif di pasar global?

Untuk memahami kesenjangan antara deklarasi dan realitas ini, Tulisan ini akan menguji validitas klaim Indonesia pusat modest fashion dunia melalui tiga lensa analisis yang saling terkait. Lensa pertama adalah daya saing ekspor, yang akan menelaah secara mendalam bagaimana struktur perdagangan global modest fashion bekerja, siapa para pemain utamanya, dan di mana posisi Indonesia yang sesungguhnya. Lensa kedua adalah ekosistem industri, yang akan mengupas kekuatan dan kelemahan tata kelola industri modest fashion Indonesia mulai dari ketersediaan bahan baku bersertifikasi halal, kapasitas produksi, akses pembiayaan, hingga dukungan kebijakan dan infrastruktur. Lensa ketiga adalah persepsi dan pengakuan global, yang akan mengeksplorasi bagaimana dunia internasional memandang modest fashion Indonesia, sejauh mana keberhasilan diplomasi budaya dan branding kolektif, serta apakah konsumen global baik di negara muslim maupun nonmuslim benarbenar mengenali Indonesia sebagai pusat modest fashion.

Ketiga lensa ini penting karena masingmasing memberikan potret yang berbeda namun saling melengkapi. Sebuah negara bisa memiliki ekosistem industri yang kuat tetapi kurang dikenal di pasar global. Sebaliknya, sebuah negara bisa sangat populer di mata dunia tetapi lemah dalam daya saing ekspor karena keterbatasan kapasitas produksi. Di sinilah letak kompleksitas klaim Indonesia pusat modest

fashion dunia ia bukan sekadar soal peringkat dalam satu laporan, melainkan sintesis dari berbagai dimensi yang terkadang bahkan menunjukkan hasil yang kontradiktif.

Mengapa ekspor Indonesia ke negaranegara OKI hanya menempati peringkat ketujuh meskipun menjadi pemimpin peringkat global? Jawaban atas pertanyaan ini mungkin terletak pada perbedaan mendasar antara indikator peringkat dan realitas perdagangan. SGIE Report menggunakan lima komponen utama dalam penilaiannya: aspek finansial, regulasi halal, kesadaran masyarakat, faktor sosial, dan inovasi[253]. Namun, secara spesifik untuk sektor modest fashion, indikator yang digunakan antara lain mencakup program sertifikasi halal global, showcase ekspor, inkubator desainer, dan dukungan pemerintah. Indikatorindikator ini memang mencerminkan upaya serius pemerintah Indonesia melalui berbagai program seperti sertifikasi halal untuk tekstil dan promosi desainer lokal ke luar negeri. Namun, indikator tersebut mungkin tidak secara langsung berkorelasi dengan volume ekspor riil, karena faktorfaktor seperti efisiensi logistik, biaya produksi, kualitas bahan baku, dan jaringan distribusi global justru seringkali menjadi penentu utama dalam perdagangan internasional.

Tulisan ini akan mengupas tuntas kontradiksi tersebut, dengan harapan memberikan pemahaman yang lebih jernih tentang posisi Indonesia sebenarnya dalam peta modest fashion global. Bukan untuk merendahkan capaian yang telah diraih karena pencapaian peringkat pertama dunia adalah sesuatu yang sangat membanggakan dan tidak terjadi begitu saja tetapi untuk mendorong evaluasi kritis yang justru diperlukan agar Indonesia dapat benarbenar bertransformasi dari sekadar pemimpin peringkat menjadi pemimpin pasar yang sesungguhnya. Karena pada akhirnya, predikat pusat modest fashion dunia harus diukur bukan dari klaim atau peringkat dalam laporan, melainkan dari seberapa besar pangsa pasar yang dikuasai, seberapa banyak produk yang diekspor, dan seberapa kuat pengaruh Indonesia dalam membentuk tren serta standar industri fashion muslim global.

[253] KOMPAS.com, "Indonesia 3 Besar Ekonomi Islam Dunia, Menperin."

2. Anatomi Peringkat Pertama Indonesia di SGIE Report 2024/2025

Untuk memahami mengapa Indonesia mampu menempati posisi puncak dalam sektor modest fashion dunia, kita perlu membedah secara mendalam komponenkomponen penilaian yang digunakan dalam State of the Global Islamic Economy (SGIE) Report 2024/2025 yang dirilis oleh DinarStandard[254]. Pendekatan ini penting karena peringkat pertama bukanlah sesuatu yang terjadi secara kebetulan, melainkan akumulasi dari berbagai indikator yang secara sistematis diukur dan dibandingkan antarnegara. Secara umum, SGIE Report menilai performa negaranegara dalam tujuh sektor utama ekonomi Islam: makanan halal, keuangan syariah, pariwisata ramah Muslim, modest fashion, kosmetik dan farmasi halal, media dan rekreasi, serta investasi halal[255]. Khusus untuk sektor modest fashion, penilaian dilakukan dengan mempertimbangkan lima komponen utama, yaitu aspek finansial, regulasi halal, kesadaran masyarakat, faktor sosial, dan inovasi[256]. Indonesia berhasil unggul secara konsisten di sektor ini dengan meraih skor 106,5, suatu angka yang mencerminkan keunggulan komprehensif di semua indikator penilaian[257].

Apa yang membuat skor Indonesia begitu tinggi? Jawabannya terletak pada kombinasi antara infrastruktur kelembagaan yang matang, aktivitas promosi global yang masif, serta kolaborasi lintas sektor yang terencana dengan baik. Indonesia telah mengembangkan program unggulan bernama Indonesia Global Halal Fashion (IGHF) yang dijalankan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai instrumen utama untuk memperkuat ekosistem modest fashion dari hulu hingga hilir[258]. Program ini melibatkan

[254] DinarStandard, "State of the Global Islamic Economy 2025 - DinarStandard."

[255] iaei, "Indonesia Peringkat 3 Ekonomi Islam Dunia: Insight SGIE Report 2024/2025," iaei-website, Ikatan Ahli Ekonomi Islam Indonesia, July 10, 2025, https://iaei.or.id/id/berita-dan-artikel/berita/indonesia-peringkat-3-ekonomi-islam-dunia-insight-sgie-report-20242025.

[256] BCA Sekuritas, "Menperin: Industri Busana Muslim RI Tempati Urutan Pertama Dunia," BCA Sekuritas, October 20, 2025, https://bcasekuritas.co.id/latest-news/news/menperin-industri-busana-muslim-ri-tempati-urutan-pertama-dunia.

[257] BCA Sekuritas, "Menperin: Industri Busana Muslim RI Tempati Urutan Pertama Dunia."

[258] BPJPH, "BPJPH Bersama Industri Tekstil Dan Designer Launching Indonesia Global Halal Fashion, Wujudkan Indonesia Kiblat Fesyen Dunia | Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal," Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, April 5, 2024, https://bpjph.halal.go.id/detail/bpjph-bersama-

kolaborasi erat antara pemerintah, pelaku industri tekstil, para desainer, dan produsen kain halal di seluruh Tanah Air. Yang membuat program ini berbeda dari sekadar kegiatan promosi biasa adalah pendekatannya yang sistematis: penguatan dimulai dari sektor hulu yang berkaitan dengan akses bahan baku bersertifikat halal, kemudian proses produksi, hingga branding dan promosi global di berbagai panggung internasional. Langkah strategis ini juga disiapkan untuk menyambut kewajiban sertifikasi halal bagi barang gunaan termasuk produk fesyen yang akan diberlakukan mulai Oktober 2026, sehingga Indonesia telah berada di jalur yang tepat jauh sebelum regulasi tersebut diimplementasikan.

Keberhasilan Indonesia juga tidak terlepas dari agresivitas promosi modest fashion di kancah internasional sepanjang tahun 2024. Program IGHF membawa produk modest fashion Indonesia ke lima negara dalam kurun waktu yang relatif singkat: dimulai dari ajang fashion week di Indonesia pada Maret 2024, kemudian berlanjut ke Malaysia pada Agustus 2024, dan selanjutnya ke pusatpusat mode dunia seperti London, Milan, dan Paris pada September 2024. Kehadiran di London, Milan, dan Paris tiga kota yang dikenal sebagai kiblat mode global memberikan sinyal kuat bahwa modest fashion Indonesia tidak hanya diperuntukkan bagi konsumen muslim domestik, tetapi juga layak diperhitungkan di pasar mode internasional yang lebih luas. Ini adalah langkah diplomasi mode yang cerdas, karena alihalih hanya memamerkan produk di negaranegara muslim, Indonesia justru menunjukkan diri di pusatpusat mode dunia yang menjadi trendsetter bagi industri fashion global. Menteri Perdagangan Budi Santoso menekankan bahwa kunci mendominasi pasar domestik adalah memiliki produk yang kompetitif, meyakinkan konsumen bahwa produk lokal sama baiknya dengan produk asing, sambil terus mendorong perluasan pangsa ekspor ke pasar internasional[259].

industri-tekstil-dan-designer-launching-indonesia-global-halal-fashion-wujudkan-indonesia-kiblat-fesyen-dunia.

[259] antaranews.com, "Minister Seeks Stronger Ecosystem for Modest Fashion Dominance," Antara News, December 10, 2025, https://en.antaranews.com/news/396004/minister-seeks-stronger-ecosystem-for-modest-fashion-dominance.

Selain program promosi, keberhasilan Indonesia juga sangat ditentukan oleh perhatian serius pemerintah terhadap penguatan ekosistem industri dari sisi regulasi dan kesadaran masyarakat. Komponen regulasi halal menjadi salah satu andalan Indonesia, di mana pemerintah terus memperluas cakupan dan memperketat standar sertifikasi halal untuk produk fesyen. Komponen kesadaran masyarakat juga menunjukkan tren positif, didorong oleh semakin tingginya literasi halal di kalangan konsumen muslim Indonesia yang jumlahnya mencapai 245,97 juta jiwa atau sekitar 87 persen dari total populasi. Potensi pasar domestik yang sangat besar ini menjadi modal penting karena produsen tidak perlu membangun pasar dari nol; mereka sudah memiliki basis konsumen yang sangat besar dan terus tumbuh. Konsumsi rumah tangga Indonesia tercatat mencapai Rp 3.226,1 triliun pada semester II 2025, dan sebagian besar didorong oleh populasi muslim yang sadar halal. Sementara itu, dari sisi investasi, Indonesia telah menunjukkan performa yang mengesankan dengan menyelesaikan 40 transaksi investasi di sektor ekonomi Islam senilai 1,6 miliar dolar AS pada 2023, yang melampaui semua negara anggota OKI lainnya dalam hal jumlah transaksi[260].

Namun, capaian peringkat pertama ini menjadi lebih menarik untuk dianalisis ketika kita membandingkan keunggulan komparatif Indonesia dengan negaranegara pesaing utamanya: Malaysia yang memiliki sistem sertifikasi halal lebih tua dan lebih mapan; Turki yang dikenal memiliki industri tekstil raksasa dengan kapasitas produksi bahan baku yang sangat besar; dan Italia yang memiliki reputasi mode global yang tak tertandingi selama beberapa dekade[261]. Di manakah letak kekuatan Indonesia yang sesungguhnya? Jawabannya mungkin terletak pada kombinasi unik antara jumlah penduduk muslim terbesar di dunia dan keberhasilan pemerintah membangun ekosistem promosi serta kolaborasi lintas sektor. Berbeda dengan Turki yang mengandalkan kekuatan produksi tekstil terintegrasi dari hulu ke hilir, kekuatan Indonesia justru berada di sektor hilir:

[260] Pikiran Rakyat, "Indonesia, Peringkat I Busana Muslim Dunia," Pikiran Rakyat Koran, Okt 2025, https://koran.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-3039733282/indonesia-peringkat-i-busana-muslim-dunia.

[261] HalalCorner.ID, *5 Negara yang Berlomba Jadi Pusat Industri Halal Dunia*, October 3, 2025, https://halalcorner.id/5-negara-yang-berlomba-jadi-pusat-industri-halal-dunia/.

desain, branding, dan promosi global yang masif. Berbeda dengan Italia yang reputasi modenya bertumpu pada rumahrumah mode mewah dengan sejarah panjang, Indonesia membangun reputasinya melalui diplomasi mode kolektif yang melibatkan ratusan desainer dan ribuan UMKM secara simultan. Berbeda dengan Malaysia yang memiliki keunggulan pada usia dan pengakuan internasional atas sistem sertifikasi halalnya, Indonesia justru unggul dalam hal volume aktivitas, jumlah event fashion, dan cakupan promosi lintas negara.

Pertanyaan yang kemudian muncul adalah: mampukah Indonesia mempertahankan keunggulan komparatif ini dalam jangka panjang? Keberlanjutan peringkat pertama sangat bergantung pada kemampuan Indonesia untuk tidak hanya mempertahankan intensitas promosi tetapi juga mulai membangun kapasitas di sektorsektor yang masih menjadi kelemahan, terutama ketersediaan bahan baku tekstil bersertifikasi halal dari hulu. Saat ini, meskipun Indonesia unggul dalam hal promosi dan event fashion, ketergantungan pada bahan baku impor masih menjadi tantangan serius. Ke depan, sinergi antara Kementerian Perindustrian yang fokus pada penguatan kapasitas produksi dalam negeri dan Kementerian Perdagangan yang terus membuka akses pasar melalui perjanjian dagang seperti IndonesiaEuropean Union Comprehensive Economic Partnership Agreement (IEUCEPA) menjadi faktor kunci. Menteri Perdagangan menekankan bahwa pasar Uni Eropa sangat potensial untuk digarap karena produk modest fashion Indonesia tidak kalah bersaing dengan produk asing, dan perjanjian dagang yang baru disepakati membuka peluang besar untuk perluasan pasar. International Trade Analyst dari DinarStandard, Reem El Shafaki, menyatakan apresiasinya terhadap konsistensi Indonesia, terutama karena dalam lima tahun pertama setelah indikator ini diperkenalkan pada laporan SGIE 20142015, Indonesia masih menempati peringkat 10 dan 11, kemudian naik ke peringkat 5 pada 20192020, bertahan di peringkat 4 selama dua periode berturutturut, dan kini tiga kali berturutturut di peringkat 3 global serta peringkat 1 untuk modest fashion[262].

[262] kemendag, "Tren Ekspor Modest Fashion Meningkat, Mendag Dorong Perluasan Pasar," Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Desember 2025, https://www.kemendag.go.id/index.php/berita/pojok-media/tren-ekspor-modest-fashion-meningkat-mendag-dorong-perluasan-pasar.

Di tengah euforia capaian ini, data pendukung mengenai kinerja ekspor modest fashion menunjukkan tren yang menggembirakan sekaligus menantang. Nilai ekspor modest fashion Indonesia mencapai 8,4 miliar dolar AS pada 2024, suatu angka yang sangat signifikan dan menunjukkan skala industri yang sudah matang. Lebih penting lagi, tren pertumbuhannya positif dan berkelanjutan: dari 6,9 miliar dolar AS pada 2020, terus meningkat hingga mencapai 8,4 miliar dolar AS pada 2024, dengan laju pertumbuhan tahunan ratarata 3,1 persen dalam lima tahun terakhir. Pada periode JanuariOktober 2025, ekspor modest fashion mencapai 7,1 miliar dolar AS dengan pertumbuhan 3,9 persen dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya, bahkan sedikit lebih tinggi dari ratarata pertumbuhan lima tahunan. Menteri Perdagangan mengungkapkan bahwa tren ekspor modest fashion pada 2025 naik 3,96 persen, menjadikannya yang tertinggi dalam beberapa tahun ke belakang. Angkaangka ini menunjukkan bahwa predikat peringkat pertama dunia ternyata selaras dengan kinerja ekspor yang solid sebuah fakta penting yang menjawab skeptisisme bahwa peringkat pertama hanyalah euforia tanpa dasar ekonomi riil[263].

Tantangan ke depan adalah bagaimana mempertahankan momentum ini di tengah persaingan global yang semakin ketat. Peringkat pertama adalah posisi yang paling sulit dipertahankan karena semua pesaing akan berusaha keras untuk merebutnya. Namun, dengan ekosistem yang terus diperkuat, program promosi global yang berkelanjutan, serta dukungan penuh dari pemerintah melalui berbagai kementerian, Indonesia memiliki fondasi yang kokoh untuk tidak hanya mempertahankan predikat sebagai pemimpin modest fashion dunia, tetapi juga meningkatkan pangsa pasar ekspor global. Wakil Presiden RI Ma'ruf Amin menyebut capaian ini sebagai legitimasi moral bagi Indonesia untuk memimpin ekonomi Islam global, dan pemerintah telah mengintegrasikan arah kebijakan ekonomi syariah dalam RPJPN 20252045 dan RPJMN 20252029 dengan fokus pada sektor riil, industri halal, dan keuangan sosial syariah. Ke depan, Indonesia tidak boleh puas di posisi pertama modest fashion saja,

[263] antaranews.com, "Minister Seeks Stronger Ecosystem for Modest Fashion Dominance."

tetapi harus terus berbenah untuk menjadi pemimpin ekonomi Islam dunia secara lebih menyeluruh[264].

3. Kesenjangan antara Peringkat dan Pangsa Pasar Global

Fakta paling kontradiktif sekaligus paling mencengangkan dalam narasi kepemimpinan Indonesia di sektor modest fashion dunia adalah sebagai berikut: pada tahun 2023, ketika Indonesia dinobatkan sebagai peringkat pertama dunia dalam kategori modest fashion versi State of the Global Islamic Economy (SGIE) Report 2024/2025, negara ini hanya menduduki peringkat ketujuh dalam hal nilai ekspor produk fashion ke sesama negara anggota Organisasi Kerja Sama Islam (OKI). Data yang dirilis Kementerian Perindustrian menunjukkan bahwa total ekspor modest fashion Indonesia ke negaranegara OKI pada 2023 mencapai 990 juta dolar AS suatu angka yang memang sangat impresif karena melonjak 83 persen dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya 540 juta dolar AS. Namun, lonjakan setinggi itu pun hanya cukup untuk menempatkan Indonesia di urutan ketujuh, bukan di puncak. Pertanyaannya kemudian menjadi semakin mendesak: bagaimana mungkin negara yang disebut sebagai pemimpin dunia dalam modest fashion hanya menjadi eksportir nomor tujuh di pasar yang seharusnya menjadi pasar rumah bagi produk halalnya? Kontradiksi ini bukan sekadar paradoks akademik yang menarik untuk diperdebatkan di ruang seminar, melainkan cerminan nyata dari adanya kesenjangan struktural antara reputasi dan realitas, antara klaim kepemimpinan dan kinerja perdagangan yang sesungguhnya.

Untuk memahami seberapa serius kesenjangan ini, kita perlu melihat perbandingan dengan negaranegara pesaing yang justru memiliki pangsa pasar modest fashion global yang jauh lebih besar. Data perdagangan internasional mengungkapkan bahwa meskipun Indonesia unggul dalam peringkat, China tetap menjadi pemasok eksternal terbesar produk fashion ke negaranegara OKI dengan nilai ekspor mencapai 18,6 miliar dolar AS pada 2023, disusul oleh Vietnam dan India. China, Turki, dan India disebut secara eksplisit oleh para pejabat Kementerian Perindustrian sebagai negaranegara yang mendominasi ekspor ke negaranegara anggota OKI, dengan posisi Indonesia yang masih tertinggal jauh di belakang ketiganya. Yang menarik, Turki sendiri justru menduduki peringkat keempat dalam indeks modest fashion SGIE di belakang Indonesia, Malaysia, dan Italia. Artinya, negara yang secara peringkat dianggap kalah dari Indonesia dalam hal influence dan ekosistem industri ternyata memiliki kinerja ekspor yang secara signifikan lebih baik ke pasar muslim global. Hal yang sama berlaku untuk India, yang bahkan tidak masuk dalam lima besar peringkat modest fashion, namun ekspornya ke negaranegara OKI melampaui Indonesia. Fenomena ini dengan jelas menunjukkan bahwa terdapat pemisahan yang tajam antara apa yang diukur oleh indeks peringkat dan apa yang menentukan keberhasilan di pasar riil.

Salah satu pembeda utama antara Indonesia dan para pesaingnya terletak pada struktur neraca perdagangan di sektor ini. Data SGIE mengungkapkan bahwa secara keseluruhan, negaranegara eksportir OKI sebagai sebuah kelompok justru menikmati surplus perdagangan yang sangat besar di sektor fashion, mencapai 71,3 miliar dolar AS. Surplus ini didorong oleh manufaktur yang kompetitif dari sisi biaya di negaranegara seperti Turki, Bangladesh, dan Indonesia sendiri. Namun, surplus Indonesia secara individu masih jauh lebih kecil dibandingkan Turki yang memiliki industri tekstil terintegrasi dari hulu hingga hilir. Turki tidak hanya menjadi produsen fashion muslim, tetapi juga pemasok bahan baku tekstil bagi negaranegara lain, termasuk Indonesia. Keunggulan Turki terletak pada penguasaan seluruh rantai nilai: dari produksi serat tekstil, pemintalan, penenunan, pencelupan, hingga garment jadi. Sementara itu, Indonesia masih sangat tergantung pada impor bahan baku tekstil, termasuk dari China dan Turki sendiri. Ketergantungan ini secara langsung menekan margin keuntungan produsen Indonesia dan mengurangi daya saing harga produk modest fashion Indonesia di pasar global.

Untuk memahami secara lebih mendalam mengapa Indonesia yang unggul dalam peringkat justru tertinggal dalam ekspor, kita perlu melakukan analisis mikroekonomi terhadap mata rantai yang lemah dalam keseluruhan value chain industri modest fashion

[264] iaei, "Indonesia Peringkat 3 Ekonomi Islam Dunia."

Indonesia. Penelitian akademis yang dilakukan oleh Ainul Mardiah dan koleganya dari UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi yang terbit pada 2025 mengidentifikasi setidaknya tiga kelemahan struktural utama: desain, branding halal, dan distribusi. Dalam perspektif mikroekonomi Islam, penelitian ini menemukan bahwa nilainilai Syariah belum terintegrasi secara utuh di seluruh mata rantai nilai industri fesyen muslim Indonesia. Kebijakan yang ada cenderung memperlakukan sertifikasi halal sebagai kepatuhan administratif semata, bukan sebagai instrumen strategis untuk membangun keunggulan kompetitif. Akibatnya, industri fesyen muslim Indonesia berjalan secara terfragmentasi: produsen, desainer, asosiasi, dan regulator bekerja dalam silosilo masingmasing tanpa koordinasi yang terintegrasi.

Mari kita bedah satu per satu mata rantai yang lemah ini.

1. Desain

meskipun Indonesia memiliki ribuan desainer muda berbakat yang karyanya dipamerkan di berbagai ajang fashion week, desain modest fashion Indonesia secara umum masih dinilai kurang memiliki identitas yang kuat dan mudah dikenali di pasar global. Berbeda dengan modest fashion Turki yang memiliki gaya khas dengan sentuhan ottoman modern, atau modest fashion Malaysia yang menggabungkan elemen tradisional Melayu dengan tren global, desain Indonesia seringkali dianggap terlalu eklektik atau justru terlalu lokal sehingga kurang bisa diterima secara lintas budaya. Penelitian Mardiah dkk mencatat bahwa lemahnya inovasi desain menjadi salah satu faktor yang membatasi daya saing global fesyen muslim Indonesia. Padahal, di era di mana konsumen global semakin sophisticated, desain bukan lagi sekadar tentang memenuhi syarat menutup aurat, tetapi tentang ekspresi estetika, identitas budaya, dan gaya hidup[265].

[265] Ainul Mardiah et al., "Mengapa Fesyen Muslim Indonesia Tertinggal Di Pasar Global? Analisis Mikroekonomi Islam Atas Desain, Branding Halal, Dan Distribusi," *Imara: Jurnal Riset Ekonomi Islam* 9, no. 2 (2025): 62–71, https://doi.org/10.31958/imara.v9i2.16189.

2. Branding halal

Di sinilah letak ironi terbesar. Indonesia memiliki sistem sertifikasi halal yang diatur oleh BPJPH berdasarkan UndangUndang Nomor 33 Tahun 2014 dan telah disempurnakan dalam UU Cipta Kerja. Secara prosedural, sistem sertifikasi halal Indonesia sudah cukup maju dengan peluncuran superapp halal untuk digitalisasi layanan sertifikasi. Namun, masalah muncul di ranah internasional: sertifikat halal Indonesia belum sepenuhnya terintegrasi secara global dan belum mendapatkan pengakuan mutual (mutual recognition) dari negaranegara tujuan ekspor utama, terutama negaranegara Dewan Kerja Sama Teluk atau Gulf Cooperation Council (GCC) seperti Arab Saudi, Uni Emirat Arab, Qatar, dan Kuwait. Penelitian Arina Nihayati mengungkapkan bahwa meskipun Indonesia telah memiliki Perjanjian Kemitraan Ekonomi Komprehensif (IndonesiaUAE CEPA) yang mengurangi hambatan tarif, hambatan nontarif seperti redundansi sertifikasi masih menjadi masalah serius. Produsen Indonesia seringkali harus mengurus sertifikasi halal dua kali: sekali dari BPJPH untuk kebutuhan domestik, dan sekali lagi dari lembaga sertifikasi negara tujuan ekspor untuk kebutuhan internasional. Ini bukan hanya membuang waktu dan biaya, tetapi juga menciptakan ketidakpastian bagi eksportir[266].

Lebih parah lagi, terdapat masalah regulasi domestik yang unik dan kontraproduktif. Kepala BPJPH Ahmad Haikal Hasan mengungkapkan bahwa aturan sertifikat halal seumur hidup sebagaimana diatur dalam UU Cipta Kerja justru berpotensi menghambat ekspor produk Indonesia. Mengapa demikian? Karena praktik internasional yang berlaku di hampir semua negara tujuan ekspor mengharuskan sertifikat halal memiliki masa berlaku terbatas, biasanya antara satu hingga tiga tahun. Tidak ada sertifikat halal yang diakui secara global jika berlaku sampai hari kiamat sebagaimana dinyatakan Haikal dengan nada frustrasi. Akibatnya, produk Indonesia yang membawa sertifikat halal dengan masa berlaku tidak terbatas justru dicurigai atau bahkan ditolak di pasar internasional karena dianggap tidak memenuhi

[266] Arina Nihayati, "Integrating Halal Certification in Free Trade Agreements: Indonesia's Modest Fashion and Cosmetics," *Jurnal Hubungan Internasional* 18, no. 1 (2025): 28–47, https://doi.org/10.20473/jhi.v18i1.70968.

standar yang lazim. Haikal dengan blakblakan menyatakan bahwa transaksi halal kita jadi tidak tercatat dan produk kita dipandang rendah meskipun kualitasnya tinggi karena masalah teknis yang sebenarnya bisa diatasi dengan revisi regulasi ini[267]. BPJPH saat ini sedang mendorong judicial review terhadap aturan tersebut, tetapi prosesnya memakan waktu dan selama itu potensi ekspor terus hilang.

3. Distribusi, logistik, dan adopsi ecommerce

Inilah mata rantai ketiga yang menjadi kelemahan struktural Indonesia. Negaranegara seperti China dan Turki memiliki sistem logistik ekspor yang sangat efisien dengan jaringan distribusi global yang mapan. China, misalnya, telah membangun infrastruktur logistik yang terintegrasi dengan platform ecommerce crossborder, memungkinkan produk fashion dari provinsi Zhejiang atau Guangdong sampai ke pembeli di Dubai atau Istanbul dalam hitungan hari. Indonesia masih tertinggal jauh dalam hal ini. Penelitian Nihayati mencatat bahwa selain masalah logistik, adopsi ecommerce untuk ekspor modest fashion Indonesia juga masih rendah[268]. Banyak UMKM modest fashion Indonesia yang sudah memiliki produk berkualitas tetapi tidak memiliki kapasitas atau pengetahuan untuk menjualnya secara online ke pasar internasional. Padahal, laporan SGIE mencatat bahwa adopsi socialcommerce menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan konsumsi fashion muslim global, terutama di kalangan generasi muda. Ironisnya, Indonesia sebagai negara dengan penetrasi media sosial yang sangat tinggi justru belum optimal memanfaatkan kanal ini untuk ekspor[269].

Kelemahan dalam distribusi dan logistik ini diperparah oleh ketiadaan skema pembiayaan syariah yang memadai untuk sektor UMKM halal. Laporan SGIE 2024/2025 yang dikutip Republika mencatat bahwa meskipun aset keuangan syariah global mencapai 4,93 triliun dolar AS, penetrasi pembiayaan syariah untuk UMKM di Indonesia masih sangat rendah, berada di bawah 11 persen dari total industri keuangan nasional pada akhir 2024[270]. Bandingkan dengan Malaysia yang panga pasarnya mencapai lebih dari 40 persen. Rendahnya akses UMKM terhadap pembiayaan syariah berarti banyak produsen modest fashion kecil dan menengah yang tidak bisa melakukan ekspansi, meningkatkan kapasitas produksi, atau membangun sistem logistik yang lebih baik. Mereka terjebak dalam lingkaran setan: tidak bisa ekspor karena logistik mahal, tidak bisa memperbaiki logistik karena tidak ada pembiayaan, dan tidak mendapatkan pembiayaan karena bank syariah lebih suka membiayai korporasi besar yang dianggap lebih aman.

Yang tidak kalah penting adalah masalah sertifikasi lintas negara dan harmonisasi standar. Laporan SGIE menggarisbawahi tiga hal utama yang perlu dilakukan Indonesia jika ingin naik ke peringkat dua atau satu dalam ekonomi Islam global secara keseluruhan (bukan hanya modest fashion). Ketiganya: standar halal nasional harus diselaraskan dengan standar internasional; pembiayaan syariah harus diperluas ke sektor riil; dan digitalisasi perlu dioptimalkan untuk mendukung proses sertifikasi dan distribusi produk halal[271]. Pada poin pertama, harmonisasi standar halal, Indonesia masih menghadapi tantangan besar karena setiap negara memiliki persyaratan yang berbedabeda. Malaysia dengan JAKIMnya, Uni Emirat Arab dengan ESMAnya, Arab Saudi dengan SFDAnya semuanya memiliki protokol sertifikasi yang berbeda. Tanpa adanya mutual recognition agreement (MRA) yang komprehensif antara Indonesia dan negaranegara ini, setiap produk ekspor harus melalui proses sertifikasi ulang yang memakan waktu dan biaya.

Penelitian Mardiah menyimpulkan bahwa daya saing global fesyen muslim Indonesia yang terbatas tidak bisa disalahkan pada satu faktor tunggal, melainkan pada kombinasi dari kerangka kebijakan yang terfragmentasi di mana halal diperlakukan sebagai urusan kepatuhan administratif semata, bukan sebagai strategi daya saing sektor fashion

[267] kontan.co.id, "BPJPH Dorong Revisi Aturan Sertifikat Halal Seumur Hidup," kontan.co.id, October 3, 2025, https://industri.kontan.co.id/news/bpjph-dorong-revisi-aturan-sertifikat-halal-seumur-hidup.
[268] Nihayati, "Integrating Halal Certification in Free Trade Agreements."
[269] Salaam Gateway, "Modest Fashion Sector Snapshot 2024/25," Salaam Gateway - Global Islamic Economy Gateway, July 7, 2025, https://salaamgateway.com/story/modest-fashion-sector-snapshot-202425.
[270] Republika, "SGIE, KNEKS dan Reposisi Indonesia Sebagai Imam Ekonomi Syariah Dunia Mengapa Indonesia masih tertinggal dalam ekspor produk halal?," Republika Online, July 9, 2025, https://republika.co.id/share/sz3zih318.
[271] Republika, "Ekonomi Syariah RI Stagnan di Peringkat 3, SGIE Soroti Lemahnya Ekspor Halal," Republika Online, July 8, 2025, https://republika.co.id/share/sz2lno423.

itu sendiri. Ketika sertifikasi halal hanya dilihat sebagai stempel yang harus ditempel di label, tanpa disertai upaya untuk membangun nilai tambah, diferensiasi produk, dan kepercayaan konsumen global, maka status sebagai negara dengan populasi muslim terbesar tidak otomatis diterjemahkan menjadi kepemimpinan pasar[272]. Inilah inti dari kesenjangan antara peringkat dan pangsa pasar: bahwa menjadi yang terbaik dalam hal influence dan ekosistem belum cukup jika tidak diikuti oleh terobosan dalam hal desain, branding, logistik, dan diplomasi regulasi. Indonesia memiliki semua bahan mentah untuk menjadi pusat modest fashion dunia: populasi, sumber daya manusia, keberagaman budaya, dan komitmen politik. Yang hilang adalah koordinasi antar mata rantai tersebut sehingga energi yang luar biasa besar ini bisa diarahkan menjadi kekuatan ekspor yang sesungguhnya, bukan sekadar peringkat dalam laporan tahunan.

4. Daya Saing Ekspor dan Hambatan Non-Tarif

Ekspor modest fashion Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang menggembirakan, namun perjalanan menuju kepemimpinan global masih dihadang oleh serangkaian hambatan struktural yang kompleks. Pada tahun 2023, nilai ekspor modest fashion Indonesia ke negara-negara anggota Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) mencapai 990 juta dolar AS, melonjak 83 persen dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya 540 juta dolar AS. Angka ini merupakan kabar baik yang tidak bisa diabaikan, karena menunjukkan bahwa industri modest fashion Indonesia tidak hanya berkembang di pasar domestik tetapi juga mulai menembus pasar internasional secara serius. Kementerian Perindustrian mencatat bahwa pertumbuhan ekspor yang signifikan ini menempatkan Indonesia di peringkat ketujuh sebagai negara dengan nilai ekspor tertinggi ke negara-negara OKI, setelah China, Turki, dan India yang menduduki posisi puncak. Meskipun peringkat ketujuh mungkin terdengar kurang menggembirakan jika hanya dilihat dari angkanya saja, lonjakan 83 persen dalam satu tahun adalah percepatan yang luar biasa dan patut diapresiasi sebagai fondasi untuk melangkah lebih jauh[273].

[272] Nihayati, "Integrating Halal Certification in Free Trade Agreements."
[273] Mardiah et al., "Mengapa Fesyen Muslim Indonesia Tertinggal Di Pasar Global?"

Ke mana sebenarnya produk modest fashion Indonesia diekspor? Kementerian Perindustrian secara resmi mengidentifikasi lima negara prioritas yang menjadi target utama ekspor modest fashion Indonesia: Iran, Turki, Arab Saudi, Pakistan, dan Mesir. Kelima negara ini dipilih karena memiliki konsumsi fesyen muslim terbesar di dunia sekaligus populasi muslim yang sangat besar[274]. Arab Saudi, sebagai pusat penyelenggaraan ibadah haji dan umrah, memiliki permintaan yang sangat tinggi terhadap pakaian muslim yang berkualitas. Mesir, dengan populasinya yang besar dan posisinya sebagai pintu masuk ke Afrika Utara, juga menjadi pasar yang sangat potensial. Sementara itu, para ekonom juga menyoroti Uni Emirat Arab sebagai negara tujuan ekspor yang sangat penting, tidak hanya karena daya beli masyarakatnya yang tinggi tetapi juga karena posisinya sebagai hub distribusi ke seluruh kawasan Timur Tengah. Data Kementerian Perdagangan menunjukkan bahwa ekspor non-migas ke UEA tumbuh sekitar 15 persen dalam periode 2021 hingga 2023, dengan produk fashion menjadi salah satu penyumbang utama pertumbuhan tersebut. UEA juga menjadi negara kedua di dunia setelah Indonesia yang memiliki perjanjian perdagangan yang secara eksplisit mengatur kerja sama ekonomi syariah, menjadikannya mitra strategis yang sangat penting[275].

Di balik keberhasilan ekspor yang menggembirakan ini, terdapat hambatan non-tarif yang serius dan perlu mendapat perhatian mendalam, terutama masalah redundansi sertifikasi halal antara Indonesia dan negara-negara Dewan Kerja Sama Teluk atau Gulf Cooperation Council (GCC). Penelitian akademis yang dilakukan oleh Arina Nihayati dari Universitas Sriwijaya dan dipublikasikan di Jurnal Hubungan Internasional pada 2025 mengungkapkan bahwa meskipun Indonesia telah memiliki sistem sertifikasi halal yang dikelola oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014,

[274] ValidNews, "Kemenperin Bidik Lima Negara Jadi Pasar Ekspor Fesyen Muslim RI," ValidNews, February 25, 2025, https://validnews.id/ekonomi/kemenperin-bidik-lima-negara-jadi-pasar-ekspor-fesyen-muslim-ri.
[275] kontan, "Menakar Peluang Ekspor Indonesia ke Negara-Negara BRICS dan Timur Tengah," kontan.co.id, July 10, 2025, https://nasional.kontan.co.id/news/menakar-peluang-ekspor-indonesia-ke-negara-negara-brics-dan-timur-tengah.

sistem ini masih menghadapi kesulitan besar dalam hal pengakuan timbal balik (mutual recognition) dengan negara-negara GCC[276]. Apa artinya ini bagi eksportir Indonesia? Secara praktis, produsen modest fashion Indonesia yang ingin mengekspor produknya ke Arab Saudi, UEA, Qatar, atau Kuwait harus mengurus sertifikasi halal dua kali: pertama dari BPJPH untuk memenuhi persyaratan domestik, dan kedua dari lembaga sertifikasi halal negara tujuan ekspor untuk memenuhi persyaratan impor. Proses ini tidak hanya memakan biaya tambahan yang signifikan, tetapi juga waktu yang panjang dan prosedur administratif yang berbelit-belit.

Penelitian Nihayati secara spesifik menyebutkan bahwa non-tariff barriers such as certification redundancy and supply chain inefficiencies continue to hinder exports - hambatan non-tarif seperti redundansi sertifikasi dan inefisiensi rantai pasok terus menghambat ekspor. Redundansi ini menjadi masalah klasik yang seringkali lebih menyulitkan dibandingkan hambatan tarif seperti bea masuk. Dalam perdagangan internasional, hambatan tarif bersifat transparan dan dapat dihitung secara langsung, eksportir tahu persis berapa persen bea yang harus dibayar. Sebaliknya, redundansi sertifikasi bersifat tidak transparan, menimbulkan ketidakpastian, dan seringkali menjadi instrumen proteksionisme yang terselubung. Seorang eksportir modest fashion bisa menghabiskan berbulan-bulan dan ribuan dolar hanya untuk menyelesaikan urusan sertifikasi halal di negara tujuan, belum termasuk risiko penolakan di pintu masuk jika dokumen sertifikasi dianggap tidak memenuhi standar lokal. UU Cipta Kerja yang mengatur sertifikat halal seumur hidup justru semakin memperumit masalah, karena praktik internasional yang lazim mengharuskan sertifikasi diperbarui secara berkala[277].

Potensi Free Trade Agreement (FTA), khususnya Indonesia-UEA Comprehensive Economic Partnership Agreement (CEPA) yang ditandatangani pada 2022, menjadi secercah harapan bagi penyelesaian masalah ini. Indonesia-UEA CEPA memiliki keunikan dibandingkan perjanjian dagang lainnya karena secara eksplisit memuat bab khusus tentang pengembangan ekonomi syariah, yang tidak ditemukan di perjanjian dagang sebelumnya. Pasal 14.3 CEPA secara jelas menyebut modest fashion sebagai salah satu sektor ekonomi syariah yang menjadi fokus kerja sama, bersama dengan bahan baku, makanan dan minuman, farmasi dan kosmetik, pariwisata, media dan rekreasi, serta keuangan Islam[278]. Pengakuan eksplisit terhadap modest fashion dalam perjanjian dagang bilateral tingkat tinggi ini adalah sebuah terobosan yang tidak boleh diremehkan, karena memberikan landasan hukum yang kuat bagi upaya diplomasi perdagangan di sektor ini.

Yang lebih penting lagi adalah Pasal 14.4 CEPA yang secara khusus mengatur tentang mutual recognition on halal certification atau pengakuan timbal balik atas sertifikasi halal. Pasal ini mengamanatkan kedua negara untuk melakukan negosiasi dan menyelesaikan mekanisme pengakuan timbal balik dalam waktu 12 bulan sejak perjanjian berlaku. Mekanisme ini mencakup prinsip-prinsip pengakuan kesetaraan dan penerimaan hasil penilaian kesesuaian, mekanisme penyediaan penilaian kesesuaian halal, prinsip-prinsip pengakuan timbal balik atas logo halal, serta proses pengakuan timbal balik atas sertifikat halal. Pasal ini juga menekankan pentingnya kedua negara menjadi anggota aktif dari International Halal Accreditation Forum (IHAF) dan mendukung implementasinya. Namun, implementasi pasal ini terbukti tidak semudah yang dibayangkan. Penelitian Nihayati mencatat bahwa meskipun secara normatif CEPA telah membuka jalan bagi harmonisasi regulasi, eksekusi di lapangan masih menghadapi banyak hambatan teknis dan birokrasi[279].

Selain masalah redundansi sertifikasi, tantangan lain yang juga tidak kalah penting adalah efisiensi rantai pasok dan adopsi e-commerce lintas batas. Penelitian Nihayati mengidentifikasi bahwa hambatan non-tarif tidak hanya terbatas pada sertifikasi, tetapi juga mencakup inefisiensi logistik dan rendahnya adopsi platform digital untuk ekspor. Di era di mana belanja online lintas batas menjadi semakin lazim, kemampuan untuk menjual produk modest fashion

[276] Nihayati, "Integrating Halal Certification in Free Trade Agreements."
[277] Nihayati, "Integrating Halal Certification in Free Trade Agreements."
[278] EDIT, "Indonesia - United Arab Emirates CEPA (2022) - Electronic Database of Investment Treaties (EDIT)," EDIT - Electronic Database of Investment Treaties, accessed April 25, 2026, https://edit.wti.org/document/show/d6847560-3088-4315-8fd8-d72dadeb8556?textBlockId=01faa2fb-11be-4d98-8e78-e25544d62335&page=11.
[279] EDIT, "Indonesia - United Arab Emirates CEPA (2022) - Electronic Database of Investment Treaties (EDIT)."

melalui kanal e-commerce global menjadi keharusan, bukan lagi pilihan. Namun, banyak UMKM modest fashion Indonesia yang belum memiliki kapasitas atau pengetahuan untuk memanfaatkan platform e-commerce internasional. Mereka masih terjebak pada model penjualan tradisional melalui pameran dagang atau pesanan langsung, yang jangkauannya sangat terbatas. Sementara itu, negara pesaing seperti Turki dan China telah membangun infrastruktur logistik digital yang terintegrasi, memungkinkan produk fashion mereka sampai ke pembeli di Dubai atau Istanbul dalam hitungan hari, lengkap dengan sertifikasi halal yang sudah terverifikasi secara digital.

Akhirnya, kita perlu mengevaluasi sejauh mana capaian ekspor modest fashion Indonesia terhadap target pemerintah yang ambisius. Pemerintah melalui Kementerian Perindustrian menargetkan nilai ekspor fashion muslim mencapai 10 miliar dolar AS pada tahun 2025[280]. Target ini sebenarnya sangat ambisius mengingat pada 2024 nilai ekspor modest fashion tercatat 8,4 miliar dolar AS. Artinya, untuk mencapai target 10 miliar dolar AS pada 2025, diperlukan pertumbuhan sekitar 19 persen dalam satu tahun. Pada kenyataannya, data Januari-Oktober 2025 menunjukkan pertumbuhan 3,9 persen dibanding periode yang sama tahun sebelumnya. Secara matematis, dengan pertumbuhan tersebut, target 10 miliar dolar AS kemungkinan besar tidak akan tercapai pada 2025. Apakah ini berarti kegagalan? Tidak sepenuhnya. Target ambisius seringkali berfungsi sebagai stretch goal yang mendorong percepatan, dan pertumbuhan 3,9 persen di atas rata-rata pertumbuhan lima tahunan yang hanya 3,1 persen sebenarnya sudah merupakan capaian yang positif di tengah perlambatan ekonomi global. Yang lebih penting dari sekadar angka target adalah arah kebijakan jangka panjang. Selama tren pertumbuhan tetap positif dan hambatan struktural terus diatasi, Indonesia memiliki fondasi yang kokoh untuk terus meningkatkan pangsa pasarnya di pasar modest fashion global, meskipun mungkin tidak secepat yang ditargetkan dalam jangka pendek.

[280] kontan.co.id, "Ekspor Modest Fashion Melonjak 83%, Kemenperin Siapkan Strategi Dongkrak Daya Saing," kontan.co.id, October 17, 2025, https://industri.kontan.co.id/news/ekspor-modest-fashion-melonjak-83-kemenperin-siapkan-strategi-dongkrak-daya-saing.

BAB 4

Integrasi Industri Halal Global: Dari Sektor Fesyen ke Ekosistem yang Lebih Luas

Walid In'am Ahmad

1. Pendahuluan

Perkembangan modest fashion secara langsung mendorong kebutuhan akan integrasi sektor industri halal lainnya, seperti makanan halal, kosmetik, farmasi, dan pariwisata halal. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan satu sektor tidak dapat berdiri sendiri tanpa dukungan ekosistem yang terintegrasi.[281] Dalam konteks ini, industri halal harus dipahami sebagai suatu sistem ekonomi yang saling terhubung. Integrasi ini menjadi penting karena konsumen halal modern cenderung mengadopsi gaya hidup holistik yang mencakup berbagai aspek kehidupan. Dengan kata lain, keberhasilan modest fashion menciptakan permintaan turunan terhadap produk

[281] R A Wilis and M M SE, "PROSPEK INDUSTRI HALAL DAN PENGUATAN EKONOMI ISLAM," *... Islam Dan Penguatan Keuangan Ekonomi Global ...*, n.d., https:/ /books. google. com/books ?hl=en% 5C&lr= %5C &id =pe HeE AA AQB AJ %5C& oi=fn d%5C& pg= PA1 35% 5C &dq = perdagangan + produk + halal + di + pasar + global + dan + daya + saing + umkm % 5C&ots = hxg mDiNJ ou%5 C&sig=G _oHQ 8bN4W DJ5X5 fEvU YfU2lytc.

dan layanan halal lainnya. Hal ini menciptakan efek domino dalam pengembangan industri halal nasional.[282]

Namun, integrasi industri halal di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan struktural, seperti kurangnya koordinasi antar lembaga, perbedaan standar halal, serta keterbatasan infrastruktur rantai pasok halal. Dalam konteks global, perbedaan standar halal antar negara juga menjadi hambatan dalam perdagangan internasional.[283] Di sisi lain, peluang integrasi semakin terbuka dengan adanya kerja sama internasional dan peningkatan kesadaran global terhadap produk halal. Indonesia memiliki peluang untuk menjadi pemain utama dalam rantai pasok halal global apabila mampu mengatasi hambatan tersebut.

Dengan demikian, integrasi industri halal menjadi konsekuensi logis dari pertumbuhan sektor awal seperti modest fashion. Namun, untuk mewujudkan integrasi tersebut, diperlukan dukungan sistem keuangan yang mampu menopang pertumbuhan dan ekspansi industri halal. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan integrasi industri halal, muncul kebutuhan akan sistem keuangan yang mampu mendukung perkembangan tersebut secara berkelanjutan. Dalam hal ini, keuangan syariah memiliki peran strategis sebagai penyedia pembiayaan yang sesuai dengan prinsip halal.

Keuangan syariah tidak hanya berfungsi sebagai sumber pembiayaan, tetapi juga sebagai instrumen untuk menciptakan keadilan ekonomi dan keberlanjutan. Instrumen seperti sukuk, pembiayaan berbasis bagi hasil, serta zakat, infak, dan wakaf produktif dapat digunakan untuk mendukung pelaku industri halal, khususnya UMKM. Dalam konteks global, keuangan syariah juga mengalami pertumbuhan yang signifikan, sehingga membuka peluang bagi Indonesia untuk menarik investasi internasional. Hal ini menjadi penting dalam meningkatkan daya saing industri halal di pasar global.

[282] Ariza Qanita, Rohmatul Farohah Kholison, and Mohammad Khoiruzi Afiq, "Effect of of Trend and Halal Life Awareness on Halal Fashion Product Selection Preferences," *Journal of Halal Product and Research* 5, no. 1 (2022): 9–15, https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.5-issue.1.9-15.

[283] Much Djunaidi et al., "Perception and Consumer Behavior of Halal Product Toward Purchase Decision in Indonesia" 22, no. 2 (2021): 171–84.

Namun, tantangan yang dihadapi adalah rendahnya tingkat literasi keuangan syariah serta keterbatasan akses terhadap layanan keuangan bagi pelaku usaha kecil. Selain itu, integrasi antara sektor keuangan dan industri halal masih belum optimal. Oleh karena itu, penguatan keuangan syariah menjadi langkah strategis dalam mendukung integrasi industri halal. Namun, dalam era globalisasi digital, penguatan ini juga perlu diiringi dengan transformasi teknologi. Transformasi digital menjadi faktor kunci dalam mempercepat pertumbuhan industri halal, terutama dalam meningkatkan akses pasar dan efisiensi operasional.[284] Digitalisasi memungkinkan pelaku industri halal, khususnya UMKM, untuk menjangkau pasar global dengan biaya yang lebih rendah.

Fintech syariah hadir sebagai inovasi yang menggabungkan prinsip keuangan syariah dengan teknologi digital. Hal ini memberikan solusi pembiayaan yang lebih inklusif, cepat, dan transparan bagi pelaku usaha halal. Selain itu, platform digital juga memungkinkan peningkatan transparansi dalam rantai pasok halal, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen.[285] Hal ini menjadi penting dalam menghadapi persaingan global yang semakin ketat. Namun, digitalisasi juga membawa tantangan baru, seperti risiko keamanan data, kesenjangan literasi digital, serta regulasi yang belum sepenuhnya adaptif. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan yang mampu mengakomodasi perkembangan teknologi tanpa mengabaikan prinsip syariah. Dengan demikian, digitalisasi menjadi akselerator penting dalam pengembangan industri halal. Hal ini selanjutnya membuka peluang ekspansi ke sektor global, termasuk dalam industri pariwisata halal.

Dengan dukungan ekosistem industri halal dan digitalisasi, Indonesia memiliki peluang besar untuk mengembangkan pariwisata halal sebagai sektor unggulan dalam ekonomi global. Pariwisata halal tidak hanya memberikan kontribusi ekonomi, tetapi juga memperkuat citra Indonesia sebagai negara Muslim moderat. Sektor ini memiliki

[284] R Marina et al., *Pengaruh Kesadaran Halal Label Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Konsumen* (osf.io, 2023), https://osf.io/preprints/eqt86/.

[285] Z I Billah, "Peran Dan Kendala Fintech Syariah Pada UMKM," *... -Ribhu: Jurnal Manajemen Dan Keuangan Syariah*, 2021, https://ejournal.unzah.ac.id/index.php/arribhu/article/view/671.

multiplier effect yang besar, karena melibatkan berbagai industri seperti transportasi, perhotelan, kuliner, dan jasa keuangan. Hal ini menjadikan pariwisata halal sebagai salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Dalam konteks global, permintaan terhadap pariwisata halal terus meningkat seiring dengan pertumbuhan populasi Muslim dunia. Indonesia memiliki keunggulan komparatif dalam hal budaya, alam, dan keramahan masyarakat.[286]

Namun, tantangan yang dihadapi meliputi kurangnya infrastruktur pendukung, standar layanan halal yang belum merata, serta promosi internasional yang belum optimal. Hal ini menunjukkan perlunya strategi yang lebih terintegrasi. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata halal harus didukung oleh sistem yang berkelanjutan. Hal ini mengarah pada kebutuhan integrasi dengan konsep ekonomi hijau dalam industri halal. Seiring dengan berkembangnya industri halal secara global, muncul kebutuhan untuk memastikan bahwa pertumbuhan tersebut selaras dengan prinsip keberlanjutan. Dalam hal ini, konsep halalan thayyiban menjadi landasan penting yang mengintegrasikan aspek kehalalan dengan keberlanjutan lingkungan.

Ekonomi hijau (green economy) menawarkan pendekatan yang menekankan efisiensi sumber daya, pengurangan emisi, serta perlindungan lingkungan. Integrasi konsep ini dengan industri halal membuka peluang bagi Indonesia untuk mengembangkan model ekonomi yang berkelanjutan. Dalam konteks keuangan global, tren investasi berbasis ESG juga semakin berkembang, sehingga memberikan peluang bagi keuangan syariah untuk berperan dalam pembiayaan hijau.[287] Hal ini menunjukkan adanya konvergensi antara prinsip syariah dan keberlanjutan global. Namun, implementasi konsep ini masih menghadapi tantangan, seperti kurangnya regulasi yang mendukung serta keterbatasan teknologi. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat. Dengan demikian, integrasi antara industri halal dan ekonomi hijau menjadi

[286] R Subagiyo, "Era Fintech: Peluang Dan Tantangan Bagi Ekonomi Syariah," *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 2019, https://ejournal.uinsaizu.ac.id/index.php/eljizya/article/view/3457.

[287] D A Wardana, "Pengaturan Hukum Tentang Pemanfaatan Biogas Sebagai Energi Terbarukan Dalam Mendorong Ekonomi Hijau (Green Economy) Di Indonesia," *Jurnal Bevinding*, 2023, http://journal.uniba.ac.id/index.php/JB/article/view/897.

tahap akhir dalam evolusi ekosistem halal Indonesia. Hal ini tidak hanya memperkuat daya saing global, tetapi juga memastikan keberlanjutan jangka panjang dalam dinamika keuangan global.[288]

Integrasi industri halal pada dasarnya tidak hanya merupakan perluasan sektor ekonomi, tetapi juga mencerminkan transformasi struktural dalam pola konsumsi dan produksi masyarakat Muslim global. Fenomena ini ditandai dengan pergeseran dari konsumsi berbasis kebutuhan menuju konsumsi berbasis nilai (*value-based consumption*), di mana aspek kehalalan, keberlanjutan, dan etika menjadi determinan utama dalam pengambilan keputusan ekonomi. Dalam konteks ini, keberhasilan sektor *modest fashion* di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari meningkatnya kesadaran kolektif terhadap gaya hidup halal yang lebih komprehensif. Lebih lanjut, integrasi industri halal juga berkaitan erat dengan konsep *halal value chain*, yang mencakup seluruh proses mulai dari produksi, distribusi, hingga konsumsi akhir. Rantai nilai ini menuntut adanya jaminan kehalalan yang konsisten dan terstandarisasi di setiap tahap. Dalam praktiknya, tantangan terbesar yang dihadapi Indonesia adalah memastikan keterlacakan (*traceability*) produk halal, terutama dalam rantai pasok yang melibatkan banyak pelaku lintas sektor dan lintas negara. Ketidakterpaduan sistem ini berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan konsumen global terhadap produk halal Indonesia.[289]

Dalam perspektif ekonomi global, integrasi industri halal juga dipengaruhi oleh dinamika perdagangan internasional dan geopolitik. Negara-negara seperti Malaysia dan Uni Emirat Arab telah lebih dahulu mengembangkan ekosistem halal yang terintegrasi dengan dukungan regulasi dan infrastruktur yang kuat. Kondisi ini menempatkan Indonesia pada posisi kompetitif sekaligus menantang, karena meskipun memiliki pasar domestik yang besar, Indonesia masih perlu memperkuat kapasitas ekspor dan standardisasi produk halal agar mampu bersaing di pasar global. Di sisi lain, integrasi ini juga

[288] P C Lumbanraja and ..., "Analisis Variabel Ekonomi Hijau (Green Economy Variable) Terhadap Pendapatan Indonesia (Tahun 2011-2020) Dengan Metode SEM-PLS," *... Cendikia Niaga (JCN ...*, 2023, http://kudagang.kemendag.go.id/repo/id/eprint/17.

[289] R Alansyah and W I Sari, "Analisis Keuangan Digital Dalam Mendukung Green Economy Sustainable Development Di Indonesia," *Innovative: Journal Of Social Science ...*, 2024, http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/15466.

membuka peluang bagi Indonesia untuk menjadi *hub* dalam rantai pasok halal global. Dengan kekayaan sumber daya alam dan keragaman industri, Indonesia memiliki potensi untuk mengembangkan klaster industri halal yang terintegrasi secara regional maupun internasional. Namun, untuk mewujudkan hal tersebut, diperlukan harmonisasi kebijakan antar sektor, peningkatan kualitas sumber daya manusia, serta penguatan lembaga sertifikasi halal agar mampu diakui secara global.[290]

Selain aspek produksi dan distribusi, integrasi industri halal juga mencakup dimensi konsumsi yang semakin terhubung dengan teknologi digital. Konsumen global kini memiliki akses yang lebih luas terhadap informasi produk, termasuk sertifikasi halal, melalui platform digital. Hal ini menuntut transparansi yang lebih tinggi dari pelaku industri, sekaligus membuka peluang bagi inovasi dalam sistem pelabelan dan sertifikasi berbasis teknologi, seperti *blockchain* untuk memastikan keaslian produk halal.[291] Namun demikian, proses integrasi ini tidak dapat dilepaskan dari tantangan regulasi yang kompleks. Perbedaan standar halal antar negara seringkali menjadi hambatan non-tarif dalam perdagangan internasional. Indonesia perlu mengambil peran aktif dalam forum internasional untuk mendorong harmonisasi standar halal global, sehingga produk domestik dapat lebih mudah diterima di pasar internasional. Dalam hal ini, diplomasi ekonomi menjadi instrumen penting dalam memperluas akses pasar halal global.

Lebih jauh, integrasi industri halal juga memiliki implikasi terhadap struktur ekonomi nasional. Pengembangan ekosistem halal yang terintegrasi dapat mendorong diversifikasi ekonomi, mengurangi ketergantungan pada sektor tertentu, serta meningkatkan ketahanan ekonomi nasional.[292] Hal ini menjadi semakin relevan

[290] Marina et al., *Pengaruh Kesadaran Halal Label Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Konsumen*.

[291] C W Sari and D D Nafisah, "Labelisasi Halal Illegal Pada Praktik Jual Beli Produk Pangan Di Lingkungan Kampus UIN Bandung Serta Relevansi Pandangan Hukum Ekonomi Syariah," *Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2019, https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/mua/article/view/9639.

[292] C Susilawati and A Joharudin, *Labelisasi Halal Dan Purchase Intention Pada Produk Halal Non Makanan* (repository.penerbitwidina.com, 2023), https://repository.penerbitwidina.com/publications/558984/labelisasi-halal-dan-purchase-intention-pada-produk-halal-non-makanan.

dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi global yang dipicu oleh krisis finansial, perubahan iklim, dan disrupsi teknologi. Dengan demikian, integrasi industri halal bukan sekadar proses ekspansi sektoral, tetapi merupakan transformasi sistemik yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan teknologi. Dalam konteks Indonesia, keberhasilan integrasi ini akan sangat ditentukan oleh kemampuan negara dalam mengelola sinergi antara kebijakan publik, inovasi industri, dan dinamika pasar global. Oleh karena itu, pembahasan mengenai integrasi industri halal perlu dilanjutkan dengan analisis mengenai peran keuangan syariah sebagai fondasi utama dalam mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan ekosistem halal secara menyeluruh.[293]

Dalam beberapa tahun terakhir, industri halal global menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dan semakin terintegrasi lintas sektor. Berdasarkan berbagai laporan ekonomi halal global, nilai ekonomi halal dunia mengalami peningkatan yang konsisten.

Tabel 1. Pertumbuhan Nilai Industri Halal Global (USD Triliun)

Tahun	Nilai Industri Halal Global	Pertumbuhan (%)
2018	2.1 Triliun USD	-
2019	2.3 Triliun USD	9.5%
2020	2.0 Triliun USD	-13% (COVID-19)
2021	2.2 Triliun USD	10%
2022	2.3 Triliun USD	4.5%
2023	2.5 Triliun USD	8.7%
2025*	3.0 Triliun USD (proyeksi)	±9–10%

* Data ini menunjukkan bahwa meskipun sempat mengalami kontraksi akibat pandemi, industri halal global kembali tumbuh dan bahkan menunjukkan tren integrasi lintas sektor yang semakin kuat.

[293] S W N Efendi, "Kepastian Hukum Penetapan Sertifikasi Halal Di Indonesia Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 Tentang Cipta Kerja," *Journal Evidence Of Law*, 2024, https://jurnal.erapublikasi.id/index.php/JEL/article/view/571.

Tabel 2. Kontribusi Sektor dalam Industri Halal Global

Sektor	Nilai (USD)	Persentase (%)
Makanan & Minuman Halal	1.4 T	56%
Fashion Muslim	300 M	12%
Pariwisata Halal	200 M	8%
Farmasi Halal	150 M	6%
Kosmetik Halal	100 M	4%
Media & Rekreasi	120 M	5%
Keuangan Syariah	2.7 T (aset)	- (enabler)

* Keuangan syariah tidak hanya sebagai sektor, tetapi sebagai **penggerak integrasi (enabler)** seluruh industri halal.

Diagram 1. Struktur Ekosistem Halal Global

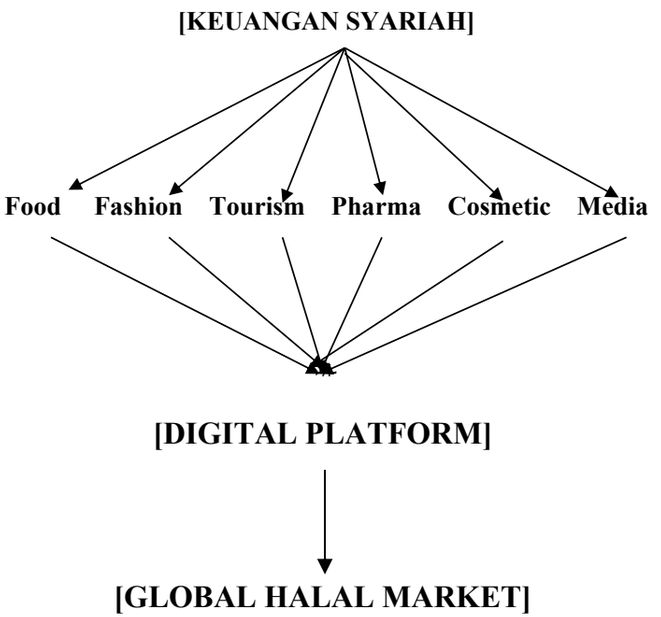


*Diagram ini menunjukkan bahwa integrasi industri halal tidak bersifat linear, tetapi berbentuk ekosistem multidimensional dengan keuangan syariah sebagai pusat penggerak.

Flowchart 1. Proses Integrasi Industri Halal

Modest Fashion Growth
↓
Peningkatan Kesadaran Halal Lifestyle
↓
Permintaan Multi-Sektor Halal
↓
Integrasi Halal Value Chain
↓
Kebutuhan Pembiayaan Syariah
↓
Digitalisasi & Fintech Syariah
↓
Ekspansi Global Market
↓
Standarisasi & Regulasi Global
↓
Ekosistem Halal Terintegrasi

*Flow ini memperjelas hubungan kausal yang sebelumnya Anda bangun dalam narasi bahwa integrasi industri halal merupakan hasil dari proses bertahap yang saling berkaitan.

Diagram 2. Tingkat Integrasi Antar Sektor Halal (Estimasi Akademik)

Tahun	Tingkat Integrasi (%)
2015	**40%**
2018	**50%**
2020	**55%**
2022	**65%**
2025*	**75% (proyeksi)**

* Tingkat integrasi = sejauh mana sektor halal saling terhubung dalam rantai nilai global (supply chain, pembiayaan, dan distribusi).

Secara empiris, data di atas menunjukkan bahwa pertumbuhan industri halal tidak hanya terjadi secara kuantitatif, tetapi juga secara struktural melalui peningkatan integrasi antar sektor. Dominasi sektor makanan halal menunjukkan basis konsumsi yang kuat, sementara sektor *modest fashion* berperan sebagai katalis budaya dan gaya hidup. Namun demikian, integrasi yang optimal baru dapat tercapai ketika keuangan syariah dan digitalisasi mampu menjembatani seluruh sektor tersebut. Dalam konteks Indonesia, kontribusi terhadap industri halal global masih belum proporsional dibandingkan dengan potensi pasar domestiknya. Hal ini mengindikasikan adanya *gap struktural* antara kapasitas produksi, sistem keuangan, dan integrasi rantai pasok halal. Oleh karena itu, data ini memperkuat argumentasi bahwa integrasi industri halal harus dipahami sebagai proses sistemik yang membutuhkan intervensi kebijakan dan inovasi teknologi secara simultan.

1.1. Modest Fashion sebagai Pintu Masuk Integrasi Industri Halal

Perkembangan modest fashion menunjukkan bahwa industri halal tidak lagi terbatas pada pemenuhan kebutuhan keagamaan dalam pengertian yang sempit. Modest fashion berkembang sebagai bagian dari gaya hidup yang menghubungkan identitas keagamaan, preferensi konsumen, tren pasar, dan aktivitas ekonomi. Dalam konteks ini, konsumen tidak hanya mempertimbangkan fungsi pakaian, tetapi juga aspek nilai, identitas, kualitas, estetika, dan kesesuaian dengan prinsip halal. Penelitian Qanita, Kholison, dan Afiq menunjukkan bahwa tren dan kesadaran terhadap gaya hidup halal berhubungan dengan preferensi konsumen dalam memilih produk halal fashion.

Perkembangan tersebut memiliki konsekuensi ekonomi yang lebih luas. Ketika konsumen mulai mengadopsi modest fashion sebagai bagian dari gaya hidup, kebutuhan terhadap produk halal lainnya juga dapat meningkat. Konsumen yang memiliki perhatian terhadap kehalalan pakaian dapat memiliki perhatian yang sama terhadap makanan, kosmetik, farmasi, perjalanan, hingga layanan keuangan. Dengan demikian, modest fashion dapat dipahami sebagai salah satu titik masuk dalam pembentukan halal lifestyle ecosystem.

Integrasi tersebut tidak berarti bahwa pertumbuhan modest fashion secara otomatis menyebabkan pertumbuhan seluruh sektor halal. Hubungan tersebut membutuhkan dukungan kelembagaan, infrastruktur, pembiayaan, distribusi, dan informasi. Karena itu, modest fashion lebih tepat ditempatkan sebagai salah satu demand generator dalam ekosistem halal. Ketika permintaan konsumen mengalami perubahan, sektor produksi dan jasa perlu menyesuaikan diri dengan kebutuhan baru tersebut.

Dalam perspektif rantai nilai, perubahan preferensi konsumen akan memengaruhi berbagai aktor. Produsen membutuhkan bahan baku yang sesuai dengan standar halal, distributor membutuhkan sistem logistik yang mendukung keterlacakan, lembaga sertifikasi menyediakan jaminan kepatuhan, sedangkan lembaga keuangan menyediakan pembiayaan bagi ekspansi usaha. Hubungan tersebut menunjukkan bahwa satu sektor halal tidak dapat berkembang secara optimal apabila sektor pendukungnya masih berjalan secara terpisah. Dengan demikian, perkembangan modest fashion memberikan pelajaran penting bagi pengembangan industri halal Indonesia. Fokus kebijakan tidak cukup diarahkan pada peningkatan jumlah produk halal, tetapi juga perlu diarahkan pada pembangunan hubungan antarsektor. Integrasi menjadi penting karena daya saing industri halal tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk akhir, tetapi juga oleh kualitas seluruh rantai nilai yang membentuk produk tersebut.

1.2. Halal Value Chain sebagai Fondasi Integrasi Antar-Sektor

Konsep halal value chain menjadi penting untuk memahami bagaimana berbagai sektor dalam industri halal dapat diintegrasikan. Halal value chain mencakup rangkaian aktivitas sejak penyediaan bahan baku, proses produksi, distribusi, pemasaran, pembiayaan, hingga konsumsi. Setiap tahap memiliki potensi untuk memengaruhi status kehalalan dan tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk. Dalam konteks industri makanan, misalnya, kehalalan tidak hanya berkaitan dengan komposisi bahan. Konsumen juga membutuhkan kepastian mengenai proses produksi, penyimpanan, transportasi, dan distribusi. Logika yang sama dapat diterapkan pada sektor kosmetik, farmasi, fashion, dan pariwisata. Artinya, konsep halal

semakin bergeser dari sekadar atribut produk menjadi karakteristik yang melekat pada keseluruhan rantai nilai.

Persoalan utama muncul ketika setiap sektor menggunakan standar, sistem informasi, dan mekanisme sertifikasi yang berbeda. Ketidakterpaduan tersebut dapat menghambat proses integrasi. File ini menekankan bahwa keterlacakan produk menjadi salah satu tantangan penting, terutama ketika rantai pasok melibatkan banyak pelaku dan lintas negara. Keterlacakan menjadi semakin penting dalam perdagangan global. Konsumen tidak hanya ingin mengetahui apakah sebuah produk telah memperoleh sertifikasi halal. Mereka juga membutuhkan informasi mengenai asal bahan, proses produksi, distribusi, dan pihak yang terlibat dalam rantai pasok. Karena itu, integrasi industri halal membutuhkan sistem informasi yang dapat menghubungkan informasi tersebut secara lebih transparan.

Dalam konteks ini, digitalisasi dapat menjadi instrumen pendukung halal value chain. Teknologi digital memungkinkan informasi produk dikumpulkan, disimpan, dan ditelusuri secara lebih efisien. Penggunaan teknologi seperti blockchain, misalnya, dapat diarahkan untuk meningkatkan transparansi dan autentikasi informasi produk. Namun, teknologi tersebut tetap membutuhkan regulasi, tata kelola, serta standar yang jelas agar tidak hanya menghasilkan digitalisasi administratif tanpa meningkatkan kepastian halal. Oleh karena itu, halal value chain seharusnya dipahami sebagai fondasi integrasi industri halal. Integrasi tidak hanya berarti menghubungkan sektor makanan dengan fashion atau pariwisata dengan keuangan. Integrasi berarti menghubungkan proses produksi, pembiayaan, distribusi, informasi, sertifikasi, dan konsumsi dalam satu sistem nilai yang saling mendukung.

1.3. Keuangan Syariah sebagai Enabler Ekosistem Industri Halal

Integrasi industri halal membutuhkan modal yang memadai. Pelaku usaha tidak dapat meningkatkan kapasitas produksi, memperluas distribusi, melakukan sertifikasi, mengembangkan teknologi, atau memasuki pasar internasional tanpa dukungan pembiayaan. Dalam konteks tersebut, keuangan syariah memiliki posisi strategis sebagai enabler dalam ekosistem halal. Keuangan syariah dapat menyediakan berbagai instrumen yang relevan dengan kebutuhan industri halal. Pembiayaan berbasis bagi hasil dapat digunakan untuk mendukung ekspansi usaha, sedangkan sukuk dapat digunakan untuk membiayai proyek dengan kebutuhan modal yang lebih besar. Pada tingkat masyarakat, zakat, infak, dan wakaf produktif juga dapat diarahkan untuk memperkuat kapasitas ekonomi kelompok usaha yang memiliki keterbatasan akses terhadap sumber pembiayaan formal. File yang menjadi dasar pembahasan ini secara eksplisit menempatkan sukuk, pembiayaan berbasis bagi hasil, serta zakat, infak, dan wakaf produktif sebagai instrumen yang dapat mendukung pelaku industri halal, terutama UMKM.

Posisi keuangan syariah menjadi semakin penting karena struktur industri halal Indonesia didominasi oleh pelaku usaha kecil dan menengah. UMKM membutuhkan pembiayaan bukan hanya untuk modal kerja, tetapi juga untuk meningkatkan kualitas produk, memenuhi standar sertifikasi, memperbaiki kemasan, mengembangkan pemasaran digital, dan memperluas pasar.

Namun, hubungan antara industri halal dan keuangan syariah belum sepenuhnya terintegrasi. Salah satu kendalanya adalah literasi keuangan syariah yang masih perlu diperkuat. Selain itu, sebagian pelaku usaha kecil juga menghadapi keterbatasan akses terhadap layanan keuangan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya financing gap dalam ekosistem industri halal. Masalah tersebut tidak hanya berkaitan dengan ketersediaan dana. Pelaku usaha juga membutuhkan model pembiayaan yang sesuai dengan karakteristik bisnisnya. Karena itu, integrasi industri halal membutuhkan desain keuangan yang tidak berhenti pada prinsip kepatuhan syariah, tetapi juga memperhatikan kebutuhan riil pelaku usaha.

Pada tahap ini, keuangan syariah dapat ditempatkan sebagai penghubung antara sektor produksi dan ekspansi pasar. Ketika pembiayaan tersedia, pelaku usaha dapat meningkatkan kapasitas produksi. Ketika produksi meningkat, kebutuhan distribusi dan teknologi juga meningkat. Selanjutnya, peningkatan kapasitas memungkinkan pelaku usaha memasuki pasar nasional dan

internasional. Dengan demikian, keuangan syariah bukan sekadar salah satu sektor dalam industri halal. Keuangan syariah memiliki fungsi lintas sektor. Posisi tersebut menjelaskan mengapa diagram dalam naskah menempatkan keuangan syariah sebagai pusat penggerak ekosistem yang menghubungkan food, fashion, tourism, pharmaceutical, cosmetic, dan media.

1.4. Digitalisasi dan Fintech Syariah sebagai Akselerator Integrasi

Digitalisasi memberikan dimensi baru dalam perkembangan industri halal. Teknologi digital memungkinkan pelaku usaha mengurangi hambatan geografis dan memperluas akses terhadap konsumen. Bagi UMKM, platform digital memberikan peluang untuk memasarkan produk tanpa harus membangun jaringan distribusi fisik dalam skala besar. Digitalisasi juga memperluas fungsi keuangan syariah. Fintech syariah dapat mempertemukan kebutuhan pembiayaan dengan pelaku usaha melalui sistem digital. Dalam literatur yang digunakan dalam naskah ini, fintech syariah diposisikan sebagai inovasi yang menggabungkan prinsip keuangan syariah dan teknologi digital untuk memberikan akses pembiayaan yang lebih inklusif, cepat, dan transparan.

Peran digitalisasi tidak berhenti pada pembiayaan. Teknologi dapat digunakan untuk memperkuat sistem sertifikasi dan keterlacakan produk. Konsumen dapat memperoleh informasi mengenai status halal suatu produk melalui sistem digital. Pelaku usaha juga dapat menggunakan data digital untuk mengelola inventori, distribusi, pemasaran, dan hubungan dengan konsumen. Dalam konteks global, kemampuan tersebut memiliki implikasi penting. Produk halal Indonesia tidak cukup hanya memenuhi standar domestik. Produk tersebut perlu dapat diterima oleh konsumen dan mitra perdagangan di berbagai negara. Sistem informasi yang transparan dapat membantu mengurangi kesenjangan informasi antara produsen dan konsumen.

Meskipun demikian, digitalisasi juga menciptakan tantangan baru. File ini mengidentifikasi keamanan data, kesenjangan literasi digital, dan regulasi yang belum sepenuhnya adaptif sebagai beberapa tantangan utama. Karena itu, digitalisasi industri halal perlu ditempatkan dalam kerangka tata kelola yang seimbang. Teknologi perlu meningkatkan efisiensi tanpa menghilangkan prinsip perlindungan konsumen, keamanan data, transparansi, dan kepatuhan syariah. Integrasi digital yang baik bukan sekadar memindahkan transaksi konvensional ke platform digital. Integrasi tersebut harus menghasilkan sistem industri halal yang lebih transparan, efisien, dan mudah ditelusuri.

1.5. Pariwisata Halal dan Perluasan Ekosistem Industri Halal

Pariwisata halal menunjukkan bahwa integrasi industri halal tidak hanya berlangsung dalam sektor barang. Integrasi juga mencakup jasa dan pengalaman konsumen. Pariwisata melibatkan berbagai sektor, termasuk transportasi, akomodasi, makanan dan minuman, jasa keuangan, perdagangan, serta layanan digital. Karena itu, pariwisata halal dapat berfungsi sebagai sektor integratif. Seorang wisatawan Muslim membutuhkan berbagai layanan dalam satu perjalanan. Kebutuhan tersebut mencakup makanan halal, tempat ibadah, akomodasi yang sesuai, layanan keuangan, serta informasi perjalanan. Setiap kebutuhan tersebut melibatkan sektor ekonomi yang berbeda.

Hal ini juga menempatkan pariwisata halal sebagai sektor yang memiliki multiplier effect, karena melibatkan transportasi, perhotelan, kuliner, dan jasa keuangan. Namun, pengembangan pariwisata halal membutuhkan lebih dari sekadar label. Infrastruktur, kualitas layanan, standardisasi, sumber daya manusia, dan promosi internasional perlu dikembangkan secara bersamaan. Tanpa integrasi tersebut, potensi pariwisata halal sulit dikonversikan menjadi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Dalam konteks Indonesia, integrasi pariwisata halal dapat menjadi sarana untuk menghubungkan berbagai produk halal domestik dengan konsumen internasional. Wisatawan yang datang ke Indonesia tidak hanya mengonsumsi jasa pariwisata. Mereka juga dapat menjadi konsumen makanan halal, kosmetik, fashion, produk kerajinan, serta berbagai produk UMKM. Dengan demikian, pariwisata halal memiliki fungsi sebagai market connector. Sektor ini

dapat mempertemukan produk halal Indonesia dengan konsumen global secara langsung. Posisi tersebut memperluas makna industri halal dari sekadar produksi barang menjadi ekosistem pengalaman konsumen yang terintegrasi.

1.6. Halalan Thayyiban dan Integrasi dengan Green Economy

Perluasan industri halal juga menghadirkan pertanyaan mengenai kualitas pertumbuhan. Pertumbuhan industri tidak hanya perlu memperhatikan aspek halal, tetapi juga dampak sosial dan lingkungan. Dalam konteks ini, konsep halalan thayyiban dapat digunakan untuk memperluas diskusi mengenai kualitas produk dan aktivitas ekonomi. Halal memberikan dimensi kepatuhan terhadap ketentuan syariah, sedangkan thayyib berkaitan dengan kualitas, kebaikan, keamanan, dan kemanfaatan. Dalam konteks industri modern, dimensi tersebut dapat dikaitkan dengan isu keamanan produk, perlindungan konsumen, penggunaan sumber daya, dan tanggung jawab lingkungan.

Hal ini menghubungkan konsep halalan thayyiban dengan ekonomi hijau melalui perhatian terhadap efisiensi sumber daya, pengurangan emisi, dan perlindungan lingkungan. Hubungan tersebut memberikan ruang bagi industri halal untuk berinteraksi dengan perkembangan investasi berbasis environmental, social, and governance (ESG). Keuangan syariah dapat mengambil posisi strategis melalui pembiayaan terhadap aktivitas ekonomi yang memenuhi prinsip syariah sekaligus memperhatikan keberlanjutan. Namun, integrasi antara halal dan green economy perlu dilakukan secara konseptual secara hati-hati. Produk yang halal belum tentu secara otomatis memenuhi seluruh indikator keberlanjutan lingkungan. Sebaliknya, produk yang ramah lingkungan belum tentu memenuhi persyaratan halal. Karena itu, integrasi keduanya membutuhkan kriteria yang jelas.

Dengan pendekatan tersebut, konsep halalan thayyiban dapat menjadi titik temu antara kepatuhan syariah, kualitas produk, tanggung jawab sosial, dan perhatian terhadap lingkungan. Hal ini memungkinkan industri halal bergerak dari pendekatan **halal compliance** menuju pendekatan yang lebih luas, yaitu pembangunan ekosistem ekonomi yang memperhatikan nilai, kualitas, dan keberlanjutan.

1.7. Standardisasi Halal sebagai Persyaratan Integrasi Pasar Global

Salah satu persoalan utama dalam integrasi industri halal global adalah perbedaan standar. Produk yang memperoleh pengakuan halal di satu negara belum tentu dapat diterima dengan mekanisme yang sama di negara lain. Perbedaan tersebut dapat meningkatkan biaya perdagangan dan menciptakan hambatan bagi pelaku usaha. Naskah ini menunjukkan bahwa perbedaan standar halal antarnegara dapat menjadi hambatan non-tarif dalam perdagangan internasional. Indonesia perlu mengambil peran dalam forum internasional untuk mendorong harmonisasi standar halal global.

Standardisasi memiliki dua fungsi utama. Pertama, standardisasi memberikan kepastian bagi konsumen. Kedua, standardisasi memberikan kepastian bagi produsen dan eksportir mengenai persyaratan pasar yang harus dipenuhi. Dengan demikian, standardisasi dapat menurunkan ketidakpastian dalam perdagangan halal. Indonesia memiliki peluang besar dalam proses tersebut karena memiliki pasar domestik yang luas dan basis industri halal yang beragam. Namun, besarnya pasar domestik tidak secara otomatis menghasilkan daya saing ekspor. Daya saing membutuhkan kapasitas produksi, kualitas produk, sertifikasi, logistik, pembiayaan, dan kemampuan memenuhi standar internasional.

Karena itu, penguatan lembaga sertifikasi halal perlu berjalan bersamaan dengan diplomasi ekonomi. Diplomasi halal dapat digunakan untuk membangun pengakuan mutual terhadap standar sertifikasi dan membuka akses pasar bagi produk Indonesia. Integrasi global akhirnya tidak hanya ditentukan oleh kemampuan memproduksi barang halal. Kemampuan untuk membangun mutual recognition, meningkatkan traceability, dan menyederhanakan proses sertifikasi menjadi bagian penting dari strategi perdagangan halal.

1.8. Transformasi dari Industri Halal Sektoral menuju Ekosistem Halal Terintegrasi

Pembahasan sebelumnya menunjukkan bahwa integrasi industri halal berlangsung melalui hubungan antara beberapa komponen. Modest fashion berhubungan dengan perubahan gaya hidup. Perubahan gaya hidup meningkatkan permintaan produk halal. Permintaan tersebut memperluas aktivitas produksi. Peningkatan produksi membutuhkan pembiayaan, teknologi, distribusi, dan sertifikasi. Selanjutnya, integrasi tersebut membuka peluang ekspansi ke pasar global. Dengan demikian, industri halal tidak tepat dipahami sebagai kumpulan sektor yang berdiri sendiri. Industri halal lebih tepat dipahami sebagai ecosystem of interconnected sectors. Dalam ekosistem tersebut, terdapat hubungan timbal balik antara sektor barang, jasa, keuangan, teknologi, regulasi, dan konsumen. Kerangka tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

Modest Fashion → Halal Lifestyle → Multi-Sector Demand → Halal Value Chain → Sharia Finance → Digitalization → Global Market → Standardization → Integrated Halal Ecosystem

Alur tersebut sejalan dengan flowchart yang telah disusun dalam naskah, yang menempatkan pertumbuhan modest fashion sebagai salah satu pemicu awal dan ekosistem halal terintegrasi sebagai tujuan akhir. Namun, hubungan tersebut tidak bersifat sepenuhnya linear. Setiap sektor dapat menjadi titik awal sekaligus penghubung bagi sektor lainnya. Keuangan syariah, misalnya, tidak hanya muncul setelah industri halal berkembang. Keuangan syariah juga dapat menjadi faktor yang memungkinkan industri halal berkembang sejak tahap awal. Demikian pula digitalisasi dapat meningkatkan akses pasar sekaligus memperkuat transparansi sertifikasi. Karena itu, model ekosistem lebih tepat digambarkan sebagai hubungan multidimensional daripada rantai sebab-akibat tunggal. Diagram dalam naskah menunjukkan posisi keuangan syariah dan platform digital sebagai penghubung berbagai sektor halal menuju pasar global.

Tabel 3. Kerangka Integrasi Ekosistem Industri Halal

Komponen	Fungsi dalam Ekosistem	Sektor yang Terhubung
Halal Lifestyle	Membentuk permintaan berbasis nilai	Fashion, food, tourism, cosmetics
Halal Value Chain	Menjamin integritas proses produksi dan distribusi	Seluruh sektor halal
Keuangan Syariah	Menyediakan pembiayaan dan investasi	UMKM, industri, infrastruktur
Digitalisasi	Meningkatkan akses, efisiensi, dan transparansi	Produksi, pemasaran, fintech
Sertifikasi	Memberikan jaminan kepatuhan halal	Produk dan jasa
Pariwisata Halal	Menghubungkan berbagai layanan kepada konsumen	Hotel, food, transportasi, retail
Green Economy	Memperkuat dimensi keberlanjutan	Energi, produksi, pembiayaan
Standardisasi Global	Memfasilitasi perdagangan lintas negara	Ekspor dan impor
Diplomasi Ekonomi	Memperluas akses pasar	Pemerintah dan pelaku industri

Tabel tersebut menunjukkan bahwa integrasi industri halal membutuhkan hubungan antara demand, production, finance, technology, regulation, dan global market. Tidak ada satu sektor yang dapat membangun ekosistem secara mandiri.

1.9. Tantangan Struktural Indonesia dalam Membangun Ekosistem Halal Global

Meskipun memiliki potensi besar, Indonesia masih menghadapi sejumlah persoalan struktural. Persoalan pertama adalah koordinasi antaraktor. Industri halal melibatkan pemerintah, lembaga sertifikasi, lembaga keuangan, pelaku usaha, konsumen, lembaga pendidikan, serta mitra internasional. Jika setiap aktor bekerja dengan sistem yang terpisah, integrasi akan berjalan lambat.

Persoalan kedua adalah kapasitas UMKM. Sebagian besar pelaku industri halal berada pada skala usaha kecil dan menengah. Mereka membutuhkan dukungan dalam sertifikasi, pembiayaan, teknologi, pemasaran, dan pengembangan sumber daya manusia. Karena itu, kebijakan industri halal perlu memperhatikan kemampuan aktual UMKM. Persoalan ketiga adalah standardisasi. Perbedaan standar dapat menghambat ekspor dan meningkatkan biaya kepatuhan. Indonesia perlu memperkuat kapasitas sertifikasi domestik sekaligus membangun pengakuan dengan lembaga sertifikasi di negara tujuan ekspor.

Persoalan keempat adalah integrasi teknologi. Digitalisasi memang membuka peluang baru, tetapi juga menimbulkan persoalan keamanan data, kesenjangan literasi digital, dan tata kelola. Karena itu, transformasi digital perlu disertai peningkatan kapasitas manusia dan regulasi yang adaptif. Persoalan kelima adalah keterhubungan antara industri halal dan pasar global. Besarnya pasar domestik memberikan basis yang kuat, tetapi kemampuan ekspor memerlukan strategi berbeda. Produk harus memenuhi standar pasar tujuan, memiliki sistem distribusi yang efisien, dan mampu membangun reputasi internasional.

1.10. Strategi Penguatan Integrasi Industri Halal Indonesia

Berdasarkan pembahasan tersebut, penguatan industri halal Indonesia perlu dilakukan melalui pendekatan ekosistem. Strategi pertama adalah memperkuat halal value chain melalui keterhubungan antara produksi, sertifikasi, logistik, distribusi, dan konsumsi. Pendekatan ini dapat mengurangi fragmentasi dalam sistem industri halal. Strategi kedua adalah memperkuat hubungan antara industri halal dan keuangan syariah. Pembiayaan perlu diarahkan tidak hanya kepada perusahaan besar, tetapi juga kepada UMKM yang menjadi bagian penting dari rantai pasok halal. Skema pembiayaan dapat dikembangkan sesuai karakteristik sektor dan tahap perkembangan usaha.

Strategi ketiga adalah mempercepat digitalisasi. Platform digital perlu dikembangkan untuk mendukung pemasaran, pembiayaan, sertifikasi, traceability, dan perdagangan internasional. Digitalisasi harus tetap memperhatikan keamanan data dan perlindungan konsumen.

Strategi keempat adalah meningkatkan kualitas standardisasi dan sertifikasi halal. Indonesia perlu memperkuat kapasitas kelembagaan domestik sekaligus meningkatkan kerja sama internasional untuk memperluas pengakuan sertifikasi. Strategi kelima adalah menghubungkan industri halal dengan green economy. Pengembangan industri halal tidak hanya perlu menghasilkan pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memperhatikan efisiensi sumber daya, kualitas lingkungan, dan keberlanjutan jangka panjang.

Strategi keenam adalah memperkuat diplomasi ekonomi halal. Pemerintah dapat menggunakan kerja sama perdagangan, forum ekonomi internasional, dan hubungan kelembagaan untuk memperluas akses produk halal Indonesia ke pasar global. Dengan strategi tersebut, Indonesia dapat mengembangkan ekosistem halal yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah produk bersertifikat, tetapi juga pada peningkatan daya saing, keterhubungan antar-sektor, inklusi pembiayaan, transparansi, dan akses pasar global.

1.11. Model Integrasi Industri Halal Global

Berdasarkan keseluruhan pembahasan, integrasi industri halal dapat dirumuskan dalam sebuah model yang terdiri atas lima lapisan utama.

Lapisan pertama adalah consumer-driven integration. Integrasi dimulai dari perubahan perilaku dan preferensi konsumen. Modest

fashion menjadi salah satu contoh bagaimana gaya hidup halal dapat membentuk permintaan baru.

Lapisan kedua adalah sectoral integration. Permintaan tersebut kemudian menghubungkan berbagai sektor, seperti makanan, fashion, kosmetik, farmasi, pariwisata, media, dan jasa.

Lapisan ketiga adalah financial and digital integration. Keuangan syariah menyediakan sumber pembiayaan, sedangkan teknologi digital meningkatkan efisiensi, transparansi, dan akses pasar.

Lapisan keempat adalah institutional integration. Integrasi membutuhkan standardisasi, sertifikasi, regulasi, koordinasi kelembagaan, serta diplomasi ekonomi.

Lapisan kelima adalah global ecosystem integration. Pada tahap akhir, seluruh komponen tersebut terhubung dengan rantai nilai global sehingga produk dan jasa halal dapat bergerak lintas negara.

Model tersebut memperlihatkan bahwa integrasi industri halal tidak dapat direduksi menjadi integrasi produk. Integrasi berlangsung pada tingkat konsumen, sektor, keuangan, teknologi, kelembagaan, dan pasar global. Data dalam naskah juga mendukung argumentasi bahwa integrasi industri halal mengalami perkembangan struktural. Tabel yang disusun menunjukkan peningkatan estimasi tingkat integrasi dari 40 persen pada 2015 menjadi 65 persen pada 2022 dan proyeksi 75 persen pada 2025. Namun, karena naskah sendiri menyebut data tersebut sebagai "Estimasi Akademik", angka tersebut sebaiknya digunakan sebagai ilustrasi konseptual, bukan sebagai statistik empiris yang berdiri sendiri.

Dengan demikian, substansi utama pembahasan ini adalah bahwa masa depan industri halal tidak terletak pada ekspansi satu sektor tertentu. Masa depan industri halal bergantung pada kemampuan membangun hubungan antarsektor dalam satu ekosistem. Modest fashion dapat menjadi pintu masuk, tetapi keuangan syariah, digitalisasi, standardisasi, pariwisata, green economy, dan diplomasi ekonomi menjadi komponen yang memungkinkan ekosistem tersebut berkembang.

Berdasarkan uraian di atas, integrasi industri halal global dapat dipahami sebagai transformasi dari pendekatan sektoral menuju pendekatan ekosistem. Modest fashion memperlihatkan bagaimana perubahan gaya hidup dapat menciptakan permintaan lintas sektor. Permintaan tersebut kemudian membutuhkan halal value chain yang terintegrasi, dukungan pembiayaan syariah, infrastruktur digital, sistem sertifikasi, serta akses terhadap pasar internasional. Keuangan syariah memiliki posisi penting karena menyediakan fondasi pembiayaan bagi ekspansi industri. Digitalisasi berfungsi sebagai akselerator yang menghubungkan pelaku usaha, konsumen, lembaga keuangan, dan informasi produk. Sementara itu, standardisasi dan diplomasi ekonomi berfungsi sebagai instrumen untuk menghubungkan ekosistem domestik dengan pasar global. Integrasi dengan green economy juga memperluas orientasi industri halal dari sekadar kepatuhan menuju perhatian terhadap kualitas dan keberlanjutan.

Dengan demikian, tantangan utama Indonesia bukan hanya meningkatkan produksi produk halal, tetapi membangun ekosistem halal yang terintegrasi, transparan, inklusif, dan mampu beroperasi dalam rantai nilai global. Kerangka ini memperkuat argumen bahwa industri halal perlu dipandang sebagai sistem ekonomi yang menghubungkan konsumsi, produksi, pembiayaan, teknologi, regulasi, dan perdagangan internasional. Struktur tersebut juga konsisten dengan kerangka yang telah dibangun dalam naskah, terutama mengenai posisi keuangan syariah sebagai *enabler* dan digital platform sebagai penghubung antarsektor.

2. Kesimpulan

Integrasi industri halal global menunjukkan adanya perubahan dari pendekatan sektoral menuju pendekatan ekosistem. Perkembangan modest fashion menjadi salah satu pintu masuk yang mendorong terbentuknya gaya hidup halal dan meningkatkan permintaan terhadap berbagai produk dan layanan halal lainnya. Perkembangan tersebut kemudian memperluas hubungan antara sektor makanan, fashion, kosmetik, farmasi, pariwisata, media, dan jasa keuangan. Dengan demikian, industri halal tidak dapat dipahami sebagai kumpulan

sektor yang berdiri sendiri, tetapi sebagai sistem ekonomi yang saling terhubung melalui halal value chain.

Keuangan syariah memiliki posisi strategis dalam membangun integrasi tersebut karena menyediakan pembiayaan bagi pelaku industri, khususnya UMKM. Instrumen seperti pembiayaan berbasis bagi hasil, sukuk, serta zakat, infak, dan wakaf produktif dapat mendukung peningkatan kapasitas industri halal. Pada saat yang sama, digitalisasi dan fintech syariah mempercepat akses pembiayaan, pemasaran, transparansi, serta keterlacakan produk. Integrasi tersebut kemudian perlu diperkuat melalui standardisasi halal, harmonisasi regulasi, diplomasi ekonomi, dan pengembangan pasar global.

Pada tahap yang lebih luas, integrasi industri halal juga perlu memperhatikan dimensi halalan thayyiban dan ekonomi hijau. Industri halal tidak hanya berorientasi pada status kehalalan produk, tetapi juga perlu memperhatikan kualitas, keamanan, kemanfaatan, dan keberlanjutan. Integrasi tersebut membuka ruang bagi sinergi antara industri halal, keuangan syariah, digitalisasi, dan green economy. Dengan demikian, pembangunan industri halal Indonesia membutuhkan pendekatan ekosistem yang menghubungkan konsumen, produsen, keuangan, teknologi, regulasi, sertifikasi, dan pasar global. Pendekatan ini dapat memperkuat posisi industri halal Indonesia dalam rantai nilai global sekaligus mendukung terbentuknya sistem ekonomi halal yang lebih terintegrasi dan berkelanjutan.

BAB 5

Peran Sertifikasi Halal dalam Meningkatkan Kinerja Ekspor Produk Makanan Indonesia di Pasar Internasional

Burhanuddin Robbani

1. Pendahuluan

Industri halal global telah berubah dari pasar berbasis kepatuhan agama menjadi arena kompetisi ekonomi internasional. Perubahan ini terlihat paling jelas pada sektor makanan halal. Makanan memiliki hubungan langsung dengan konsumsi harian, identitas keagamaan, keamanan produk, dan standar rantai pasok. DinarStandard mencatat bahwa belanja Muslim untuk sektor makanan mencapai US$1,43 triliun pada 2023 dan diproyeksikan naik menjadi US$1,94 triliun pada 2028.[294] Angka tersebut menunjukkan bahwa pasar halal tidak lagi dapat diperlakukan sebagai ceruk kecil. Pasar ini telah menjadi ruang ekonomi strategis yang memerlukan standar, reputasi, kepercayaan, dan kapasitas kelembagaan yang kuat.

[294] DinarStandard, State of the Global Islamic Economy Report 2024/25: From Crisis to Catalyst, Evolving Islamic Economy Opportunities (Dubai: DinarStandard, 2025), https://www.dinarstandard.com/insights/sgier-2024-25.

Perkembangan terbaru juga menunjukkan bahwa pasar halal bergerak ke arah integrasi antara kepatuhan syariah dan keberlanjutan. Arifin, Yudha, dan Narmaditya meneliti konsumsi produk halal dan ramah lingkungan di Indonesia dan menegaskan meningkatnya permintaan terhadap produk yang memenuhi standar sertifikasi halal sekaligus persyaratan keberlanjutan. Temuan ini memperluas argumen bab ini karena sertifikasi halal tidak hanya bekerja sebagai bukti kepatuhan, tetapi juga dapat memperkuat posisi produk pada pasar yang menilai etika, lingkungan, dan tanggung jawab sosial.[295]

Indonesia memiliki modal demografis dan basis produksi pangan yang besar. Indonesia juga memiliki tradisi kuliner, bahan baku tropis, jaringan UMKM makanan, dan kedekatan kultural dengan kebutuhan konsumen Muslim. Namun, modal tersebut belum otomatis berubah menjadi dominasi ekspor makanan halal. Dalam perdagangan internasional, produk tidak cukup hanya halal secara substansi. Produk harus dapat membuktikan status halalnya secara formal, terverifikasi, dan dapat diterima oleh lembaga atau regulator di negara tujuan. Di titik ini, sertifikasi halal memiliki fungsi strategis. Sertifikasi menghubungkan kewajiban syariah dengan kebutuhan pasar modern yang menuntut bukti, transparansi, dan ketertelusuran.

Kebijakan jaminan produk halal di Indonesia masuk ke fase baru setelah terbit Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal. Regulasi ini menegaskan bahwa jaminan produk halal merupakan kepastian hukum atas kehalalan produk yang dibuktikan dengan sertifikat halal.[296] BPJPH juga menjelaskan bahwa sejak 18 Oktober 2024 kewajiban sertifikasi halal mulai berlaku bagi tiga kelompok produk yang diproduksi pelaku usaha menengah dan besar, yaitu makanan dan minuman, bahan baku dan bahan tambahan pangan, serta produk sembelihan dan jasa penyembelihan.[297] Ketentuan ini penting bagi

[295] Sirajul Arifin, Ana Toni Roby Candra Yudha, and Bagus Shandy Narmaditya, "Integration of Attitudes and Behavioral Control on Intention to Consume Halal and Environment-Friendly Products," Journal of Islamic Accounting and Business Research (2026), https://doi.org/10.1108/JIABR-06-2025-0362.

[296] Indonesia, Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 229, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6998.

[297] Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, "Phasing Period Ends, Halal Certification Obligation Takes Effect Starting October 18, 2024," October 20, 2024, https://bpjph.halal.go.id/en/detail/phasing-period-ends-halal-certification-obligation-takes-effect-starting-october-18-2024/.

ekspor karena negara yang memiliki sistem jaminan halal domestik yang kuat akan lebih mudah membangun kredibilitas eksternal. Namun, kekuatan domestik saja tidak cukup. Produk ekspor tetap menghadapi perbedaan standar, perbedaan prosedur audit, dan perbedaan pengakuan antarnegara.

Bab ini berangkat dari satu masalah utama, yaitu bagaimana sertifikasi halal dapat meningkatkan kinerja ekspor produk makanan Indonesia dan mengapa dampaknya tidak selalu linear. Masalah ini penting karena sebagian studi menemukan hubungan positif antara sertifikasi halal dan ekspor. Studi lain menunjukkan bahwa peningkatan sertifikat tidak selalu diikuti oleh kenaikan nilai ekspor secara langsung. Perbedaan hasil tersebut mengarah pada satu kesimpulan awal. Sertifikasi halal bukan variabel tunggal yang bekerja dalam ruang kosong. Sertifikasi bekerja melalui ekosistem yang mencakup standar, kelembagaan, kapasitas industri, pembiayaan, logistik, promosi dagang, dan strategi pasar tujuan.

Argumen utama bab ini menyatakan bahwa sertifikasi halal merupakan syarat strategis untuk memperkuat ekspor makanan Indonesia. Namun, sertifikasi belum cukup jika tidak didukung pengakuan internasional dan kebijakan perdagangan yang terarah. Sertifikasi halal perlu dibaca sebagai bagian dari arsitektur daya saing. Sertifikasi dapat menurunkan biaya informasi, memperkuat kepercayaan, memperbaiki tata kelola internal, dan membuka akses pasar. Manfaat tersebut akan optimal jika pemerintah, lembaga sertifikasi, pelaku usaha, asosiasi industri, lembaga pembiayaan, dan jejaring perdagangan bekerja dalam desain kebijakan yang sama.

Pembahasan bab disusun dalam empat lapis. Lapis pertama menjelaskan teori yang menjadi dasar analisis. Lapis kedua menguraikan metode kajian kepustakaan. Lapis ketiga membahas mekanisme kerja sertifikasi halal terhadap ekspor. Lapis keempat menyajikan sintesis model dan implikasi kebijakan. Susunan ini dipilih agar pembaca dapat melihat hubungan antara teori, fakta kebijakan, temuan literatur, dan rekomendasi praktis secara sistematis.

2. Landasan Teoretis

2.1 Sertifikasi Halal sebagai Sinyal Pasar

Teori sinyal menjelaskan bahwa pihak yang memiliki informasi lebih banyak dapat mengirimkan tanda yang dapat dipercaya kepada pihak yang memiliki informasi lebih sedikit. Spence mengembangkan teori ini untuk menjelaskan bagaimana sinyal membantu mengurangi ketidakpastian dalam keputusan ekonomi.[298] Dalam perdagangan makanan halal, produsen mengetahui bahan, pemasok, fasilitas, proses produksi, bahan penolong, dan rantai distribusinya. Buyer internasional tidak memiliki informasi sedalam itu. Sertifikat halal mengubah informasi internal menjadi bukti eksternal yang dapat dibaca oleh importir, distributor, regulator, dan konsumen.

Sertifikasi halal menjadi sinyal karena klaim halal telah diperiksa melalui prosedur tertentu. Label halal tidak hanya menyampaikan pesan religius. Label itu juga menyampaikan pesan tentang kontrol bahan, kebersihan proses, pemisahan fasilitas, dokumentasi, dan ketertelusuran. Pada pasar yang memiliki sensitivitas halal tinggi, sinyal ini dapat menentukan apakah produk diterima, ditunda, atau ditolak. Pada pasar yang tidak mayoritas Muslim, sinyal halal tetap dapat berfungsi sebagai pembeda kualitas. Banyak konsumen mengaitkan standar halal dengan disiplin produksi, keamanan pangan, dan etika konsumsi.

Temuan Arifin, Yudha, dan Narmaditya mendukung fungsi sinyal tersebut. Mereka menunjukkan bahwa label dan sertifikasi halal dipertimbangkan oleh konsumen Muslim dan non-Muslim, sementara informasi produk yang lengkap membantu konsumen membuat keputusan pembelian yang lebih baik. Dengan demikian, sertifikasi halal bekerja sebagai sinyal pasar yang mengurangi ketidakpastian, baik pada sisi buyer internasional maupun pada sisi konsumen akhir.[299]

[298] Michael Spence, "Job Market Signaling," Quarterly Journal of Economics 87, no. 3 (1973): 355-374.
[299] Arifin, Yudha, and Narmaditya, "Integration of Attitudes and Behavioral Control on Intention to Consume Halal and Environment-Friendly Products."

Dalam perspektif ekonomi syariah, sinyal halal juga berkaitan dengan amanah. Produsen tidak hanya menjual manfaat fisik produk. Produsen juga menanggung tanggung jawab moral atas klaim yang diberikan kepada konsumen. Karena itu, sertifikasi halal memiliki dua dimensi sekaligus. Dimensi pertama adalah dimensi syariah yang menuntut kejelasan status halal. Dimensi kedua adalah dimensi pasar yang menuntut bukti formal, audit, dan kepercayaan. Dua dimensi ini membuat sertifikasi halal berbeda dari label pemasaran biasa.

2.2 Sertifikasi Halal dan Biaya Transaksi

Teori biaya transaksi menempatkan informasi, negosiasi, pemantauan, dan penegakan kesepakatan sebagai bagian dari biaya ekonomi. Williamson menegaskan bahwa transaksi tidak hanya dipengaruhi oleh harga, tetapi juga oleh ketidakpastian, oportunisme, dan struktur tata kelola.[300] Dalam ekspor makanan, ketidakpastian muncul karena buyer perlu memastikan bahwa produk memenuhi standar agama, keamanan pangan, ketentuan impor, dan preferensi konsumen negara tujuan. Sertifikasi halal dapat menurunkan biaya transaksi karena buyer tidak perlu melakukan verifikasi dari titik awal.

Namun, sertifikasi juga dapat meningkatkan biaya jika standar antarnegara tidak selaras. Eksportir dapat menghadapi audit ganda, pendaftaran tambahan, penerjemahan dokumen, biaya registrasi, dan waktu tunggu yang panjang. Karena itu, efek sertifikasi terhadap ekspor bergantung pada dua sisi. Di satu sisi, sertifikasi menurunkan biaya informasi. Di sisi lain, perbedaan standar dapat menaikkan biaya kepatuhan. Titik keseimbangan ditentukan oleh harmonisasi standar, pengakuan lintas negara, dan kualitas koordinasi antarotoritas.

Dalam praktik ekspor, biaya transaksi tidak selalu terlihat sebagai biaya langsung. Biaya itu dapat muncul sebagai penundaan pengiriman, kehilangan peluang kontrak, permintaan audit tambahan, atau ketidakpastian jadwal distribusi. Bagi UMKM, biaya tidak langsung ini sering lebih berat daripada biaya administrasi sertifikasi. UMKM mungkin memiliki produk yang layak, tetapi belum siap menghadapi dokumen teknis, bukti pemasok, standar kemasan, dan

[300] Oliver E. Williamson, The Economic Institutions of Capitalism (New York: Free Press, 1985).

negosiasi dengan buyer internasional. Karena itu, sertifikasi halal perlu disertai pendampingan yang menurunkan biaya transaksi secara nyata.

2.3 Sertifikasi Halal sebagai Institusi Ekonomi

Perspektif kelembagaan menekankan peran aturan formal, norma, dan mekanisme penegakan dalam membentuk perilaku ekonomi. North menjelaskan bahwa institusi membatasi dan sekaligus memungkinkan tindakan ekonomi melalui aturan main yang diakui.[301] Sertifikasi halal dapat dipahami sebagai institusi karena ia menyediakan aturan, prosedur, aktor, dan mekanisme verifikasi yang mengatur hubungan antara produsen, konsumen, regulator, dan pasar internasional.

Sistem halal nasional yang kredibel memberi manfaat reputasional. Buyer tidak hanya menilai produk. Buyer juga menilai kredibilitas negara asal, lembaga sertifikasi, auditor, basis regulasi, dan konsistensi pengawasan. Bila kelembagaan halal kuat, produk dari negara tersebut memperoleh efek reputasi. Bila kelembagaan lemah, sertifikat dapat dipandang sebagai dokumen administratif tanpa kekuatan pasar. Karena itu, daya saing ekspor makanan halal Indonesia tidak hanya bergantung pada perusahaan. Daya saing juga bergantung pada mutu institusi yang menopang sertifikat tersebut.

Kelembagaan halal juga memengaruhi kepastian hukum. Produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Indonesia wajib bersertifikat halal, kecuali produk dari bahan yang diharamkan yang wajib diberi keterangan tidak halal. Ketentuan ini memberi dasar perlindungan konsumen dan kepastian bagi pelaku usaha. Namun, dalam ekspor, kelembagaan domestik harus diterjemahkan ke dalam pengakuan eksternal. Sertifikat halal akan lebih kuat jika negara tujuan memahami standar Indonesia, menerima otoritasnya, dan menilai proses auditnya dapat dipercaya.

2.4 Sertifikasi Halal dan Daya Saing

Daya saing tidak hanya lahir dari biaya produksi rendah. Porter menekankan bahwa keunggulan kompetitif negara terbentuk melalui kondisi faktor, permintaan, industri pendukung, strategi perusahaan, dan persaingan domestik.[302] Dalam industri halal, sertifikasi menjadi bagian dari faktor pendukung karena ia membentuk standar, mendorong disiplin produksi, dan membantu produk masuk ke jaringan distribusi yang menuntut kepatuhan formal.

Pada tingkat perusahaan, sertifikasi halal juga dapat dibaca melalui pendekatan sumber daya. Barney menjelaskan bahwa sumber daya yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan terorganisasi dengan baik dapat menjadi dasar keunggulan bersaing.[303] Sertifikasi halal dapat menjadi sumber daya strategis jika perusahaan mengelolanya sebagai bagian dari sistem mutu, inovasi produk, manajemen rantai pasok, dan strategi merek. Jika perusahaan hanya mengejar sertifikat sebagai dokumen wajib, nilai strategisnya akan terbatas.

Daya saing ekspor halal perlu dilihat pada tiga level. Level pertama adalah level produk. Produk harus memenuhi standar halal, aman, konsisten, dan sesuai selera pasar tujuan. Level kedua adalah level perusahaan. Perusahaan harus memiliki kapasitas produksi, dokumentasi, pembiayaan, kemasan, dan jaringan distribusi. Level ketiga adalah level ekosistem. Negara harus memiliki standar yang kredibel, diplomasi pengakuan, layanan sertifikasi yang efisien, dan promosi dagang yang terarah. Sertifikasi halal berada di tengah tiga level tersebut.

2.5 Sertifikasi Halal dalam Perspektif Perilaku Konsumen Halal-Hijau

Integrasi sertifikasi halal dengan nilai keberlanjutan dapat dijelaskan melalui Theory of Planned Behavior dan Value-Attitude-Behavior. Arifin, Yudha, dan Narmaditya menggunakan kedua kerangka ini untuk menunjukkan bahwa niat konsumsi halal-hijau dipengaruhi oleh sikap dan perceived behavioral control. Dalam konteks ekspor, temuan ini penting karena penerimaan produk tidak hanya dipengaruhi oleh dokumen kepatuhan, tetapi juga oleh

[301] Douglass C. North, Institutions, Institutional Change and Economic Performance (Cambridge: Cambridge University Press, 1990).

[302] Michael E. Porter, The Competitive Advantage of Nations (New York: Free Press, 1990).

[303] Jay B. Barney, "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage," Journal of Management 17, no. 1 (1991): 99-120.

evaluasi konsumen terhadap manfaat, keamanan, keterjangkauan, dan kesesuaian nilai.[304]

Penelitian tersebut juga menunjukkan hubungan yang konsisten antara niat dan perilaku konsumsi halal ramah lingkungan. Pada kelompok belum menikah, niat memediasi secara penuh hubungan antara sikap, perceived behavioral control, dan perilaku konsumsi. Pada kelompok menikah, jalur keputusan lebih terkait dengan kesejahteraan rumah tangga dan keterjangkauan. Perbedaan ini memberi dasar analitis untuk segmentasi pasar ekspor makanan halal Indonesia.[305]

Tabel 1. Kerangka Teoretis Peran Sertifikasi Halal dalam Ekspor Makanan

Pendekatan Teoretis	Konsep Kunci	Fungsi Sertifikasi Halal	Implikasi Ekspor
Teori sinyal	Asimetri informasi	Memberi bukti formal tentang status halal dan mutu proses	Meningkatkan kepercayaan buyer dan konsumen
Biaya transaksi	Ketidakpastian dan biaya verifikasi	Mengurangi biaya pemeriksaan awal dan negosiasi teknis	Mempercepat penerimaan produk jika sertifikat diakui
Kelembagaan	Aturan, standar, legitimasi	Membangun tata kelola halal yang kredibel	Memperkuat reputasi negara dan industri
Daya saing	Diferensiasi dan keunggulan pasar	Membentuk nilai tambah dan posisi produk	Memperluas akses ke pasar halal dan pasar premium
TPB dan VAB	Sikap, kontrol perilaku, nilai, dan niat	Menghubungkan bukti halal dengan persepsi manfaat, keamanan, dan keberlanjutan	Memperkuat segmentasi dan diferensiasi pasar halal-hijau

Sumber: diolah penulis dari teori sinyal, biaya transaksi, kelembagaan, dan daya saing.

3. Pendekatan Kajian dan Sumber Literatur

Bab ini menggunakan pendekatan kualitatif kepustakaan. Pendekatan ini dipilih karena tujuan utama bab bukan menguji hubungan statistik, melainkan menyusun sintesis konseptual tentang mekanisme kerja sertifikasi halal dalam kinerja ekspor produk makanan Indonesia. Sumber kajian mencakup artikel ilmiah, laporan industri halal global, dokumen kebijakan, publikasi BPJPH, publikasi KNEKS, standar halal internasional, dan kajian perdagangan halal yang terbit terutama pada periode 2021 sampai 2026. Sumber kajian juga mencakup studi perilaku konsumen halal-hijau agar analisis ekspor tidak hanya melihat sisi produksi, tetapi juga sisi permintaan.

Pemilihan sumber dilakukan dengan tiga kriteria. Pertama, sumber harus relevan dengan sertifikasi halal, ekspor makanan, harmonisasi standar, atau kebijakan industri halal. Kedua, sumber harus memiliki kredibilitas akademik atau kelembagaan. Ketiga, sumber harus memberi kontribusi pada penjelasan mekanisme, bukan hanya menyebutkan data secara deskriptif. Dengan kriteria tersebut, bab ini tidak hanya mengumpulkan pendapat. Bab ini

[304] Arifin, Yudha, and Narmaditya, "Integration of Attitudes and Behavioral Control on Intention to Consume Halal and Environment-Friendly Products."
[305] Arifin, Yudha, and Narmaditya, "Integration of Attitudes and Behavioral Control on Intention to Consume Halal and Environment-Friendly Products."

menata hubungan konseptual antara sertifikasi, kepercayaan pasar, pengakuan standar, kesiapan industri, dan kinerja ekspor.

Analisis dilakukan melalui analisis isi tematik. Tema utama meliputi sertifikasi sebagai infrastruktur kepercayaan, sertifikasi sebagai akses pasar, sertifikasi sebagai pembenah tata kelola internal, sertifikasi sebagai diferensiasi kompetitif, serta hambatan non-sertifikasi yang membatasi dampak ekspor. Analisis juga membedakan antara export readiness dan export realization. Pembedaan ini penting karena sertifikasi dapat meningkatkan kesiapan ekspor. Namun, realisasi ekspor tetap memerlukan kontrak dagang, pembiayaan, logistik, promosi, kapasitas produksi, dan jaringan distribusi.

Kajian ini memiliki batasan. Pertama, bab ini tidak menghitung dampak ekonometrik sertifikasi halal terhadap ekspor. Kedua, bab ini tidak membandingkan seluruh negara tujuan ekspor secara kuantitatif. Ketiga, bab ini tidak melakukan survei pada eksportir. Walau demikian, batasan tersebut tidak mengurangi relevansi bab sebagai sintesis konseptual. Sintesis ini dapat menjadi dasar bagi penelitian lanjutan yang memakai data panel, model gravitasi perdagangan, atau studi kasus perusahaan eksportir makanan halal.

4. Sertifikasi Halal sebagai Infrastruktur Kepercayaan

Kepercayaan menjadi variabel penting dalam perdagangan makanan. Buyer internasional tidak dapat memeriksa seluruh bahan, pemasok, fasilitas, proses produksi, dan mekanisme penyimpanan setiap saat. Sertifikasi halal membantu mengisi kesenjangan informasi tersebut. Sertifikat memberi bukti bahwa produk telah melewati proses pemeriksaan tertentu dan memenuhi standar yang ditetapkan. Dalam konteks ini, sertifikasi tidak berhenti sebagai label. Sertifikasi berfungsi sebagai infrastruktur kepercayaan.

Fungsi ini semakin penting karena perdagangan makanan melibatkan risiko yang berbeda dari produk nonpangan. Kesalahan bahan, kontaminasi silang, penggunaan bahan turunan hewani, atau lemahnya ketertelusuran dapat menurunkan kepercayaan pasar secara cepat. Sertifikasi halal menuntut produsen mengendalikan titik kritis halal sejak bahan baku, proses produksi, penyimpanan, pengemasan, sampai distribusi. OIC/SMIIC 1:2019 menempatkan persyaratan halal pada seluruh tahap rantai makanan, mulai dari bahan mentah sampai produk akhir.[306] Ini menunjukkan bahwa halal tidak cukup dipahami sebagai status bahan. Halal harus dikelola sebagai sistem.

Sertifikasi halal juga membentuk komunikasi pasar. Buyer di negara tujuan dapat menggunakan sertifikat sebagai dasar seleksi awal. Distributor dapat memakai label halal untuk menyusun kategori produk. Konsumen dapat membuat keputusan pembelian dengan risiko informasi yang lebih rendah. Dengan demikian, sertifikasi halal menghubungkan produsen dengan beberapa aktor pasar sekaligus. Semakin kompleks rantai distribusi, semakin besar nilai bukti formal yang dapat dipercaya.

Pada tingkat konsumen akhir, sertifikasi juga berfungsi sebagai penghubung antara klaim halal, keamanan, dan tanggung jawab lingkungan. Arifin, Yudha, dan Narmaditya menjelaskan bahwa konsumsi halal-hijau mencerminkan kepatuhan agama sekaligus keterlibatan dalam agenda keberlanjutan. Hal ini memperkuat argumen bahwa sertifikasi halal dapat dikembangkan sebagai infrastruktur kepercayaan yang melayani nilai religius dan nilai etis-ekologis.[307]

Pada produk makanan olahan, kompleksitas bahan sering tinggi. Produk seperti biskuit, saus, minuman rasa, bumbu instan, makanan beku, dan pangan fungsional dapat memakai puluhan bahan. Beberapa bahan memiliki risiko halal karena berasal dari enzim, emulsifier, gelatin, flavor, shortening, atau bahan penolong proses. Sertifikasi halal memaksa perusahaan menelusuri sumber bahan tersebut. Proses ini memperbaiki kualitas informasi internal perusahaan. Pada saat yang sama, proses ini memberi buyer bukti bahwa perusahaan mampu mengelola risiko halal secara sistematis.

Kepercayaan juga muncul dari konsistensi. Produk ekspor tidak hanya harus halal pada satu kali audit. Produk harus menjaga status

[306] Standards and Metrology Institute for Islamic Countries, OIC/SMIIC 1:2019, General Requirements for Halal Food (Istanbul: SMIIC, 2019), https://smiic.org/en/project/24.

[307] Arifin, Yudha, and Narmaditya, "Integration of Attitudes and Behavioral Control on Intention to Consume Halal and Environment-Friendly Products."

halal dalam produksi berulang. Hal ini menuntut sistem jaminan halal yang hidup dalam operasi harian. Perusahaan harus mengendalikan perubahan pemasok, perubahan formula, penggunaan fasilitas bersama, dan kegiatan distribusi. Jika perusahaan gagal mengendalikan perubahan tersebut, sertifikat dapat kehilangan makna. Karena itu, sertifikasi halal yang kuat selalu terkait dengan pengawasan, audit ulang, pembaruan dokumen, dan budaya kepatuhan.

5. Sertifikasi Halal sebagai Akses Pasar

Sertifikasi halal membuka akses ke pasar yang mensyaratkan kepatuhan halal. Pada negara mayoritas Muslim, sertifikat sering menjadi syarat masuk bagi produk makanan tertentu. Pada negara minoritas Muslim, sertifikat membantu produk masuk ke kanal khusus seperti toko halal, restoran halal, komunitas Muslim, marketplace khusus, dan jaringan distributor yang melayani segmen halal. Sertifikat juga membantu buyer menilai apakah produk memiliki kelayakan awal untuk masuk ke pasar yang lebih luas.

Studi Anggraeni dan Mawadah menunjukkan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap ekspor produk halal pada tingkat provinsi di Indonesia selama 2021 sampai 2022.[308] Temuan ini mendukung pandangan bahwa sertifikasi dapat meningkatkan kesiapan produk untuk memasuki pasar ekspor. Namun, efek tersebut lebih mudah terlihat pada level sektoral atau wilayah karena karakteristik industri, konsentrasi produk, dan kapasitas pelaku usaha lebih terukur.

Pada level nasional, hubungan sertifikasi dan nilai ekspor dapat terlihat lebih kompleks. Aini dan Gobb menemukan bahwa korelasi antara sertifikasi halal dan pertumbuhan nilai ekspor Indonesia tidak selalu kuat dalam periode tertentu.[309] Temuan ini tidak berarti sertifikasi tidak penting. Temuan tersebut justru menunjukkan bahwa sertifikasi harus dibaca sebagai prasyarat daya saing, bukan satu-satunya penyebab pertumbuhan ekspor. Sertifikasi meningkatkan kelayakan produk, tetapi ekspor membutuhkan permintaan pasar, jaringan distribusi, harga kompetitif, kapasitas produksi, pembiayaan, dan logistik.

Perbedaan hasil empiris tersebut memberi pelajaran penting. Pemerintah tidak cukup menargetkan peningkatan jumlah sertifikat. Target yang lebih relevan adalah peningkatan nilai ekonomi dari sertifikat. Nilai itu dapat diukur melalui jumlah produk bersertifikat yang masuk katalog ekspor, jumlah UMKM bersertifikat yang naik kelas menjadi eksportir, jumlah negara tujuan yang mengakui sertifikat Indonesia, pertumbuhan kontrak dagang untuk produk makanan bersertifikat halal, dan nilai repeat order dari buyer internasional.

Akses pasar juga perlu dipahami sebagai proses bertahap. Tahap pertama adalah kelayakan formal, yaitu produk memiliki sertifikat halal, izin edar, dokumen bahan, dan standar keamanan pangan. Tahap kedua adalah kelayakan komersial, yaitu produk memiliki harga, kemasan, volume, rasa, dan masa simpan yang sesuai. Tahap ketiga adalah kelayakan jaringan, yaitu produk memiliki distributor, agen, importir, atau mitra platform digital. Sertifikasi halal terutama menguatkan tahap pertama. Namun, sertifikasi dapat memperkuat tahap kedua dan ketiga jika digunakan sebagai bagian dari strategi merek dan negosiasi pasar.

Tabel 2. Perbedaan Export Readiness dan Export Realization pada Produk Makanan Halal

Aspek	Export Readiness	Export Realization
Status sertifikasi	Produk telah memiliki sertifikat halal dan dokumen pendukung	Sertifikat diterima buyer atau regulator negara tujuan
Kesiapan Perusahaan	Perusahaan memiliki dokumen bahan, pemasok, dan proses	Perusahaan mampu memenuhi kontrak, volume, jadwal, dan pembayaran

[308] P. S. Anggraeni and S. Mawadah, "The Effect of Halal Certification on Halal Product Exports in Indonesian Provinces in 2021-2022," Advance in Islamic Economics, Business and Finance Research (2024): 211-216, https://e-journal.yaalmada.org/index.php/aiebfr/article/download/52/38.

[309] N. Aini and R. T. Gobb, "How Is the Correlation between Halal Certification and the Growth of Indonesia's Export Economic Value?" Halal Research Journal 5, no. 1 (2025): 59-70, https://journal.its.ac.id/index.php/hr/article/download/2516/1993.

Aspek	Export Readiness	Export Realization
Akses pasar	Produk layak ditawarkan ke calon buyer	Produk masuk kanal distribusi dan memperoleh repeat order
Hambatan utama	Biaya sertifikasi, literasi standar, dokumentasi	Logistik, harga, promosi, pembiayaan, pengakuan standar

Sumber: diolah penulis.

6. Tata Kelola Internal dan Kesiapan Ekspor

Proses sertifikasi halal mendorong perusahaan membenahi tata kelola internal. Perusahaan harus memetakan bahan baku, memastikan status pemasok, menyusun dokumen produksi, mengendalikan fasilitas, menjaga ketertelusuran, dan menetapkan tanggung jawab internal. Bagi eksportir makanan, proses ini sejalan dengan kebutuhan buyer internasional yang menuntut konsistensi mutu dan dokumentasi. Dengan demikian, sertifikasi halal tidak hanya berdampak pada pemasaran. Sertifikasi juga berdampak pada manajemen operasi.

Dampak ini sangat relevan bagi UMKM. Banyak UMKM makanan memiliki produk yang kuat secara rasa dan pasar lokal, tetapi masih lemah dalam dokumentasi, standardisasi, pengendalian mutu, desain kemasan, dan akses pembiayaan. Sertifikasi halal dapat menjadi pintu formalisasi. Namun, UMKM membutuhkan pendampingan karena biaya, prosedur, pemahaman standar, dan kapasitas administrasi sering menjadi hambatan. Bila pendampingan tidak tersedia, sertifikasi dapat berubah menjadi beban administratif dan tidak menghasilkan peningkatan daya saing.

Kesiapan ekspor UMKM juga membutuhkan integrasi antara halal, keamanan pangan, dan legalitas usaha. Buyer internasional biasanya tidak hanya bertanya tentang sertifikat halal. Buyer juga menilai izin edar, sertifikat analisis, kapasitas produksi, kemasan, barcode, label bahasa negara tujuan, tanggal kedaluwarsa, dan konsistensi suplai. Sertifikasi halal harus ditempatkan dalam paket peningkatan mutu yang lebih luas. Jika tidak, UMKM hanya siap secara halal, tetapi belum siap secara ekspor.

Digitalisasi dapat membantu mempercepat proses tersebut. KNEKS menekankan pentingnya digitalisasi dalam mendukung pencapaian Indonesia sebagai pusat halal dunia.[310] Dalam konteks sertifikasi dan ekspor, digitalisasi dapat mempercepat layanan, mengurangi duplikasi dokumen, menghubungkan data sertifikasi dengan promosi dagang, dan memperkuat ketertelusuran. Namun, digitalisasi tidak akan cukup bila pelaku usaha tidak memiliki literasi standar. Sistem digital hanya berguna jika data yang dimasukkan benar, lengkap, dan dapat diverifikasi.

Penguatan tata kelola internal perlu disusun sebagai program berjenjang. Tahap pertama adalah literasi halal dan ekspor. Pelaku usaha perlu memahami titik kritis halal, dokumen bahan, dan kebutuhan buyer. Tahap kedua adalah perbaikan proses. Pelaku usaha perlu menata pemasok, fasilitas, sanitasi, dan standar operasi. Tahap ketiga adalah sertifikasi dan validasi. Produk memperoleh sertifikat halal dan dokumen pendukung. Tahap keempat adalah akselerasi pasar. Produk masuk katalog, pameran, marketplace, kurasi buyer, dan skema pembiayaan ekspor. Dengan desain ini, sertifikasi tidak berhenti pada kepatuhan. Sertifikasi menjadi jembatan menuju peningkatan nilai tambah.

7. Harmonisasi Standar dan Mutual Recognition Arrangement

Salah satu hambatan utama ekspor halal adalah fragmentasi standar. Standar halal di berbagai negara tidak selalu sama. Perbedaan dapat muncul dalam metode audit, ruang lingkup pemeriksaan, status bahan tertentu, kewenangan lembaga sertifikasi, prosedur pengakuan, dan penggunaan logo. Lutfika, Kusnandar, dan Hunaefi menunjukkan bahwa harmonisasi standar halal global masih menjadi

[310] Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, "Digitalisasi dalam Mendukung Pencapaian Indonesia sebagai Pusat Halal Dunia," October 25, 2025, https://kneks.go.id/isu-ekonomi/223/digitalisasi-dalam-mendukung-pencapaian-indonesia-sebagai-pusat-halal-dunia.

isu penting karena perbedaan standar dapat memengaruhi efisiensi perdagangan halal.[311] Fragmentasi ini menciptakan biaya tambahan bagi eksportir.

Produk yang telah bersertifikat di Indonesia belum tentu langsung diakui di negara tujuan. Eksportir dapat diminta menjalani audit ulang, mendaftarkan sertifikat tambahan, atau memenuhi persyaratan teknis yang berbeda. Dalam perspektif perdagangan internasional, standar dapat menjadi instrumen perlindungan konsumen sekaligus hambatan teknis jika tidak dikelola secara proporsional. WTO melalui Agreement on Technical Barriers to Trade menekankan pentingnya standar, regulasi teknis, dan prosedur penilaian kesesuaian agar tidak menciptakan hambatan perdagangan yang tidak perlu.[312] Prinsip ini relevan untuk industri halal karena standar halal berkaitan dengan agama, keselamatan, dan perdagangan.

Mutual recognition arrangement menjadi instrumen penting untuk menurunkan biaya kepatuhan lintas negara. MRA memungkinkan pengakuan sertifikat antarotoritas atau lembaga yang memenuhi syarat. BPJPH menyatakan bahwa forum H20 2024 menghasilkan penandatanganan 52 MRA dengan lembaga sertifikasi halal luar negeri dari 24 negara, sehingga total capaian pada saat itu mencapai 92 MRA.[313] Capaian ini penting karena pengakuan lintas negara dapat mempercepat masuknya produk ke pasar tujuan.

Namun, MRA harus dipahami secara operasional, bukan hanya diplomatis. Pengakuan akan berdampak pada ekspor jika pelaku usaha mengetahui pasar mana yang mengakui sertifikat Indonesia, produk apa yang masuk ruang lingkup pengakuan, bagaimana prosedur registrasi di negara tujuan, dan dokumen apa yang perlu disiapkan. Wibowo menegaskan bahwa internasionalisasi standar jaminan produk halal melalui MRA dapat memperkuat posisi

[311] Elka Lutfika, Feri Kusnandar, and Dede R. Hunaefi, "Comparative Analysis and Harmonization of Global Halal Standards," International Journal of Halal Research 4, no. 1 (2022): 29-39, https://doi.org/10.18517/ijhr.4.1.29-39.2022.

[312] World Trade Organization, Agreement on Technical Barriers to Trade (Geneva: WTO, 1994), https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/17-tbt_e.htm.

[313] Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, "H20 2024 Closed, Producing 52 MRAs to Communiqué on Strengthening the Global Halal Ecosystem," October 18, 2024, https://bpjph.halal.go.id/en/detail/h20-2024-closed-producing-52-mr-as-to-communique-on-strengthening-the-global-halal-ecosystem/.

Indonesia dalam pasar halal internasional.[314] Karena itu, informasi MRA perlu diterjemahkan menjadi panduan teknis bagi eksportir.

Hakim juga menyoroti pentingnya strategi Indonesia dalam menghadapi persaingan standar halal global dan lokal setelah ratifikasi SMIIC.[315] Masalahnya bukan hanya jumlah MRA. Masalah utamanya adalah kesesuaian antara standar Indonesia, standar negara tujuan, dan kebutuhan industri. Jika MRA tidak diikuti pemetaan produk prioritas, pelaku usaha akan sulit memanfaatkannya. Pemerintah perlu mengubah daftar kerja sama menjadi peta peluang ekspor yang praktis. Peta tersebut harus memuat negara tujuan, ruang lingkup produk, dokumen, estimasi biaya, kontak otoritas, dan contoh alur registrasi.

Harmonisasi standar tidak berarti menghapus perbedaan fikih. Industri halal memang bergerak dalam ruang yang memiliki keragaman mazhab, regulasi, dan praktik lokal. Namun, harmonisasi dapat dilakukan pada aspek prosedural, dokumentasi, audit, ketertelusuran, pengawasan, dan kompetensi lembaga sertifikasi. Dengan cara itu, perbedaan fikih tidak harus berubah menjadi hambatan perdagangan yang mahal. Harmonisasi yang baik menjaga kepatuhan syariah dan sekaligus memperlancar arus perdagangan.

8. Strategi Negara Tujuan dan Segmentasi Pasar

Nilai sertifikasi halal berbeda pada setiap negara tujuan. Pada negara mayoritas Muslim, sertifikasi sering menjadi syarat kepatuhan dasar. Pada pasar premium non-Muslim, sertifikasi dapat menjadi diferensiasi tambahan yang dipadukan dengan kualitas, keamanan pangan, keberlanjutan, dan cerita asal produk. Pada pasar diaspora Muslim, sertifikasi dapat menjadi kunci penerimaan komunitas. Perbedaan ini menuntut strategi negara tujuan yang selektif.

[314] M. J. Wibowo, "Internationalization of Halal Product Assurance Standards in Indonesia through Mutual Recognition Arrangement to Strengthen Indonesia's Position in the International Halal Market," Suara Hukum (2024), https://journal.unesa.ac.id/index.php/suarahukum/article/view/39463/13052.

[315] Muhammad F. Hakim, "Competing Global and Local Halal Standards: Indonesia's Strategy in Increasing Halal Food Exports after Ratifying SMIIC," Journal of Digital Marketing and Halal Industry (2024), https://journal.walisongo.ac.id/index.php/JDMHI/article/view/23610.

Ardiyanti dan kolega menekankan pentingnya identifikasi negara tujuan ekspor potensial untuk produk halal unggulan dan kajian dampak kebijakan sertifikasi halal.[316] Temuan tersebut relevan karena ekspor halal tidak dapat hanya mengandalkan pendekatan umum. Pemerintah dan pelaku usaha perlu menentukan prioritas berdasarkan ukuran pasar, daya beli, hambatan standar, jaringan diaspora, permintaan importir, biaya logistik, dan peluang perjanjian dagang.

Strategi negara tujuan juga perlu membedakan jenis produk makanan. Produk olahan kering, makanan ringan, bumbu, kopi, teh, minuman, makanan beku, dan produk berbasis daging memiliki risiko halal, risiko keamanan pangan, masa simpan, dan persyaratan distribusi yang berbeda. Produk berbasis daging membutuhkan pengawasan sembelihan dan rantai dingin yang lebih ketat. Produk bumbu dan makanan ringan mungkin lebih mudah masuk sebagai tahap awal karena masa simpan lebih panjang dan risiko rantai dingin lebih rendah. Produk dengan bahan kompleks memerlukan audit bahan yang lebih intensif.

Segmentasi pasar dapat dibagi menjadi empat kelompok. Pertama, pasar Muslim utama yang memiliki permintaan besar dan regulasi halal ketat, seperti Malaysia, Brunei, negara Teluk, dan beberapa negara Organisasi Kerja Sama Islam. Kedua, pasar diaspora Muslim di negara non-Muslim, seperti Inggris, Prancis, Jerman, Australia, Jepang, Korea Selatan, dan Amerika Serikat. Ketiga, pasar etis dan premium yang menilai halal sebagai bagian dari keamanan, kebersihan, dan tanggung jawab produksi. Keempat, pasar regional Asia Tenggara yang memiliki kedekatan logistik dan selera. Setiap segmen memerlukan strategi berbeda.

Untuk pasar Muslim utama, produk harus menekankan kepatuhan halal yang kuat, pengakuan sertifikat, dan kesesuaian dengan ketentuan negara tujuan. Untuk pasar diaspora, produk perlu menekankan identitas halal, cita rasa Indonesia, dan kanal komunitas.

[316] S. T. Ardiyanti, Y. Epianingsih, R. I. Syarif, and G. W. Putra, "Analisis Rekomendasi Kebijakan Pengembangan Kinerja Perdagangan Luar Negeri Produk Halal Indonesia," Trade Policy Journal 3 (2024), https://jurnal.kemendag.go.id/index.php/TPJ/article/view/967/426.

Untuk pasar premium, produk perlu menggabungkan halal dengan narasi mutu, natural ingredients, sustainable packaging, dan keamanan pangan. Untuk pasar regional, produk perlu memanfaatkan kedekatan logistik, familiaritas rasa, dan kerja sama distribusi. Sertifikasi halal menjadi bahasa dasar. Strategi pasar menentukan cara bahasa itu diterjemahkan menjadi penjualan.

Segmentasi juga perlu memperhatikan perbedaan tahap kehidupan konsumen. Arifin, Yudha, dan Narmaditya menemukan bahwa kelompok belum menikah cenderung responsif terhadap sikap personal dan nilai etis, sedangkan kelompok menikah lebih mempertimbangkan kesejahteraan rumah tangga dan keterjangkauan. Dalam ekspor makanan halal, temuan ini dapat diterjemahkan ke dalam strategi produk: kemasan praktis, narasi gaya hidup halal-hijau, dan kanal digital untuk konsumen muda, serta ukuran keluarga, harga kompetitif, dan pesan keamanan pangan untuk rumah tangga.[317]

9. Mengapa Dampak Sertifikasi Tidak Selalu Linear

Kenaikan jumlah sertifikat tidak selalu menaikkan ekspor secara langsung. Ada beberapa alasan. Pertama, sertifikat dapat meningkatkan export readiness, tetapi belum tentu menghasilkan export realization. Kesiapan ekspor berarti produk telah memenuhi prasyarat formal dan teknis. Realisasi ekspor berarti produk berhasil masuk kontrak dagang, dikirim, diterima, dibayar, dan dibeli kembali. Jarak antara dua tahap ini dapat cukup panjang.

Kedua, ekspor dipengaruhi faktor makroekonomi. Nilai tukar, daya beli negara tujuan, biaya kontainer, tarif, kebijakan impor, konflik geopolitik, dan harga bahan baku dapat menekan permintaan meskipun produk sudah tersertifikasi. Ketiga, ekspor dipengaruhi kapasitas perusahaan. Sertifikat tidak menyelesaikan masalah kapasitas produksi, kontinuitas pasokan, modal kerja, desain kemasan, negosiasi harga, atau kemampuan memenuhi volume pesanan. Keempat, ekspor dipengaruhi pengakuan sertifikat. Tanpa pengakuan dari negara tujuan, sertifikat domestik hanya memberi manfaat terbatas.

[317] Arifin, Yudha, and Narmaditya, "Integration of Attitudes and Behavioral Control on Intention to Consume Halal and Environment-Friendly Products."

Kelima, sertifikasi bisa tidak berdampak kuat jika produk tidak memiliki proposisi nilai yang jelas. Produk bersertifikat halal tetap harus bersaing dengan produk dari Malaysia, Thailand, Turki, Uni Emirat Arab, Korea Selatan, Jepang, dan negara lain yang agresif mengembangkan produk halal. Konsumen tidak membeli sertifikat saja. Konsumen membeli rasa, mutu, harga, kemasan, kemudahan akses, dan reputasi. Sertifikat halal memperkuat kepercayaan. Namun, sertifikat tidak mengganti kebutuhan inovasi produk.

Keenam, sistem data sering belum menghubungkan sertifikat dengan ekspor. Data jumlah sertifikat dapat naik, tetapi data tersebut tidak selalu menunjukkan berapa produk yang benar-benar diekspor, ke negara mana produk dikirim, berapa nilai ekspornya, dan apakah terjadi repeat order. Tanpa integrasi data, kebijakan mudah terjebak pada indikator administratif. Pemerintah dapat merasa berhasil karena jumlah sertifikat meningkat, padahal dampak ekonominya belum terlihat jelas.

Ketujuh, keputusan membeli tidak hanya bergantung pada label. Literatur perilaku konsumen menunjukkan bahwa niat membeli menjadi penghubung antara sikap, kontrol perilaku, dan perilaku aktual. Karena itu, produk bersertifikat perlu didukung harga, desain, ketersediaan, informasi lingkungan, dan kemudahan akses. Tanpa faktor tersebut, sertifikasi dapat menaikkan kepercayaan, tetapi belum tentu mengubah pilihan konsumen menjadi pembelian berulang.[318]

Karena itu, model analisis yang tepat perlu menempatkan sertifikasi sebagai faktor pemungkin. Sertifikasi meningkatkan peluang, bukan menjamin hasil. Dampaknya akan lebih besar bila sertifikasi bergabung dengan penguatan mutu, jejaring distribusi, promosi dagang, pembiayaan ekspor, harmonisasi standar, dan strategi negara tujuan. Pandangan ini menjelaskan mengapa studi pada level provinsi dapat menemukan efek positif, sedangkan studi nasional dapat menemukan hubungan yang lebih lemah. Agregasi nasional menyerap banyak faktor lain yang tidak ditangkap oleh jumlah sertifikat.

[318] Arifin, Yudha, and Narmaditya, "Integration of Attitudes and Behavioral Control on Intention to Consume Halal and Environment-Friendly Products."

10. Sintesis Model Peran Sertifikasi Halal terhadap Ekspor

Berdasarkan pembahasan di atas, peran sertifikasi halal terhadap kinerja ekspor makanan Indonesia dapat dijelaskan melalui model integratif. Model ini terdiri atas empat mekanisme utama dan empat prasyarat pendukung. Empat mekanisme utama meliputi legitimasi produk, akses pasar, tata kelola internal, dan diferensiasi kompetitif. Empat prasyarat pendukung meliputi pengakuan internasional, kapasitas kelembagaan, kesiapan industri, dan strategi negara tujuan.

Mekanisme pertama adalah legitimasi produk. Sertifikasi memberi bukti formal bahwa bahan, proses, fasilitas, penyimpanan, dan distribusi telah memenuhi standar halal. Mekanisme kedua adalah akses pasar. Sertifikasi membantu produk memenuhi syarat buyer, regulator, distributor, dan kanal ritel halal. Mekanisme ketiga adalah tata kelola internal. Proses sertifikasi mendorong perusahaan membangun dokumentasi, kontrol pemasok, dan ketertelusuran. Mekanisme keempat adalah diferensiasi kompetitif. Sertifikasi membantu produk membangun posisi di pasar yang menilai halal sebagai nilai religius, mutu, kebersihan, dan etika produksi.

Prasyarat pertama adalah pengakuan internasional. Sertifikat akan lebih kuat jika diakui oleh otoritas negara tujuan. Prasyarat kedua adalah kapasitas kelembagaan. BPJPH, LPH, auditor, dan sistem pengawasan harus memiliki kapasitas yang memadai. Renstra BPJPH 2025-2029 menunjukkan bahwa penguatan kelembagaan, layanan, dan ekosistem JPH menjadi agenda penting ke depan.[319] Prasyarat ketiga adalah kesiapan industri. Pelaku usaha harus memiliki dokumen, kapasitas produksi, pembiayaan, dan standar mutu. Prasyarat keempat adalah strategi negara tujuan. Produk halal harus diarahkan ke pasar yang tepat dengan pendekatan yang sesuai.

Model integratif ini menempatkan sertifikasi halal sebagai titik temu antara kepatuhan syariah dan daya saing perdagangan. Pada sisi syariah, sertifikasi menjaga kejelasan status halal dan melindungi konsumen Muslim. Pada sisi ekonomi, sertifikasi menurunkan asimetri

[319] Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, Rencana Strategis BPJPH 2025-2029 (Jakarta: BPJPH, 2025), https://cmsbl.halal.go.id/uploads/Rencana_Strategis_BPJPH_2025_2029_896446ca2d.pdf.

informasi, memperkuat reputasi, dan membuka peluang pasar. Pada sisi kelembagaan, sertifikasi menunjukkan kapasitas negara dalam mengelola standar dan pengawasan. Pada sisi perusahaan, sertifikasi mendorong perbaikan tata kelola internal.

Gambar konseptual model dapat dijelaskan secara naratif sebagai berikut. Sertifikasi halal menghasilkan legitimasi produk. Legitimasi menumbuhkan kepercayaan buyer. Kepercayaan memperkuat akses pasar. Pada saat yang sama, proses sertifikasi memperbaiki dokumentasi dan ketertelusuran. Perbaikan tersebut meningkatkan kesiapan ekspor. Sertifikasi juga menghasilkan sinyal mutu dan nilai religius. Sinyal tersebut membentuk diferensiasi dan daya saing. Pengaruh akhir terhadap ekspor diperkuat oleh MRA, harmonisasi standar, digitalisasi layanan, pembiayaan, logistik, dan strategi negara tujuan.

Model ini perlu dibaca bersama sisi permintaan. Sertifikasi akan menghasilkan efek ekspor lebih kuat ketika pasar melihat halal sebagai nilai yang terhubung dengan keamanan, keberlanjutan, dan etika konsumsi. Oleh karena itu, model integratif dapat diperluas dengan variabel respons konsumen, yaitu sikap, perceived behavioral control, niat, dan perilaku pembelian.[320]

Tabel 3. Mekanisme, Indikator, dan Kebutuhan Kebijakan

Mekanisme	Bentuk Peran	Indikator yang Dapat Dipakai	Kebutuhan Kebijakan
Legitimasi produk	Membuktikan kepatuhan halal	Jumlah produk bersertifikat yang masuk katalog ekspor	Standar audit yang kredibel dan transparan
Akses pasar	Memenuhi syarat buyer dan regulator	Jumlah negara tujuan dan kontrak dagang produk halal	MRA dan panduan teknis per negara tujuan
Tata kelola internal	Meningkatkan dokumentasi dan ketertelusuran	Jumlah UMKM bersertifikat yang naik kelas	Pendampingan mutu, pembiayaan, dan literasi ekspor
Diferensiasi kompetitif	Membangun nilai tambah produk	Premium price, repeat order, dan perluasan kanal distribusi	Branding halal, promosi dagang, dan kurasi produk
Respons konsumen halal-hijau	Menghubungkan halal dengan keamanan, etika, dan keberlanjutan	Niat beli, repeat order, respons segmen muda dan rumah tangga	Segmentasi pasar, klaim keberlanjutan yang terverifikasi, dan edukasi konsumen

Sumber: diolah penulis.

11. Implikasi Kebijakan

Pertama, pemerintah perlu menggeser indikator keberhasilan dari jumlah sertifikat menuju nilai ekonomi sertifikasi. Jumlah sertifikat tetap penting, tetapi indikator itu belum menjelaskan dampak ekspor. Indikator yang lebih kuat mencakup nilai ekspor produk bersertifikat, jumlah eksportir baru dari sektor makanan halal,

[320] Arifin, Yudha, and Narmaditya, "Integration of Attitudes and Behavioral Control on Intention to Consume Halal and Environment-Friendly Products."

jumlah produk bersertifikat yang diterima buyer internasional, serta jumlah pengakuan sertifikat di negara tujuan prioritas.

Kedua, BPJPH dan kementerian terkait perlu memperkuat diplomasi standar. MRA perlu diarahkan pada pasar dengan potensi permintaan besar, hambatan standar tinggi, dan peluang produk makanan Indonesia yang jelas. Informasi MRA juga perlu disajikan dalam format yang mudah digunakan eksportir, misalnya peta negara tujuan, daftar ruang lingkup produk, prosedur registrasi, estimasi biaya, dan dokumen yang dibutuhkan.

Ketiga, pendampingan UMKM harus berbasis klaster produk dan negara tujuan. Pendampingan umum sering terlalu luas. UMKM membutuhkan arahan yang spesifik, misalnya bumbu instan untuk Timur Tengah, makanan ringan untuk Asia Tenggara, kopi dan teh untuk pasar premium, atau produk beku untuk diaspora Muslim. Pendekatan klaster dapat menghubungkan sertifikasi dengan desain produk, kemasan, standar keamanan pangan, kapasitas produksi, dan pemasaran digital.

Keempat, digitalisasi layanan halal perlu terhubung dengan data ekspor. Sistem sertifikasi akan lebih bernilai jika dapat membantu pemetaan produk potensial ekspor, status sertifikasi, negara tujuan yang relevan, dan kebutuhan dokumen tambahan. Integrasi data antara halal, perdagangan, kepabeanan, perizinan, dan promosi ekspor dapat mengurangi fragmentasi layanan. Integrasi juga dapat membantu pemerintah membedakan produk yang baru tersertifikasi, produk yang siap ekspor, dan produk yang sudah menghasilkan kontrak ekspor.

Kelima, promosi dagang perlu menempatkan halal sebagai nilai tambah yang terhubung dengan mutu. Narasi halal harus dipadukan dengan keamanan pangan, rasa, inovasi, keberlanjutan, dan reputasi Indonesia. Strategi ini penting agar produk makanan Indonesia tidak hanya masuk pasar karena halal, tetapi juga bertahan karena kualitas dan daya saing. BPJPH sendiri menekankan bahwa sertifikasi halal perlu dilihat sebagai nilai tambah untuk meningkatkan kualitas, daya saing, dan jangkauan pasar, bukan sekadar beban administrasi.[321]

Selain itu, strategi promosi harus membangun diferensiasi halal-hijau. Pelaku usaha perlu menyajikan bukti halal, informasi bahan, klaim ramah lingkungan yang terverifikasi, dan narasi manfaat yang sesuai dengan segmen pasar. Pendekatan ini sejalan dengan temuan Arifin, Yudha, dan Narmaditya bahwa bisnis pada sektor halal dan ramah lingkungan perlu menyelaraskan strategi dengan prinsip Islam untuk memperluas pasar.[322]

Keenam, pembiayaan ekspor halal perlu dirancang secara lebih khusus. UMKM sering membutuhkan modal kerja untuk bahan baku, kemasan, produksi awal, sertifikasi tambahan, dan pengiriman. Lembaga keuangan syariah dapat memainkan peran melalui pembiayaan murabahah, musyarakah, mudharabah, atau wakalah bil ujrah yang disesuaikan dengan kebutuhan rantai pasok ekspor. Pembiayaan ini perlu dikaitkan dengan kurasi produk dan kontrak buyer agar risiko dapat dikelola. Dengan demikian, ekosistem halal tidak hanya menyediakan sertifikat. Ekosistem juga menyediakan modal, pasar, dan pendampingan.

Ketujuh, perguruan tinggi dan pusat riset ekonomi syariah perlu masuk lebih aktif dalam pengembangan data halal. Penelitian dapat mengukur hubungan antara sertifikasi halal dan ekspor dengan data panel provinsi, data perusahaan, atau data komoditas. Penelitian juga dapat menguji faktor mediasi seperti MRA, kapasitas logistik, biaya sertifikasi, dan promosi dagang. Data yang lebih kuat akan membantu kebijakan bergerak dari asumsi menuju bukti empiris. Peran akademik ini penting karena industri halal membutuhkan dasar kebijakan yang sistematis, bukan hanya narasi potensi.

[321] Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, "Head of BPJPH: Halal Certification Obligation for Consumer Protection and Business Convenience," October 30, 2024, https://bpjph.halal.go.id/en/detail/head-of-bpjph-halal-certification-obligation-for-consumer-protection-and-business-convenience/.

[322] Arifin, Yudha, and Narmaditya, "Integration of Attitudes and Behavioral Control on Intention to Consume Halal and Environment-Friendly Products."

12. Agenda Penelitian Lanjutan

Bab ini menghasilkan beberapa agenda penelitian lanjutan. Pertama, penelitian kuantitatif dapat menguji pengaruh sertifikasi halal terhadap ekspor makanan Indonesia dengan model data panel. Unit analisis dapat berupa provinsi, perusahaan, atau kelompok komoditas. Variabel dependen dapat berupa nilai ekspor, volume ekspor, jumlah negara tujuan, atau frekuensi pengiriman. Variabel independen dapat berupa jumlah sertifikat halal, jumlah produk bersertifikat, jumlah UMKM bersertifikat, dan jumlah MRA yang relevan dengan pasar tujuan.

Kedua, penelitian dapat memasukkan variabel mediasi dan moderasi. Sertifikasi halal mungkin memengaruhi ekspor melalui kesiapan mutu, akses pembiayaan, promosi dagang, atau pengakuan standar. MRA dapat menjadi variabel moderasi yang memperkuat hubungan antara sertifikasi dan ekspor. Kapasitas logistik juga dapat memperkuat atau melemahkan dampak sertifikasi. Dengan model seperti ini, penelitian tidak hanya bertanya apakah sertifikasi berpengaruh. Penelitian juga menjelaskan melalui jalur apa pengaruh itu terjadi. Penelitian lanjutan juga perlu mempertimbangkan norma sosial dan religiusitas karena kedua variabel tersebut dapat menjelaskan perbedaan niat dan perilaku konsumsi halal-hijau secara lebih lengkap.[323]

Ketiga, penelitian kualitatif dapat mengkaji pengalaman eksportir makanan halal. Studi kasus pada eksportir bumbu, makanan ringan, kopi, makanan beku, atau produk berbasis daging dapat menjelaskan hambatan riil yang tidak selalu muncul dalam data agregat. Penelitian dapat menggali proses audit, biaya kepatuhan, negosiasi buyer, pengakuan sertifikat, dan strategi adaptasi kemasan. Temuan seperti ini akan sangat berguna bagi pemerintah dan pendamping UMKM.

Keempat, penelitian kebijakan dapat membandingkan sistem halal Indonesia dengan Malaysia, Brunei, Uni Emirat Arab, Turki, dan Thailand. Perbandingan ini dapat melihat perbedaan model kelembagaan, layanan digital, promosi dagang, pengakuan internasional, dan integrasi data. Indonesia tidak perlu meniru secara penuh. Namun, perbandingan dapat membantu menemukan praktik baik yang sesuai dengan kondisi Indonesia.

[323] Arifin, Yudha, and Narmaditya, "Integration of Attitudes and Behavioral Control on Intention to Consume Halal and Environment-Friendly Products."

13. Kesimpulan

Sertifikasi halal memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja ekspor produk makanan Indonesia. Peran tersebut bekerja melalui empat mekanisme utama, yaitu legitimasi produk, akses pasar, pembenahan tata kelola internal, dan diferensiasi kompetitif. Sertifikasi memberi bukti formal bahwa produk telah memenuhi standar halal. Sertifikasi juga mengurangi asimetri informasi antara produsen dan buyer internasional, memperkuat ketertelusuran, serta membantu produk masuk ke kanal distribusi yang menuntut kepatuhan halal.

Namun, sertifikasi halal tidak bekerja secara otomatis. Kenaikan jumlah sertifikat tidak selalu menghasilkan kenaikan nilai ekspor jika tidak didukung pengakuan internasional, harmonisasi standar, MRA, kapasitas kelembagaan, kesiapan industri, logistik, pembiayaan, dan strategi negara tujuan. Karena itu, sertifikasi halal harus diposisikan sebagai faktor pemungkin dalam ekosistem ekspor, bukan sebagai satu-satunya penggerak ekspor.

Bab ini menegaskan bahwa kebijakan halal Indonesia perlu bergerak dari orientasi administratif menuju orientasi strategis. Sertifikasi harus diintegrasikan dengan diplomasi standar, digitalisasi layanan, pendampingan UMKM, penguatan mutu, pembiayaan syariah, integrasi data ekspor, dan promosi dagang. Dengan desain tersebut, sertifikasi halal dapat menjadi infrastruktur kepercayaan yang memperkuat posisi Indonesia dalam pasar makanan halal internasional. Selain itu, kebijakan ekspor halal perlu mengintegrasikan perspektif perilaku konsumen agar sertifikasi tidak berhenti sebagai dokumen kepatuhan, tetapi menjadi nilai pasar yang terbaca oleh segmen halal-hijau global.

BAB 6

Wisata Halal dalam Dinamika Keuangan Global: Peluang, Tantangan, dan Strategi Pengembangan Berkelanjutan

Sugeng Riyadi

1. Pendahuluan

1.1 Konsep Wisata Halal

Dalam dua dekade terakhir, wisata halal telah berkembang menjadi salah satu segmen industri pariwisata yang mengalami pertumbuhan paling pesat di dunia. Perkembangan tersebut didorong oleh meningkatnya populasi Muslim global, perubahan pola konsumsi masyarakat Muslim, serta meningkatnya kesadaran terhadap kebutuhan produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah (Battour & Ismail, 2016; Mohsin et al., 2016). Wisata halal tidak lagi dipandang sebagai pasar khusus (niche market), tetapi telah berkembang menjadi bagian penting dari ekonomi halal global yang mencakup sektor makanan halal, keuangan syariah, farmasi, kosmetik, fesyen, media, dan pariwisata (DinarStandard, 2024).

Secara konseptual, wisata halal (halal tourism) merujuk pada penyediaan produk, layanan, dan pengalaman wisata yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam sehingga memungkinkan wisatawan Muslim menjalankan kewajiban agamanya selama melakukan perjalanan (Battour & Ismail, 2016). Konsep ini mencakup penyediaan makanan halal, fasilitas ibadah, akomodasi yang ramah Muslim, lingkungan yang mendukung nilai-nilai Islam, serta aktivitas wisata yang tidak bertentangan dengan syariah (Samori et al., 2016).

Dalam literatur akademik, istilah wisata halal sering dikaitkan dengan konsep Islamic tourism. Henderson (2010) mendefinisikan Islamic tourism sebagai aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh Muslim dengan tujuan rekreasi, pendidikan, budaya, maupun spiritual yang tetap berpedoman pada nilai-nilai Islam. Sementara itu, Eid dan El-Gohary (2015) menjelaskan bahwa Islamic tourism tidak hanya berkaitan dengan destinasi religius, tetapi juga mencakup seluruh aktivitas perjalanan yang memenuhi kebutuhan religius wisatawan Muslim.

Perkembangan industri pariwisata global kemudian melahirkan istilah Muslim-friendly tourism. Konsep ini lebih inklusif dibandingkan wisata halal karena tidak selalu mengharuskan penerapan prinsip syariah secara menyeluruh, melainkan menyediakan fasilitas tertentu yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim, seperti makanan halal, ruang salat, dan informasi arah kiblat (Mastercard & CrescentRating, 2024). Oleh karena itu, wisata halal, Islamic tourism, dan Muslim-friendly tourism memiliki tingkat implementasi yang berbeda meskipun saling berkaitan dalam praktik industri.

Perdebatan akademik mengenai terminologi tersebut masih berlangsung hingga saat ini. Sebagian peneliti berpendapat bahwa istilah halal tourism lebih tepat karena mencerminkan kepatuhan terhadap standar halal yang terukur dan dapat disertifikasi. Sebaliknya, sebagian lainnya menilai bahwa istilah Muslim-friendly tourism lebih adaptif terhadap pasar global yang beragam dan lebih mudah diterima oleh wisatawan non-Muslim (Battour et al., 2022). Perdebatan ini menunjukkan bahwa wisata halal merupakan konsep yang terus berkembang mengikuti dinamika sosial, ekonomi, dan budaya global.

1.2 Evolusi Wisata Halal dalam Ekonomi Global

Kemunculan wisata halal sebagai fenomena ekonomi global tidak dapat dipisahkan dari transformasi ekonomi dunia dan meningkatnya peran negara-negara Muslim dalam perdagangan internasional. Pada awal tahun 2000-an, wisata halal masih dianggap sebagai bagian kecil dari industri pariwisata internasional yang berfokus pada wisata religi seperti haji dan umrah. Namun, seiring meningkatnya mobilitas masyarakat Muslim kelas menengah, permintaan terhadap destinasi yang ramah Muslim mulai mengalami pertumbuhan signifikan (Henderson, 2016).

Globalisasi ekonomi telah memperluas interaksi lintas negara sehingga mendorong peningkatan jumlah perjalanan internasional. Dalam konteks ini, wisatawan Muslim mulai menuntut layanan yang tidak hanya berkualitas tetapi juga sesuai dengan keyakinan agama mereka. Kondisi tersebut memicu transformasi strategi industri pariwisata global yang mulai memasukkan aspek halal sebagai bagian dari diferensiasi produk wisata (Mohsin et al., 2016).

Pandemi COVID-19 menjadi titik balik penting dalam perkembangan wisata halal. Krisis tersebut menyebabkan penurunan drastis jumlah perjalanan internasional, namun pada saat yang sama mendorong munculnya paradigma baru mengenai keamanan, kebersihan, kesehatan, dan keberlanjutan destinasi wisata. Nilai-nilai tersebut memiliki kesesuaian dengan prinsip-prinsip Islam yang menekankan aspek kebersihan (taharah), kesehatan, dan perlindungan terhadap kemaslahatan masyarakat (UN Tourism, 2023).

Pasca pandemi, wisata halal mengalami reposisi strategis sebagai bagian dari upaya membangun sektor pariwisata yang lebih resilien dan berkelanjutan. Banyak negara mulai mengintegrasikan konsep halal dengan digital tourism, smart tourism, serta sustainable tourism untuk meningkatkan daya saing destinasi di pasar internasional (Al-Ansi et al., 2023).

1.3 Perkembangan Industri Halal Global

Pertumbuhan wisata halal merupakan bagian dari perkembangan industri halal global yang menunjukkan tren ekspansi yang sangat

kuat. Menurut State of the Global Islamic Economy Report 2023/2024, konsumsi masyarakat Muslim pada sektor ekonomi halal global mencapai lebih dari USD 2,3 triliun dan diproyeksikan terus meningkat dalam beberapa tahun mendatang (DinarStandard, 2024).

Ekonomi halal tidak lagi terbatas pada konsumsi makanan dan minuman, tetapi telah berkembang menjadi ekosistem ekonomi yang mencakup sektor keuangan syariah, farmasi, kosmetik, media, fesyen, logistik, dan pariwisata. Dalam perspektif rantai nilai halal (halal value chain), wisata halal memiliki posisi strategis karena menghubungkan berbagai sektor halal secara simultan. Wisatawan Muslim tidak hanya membutuhkan layanan perjalanan, tetapi juga mengonsumsi produk halal lainnya selama perjalanan berlangsung.

Tabel 1. Ukuran Pasar Ekonomi Halal Global Berdasarkan Pengeluaran Konsumen Muslim Tahun 2023

Sektor Ekonomi Halal	Nilai Pasar (USD Miliar)	Pangsa terhadap Total (%)
Makanan Halal	1.380	60,3
Keuangan Syariah*	4.900	-
Fashion Muslim (Modest Fashion)	327	14,3
Wisata Halal (Muslim-Friendly Travel)	216,9	9,5
Media & Rekreasi	259	11,3
Farmasi Halal	107	4,7
Kosmetik Halal	84	3,7

Total Pengeluaran Konsumen Halal (tanpa aset keuangan syariah) ≈ USD 2,29 triliun

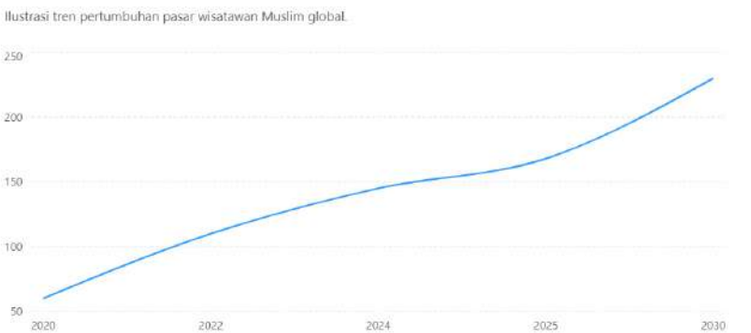
Catatan: Nilai keuangan syariah merupakan total aset industri keuangan syariah global dan tidak dijumlahkan ke dalam total pengeluaran konsumen halal.

Sumber: *Diadaptasi dari DinarStandard, State of the Global Islamic Economy Report 2024/25 dan Islamic Financial Services Industry Stability Report 2024.*

Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa wisata halal memiliki efek pengganda (multiplier effect) yang signifikan terhadap aktivitas ekonomi. Semakin berkembang suatu destinasi halal, semakin besar pula peluang pertumbuhan sektor UMKM, industri makanan halal, jasa keuangan syariah, transportasi, dan ekonomi kreatif lokal (IsDB, 2023).

1.4 Pertumbuhan Wisatawan Muslim Global

Pertumbuhan populasi Muslim dunia menjadi salah satu faktor utama yang mendorong perkembangan wisata halal. Pew Research Center (2017) memperkirakan bahwa populasi Muslim global akan mencapai hampir 30% dari total populasi dunia pada tahun 2050. Peningkatan jumlah penduduk tersebut secara langsung berkontribusi terhadap pertumbuhan pasar wisatawan Muslim internasional.



Gambar 1. *Tren Pertumbuhan Wisatawan Muslim Global (GMTI, 2024).*

Global Muslim Travel Index (GMTI) 2024 melaporkan bahwa jumlah wisatawan Muslim internasional telah menunjukkan pemulihan yang kuat pasca pandemi dan diperkirakan mencapai lebih dari 168 juta perjalanan internasional pada tahun 2025. Jumlah tersebut diproyeksikan terus meningkat hingga melampaui 230 juta perjalanan pada tahun 2030 (Mastercard & CrescentRating, 2024).

Dari sisi pengeluaran, wisatawan Muslim juga menunjukkan kontribusi ekonomi yang sangat besar. GMTI 2024 memperkirakan bahwa belanja wisatawan Muslim global dapat mencapai lebih dari

USD 225 miliar dalam beberapa tahun mendatang. Angka tersebut menjadikan wisata halal sebagai salah satu segmen pasar paling menjanjikan dalam industri pariwisata internasional.

Peningkatan jumlah dan pengeluaran wisatawan Muslim menunjukkan bahwa wisata halal bukan lagi fenomena regional yang terbatas pada negara-negara anggota Organisasi Kerja Sama Islam (OIC), melainkan telah menjadi pasar global yang menarik perhatian negara-negara non-Muslim seperti Jepang, Korea Selatan, Thailand, Singapura, Inggris, dan Australia (Mastercard & CrescentRating, 2024).

1.5 Posisi Wisata Halal dalam Ekonomi Islam Modern

Dalam perspektif ekonomi Islam modern, wisata halal merupakan bagian dari sistem ekonomi yang bertujuan mencapai kesejahteraan masyarakat melalui aktivitas ekonomi yang sesuai dengan prinsip syariah. Ekonomi Islam tidak hanya mengejar pertumbuhan ekonomi, tetapi juga menekankan keadilan, keberlanjutan, dan kemaslahatan sosial (Chapra, 2000).

Wisata halal memiliki keterkaitan erat dengan konsep maqasid al-shariah yang menekankan perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Penyediaan layanan wisata yang sesuai syariah dapat membantu wisatawan Muslim menjaga praktik keagamaannya tanpa mengurangi kualitas pengalaman perjalanan (Kamali, 2008).

Selain itu, wisata halal juga menjadi instrumen penting dalam pengembangan halal ecosystem. Destinasi halal yang berkembang akan mendorong pertumbuhan sektor lain seperti makanan halal, keuangan syariah, logistik halal, serta industri kreatif berbasis budaya Islam. Dengan demikian, wisata halal berfungsi sebagai katalisator bagi integrasi berbagai sektor ekonomi halal dalam satu ekosistem yang saling mendukung (IsDB, 2023).

1.6 Keterkaitan Wisata Halal dengan Sistem Keuangan Global

Perkembangan wisata halal tidak dapat dilepaskan dari dinamika sistem keuangan global. Investasi dalam pembangunan destinasi wisata membutuhkan akses terhadap sumber pembiayaan yang besar, baik melalui investasi langsung, pasar modal, lembaga keuangan, maupun skema pembiayaan inovatif. Dalam konteks ini, keuangan syariah memainkan peran strategis sebagai sumber pendanaan yang sejalan dengan nilai-nilai halal dan keberlanjutan.

Industri keuangan syariah global telah berkembang pesat dengan total aset yang melebihi USD 4 triliun pada tahun 2023 (Islamic Financial Services Board, 2024). Pertumbuhan tersebut membuka peluang besar bagi pembiayaan proyek wisata halal melalui berbagai instrumen seperti sukuk, pembiayaan perbankan syariah, Islamic venture capital, dan Islamic fintech.

Selain itu, tren investasi berkelanjutan (sustainable finance) dan Environmental, Social, and Governance (ESG) juga menciptakan peluang baru bagi pengembangan wisata halal. Banyak prinsip dalam keuangan syariah memiliki kesesuaian dengan tujuan ESG, terutama dalam aspek keadilan sosial, tata kelola yang baik, dan investasi yang bertanggung jawab (World Bank, 2023; OECD, 2023).

Dalam perspektif ekonomi global, integrasi antara wisata halal dan keuangan syariah dapat menghasilkan model pembangunan yang lebih inklusif, etis, dan berkelanjutan dibandingkan pendekatan pembangunan pariwisata konvensional yang berorientasi semata pada keuntungan ekonomi jangka pendek.

1.7 Signifikansi dan Urgensi Pengembangan Wisata Halal Berkelanjutan

Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi terbesar di dunia yang berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pendapatan devisa. Menurut UN Tourism (2024), sektor pariwisata menyumbang sekitar 9% produk domestik bruto global serta mendukung jutaan lapangan kerja secara langsung maupun tidak langsung.

Meskipun demikian, pertumbuhan pariwisata juga menimbulkan berbagai tantangan seperti degradasi lingkungan, emisi karbon, eksploitasi sumber daya alam, ketimpangan sosial, dan tekanan terhadap budaya lokal. Fenomena overtourism yang terjadi di berbagai destinasi dunia menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi yang

tidak terkendali dapat mengancam keberlanjutan destinasi dalam jangka panjang.

Dalam konteks tersebut, wisata halal menawarkan pendekatan alternatif yang lebih selaras dengan prinsip pembangunan berkelanjutan. Nilai-nilai Islam yang menekankan keseimbangan (tawazun), keadilan (adl), tanggung jawab sosial, dan perlindungan lingkungan memiliki kesesuaian yang kuat dengan agenda Sustainable Development Goals (SDGs) yang diadopsi Perserikatan Bangsa-Bangsa pada tahun 2015 (United Nations, 2015).

Pengembangan wisata halal berkelanjutan menjadi semakin penting karena mampu mengintegrasikan tujuan ekonomi, sosial, lingkungan, dan spiritual secara simultan. Destinasi halal yang dikelola dengan baik tidak hanya meningkatkan daya saing ekonomi, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat, pelestarian budaya lokal, penguatan identitas komunitas, dan perlindungan lingkungan.

Dengan demikian, wisata halal tidak dapat dipahami semata-mata sebagai produk pariwisata berbasis agama, melainkan sebagai bagian dari strategi pembangunan berkelanjutan yang mampu menjembatani kepentingan ekonomi, sosial, lingkungan, dan spiritual dalam dinamika keuangan global yang semakin kompleks. Perspektif inilah yang menjadi landasan utama pembahasan pada bab-bab berikutnya mengenai hubungan wisata halal, keuangan syariah, ESG, SDGs, daya saing destinasi, dan kesejahteraan masyarakat.

2. LANDASAN FILOSOFIS DAN TEORETIS

2.1 Sustainable Development Theory sebagai Grand Theory

Pembahasan mengenai wisata halal dalam dinamika keuangan global memerlukan landasan teoritis yang mampu menjelaskan hubungan antara pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan sosial, keberlanjutan lingkungan, dan tata kelola pembangunan. Dalam konteks tersebut, Sustainable Development Theory menjadi grand theory yang paling relevan karena menyediakan kerangka konseptual untuk memahami bagaimana aktivitas ekonomi dapat memenuhi kebutuhan generasi saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhannya sendiri (World Commission on Environment and Development [WCED], 1987).

Konsep pembangunan berkelanjutan memperoleh legitimasi global melalui laporan *Our Common Future* yang dikenal sebagai Brundtland Report. Laporan tersebut menegaskan bahwa pembangunan tidak dapat hanya diukur berdasarkan pertumbuhan ekonomi, tetapi harus mempertimbangkan keberlanjutan lingkungan dan kesejahteraan sosial secara simultan (WCED, 1987). Perspektif ini kemudian mengubah paradigma pembangunan dari pendekatan yang berorientasi pada akumulasi modal menuju pembangunan yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Perkembangan teori pembangunan berkelanjutan semakin diperkuat oleh konsep Triple Bottom Line yang diperkenalkan oleh Elkington (1997). Menurut konsep ini, keberhasilan suatu organisasi atau sektor ekonomi tidak hanya diukur berdasarkan profit (economic performance), tetapi juga people (social performance) dan planet (environmental performance). Pendekatan tersebut menjadi dasar berbagai kebijakan pembangunan modern, termasuk dalam sektor pariwisata.

Dalam konteks pariwisata, teori pembangunan berkelanjutan melahirkan konsep sustainable tourism yang menekankan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, pelestarian lingkungan, dan kesejahteraan masyarakat lokal (UNWTO, 2023). Sustainable tourism tidak sekadar bertujuan meningkatkan jumlah wisatawan, tetapi memastikan bahwa aktivitas pariwisata menghasilkan manfaat jangka panjang bagi seluruh pemangku kepentingan.

Perspektif ini memiliki relevansi yang kuat dengan wisata halal. Berbeda dengan pendekatan pariwisata massal yang sering menimbulkan tekanan terhadap lingkungan dan budaya lokal, wisata halal mengandung nilai-nilai yang secara inheren mendukung keberlanjutan. Prinsip moderasi (wasatiyyah), keseimbangan (tawazun), tanggung jawab sosial, dan larangan terhadap aktivitas yang merusak

lingkungan mencerminkan keselarasan antara nilai Islam dan tujuan pembangunan berkelanjutan.

Hubungan antara wisata halal dan pembangunan berkelanjutan semakin relevan setelah Perserikatan Bangsa-Bangsa mengadopsi Sustainable Development Goals (SDGs) pada tahun 2015. Tujuh belas tujuan SDGs memberikan kerangka global untuk mengatasi kemiskinan, ketimpangan sosial, perubahan iklim, dan berbagai tantangan pembangunan lainnya (United Nations, 2015). Dalam konteks wisata halal, kontribusi dapat terlihat pada berbagai tujuan seperti pengentasan kemiskinan (SDG 1), pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi (SDG 8), konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab (SDG 12), serta kemitraan untuk mencapai tujuan (SDG 17).

Meskipun demikian, implementasi pembangunan berkelanjutan dalam industri pariwisata masih menghadapi berbagai kritik. Banyak destinasi menggunakan narasi keberlanjutan sebagai alat pemasaran tanpa melakukan perubahan substantif terhadap praktik operasionalnya. Fenomena ini dikenal sebagai greenwashing dan menjadi salah satu tantangan utama dalam mewujudkan pariwisata berkelanjutan yang sesungguhnya. Oleh karena itu, keberlanjutan wisata halal tidak dapat berhenti pada penggunaan label halal semata, tetapi harus diwujudkan melalui tata kelola, investasi, dan praktik bisnis yang benar-benar mendukung keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Dengan demikian, Sustainable Development Theory menyediakan fondasi konseptual utama untuk memahami bagaimana wisata halal dapat berkembang sebagai instrumen pembangunan yang tidak hanya menghasilkan keuntungan ekonomi, tetapi juga menciptakan kesejahteraan sosial dan keberlanjutan lingkungan.

2.2 Islamic Economic Theory

Teori ekonomi Islam merupakan fondasi normatif yang membedakan wisata halal dari model pariwisata konvensional. Ekonomi Islam tidak memandang aktivitas ekonomi semata-mata sebagai mekanisme penciptaan keuntungan, melainkan sebagai instrumen untuk mencapai kesejahteraan manusia secara menyeluruh (*falah*) melalui pemenuhan kebutuhan material dan spiritual secara seimbang (Chapra, 2000).

Konsep sentral dalam ekonomi Islam adalah *maqasid al-shariah*, yaitu tujuan-tujuan syariah yang bertujuan menjaga agama (*hifz al-din*), jiwa (*hifz al-nafs*), akal (*hifz al-aql*), keturunan (*hifz al-nasl*), dan harta (*hifz al-mal*) (Kamali, 2008). Dalam konteks wisata halal, maqasid al-shariah menjadi dasar bagi penyediaan layanan wisata yang tidak hanya aman dan nyaman, tetapi juga mendukung kebutuhan religius wisatawan Muslim.

Konsep lain yang penting adalah *maslahah* atau kemaslahatan umum. Menurut Dusuki dan Abdullah (2007), aktivitas ekonomi yang baik adalah aktivitas yang menghasilkan manfaat bagi masyarakat luas serta meminimalkan kerugian sosial dan lingkungan. Oleh karena itu, pengembangan wisata halal harus diarahkan pada penciptaan nilai bersama (*shared value*) yang memberikan manfaat bagi wisatawan, masyarakat lokal, pemerintah, dan pelaku usaha.

Ekonomi Islam juga menekankan prinsip keadilan (*adl*) dan keseimbangan (*tawazun*). Prinsip keadilan menuntut distribusi manfaat ekonomi yang lebih merata, sedangkan prinsip keseimbangan mengharuskan harmonisasi antara kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Perspektif ini sangat relevan dengan tantangan pembangunan pariwisata modern yang sering menghasilkan ketimpangan distribusi manfaat dan eksploitasi sumber daya alam.

Lebih lanjut, konsep *khalifah* menempatkan manusia sebagai pengelola sumber daya yang bertanggung jawab menjaga keberlanjutan lingkungan. Dalam kerangka ini, eksploitasi destinasi wisata yang berlebihan bertentangan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam karena berpotensi merusak amanah yang diberikan kepada manusia untuk memelihara bumi.

Dengan demikian, teori ekonomi Islam memberikan justifikasi filosofis bahwa wisata halal seharusnya tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga berorientasi pada keberlanjutan, keadilan sosial, dan kesejahteraan masyarakat.

2.3 Stakeholder Theory

Stakeholder Theory yang dikembangkan oleh Freeman (1984) menjelaskan bahwa keberhasilan suatu organisasi tidak hanya ditentukan oleh kemampuan memenuhi kepentingan pemilik modal, tetapi juga oleh kemampuannya menciptakan nilai bagi seluruh pemangku kepentingan yang terlibat.

Dalam konteks wisata halal, stakeholder utama meliputi pemerintah, investor, pelaku industri pariwisata, lembaga sertifikasi halal, masyarakat lokal, wisatawan, komunitas keagamaan, dan lembaga keuangan syariah. Setiap kelompok memiliki kepentingan yang berbeda tetapi saling terkait.

Pemerintah berperan menciptakan regulasi dan infrastruktur yang mendukung perkembangan destinasi halal. Investor menyediakan sumber pembiayaan yang diperlukan untuk pengembangan fasilitas wisata. Industri pariwisata bertanggung jawab menyediakan layanan yang sesuai dengan standar halal. Masyarakat lokal menjadi penerima manfaat sekaligus penjaga keberlanjutan budaya destinasi.

Dari perspektif Stakeholder Theory, kegagalan memenuhi kebutuhan salah satu kelompok dapat mengurangi legitimasi dan daya saing destinasi. Oleh karena itu, pengembangan wisata halal memerlukan pendekatan kolaboratif yang mengintegrasikan kepentingan berbagai aktor dalam satu ekosistem yang saling mendukung.

2.4 Resource-Based View (RBV)

Resource-Based View (RBV) yang diperkenalkan Barney (1991) menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif suatu organisasi berasal dari sumber daya strategis yang bersifat valuable, rare, inimitable, dan non-substitutable (VRIN).

Dalam konteks destinasi wisata halal, sumber daya strategis tidak hanya berupa aset fisik seperti infrastruktur dan fasilitas wisata, tetapi juga aset tidak berwujud seperti reputasi halal, budaya Islam, kepercayaan wisatawan, dan sistem sertifikasi halal yang kredibel.

Destinasi yang memiliki kombinasi sumber daya VRIN akan lebih mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing. Sebagai contoh, Indonesia memiliki kekayaan budaya Islam, keragaman destinasi alam, populasi Muslim terbesar di dunia, dan industri halal yang berkembang pesat. Kombinasi faktor tersebut dapat menjadi sumber daya strategis yang memperkuat daya saing wisata halal nasional.

RBV juga relevan dalam menjelaskan pentingnya inovasi dan digitalisasi. Teknologi digital, data wisatawan, dan kemampuan manajemen destinasi dapat menjadi aset strategis yang meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman wisatawan Muslim.

2.5 Institutional Theory

Institutional Theory menjelaskan bahwa organisasi beroperasi dalam lingkungan kelembagaan yang memengaruhi perilaku dan legitimasi mereka (Scott, 2014). Menurut Scott, terdapat tiga pilar utama kelembagaan yaitu regulatory pillar, normative pillar, dan cultural-cognitive pillar.

Regulatory pillar mencakup regulasi formal seperti undang-undang, standar sertifikasi halal, dan kebijakan pemerintah. Dalam wisata halal, keberadaan regulasi yang jelas meningkatkan kepastian hukum dan kepercayaan investor.

Normative pillar berkaitan dengan norma sosial, nilai budaya, dan ekspektasi masyarakat. Tingginya kesadaran masyarakat terhadap konsumsi halal menciptakan tekanan normatif yang mendorong pengembangan wisata halal.

Cultural-cognitive pillar berkaitan dengan keyakinan, identitas, dan cara berpikir masyarakat. Persepsi wisatawan terhadap halal sebagai simbol kualitas, keamanan, dan kepercayaan menjadi faktor penting dalam pembentukan permintaan pasar.

Dalam konteks wisata halal global, legitimasi destinasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan memenuhi ketiga pilar kelembagaan tersebut secara simultan.

2.6 Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan Ajzen (1991) merupakan salah satu teori perilaku yang paling banyak digunakan dalam penelitian wisata halal.

Menurut TPB, niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu attitude, subjective norms, dan perceived behavioral control.

Attitude merujuk pada evaluasi individu terhadap suatu perilaku. Dalam wisata halal, sikap positif terhadap destinasi halal dapat meningkatkan keinginan untuk berkunjung.

Subjective norms berkaitan dengan pengaruh sosial dari keluarga, teman, komunitas, dan tokoh agama. Wisatawan Muslim sering kali mempertimbangkan rekomendasi sosial sebelum menentukan destinasi wisata.

Perceived behavioral control mengacu pada persepsi individu mengenai kemudahan atau kesulitan melakukan suatu tindakan. Ketersediaan fasilitas halal, akses informasi, kemudahan transportasi, dan biaya perjalanan dapat memengaruhi persepsi tersebut.

Berbagai penelitian mutakhir menunjukkan bahwa ketiga faktor TPB secara signifikan memengaruhi niat berkunjung wisatawan Muslim ke destinasi halal. Oleh karena itu, teori ini menjadi kerangka penting untuk memahami perilaku konsumen dalam industri wisata halal.

2.7 ESG Framework

Dalam dekade terakhir, Environmental, Social, and Governance (ESG) berkembang menjadi paradigma utama dalam investasi dan pembangunan berkelanjutan. ESG menyediakan seperangkat indikator untuk mengevaluasi kinerja organisasi dari aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola (OECD, 2023; World Bank, 2023).

Dimensi environmental mencakup pengelolaan energi, pengurangan emisi karbon, konservasi sumber daya alam, dan perlindungan keanekaragaman hayati. Dalam sektor pariwisata, aspek ini berkaitan dengan kemampuan destinasi mengurangi dampak lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas wisata.

Dimensi social mencakup perlindungan tenaga kerja, pemberdayaan masyarakat lokal, inklusi sosial, dan penghormatan terhadap budaya lokal. Wisata halal memiliki kesesuaian yang kuat dengan dimensi ini karena menekankan nilai keadilan sosial dan kesejahteraan masyarakat.

Dimensi governance mencakup transparansi, akuntabilitas, kepatuhan regulasi, dan tata kelola organisasi. Dalam industri wisata halal, tata kelola yang baik sangat penting untuk menjaga kredibilitas sertifikasi halal dan kepercayaan wisatawan.

Banyak prinsip ESG memiliki kesesuaian substantif dengan nilai-nilai ekonomi Islam. Larangan terhadap praktik yang merugikan masyarakat, kewajiban menjaga lingkungan, serta pentingnya tata kelola yang adil menunjukkan adanya titik temu antara ESG dan maqasid al-shariah. Oleh karena itu, integrasi ESG dalam wisata halal dapat menjadi mekanisme strategis untuk memperkuat kontribusi sektor ini terhadap pencapaian SDGs.

Tabel 2. Sintesis Teori yang Digunakan

Teori	Tokoh Utama	Fokus
Sustainable Development Theory	Brundtland	Keberlanjutan
Islamic Economic Theory	Chapra	Maqasid
Stakeholder Theory	Freeman	Pemangku Kepentingan
RBV	Barney	Keunggulan Kompetitif
Institutional Theory	Scott	Legitimasi
TPB	Ajzen	Perilaku
ESG	OECD/UNPRI	

Sintesis Teoretis Bab

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa wisata halal merupakan fenomena multidisipliner yang memerlukan pendekatan teoritis yang terintegrasi. Sustainable Development Theory memberikan arah pembangunan berkelanjutan. Islamic Economic Theory menyediakan landasan normatif berbasis maqasid al-shariah. Stakeholder Theory menjelaskan pentingnya kolaborasi para aktor. Resource-Based View menerangkan sumber keunggulan kompetitif destinasi. Institutional Theory menjelaskan pentingnya legitimasi kelembagaan. Theory of Planned Behavior membantu memahami perilaku wisatawan Muslim. Sementara itu, ESG Framework berfungsi sebagai mekanisme implementasi keberlanjutan dalam praktik industri.

Integrasi ketujuh perspektif tersebut menjadi fondasi konseptual untuk menjelaskan hubungan antara keuangan syariah, wisata halal, ESG, SDGs, daya saing destinasi, dan kesejahteraan masyarakat yang akan dibahas pada bab-bab berikutnya.

3. WISATA HALAL DALAM LANSKAP KEUANGAN GLOBAL

3.1 Transformasi Ekonomi Global dan Industri Halal

Perkembangan wisata halal tidak dapat dipahami secara terpisah dari transformasi ekonomi global yang berlangsung dalam beberapa dekade terakhir. Globalisasi telah meningkatkan mobilitas manusia, modal, informasi, dan teknologi lintas negara sehingga membentuk pasar internasional yang semakin terintegrasi. Dalam konteks tersebut, identitas budaya dan preferensi konsumen menjadi faktor penting dalam pembentukan pasar baru, termasuk pasar halal global yang saat ini berkembang menjadi salah satu segmen ekonomi dengan pertumbuhan tercepat di dunia (DinarStandard, 2024; IsDB, 2023).

Transformasi ekonomi global menunjukkan bahwa permintaan konsumen tidak lagi hanya didasarkan pada harga dan kualitas produk, tetapi juga pada nilai, etika, dan identitas yang melekat pada produk dan layanan yang dikonsumsi. Bagi masyarakat Muslim, prinsip halal menjadi bagian penting dari keputusan konsumsi, termasuk dalam aktivitas perjalanan dan pariwisata. Fenomena ini mendorong munculnya halal economy sebagai sistem ekonomi yang mencakup berbagai sektor mulai dari makanan, kosmetik, farmasi, media, fesyen, logistik, hingga pariwisata (Wilson, 2020).

Menurut State of the Global Islamic Economy Report, pengeluaran konsumen Muslim global pada berbagai sektor ekonomi halal menunjukkan tren peningkatan yang konsisten dan diperkirakan akan terus tumbuh seiring bertambahnya populasi Muslim dunia serta meningkatnya daya beli kelas menengah Muslim (DinarStandard, 2024). Kondisi tersebut menjadikan ekonomi halal sebagai salah satu sumber pertumbuhan ekonomi baru yang menarik perhatian baik negara-negara Muslim maupun negara-negara non-Muslim.

Dalam perspektif ekonomi politik internasional, pertumbuhan ekonomi halal juga mencerminkan pergeseran pusat pertumbuhan ekonomi global menuju kawasan Asia, Timur Tengah, dan Afrika yang memiliki populasi Muslim besar. Negara-negara seperti Indonesia, Malaysia, Turki, Arab Saudi, Uni Emirat Arab, Qatar, dan Pakistan semakin berperan sebagai aktor penting dalam pembentukan pasar halal global. Pada saat yang sama, negara-negara non-Muslim seperti Jepang, Korea Selatan, Thailand, Singapura, Inggris, dan Australia juga mulai mengembangkan strategi halal untuk menarik wisatawan dan investasi dari pasar Muslim internasional (Mastercard & CrescentRating, 2024).

Wisata halal menjadi salah satu komponen strategis dalam ekonomi halal karena memiliki keterkaitan langsung dengan berbagai sektor ekonomi lainnya. Ketika wisatawan Muslim melakukan perjalanan, mereka tidak hanya mengonsumsi jasa transportasi dan akomodasi, tetapi juga makanan halal, layanan keuangan syariah, produk fesyen Muslim, produk kosmetik halal, serta berbagai layanan digital yang mendukung aktivitas perjalanan. Dengan demikian, wisata halal berfungsi sebagai penghubung berbagai rantai nilai halal dalam satu ekosistem ekonomi yang terintegrasi.

Dari perspektif Sustainable Development Theory, pertumbuhan wisata halal juga menunjukkan adanya pergeseran dari model pembangunan yang berorientasi pada kuantitas wisatawan menuju

model pembangunan yang menekankan kualitas pengalaman, keberlanjutan lingkungan, dan kesejahteraan masyarakat lokal. Pergeseran ini menjadi semakin penting karena industri pariwisata global menghadapi tekanan untuk berkontribusi terhadap agenda pembangunan berkelanjutan dan pengurangan dampak lingkungan.

Dengan demikian, transformasi ekonomi global telah menciptakan ruang bagi berkembangnya wisata halal sebagai bagian dari ekonomi halal global yang menghubungkan identitas keagamaan, aktivitas ekonomi, investasi internasional, dan pembangunan berkelanjutan dalam satu kerangka yang saling terkait.

3.2 Hubungan Wisata Halal dan Keuangan Syariah

Perkembangan wisata halal sangat dipengaruhi oleh ketersediaan sumber pembiayaan yang mampu mendukung pembangunan infrastruktur, fasilitas, layanan, dan inovasi destinasi. Dalam konteks ini, keuangan syariah memainkan peran yang sangat strategis karena menyediakan instrumen pembiayaan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam sekaligus mendukung pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan (IFSB, 2024).

Secara konseptual, keuangan syariah merupakan sistem keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip larangan riba, gharar, maysir, serta mendorong aktivitas ekonomi yang produktif dan berbasis aset riil (Chapra, 2000). Karakteristik tersebut menjadikan keuangan syariah memiliki hubungan yang kuat dengan pengembangan wisata halal karena keduanya berlandaskan pada nilai-nilai yang sama, yaitu kepatuhan terhadap syariah, keadilan ekonomi, dan kemaslahatan sosial.

Tabel 3. Instrumen Keuangan Syariah untuk Wisata Halal

Instrumen	Fungsi
Islamic Banking	Pembiayaan usaha
Sukuk	Infrastruktur
Green Sukuk	Proyek berkelanjutan
Islamic Fintech	Digitalisasi
Venture Capital Syariah	Startup halal

Peran Islamic Banking dalam Pengembangan Wisata Halal

Perbankan syariah merupakan sumber pembiayaan utama dalam pengembangan berbagai proyek wisata halal. Melalui skema murabahah, musyarakah, mudharabah, dan ijarah, bank syariah dapat mendukung pembangunan hotel halal, restoran halal, pusat rekreasi, fasilitas ibadah, serta berbagai infrastruktur pendukung destinasi wisata (IFSB, 2024).



Gambar 2. Ekosistem Wisata Halal dan Keuangan Syariah

Selain memberikan pembiayaan kepada pelaku usaha besar, perbankan syariah juga memiliki peran penting dalam mendukung UMKM yang menjadi tulang punggung industri wisata halal. UMKM yang bergerak di bidang kuliner halal, kerajinan lokal, jasa transportasi, dan ekonomi kreatif dapat memperoleh akses pembiayaan yang lebih sesuai dengan prinsip syariah dibandingkan dengan skema pembiayaan konvensional.

Dalam perspektif pembangunan ekonomi daerah, keberadaan perbankan syariah dapat meningkatkan inklusi keuangan masyarakat lokal sekaligus memperkuat keterkaitan antara sektor pariwisata dan ekonomi riil.

Sukuk sebagai Instrumen Pembiayaan Infrastruktur Wisata

Sukuk telah berkembang menjadi salah satu instrumen keuangan syariah yang paling penting dalam pembiayaan pembangunan. Berbeda dengan obligasi konvensional yang berbasis utang, sukuk didasarkan pada kepemilikan aset atau proyek yang memiliki nilai ekonomi nyata (AAOIFI, 2023).

Dalam konteks wisata halal, sukuk dapat digunakan untuk membiayai pembangunan bandara, pelabuhan, jalan akses wisata, kawasan ekonomi khusus pariwisata, hotel syariah, pusat konvensi, hingga infrastruktur digital yang mendukung smart tourism. Negara-negara seperti Malaysia, Uni Emirat Arab, dan Arab Saudi telah memanfaatkan sukuk sebagai instrumen strategis dalam pembiayaan sektor pariwisata dan infrastruktur pendukungnya.

Perkembangan green sukuk dan sustainability sukuk semakin memperluas potensi pembiayaan wisata halal berkelanjutan. Instrumen ini memungkinkan integrasi antara tujuan ekonomi, lingkungan, dan sosial dalam satu mekanisme pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah dan ESG.

Islamic Venture Capital dan Pengembangan Inovasi Pariwisata

Transformasi digital dalam industri pariwisata menciptakan kebutuhan akan sumber pembiayaan yang mendukung inovasi dan kewirausahaan. Dalam konteks ini, Islamic venture capital memiliki potensi besar untuk mendukung startup yang bergerak di bidang halal travel platform, aplikasi Muslim-friendly tourism, digital booking system, halal marketplace, dan berbagai inovasi teknologi lainnya.

Pendekatan berbasis kemitraan yang digunakan dalam venture capital syariah memberikan fleksibilitas yang lebih tinggi dibandingkan pembiayaan berbasis utang. Model ini memungkinkan pembagian risiko dan keuntungan secara lebih adil antara investor dan pelaku usaha.

Islamic Fintech dan Ekosistem Digital Wisata Halal

Perkembangan Islamic fintech telah membuka peluang baru dalam pengembangan wisata halal. Teknologi finansial syariah memungkinkan penyediaan layanan pembayaran digital, crowdfunding syariah, peer-to-peer financing, digital zakat, serta berbagai solusi keuangan yang mendukung aktivitas wisatawan Muslim (World Bank, 2023).

Digitalisasi layanan keuangan juga meningkatkan aksesibilitas wisata halal bagi wisatawan internasional. Kemudahan transaksi lintas negara, pembayaran digital berbasis syariah, serta integrasi platform perjalanan dan layanan keuangan menjadi faktor penting dalam meningkatkan pengalaman wisatawan Muslim.

Halal Investment dan Sustainable Islamic Finance

Dalam beberapa tahun terakhir, pasar investasi global menunjukkan peningkatan perhatian terhadap investasi yang berbasis nilai dan keberlanjutan. Tren ESG investing yang berkembang pesat memiliki banyak kesamaan dengan prinsip investasi syariah karena sama-sama menekankan tanggung jawab sosial, tata kelola yang baik, dan aktivitas ekonomi yang etis.

Konsep sustainable Islamic finance muncul sebagai upaya mengintegrasikan maqasid al-shariah dengan prinsip ESG. Dalam konteks wisata halal, pendekatan ini memungkinkan pembiayaan proyek yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga memberikan manfaat sosial dan lingkungan.

Dari perspektif teoritis, hubungan antara wisata halal dan keuangan syariah menunjukkan bahwa sektor pariwisata dapat berfungsi sebagai saluran transmisi yang menghubungkan modal syariah dengan pembangunan ekonomi berkelanjutan. Semakin kuat ekosistem keuangan syariah suatu negara, semakin besar pula peluang pengembangan wisata halal yang kompetitif dan berkelanjutan.

3.3 Wisata Halal sebagai Instrumen Pertumbuhan Ekonomi

Dalam teori pembangunan ekonomi, sektor pariwisata sering dipandang sebagai salah satu sektor yang memiliki efek pengganda (multiplier effect) yang tinggi terhadap perekonomian. Karakteristik ini juga berlaku pada wisata halal, bahkan dalam beberapa aspek memiliki dampak yang lebih luas karena keterkaitannya dengan berbagai sektor dalam rantai nilai halal.

Kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB)

Wisata halal berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan konsumsi, investasi, dan aktivitas bisnis yang terkait dengan perjalanan wisata. Pengeluaran wisatawan Muslim menciptakan permintaan terhadap berbagai produk dan layanan sehingga meningkatkan nilai tambah ekonomi di tingkat lokal maupun nasional.

Banyak negara mulai memasukkan wisata halal sebagai bagian dari strategi diversifikasi ekonomi karena sektor ini mampu menciptakan sumber pertumbuhan baru yang relatif berkelanjutan. Malaysia, Arab Saudi, dan Uni Emirat Arab merupakan contoh negara yang berhasil memanfaatkan wisata halal sebagai instrumen peningkatan kontribusi sektor jasa terhadap PDB nasional.

Penciptaan Lapangan Kerja

Salah satu kontribusi terbesar wisata halal adalah kemampuannya menciptakan lapangan kerja. Pengembangan destinasi halal membutuhkan tenaga kerja di sektor perhotelan, restoran, transportasi, perdagangan, jasa keuangan, teknologi informasi, dan ekonomi kreatif.

Menurut UN Tourism (2024), sektor pariwisata merupakan salah satu penyerap tenaga kerja terbesar di dunia. Dalam konteks wisata halal, peluang kerja tidak hanya muncul pada sektor formal tetapi juga pada sektor informal dan usaha mikro yang dikelola masyarakat lokal.

Penguatan UMKM Halal

UMKM memiliki posisi sentral dalam ekosistem wisata halal. Sebagian besar layanan yang dikonsumsi wisatawan Muslim berasal dari usaha berskala kecil dan menengah, seperti kuliner halal, kerajinan tangan, suvenir, jasa pemandu wisata, homestay, serta layanan transportasi lokal.

Pertumbuhan wisata halal dapat meningkatkan akses pasar bagi UMKM sehingga memperkuat ketahanan ekonomi daerah. Selain itu, integrasi dengan keuangan syariah dapat memperluas akses pembiayaan dan meningkatkan kapasitas usaha UMKM halal.

Peningkatan Devisa dan Neraca Pembayaran

Wisatawan internasional membawa aliran devisa yang berkontribusi terhadap neraca pembayaran suatu negara. Semakin tinggi jumlah wisatawan Muslim yang berkunjung, semakin besar pula potensi penerimaan devisa dari sektor pariwisata.

Dalam konteks Indonesia, wisata halal memiliki peluang besar untuk meningkatkan penerimaan devisa karena negara ini memiliki keunggulan komparatif berupa populasi Muslim terbesar di dunia, kekayaan budaya Islam, serta keragaman destinasi wisata alam dan budaya.

Inklusi Keuangan dan Pemberdayaan Ekonomi

Wisata halal juga dapat berkontribusi terhadap peningkatan inklusi keuangan melalui integrasi dengan lembaga keuangan syariah. Pelaku usaha kecil yang sebelumnya tidak terjangkau oleh layanan keuangan formal dapat memperoleh akses pembiayaan, tabungan, pembayaran digital, dan layanan keuangan lainnya.

Dari perspektif Islamic Economic Theory, peningkatan inklusi keuangan memiliki implikasi penting terhadap distribusi kesejahteraan dan pengurangan ketimpangan ekonomi. Dengan demikian, wisata halal tidak hanya menghasilkan pertumbuhan ekonomi tetapi juga berpotensi meningkatkan kualitas pembangunan yang lebih inklusif.

Sintesis Bab

Pembahasan pada bab ini menunjukkan bahwa wisata halal telah berkembang menjadi bagian integral dari ekonomi halal global dan sistem keuangan internasional. Transformasi ekonomi global,

pertumbuhan pasar Muslim, serta perkembangan keuangan syariah menciptakan peluang besar bagi pengembangan wisata halal sebagai sektor strategis. Keuangan syariah melalui perbankan syariah, sukuk, Islamic venture capital, Islamic fintech, dan sustainable Islamic finance menyediakan fondasi pembiayaan yang mendukung pembangunan destinasi halal. Pada saat yang sama, wisata halal berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan PDB, penciptaan lapangan kerja, penguatan UMKM, peningkatan devisa, dan perluasan inklusi keuangan. Oleh karena itu, hubungan antara wisata halal dan keuangan syariah tidak bersifat komplementer semata, tetapi membentuk ekosistem pembangunan yang mampu menghasilkan daya saing destinasi dan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

4. Peluang Pengembangan Wisata Halal

Perkembangan wisata halal global menunjukkan bahwa sektor ini tidak lagi berada pada tahap pertumbuhan awal, melainkan telah memasuki fase ekspansi dan transformasi yang ditandai oleh meningkatnya permintaan pasar, inovasi teknologi, investasi global, serta dukungan kebijakan di berbagai negara. Dari perspektif ekonomi Islam dan pembangunan berkelanjutan, peluang tersebut tidak hanya berkaitan dengan pertumbuhan ekonomi, tetapi juga dengan penciptaan kesejahteraan yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Bab ini mengidentifikasi berbagai peluang strategis yang dapat dimanfaatkan untuk memperkuat posisi wisata halal dalam lanskap ekonomi dan keuangan global.

4.1 Pertumbuhan Populasi Muslim Dunia

Salah satu faktor fundamental yang mendorong perkembangan wisata halal adalah pertumbuhan populasi Muslim dunia. Pew Research Center memproyeksikan bahwa populasi Muslim global akan meningkat lebih cepat dibandingkan kelompok agama lainnya sehingga mencapai hampir 30 persen dari populasi dunia pada tahun 2050 (Pew Research Center, 2017). Pertumbuhan ini tidak hanya terjadi di negara-negara mayoritas Muslim, tetapi juga di berbagai negara Eropa, Amerika Utara, dan Asia Timur.

Peningkatan jumlah penduduk Muslim secara langsung meningkatkan potensi pasar wisata halal. Dalam perspektif permintaan, semakin besar populasi Muslim maka semakin besar pula kebutuhan terhadap layanan perjalanan yang sesuai dengan prinsip syariah. Kondisi ini menciptakan pasar yang relatif stabil dan memiliki prospek jangka panjang yang kuat dibandingkan banyak segmen pariwisata lainnya.

Pertumbuhan demografis tersebut juga menghasilkan diversifikasi kebutuhan wisatawan Muslim. Generasi muda Muslim saat ini tidak hanya mencari destinasi religius, tetapi juga pengalaman wisata yang menggabungkan unsur rekreasi, budaya, petualangan, kesehatan, pendidikan, dan teknologi digital tanpa meninggalkan prinsip-prinsip halal. Perubahan preferensi ini memperluas ruang inovasi bagi industri wisata halal global.

Dari perspektif Theory of Planned Behavior, pertumbuhan komunitas Muslim global juga memperkuat subjective norms yang mendorong preferensi terhadap produk dan layanan halal. Semakin kuat identitas Muslim dalam masyarakat global, semakin besar pula kemungkinan meningkatnya permintaan terhadap destinasi yang mampu memenuhi kebutuhan religius wisatawan.

4.2 Peningkatan Muslim Middle Class

Selain pertumbuhan populasi, meningkatnya jumlah kelas menengah Muslim global menjadi faktor pendorong utama perkembangan wisata halal. Pertumbuhan ekonomi di Asia, Timur Tengah, dan sebagian Afrika telah meningkatkan pendapatan masyarakat Muslim sehingga memperbesar kemampuan mereka untuk melakukan perjalanan domestik maupun internasional (World Bank, 2024).

Kelas menengah Muslim memiliki karakteristik konsumsi yang unik. Mereka tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga kualitas layanan, kenyamanan, keamanan, keberlanjutan, dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam. Akibatnya, permintaan terhadap hotel halal, restoran halal, fasilitas ibadah, layanan wisata

keluarga, serta destinasi yang ramah Muslim mengalami peningkatan yang signifikan.

Fenomena ini menunjukkan bahwa wisata halal tidak lagi berorientasi pada kebutuhan dasar wisatawan Muslim semata. Industri kini bergerak menuju premium halal tourism yang menawarkan pengalaman wisata berkualitas tinggi dengan standar layanan internasional. Negara-negara seperti Malaysia, Turki, Uni Emirat Arab, dan Arab Saudi telah berhasil memanfaatkan segmen ini untuk meningkatkan daya saing destinasi mereka.

Dari perspektif Resource-Based View, meningkatnya daya beli kelas menengah Muslim menciptakan peluang bagi destinasi yang mampu mengembangkan sumber daya unik dan sulit ditiru, seperti pengalaman budaya Islam autentik, warisan sejarah Islam, serta layanan wisata yang terintegrasi dengan ekosistem halal.

4.3 Digitalisasi Pariwisata dan Smart Halal Tourism

Transformasi digital menjadi salah satu peluang terbesar dalam pengembangan wisata halal. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara wisatawan mencari informasi, melakukan reservasi, melakukan pembayaran, hingga membagikan pengalaman perjalanan mereka melalui media digital.

Konsep smart tourism berkembang sebagai pendekatan yang memanfaatkan teknologi digital, big data, artificial intelligence, Internet of Things (IoT), dan platform digital untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan destinasi dan kualitas pengalaman wisatawan (Gretzel et al., 2020). Dalam konteks wisata halal, transformasi ini melahirkan konsep smart halal tourism.

Smart halal tourism memungkinkan wisatawan memperoleh informasi mengenai restoran halal, masjid terdekat, fasilitas ibadah, arah kiblat, sertifikasi halal, hingga layanan keuangan syariah secara real-time melalui aplikasi digital. Teknologi juga membantu pelaku industri memahami perilaku wisatawan sehingga mampu menyediakan layanan yang lebih personal dan efisien.

Perkembangan kecerdasan buatan semakin memperluas peluang tersebut. Sistem rekomendasi berbasis AI dapat membantu wisatawan Muslim menemukan destinasi yang sesuai dengan preferensi mereka. Di sisi lain, pengelola destinasi dapat menggunakan analitik data untuk meningkatkan kualitas layanan, mengurangi biaya operasional, dan memperkuat strategi pemasaran.

Dari perspektif daya saing destinasi, kemampuan memanfaatkan teknologi digital dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing.

4.4 Dukungan Keuangan Syariah

Perkembangan industri keuangan syariah global menciptakan peluang besar bagi pembiayaan wisata halal. Total aset keuangan syariah dunia terus meningkat dan telah melampaui USD 4 triliun, mencakup perbankan syariah, pasar modal syariah, sukuk, takaful, dan fintech syariah (IFSB, 2024).

Pertumbuhan tersebut memperluas akses pembiayaan bagi berbagai proyek wisata halal. Hotel syariah, kawasan wisata halal, pusat konvensi, infrastruktur transportasi, dan UMKM halal dapat memperoleh sumber pembiayaan yang lebih sesuai dengan prinsip syariah.

Perkembangan green sukuk dan sustainability sukuk juga membuka peluang baru untuk mengintegrasikan tujuan pembangunan ekonomi dengan keberlanjutan lingkungan. Melalui instrumen ini, proyek wisata halal dapat memperoleh pembiayaan yang sekaligus mendukung pencapaian target ESG dan SDGs.

Dalam perspektif Islamic Economic Theory, integrasi antara wisata halal dan keuangan syariah memungkinkan terciptanya sistem ekonomi yang lebih inklusif karena pembiayaan tidak hanya berorientasi pada profit tetapi juga pada kemaslahatan masyarakat.

4.5 Meningkatnya Investasi Global pada Industri Halal

Dalam beberapa tahun terakhir, investor internasional menunjukkan minat yang semakin besar terhadap sektor halal. Pertumbuhan populasi Muslim, peningkatan daya beli, serta stabilitas

permintaan menjadikan industri halal sebagai sektor yang menarik untuk investasi jangka panjang.

Laporan State of the Global Islamic Economy menunjukkan bahwa investasi pada sektor makanan halal, farmasi halal, logistik halal, dan pariwisata halal mengalami peningkatan yang signifikan. Banyak dana investasi global mulai memasukkan sektor halal ke dalam portofolio mereka karena dinilai memiliki prospek pertumbuhan yang kuat dan relatif tahan terhadap gejolak ekonomi global.

Selain investor dari negara-negara Muslim, minat juga datang dari investor institusional internasional yang melihat kesesuaian antara prinsip syariah dan konsep responsible investment. Kesamaan nilai antara investasi syariah dan ESG semakin memperkuat daya tarik sektor halal di mata investor global.

Dari perspektif Institutional Theory, meningkatnya investasi tersebut menunjukkan bahwa industri halal telah memperoleh legitimasi internasional yang semakin kuat. Legitimasi ini penting untuk menarik investasi yang lebih besar dan mempercepat pengembangan destinasi wisata halal di berbagai negara.

4.6 Posisi Strategis Indonesia dalam Industri Wisata Halal Global

Indonesia memiliki posisi yang sangat strategis dalam pengembangan wisata halal global. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki pasar domestik yang besar sekaligus sumber daya budaya, sosial, dan ekonomi yang mendukung perkembangan industri halal.

Keunggulan Indonesia tidak hanya terletak pada jumlah penduduk Muslim, tetapi juga pada keragaman destinasi wisata yang mencakup wisata alam, budaya, sejarah, kuliner, dan religi. Destinasi seperti Lombok, Aceh, Sumatera Barat, Jawa Barat, dan berbagai daerah lainnya memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai pusat wisata halal berkelas dunia.

Indonesia juga menunjukkan kemajuan dalam pengembangan ekosistem halal melalui peningkatan sertifikasi halal, penguatan industri keuangan syariah, pengembangan kawasan industri halal, serta dukungan kebijakan nasional melalui Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS).

Dalam beberapa edisi Global Muslim Travel Index, Indonesia berhasil menempati posisi teratas bersama Malaysia sebagai destinasi wisata halal terbaik dunia. Pencapaian ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki sumber daya strategis yang memenuhi karakteristik VRIN dalam perspektif Resource-Based View.

Namun demikian, keunggulan tersebut belum sepenuhnya diterjemahkan menjadi dominasi pasar global. Tantangan terkait infrastruktur, kualitas layanan, integrasi kelembagaan, digitalisasi, dan investasi masih perlu diatasi agar Indonesia mampu mengoptimalkan seluruh potensi yang dimilikinya.

Tabel 4. Analisis Peluang Wisata Halal Indonesia

Faktor	Peluang
Populasi Muslim	Sangat Tinggi
Destinasi Alam	Sangat Tinggi
Keuangan Syariah	Tinggi
Digitalisasi	Tinggi
ESG Investment	Sedang-Tinggi



Gambar 3. Faktor Pendorong Pertumbuhan Wisata Halal

Sintesis Peluang Pengembangan Wisata Halal

Analisis pada bab ini menunjukkan bahwa peluang pengembangan wisata halal didukung oleh berbagai faktor struktural yang saling memperkuat. Pertumbuhan populasi Muslim global, meningkatnya kelas menengah Muslim, transformasi digital, perkembangan keuangan syariah, meningkatnya investasi halal global, serta posisi strategis Indonesia menciptakan fondasi yang kuat bagi ekspansi industri wisata halal.

Dari perspektif teoritis, peluang tersebut tidak hanya bersifat ekonomi tetapi juga kelembagaan, sosial, teknologi, dan budaya. Sustainable Development Theory menunjukkan bahwa wisata halal dapat menjadi instrumen pembangunan yang inklusif dan berkelanjutan. Islamic Economic Theory menegaskan pentingnya orientasi kemaslahatan dalam pemanfaatan peluang tersebut. Stakeholder Theory menyoroti perlunya kolaborasi lintas aktor untuk mengoptimalkan manfaat ekonomi dan sosial yang dihasilkan.

Dengan demikian, peluang pengembangan wisata halal tidak hanya terletak pada besarnya pasar Muslim global, tetapi juga pada kemampuan berbagai pemangku kepentingan untuk membangun ekosistem halal yang terintegrasi, inovatif, kompetitif, dan berkelanjutan.

5. TANTANGAN PENGEMBANGAN WISATA HALAL

Pendahuluan

Meskipun wisata halal menunjukkan pertumbuhan yang sangat menjanjikan, perkembangan sektor ini tidak terlepas dari berbagai tantangan struktural, kelembagaan, ekonomi, sosial, teknologi, dan geopolitik. Berbagai laporan internasional menunjukkan bahwa keberhasilan suatu destinasi halal tidak hanya ditentukan oleh besarnya pasar Muslim, tetapi juga oleh kemampuan mengatasi hambatan yang muncul dalam proses pengembangan ekosistem halal yang kompetitif dan berkelanjutan (UN Tourism, 2024; Mastercard & CrescentRating, 2024).

Dalam perspektif Sustainable Development Theory, tantangan tersebut dapat menghambat kemampuan destinasi dalam mencapai keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, pelestarian lingkungan, dan kesejahteraan sosial. Sementara itu, Institutional Theory menjelaskan bahwa lemahnya dukungan regulasi dan kelembagaan dapat mengurangi legitimasi destinasi halal di tingkat global. Oleh karena itu, identifikasi tantangan menjadi langkah penting dalam merumuskan strategi pengembangan wisata halal yang efektif dan berkelanjutan.

5.1 Tantangan Regulasi dan Kebijakan

Salah satu hambatan utama dalam pengembangan wisata halal adalah masih beragamnya kebijakan dan regulasi yang mengatur sektor tersebut di berbagai negara. Hingga saat ini belum terdapat standar global yang sepenuhnya disepakati mengenai definisi, indikator, dan ruang lingkup wisata halal.

Sebagian negara menerapkan pendekatan yang sangat ketat dengan menempatkan kepatuhan syariah sebagai elemen utama destinasi wisata halal. Sebaliknya, beberapa negara lebih memilih konsep Muslim-friendly tourism yang dianggap lebih fleksibel dan inklusif. Perbedaan pendekatan tersebut sering kali menimbulkan kebingungan bagi wisatawan maupun investor internasional (Battour & Ismail, 2016).

Dari perspektif Institutional Theory, ketidakseragaman regulasi mencerminkan lemahnya regulatory pillar yang seharusnya memberikan kepastian hukum bagi seluruh pemangku kepentingan (Scott, 2014). Kondisi ini dapat meningkatkan biaya transaksi, memperlambat investasi, dan menghambat integrasi pasar wisata halal global.

Di Indonesia, tantangan regulasi juga muncul dalam bentuk koordinasi lintas kementerian, sinkronisasi kebijakan pusat dan daerah, serta harmonisasi antara sektor pariwisata, industri halal, dan keuangan syariah. Fragmentasi kebijakan sering kali menyebabkan program pengembangan wisata halal berjalan secara parsial dan kurang terintegrasi.

5.2 Standardisasi dan Sertifikasi Halal Global

Sertifikasi halal merupakan fondasi penting dalam membangun kepercayaan wisatawan Muslim. Namun demikian, salah satu tantangan terbesar yang dihadapi industri wisata halal adalah belum adanya harmonisasi standar sertifikasi halal secara global.

Saat ini terdapat berbagai lembaga sertifikasi halal dengan standar yang berbeda-beda. Malaysia melalui JAKIM, Indonesia melalui BPJPH, negara-negara Teluk melalui Gulf Standards Organization (GSO), serta berbagai lembaga halal di Eropa dan Amerika Utara menggunakan pendekatan yang tidak selalu seragam.

Perbedaan standar tersebut dapat menciptakan ketidakpastian bagi pelaku usaha yang ingin memasuki pasar internasional. Hotel, restoran, dan penyedia layanan wisata sering kali harus memenuhi beberapa standar sekaligus untuk memperoleh pengakuan di berbagai negara.

Dalam perspektif Stakeholder Theory, kondisi ini menunjukkan adanya ketidakseimbangan koordinasi antar pemangku kepentingan global. Akibatnya, biaya sertifikasi meningkat dan akses UMKM terhadap pasar halal internasional menjadi lebih terbatas.

Lebih jauh, tantangan standardisasi juga berkaitan dengan isu kredibilitas dan pengawasan. Kasus penyalahgunaan label halal di beberapa negara dapat menurunkan tingkat kepercayaan konsumen dan mengganggu reputasi industri halal secara keseluruhan.

5.3 Persaingan Antar Destinasi Wisata Halal

Meningkatnya potensi ekonomi wisata halal telah mendorong banyak negara untuk bersaing dalam menarik wisatawan Muslim global. Persaingan tersebut semakin intensif karena hampir seluruh negara menyadari besarnya kontribusi ekonomi yang dapat dihasilkan oleh sektor ini.

Malaysia secara konsisten menjadi salah satu pemimpin global dalam wisata halal melalui integrasi kebijakan, sertifikasi halal, dan pengembangan infrastruktur yang kuat. Turki memanfaatkan warisan sejarah Islam dan budaya Ottoman sebagai sumber daya strategis. Uni Emirat Arab mengandalkan keunggulan infrastruktur dan konektivitas internasional. Arab Saudi memperluas segmen wisata di luar haji dan umrah melalui program Vision 2030.

Dalam perspektif Resource-Based View (RBV), persaingan antar destinasi menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif tidak lagi hanya ditentukan oleh keberadaan fasilitas halal, tetapi juga oleh kemampuan menciptakan sumber daya yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak mudah digantikan (Barney, 1991).

Indonesia menghadapi tantangan untuk mengubah keunggulan komparatif berupa populasi Muslim besar dan kekayaan budaya menjadi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Tanpa inovasi dan diferensiasi yang jelas, destinasi halal Indonesia berisiko tertinggal dalam persaingan global.

5.4 Keterbatasan Infrastruktur Pendukung

Keberhasilan wisata halal sangat bergantung pada ketersediaan infrastruktur yang memadai. Infrastruktur tersebut mencakup transportasi, akomodasi, fasilitas ibadah, layanan kesehatan, konektivitas digital, serta aksesibilitas destinasi.

Banyak negara berkembang masih menghadapi keterbatasan infrastruktur yang dapat menghambat pengalaman wisatawan Muslim. Ketersediaan masjid, ruang salat, restoran halal bersertifikat, serta informasi halal yang mudah diakses sering kali masih belum memadai.

Dalam perspektif pembangunan ekonomi, keterbatasan infrastruktur meningkatkan biaya perjalanan dan mengurangi daya saing destinasi. Kondisi ini juga dapat mengurangi perceived behavioral control sebagaimana dijelaskan dalam Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), sehingga menurunkan niat wisatawan untuk berkunjung.

Selain infrastruktur fisik, kesenjangan infrastruktur digital juga menjadi tantangan penting. Destinasi yang tidak mampu menyediakan layanan digital yang efisien akan semakin sulit bersaing dalam era smart tourism.

5.5 Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia merupakan faktor kunci dalam menciptakan pengalaman wisata yang berkualitas. Namun demikian, banyak destinasi halal masih menghadapi keterbatasan tenaga kerja yang memiliki kompetensi di bidang pariwisata sekaligus memahami prinsip-prinsip syariah.

Keterbatasan tersebut terlihat pada kemampuan pelayanan, penguasaan bahasa asing, literasi digital, manajemen destinasi, serta pemahaman terhadap kebutuhan wisatawan Muslim internasional.

Dalam perspektif RBV, kualitas SDM merupakan aset strategis yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan. Destinasi yang memiliki tenaga kerja profesional dan memahami standar halal akan lebih mampu memberikan pengalaman wisata yang unggul dibandingkan pesaingnya.

Oleh karena itu, investasi dalam pendidikan, pelatihan, dan sertifikasi SDM menjadi kebutuhan yang sangat mendesak dalam pengembangan wisata halal.

5.6 Islamophobia dan Persepsi Negatif terhadap Islam

Salah satu tantangan eksternal yang sering diabaikan dalam pengembangan wisata halal adalah meningkatnya fenomena Islamophobia di berbagai negara. Islamophobia tidak hanya berdampak pada kehidupan sosial masyarakat Muslim, tetapi juga memengaruhi persepsi terhadap produk dan layanan yang menggunakan label Islam atau halal.

Dalam beberapa konteks, istilah halal tourism bahkan dianggap kontroversial karena diasosiasikan secara keliru dengan eksklusivitas atau segregasi agama. Akibatnya, sebagian destinasi memilih menggunakan istilah Muslim-friendly tourism yang dianggap lebih mudah diterima oleh pasar internasional.

Dari perspektif Institutional Theory, Islamophobia dapat melemahkan normative pillar dan cultural-cognitive pillar yang mendukung legitimasi wisata halal. Persepsi negatif tersebut berpotensi mengurangi minat investasi, memperlambat pengembangan pasar, dan menciptakan hambatan dalam promosi internasional.

Tantangan ini menunjukkan pentingnya strategi komunikasi yang menekankan bahwa wisata halal merupakan konsep inklusif yang berfokus pada kualitas layanan dan pemenuhan kebutuhan wisatawan tanpa mendiskriminasi kelompok lain.

5.7 Risiko Geopolitik dan Krisis Global

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor yang paling rentan terhadap ketidakpastian global. Pandemi COVID-19 menunjukkan bagaimana krisis kesehatan dapat menghentikan mobilitas internasional dan menyebabkan kerugian ekonomi yang sangat besar.

Selain pandemi, konflik geopolitik, ketegangan perdagangan internasional, inflasi global, perubahan kebijakan visa, dan krisis energi juga dapat memengaruhi arus wisatawan internasional.

Banyak destinasi wisata halal berada di kawasan yang rentan terhadap ketidakstabilan geopolitik, termasuk Timur Tengah dan sebagian wilayah Afrika. Ketidakstabilan tersebut dapat mengurangi kepercayaan wisatawan dan investor.

Dalam perspektif Sustainable Development Theory, kemampuan destinasi membangun ketahanan (resilience) menjadi faktor penting untuk menghadapi berbagai risiko global yang semakin kompleks.

5.8 Digital Disruption dan Disrupsi Teknologi

Transformasi digital menciptakan peluang besar sekaligus tantangan yang signifikan. Perkembangan artificial intelligence, platform economy, blockchain, virtual tourism, dan big data telah mengubah lanskap industri pariwisata secara fundamental.

Perusahaan yang gagal beradaptasi dengan perubahan teknologi berisiko kehilangan daya saing. Sebaliknya, destinasi yang mampu memanfaatkan teknologi secara efektif dapat meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas layanan.

Namun demikian, digitalisasi juga menciptakan berbagai risiko baru seperti keamanan siber, perlindungan data pribadi, kesenjangan digital, dan dominasi platform global terhadap pelaku usaha lokal.

Dalam konteks wisata halal, tantangan ini menjadi semakin penting karena wisatawan Muslim modern sangat bergantung pada teknologi digital untuk memperoleh informasi, melakukan reservasi, dan mengakses layanan perjalanan.

5.9 Tantangan ESG dan Sustainability

Meskipun wisata halal memiliki kesesuaian nilai dengan prinsip keberlanjutan, implementasi ESG dalam praktik masih menghadapi berbagai kendala.

Dari aspek lingkungan, pertumbuhan jumlah wisatawan dapat meningkatkan konsumsi energi, penggunaan air, produksi limbah, dan emisi karbon. Jika tidak dikelola dengan baik, perkembangan wisata halal justru dapat menciptakan tekanan terhadap ekosistem lokal.

Dari aspek sosial, pengembangan destinasi wisata berpotensi menimbulkan konflik kepentingan, ketimpangan distribusi manfaat ekonomi, serta perubahan budaya masyarakat lokal.

Dari aspek tata kelola, tantangan utama meliputi transparansi sertifikasi halal, akuntabilitas pengelolaan destinasi, dan integritas kelembagaan.

Fenomena greenwashing juga menjadi perhatian penting. Banyak organisasi menggunakan narasi keberlanjutan tanpa melakukan perubahan nyata dalam praktik bisnis mereka. Kondisi ini dapat mengurangi kredibilitas wisata halal sebagai bagian dari agenda pembangunan berkelanjutan.

Dalam perspektif ESG Framework, keberhasilan wisata halal tidak hanya diukur dari jumlah wisatawan atau pendapatan ekonomi, tetapi juga dari kemampuannya menciptakan dampak positif terhadap lingkungan, masyarakat, dan tata kelola.

Tabel 5. Tantangan Utama Wisata Halal Global

Tantangan	Tingkat Dampak
Regulasi	Tinggi
Standardisasi Halal	Tinggi
Infrastruktur	Tinggi
SDM	Sedang-Tinggi
Islamophobia	Sedang
ESG Compliance	Tinggi



Gambar 4. Matriks Tantangan Wisata Halal

Sintesis Tantangan Pengembangan Wisata Halal

Analisis pada bab ini menunjukkan bahwa tantangan pengembangan wisata halal bersifat multidimensional dan saling berkaitan. Hambatan regulasi, standardisasi halal, persaingan global, keterbatasan infrastruktur, kualitas SDM, Islamophobia, risiko geopolitik, disrupsi digital, serta tuntutan ESG menjadi faktor yang dapat menghambat pertumbuhan industri jika tidak dikelola secara efektif.

Dari perspektif teoritis, tantangan tersebut menunjukkan bahwa pengembangan wisata halal tidak cukup hanya mengandalkan pertumbuhan permintaan pasar. Keberhasilan jangka panjang memerlukan penguatan kelembagaan, peningkatan kapasitas sumber daya, inovasi teknologi, tata kelola yang baik, serta integrasi prinsip keberlanjutan ke dalam seluruh rantai nilai industri.

Dengan demikian, masa depan wisata halal akan sangat ditentukan oleh kemampuan para pemangku kepentingan dalam mengubah berbagai tantangan tersebut menjadi peluang untuk menciptakan destinasi yang lebih kompetitif, inklusif, resilien, dan berkelanjutan.

6. Strategi Pengembangan Wisata Halal Berkelanjutan

6.1 Pendahuluan

Pembahasan pada bab sebelumnya menunjukkan bahwa wisata halal memiliki peluang pertumbuhan yang sangat besar, namun juga menghadapi berbagai tantangan struktural, kelembagaan, teknologi, dan keberlanjutan. Oleh karena itu, pengembangan wisata halal tidak dapat dilakukan melalui pendekatan sektoral yang terfragmentasi. Diperlukan strategi yang mampu mengintegrasikan aspek ekonomi, keuangan, sosial, lingkungan, teknologi, dan tata kelola ke dalam satu kerangka pembangunan yang berkelanjutan.

Dalam perspektif Sustainable Development Theory, strategi pengembangan wisata halal harus mampu menciptakan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan sosial, dan perlindungan lingkungan (WCED, 1987; Elkington, 1997). Pada saat yang sama, Islamic Economic Theory menegaskan bahwa pembangunan harus berorientasi pada maqasid al-shariah dan kemaslahatan masyarakat (Chapra, 2000; Kamali, 2008). Oleh karena itu, strategi yang dirumuskan dalam bab ini bertujuan mengintegrasikan prinsip pembangunan berkelanjutan dengan nilai-nilai ekonomi Islam untuk menciptakan ekosistem wisata halal yang kompetitif, inklusif, dan berkelanjutan.

6.2 Penguatan Ekosistem Keuangan Syariah

Keuangan syariah merupakan fondasi utama dalam pengembangan wisata halal. Tanpa dukungan pembiayaan yang memadai, pengembangan destinasi halal akan menghadapi keterbatasan investasi, infrastruktur, dan inovasi. Oleh karena itu, strategi pertama adalah memperkuat integrasi antara sektor wisata halal dan ekosistem keuangan syariah.

Perbankan syariah perlu memperluas pembiayaan bagi hotel halal, restoran halal, pusat rekreasi keluarga, transportasi wisata, serta UMKM yang terlibat dalam rantai nilai pariwisata. Skema pembiayaan berbasis kemitraan seperti musyarakah dan mudharabah dapat menjadi alternatif yang lebih inklusif dibandingkan pembiayaan berbasis utang.

Selain perbankan syariah, sukuk dapat dimanfaatkan untuk membiayai pembangunan infrastruktur wisata berskala besar seperti bandara, pelabuhan, jalan akses wisata, kawasan ekonomi khusus pariwisata, dan fasilitas publik lainnya. Pengalaman Malaysia dan Uni Emirat Arab menunjukkan bahwa sukuk mampu menjadi instrumen pembiayaan yang efektif untuk mendukung pembangunan sektor pariwisata.

Perkembangan green sukuk dan sustainability sukuk juga membuka peluang untuk mengintegrasikan tujuan lingkungan ke dalam proyek wisata halal. Dengan demikian, pembangunan destinasi tidak hanya menghasilkan manfaat ekonomi tetapi juga berkontribusi terhadap pengurangan emisi karbon, konservasi sumber daya alam, dan pencapaian target SDGs.

Lebih lanjut, fintech syariah, crowdfunding syariah, dan venture capital syariah perlu didorong untuk mendukung inovasi digital dan pengembangan startup yang bergerak dalam sektor wisata halal. Strategi ini akan memperluas akses pembiayaan sekaligus meningkatkan daya saing industri.

6.3 Smart Halal Tourism dan Transformasi Digital

Transformasi digital merupakan faktor strategis yang menentukan daya saing destinasi wisata pada era ekonomi digital. Oleh karena itu, pengembangan smart halal tourism harus menjadi prioritas utama dalam strategi pembangunan wisata halal berkelanjutan.

Smart halal tourism mengintegrasikan teknologi digital dengan layanan wisata halal untuk meningkatkan efisiensi, kenyamanan, keamanan, dan pengalaman wisatawan. Penggunaan artificial intelligence, big data analytics, cloud computing, Internet of Things (IoT), blockchain, dan mobile applications memungkinkan pengelolaan destinasi yang lebih responsif terhadap kebutuhan wisatawan.

Aplikasi berbasis AI dapat menyediakan rekomendasi restoran halal, masjid terdekat, fasilitas ibadah, akomodasi syariah, jadwal salat, serta layanan perjalanan yang disesuaikan dengan preferensi wisatawan. Selain itu, teknologi blockchain dapat digunakan untuk meningkatkan transparansi rantai pasok halal dan memperkuat kredibilitas sertifikasi halal.

Big data juga memungkinkan pemerintah dan pengelola destinasi memahami pola perilaku wisatawan secara lebih akurat. Informasi tersebut dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan, mengoptimalkan promosi destinasi, dan memperkuat pengambilan keputusan berbasis data.

Dalam perspektif Resource-Based View, kemampuan mengelola data dan teknologi digital dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing.

6.4 Penguatan Sertifikasi Halal dan Tata Kelola

Kepercayaan merupakan aset paling penting dalam industri wisata halal. Oleh karena itu, penguatan sertifikasi halal dan tata kelola menjadi strategi yang sangat krusial.

Pemerintah perlu memperkuat harmonisasi standar halal nasional dengan standar internasional yang berlaku di berbagai negara. Kolaborasi dengan lembaga seperti SMIIC-OIC, JAKIM Malaysia, Gulf Standards Organization, dan berbagai lembaga halal internasional dapat meningkatkan pengakuan global terhadap sertifikasi halal nasional.

Selain harmonisasi standar, proses sertifikasi perlu didukung oleh digitalisasi sehingga menjadi lebih efisien, transparan, dan mudah diakses oleh pelaku usaha, khususnya UMKM.

Dari perspektif Institutional Theory, legitimasi industri wisata halal sangat bergantung pada kekuatan regulatory pillar, normative pillar, dan cultural-cognitive pillar. Oleh karena itu, tata kelola yang baik harus memastikan bahwa seluruh proses sertifikasi dilakukan secara transparan, akuntabel, dan kredibel.

Penguatan tata kelola juga harus mencakup sistem monitoring dan evaluasi yang mampu menjamin konsistensi penerapan standar halal di lapangan.

6.5 Collaborative Governance dalam Pengembangan Wisata Halal

Kompleksitas industri wisata halal menuntut keterlibatan berbagai pemangku kepentingan. Oleh karena itu, pendekatan collaborative governance menjadi strategi yang sangat relevan.

Stakeholder Theory menjelaskan bahwa keberhasilan suatu destinasi tidak dapat dicapai hanya oleh satu aktor. Pemerintah, industri, investor, masyarakat lokal, lembaga pendidikan, organisasi keagamaan, lembaga sertifikasi, dan wisatawan harus terlibat secara aktif dalam proses pembangunan.

Pemerintah berperan sebagai regulator dan fasilitator. Industri bertanggung jawab menyediakan layanan yang berkualitas. Investor menyediakan sumber pembiayaan. Masyarakat lokal menjaga keberlanjutan sosial dan budaya. Akademisi menghasilkan penelitian dan inovasi. Sementara itu, wisatawan berfungsi sebagai pengguna akhir yang menentukan keberhasilan pasar.

Pendekatan kolaboratif memungkinkan terciptanya sinergi yang memperkuat efektivitas kebijakan, mengurangi konflik kepentingan, serta meningkatkan legitimasi pembangunan destinasi.

6.6 Integrasi ESG dan SDGs dalam Ekosistem Wisata Halal

Perkembangan pasar global menunjukkan bahwa daya saing destinasi tidak lagi hanya ditentukan oleh kualitas layanan, tetapi juga oleh kemampuan menerapkan prinsip-prinsip keberlanjutan. Oleh karena itu, integrasi ESG dan SDGs harus menjadi bagian inti dari strategi pengembangan wisata halal.

Dimensi Environmental

Strategi lingkungan meliputi pengelolaan limbah, penggunaan energi terbarukan, konservasi air, perlindungan keanekaragaman hayati, dan pengurangan emisi karbon. Destinasi halal perlu mengembangkan konsep green halal destination yang mengintegrasikan prinsip halal dan keberlanjutan lingkungan.

Dimensi Social

Strategi sosial mencakup pemberdayaan masyarakat lokal, penciptaan lapangan kerja, perlindungan budaya lokal, kesetaraan akses ekonomi, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip maqasid al-shariah yang menekankan kemaslahatan sosial.

Dimensi Governance

Strategi tata kelola mencakup transparansi, akuntabilitas, kepatuhan terhadap regulasi, pengelolaan risiko, serta penguatan kelembagaan. Tata kelola yang baik merupakan prasyarat bagi terciptanya kepercayaan investor dan wisatawan.

Integrasi ESG memungkinkan wisata halal memberikan kontribusi yang lebih nyata terhadap pencapaian SDGs, khususnya SDG 1, SDG 8, SDG 11, SDG 12, SDG 13, dan SDG 17.

6.7 Pemberdayaan UMKM Halal

UMKM merupakan tulang punggung ekosistem wisata halal. Sebagian besar aktivitas ekonomi yang dinikmati wisatawan berasal dari usaha berskala kecil dan menengah seperti kuliner halal, kerajinan tangan, transportasi lokal, homestay, dan ekonomi kreatif.

Strategi pemberdayaan UMKM harus mencakup akses pembiayaan syariah, pelatihan kewirausahaan, digitalisasi usaha, sertifikasi halal, peningkatan kualitas produk, dan akses pasar internasional.

Dalam perspektif Islamic Economic Theory, pemberdayaan UMKM memiliki peran penting dalam menciptakan distribusi kesejahteraan yang lebih merata dan mengurangi kesenjangan ekonomi.

Selain itu, keterlibatan UMKM lokal juga memperkuat dimensi sosial dari ESG karena manfaat ekonomi dapat dirasakan langsung oleh masyarakat setempat.

6.8 Penguatan Global Halal Destination Branding

Branding destinasi merupakan instrumen penting dalam membangun persepsi dan daya tarik wisatawan. Dalam pasar global yang semakin kompetitif, destinasi halal harus mampu menciptakan identitas yang kuat dan berbeda dari pesaing.

Strategi branding perlu mengintegrasikan nilai halal, kualitas layanan, budaya lokal, keberlanjutan, dan inovasi digital. Branding tidak boleh hanya berfokus pada aspek religius, tetapi juga harus menampilkan daya tarik budaya, alam, sejarah, dan pengalaman wisata yang unik.

Penggunaan media digital, influencer marketing, virtual tourism, dan platform perjalanan global dapat memperluas jangkauan promosi secara signifikan.

Dalam perspektif Resource-Based View, reputasi destinasi merupakan aset tidak berwujud yang sangat bernilai dan sulit ditiru oleh pesaing.

Tabel 6. Strategi Pengembangan Wisata Halal Berkelanjutan

Strategi	Outcome
Islamic Finance	Investasi
Smart Tourism	Efisiensi
ESG	Sustainability
UMKM Halal	Inklusivitas
Branding	Daya Saing

6.9 Model Strategis Wisata Halal Berkelanjutan: Sintesis Teoretis

Berdasarkan integrasi Sustainable Development Theory, Islamic Economic Theory, Stakeholder Theory, Resource-Based View, Institutional Theory, Theory of Planned Behavior, dan ESG Framework, bab ini mengusulkan model konseptual pengembangan wisata halal berkelanjutan.

Model Konseptual

Institutional Support

(Regulation, Governance, Certification)

↓

Islamic Finance Ecosystem

(Banking, Sukuk, Fintech, Investment)

↓

Halal Tourism Development

(Destination, Services, Infrastructure)

↓

ESG Implementation

(Environmental, Social, Governance)

↓

SDGs Achievement

(Economic, Social, Environmental Outcomes)

↓

Destination Competitiveness

(Reputation, Innovation, Resilience)

↓

Community Welfare

(Falah, Maslahah, Inclusive Prosperity)



Gambar 5. Model Strategis Wisata Halal Berkelanjutan

Penjelasan Model

Pertama, Institutional Theory menjelaskan bahwa keberhasilan wisata halal membutuhkan dukungan regulasi, sertifikasi, dan tata kelola yang kuat.

Kedua, dukungan kelembagaan akan memperkuat Islamic Finance Ecosystem melalui pengembangan perbankan syariah, sukuk, fintech syariah, dan investasi halal.

Ketiga, ekosistem keuangan syariah menyediakan sumber daya finansial yang diperlukan untuk pengembangan destinasi wisata halal.

Keempat, keberhasilan pengembangan destinasi memungkinkan implementasi ESG secara lebih sistematis.

Kelima, implementasi ESG berkontribusi terhadap pencapaian SDGs melalui peningkatan kualitas lingkungan, kesejahteraan sosial, dan pertumbuhan ekonomi.

Keenam, pencapaian SDGs meningkatkan daya saing destinasi melalui reputasi yang lebih baik, inovasi, dan ketahanan terhadap krisis.

Ketujuh, daya saing destinasi pada akhirnya menghasilkan kesejahteraan masyarakat yang sejalan dengan konsep falah dan maslahah dalam ekonomi Islam.

Model ini menunjukkan bahwa wisata halal bukan sekadar sektor pariwisata berbasis agama, melainkan instrumen pembangunan ekonomi berkelanjutan yang mampu menghubungkan keuangan syariah, ESG, SDGs, daya saing destinasi, dan kesejahteraan masyarakat dalam satu kerangka yang terintegrasi.

Kesimpulan

Strategi pengembangan wisata halal berkelanjutan memerlukan pendekatan yang holistik dan multidimensi. Penguatan keuangan syariah, transformasi digital, sertifikasi halal, collaborative governance, integrasi ESG dan SDGs, pemberdayaan UMKM, serta branding destinasi merupakan elemen strategis yang saling melengkapi. Integrasi berbagai strategi tersebut memungkinkan terciptanya ekosistem wisata halal yang lebih kompetitif, inklusif, resilien, dan berkelanjutan. Dalam jangka panjang, keberhasilan implementasi strategi ini tidak hanya meningkatkan daya saing destinasi, tetapi juga berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat dan pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan.

7. Implikasi Kebijakan Bagi Indonesia

7.1 Pendahuluan

Pembahasan pada bab-bab sebelumnya menunjukkan bahwa wisata halal memiliki posisi strategis dalam dinamika ekonomi dan keuangan global. Indonesia memiliki berbagai keunggulan yang mendukung pengembangan wisata halal, mulai dari populasi Muslim terbesar di dunia, kekayaan budaya Islam, keberagaman destinasi wisata, hingga perkembangan ekonomi dan keuangan syariah yang relatif pesat. Namun demikian, berbagai tantangan seperti fragmentasi kebijakan, keterbatasan infrastruktur, rendahnya integrasi kelembagaan, serta persaingan global yang semakin ketat menunjukkan bahwa potensi tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal.

Dalam perspektif Sustainable Development Theory, pengembangan wisata halal harus menjadi bagian dari strategi pembangunan nasional yang mampu menciptakan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, keberlanjutan lingkungan, dan kesejahteraan sosial. Sementara itu, Islamic Economic Theory menekankan bahwa kebijakan publik harus diarahkan pada pencapaian maqasid al-shariah dan kemaslahatan masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan yang terintegrasi dan melibatkan berbagai pemangku kepentingan untuk memperkuat posisi Indonesia sebagai salah satu pusat wisata halal dunia.

7.2 Implikasi Kebijakan bagi Pemerintah Pusat

Pemerintah pusat memiliki peran sentral dalam membangun arah strategis pengembangan wisata halal nasional. Salah satu kebutuhan utama adalah penyusunan roadmap nasional wisata halal yang terintegrasi dengan agenda ekonomi syariah, pembangunan pariwisata nasional, strategi ESG, serta target Sustainable Development Goals (SDGs).

Roadmap tersebut perlu memuat target jangka pendek, menengah, dan panjang yang jelas, termasuk indikator kinerja utama yang dapat diukur secara objektif. Pendekatan ini penting untuk mengurangi fragmentasi kebijakan yang selama ini sering terjadi akibat tumpang tindih kewenangan antar kementerian dan lembaga.

Selain itu, pemerintah pusat perlu memperkuat koordinasi lintas sektor yang melibatkan Kementerian Pariwisata, Kementerian Agama, Kementerian Perdagangan, Kementerian Investasi, Kementerian

BUMN, Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan, BPJPH, serta KNEKS. Koordinasi tersebut diperlukan untuk membangun ekosistem wisata halal yang lebih terintegrasi.

Dalam konteks keuangan syariah, pemerintah juga perlu memperluas penggunaan sukuk negara, green sukuk, dan sustainability sukuk untuk membiayai pembangunan infrastruktur wisata halal yang mendukung tujuan ekonomi dan lingkungan secara simultan.

7.3 Implikasi Kebijakan bagi Pemerintah Daerah

Keberhasilan wisata halal pada akhirnya sangat ditentukan oleh kapasitas pemerintah daerah dalam mengelola destinasi secara efektif. Oleh karena itu, pemerintah daerah perlu mengembangkan pendekatan berbasis klaster (halal tourism cluster) yang mengintegrasikan atraksi wisata, UMKM halal, layanan keuangan syariah, transportasi, dan infrastruktur pendukung dalam satu kawasan yang saling terhubung.

Setiap daerah tidak harus mengadopsi model wisata halal yang sama. Sebaliknya, strategi pengembangan harus disesuaikan dengan karakteristik lokal, budaya masyarakat, potensi ekonomi, serta sumber daya yang tersedia. Lombok, Aceh, Sumatera Barat, Jawa Barat, dan Kalimantan Selatan misalnya memiliki karakteristik yang berbeda sehingga memerlukan pendekatan kebijakan yang berbeda pula.

Pemerintah daerah juga perlu meningkatkan kapasitas aparatur, memperkuat literasi ekonomi syariah, serta mengembangkan sistem monitoring yang mampu mengukur dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dari pengembangan wisata halal.

Dalam perspektif Stakeholder Theory, pemerintah daerah berperan sebagai penghubung antara pemerintah pusat, masyarakat lokal, pelaku usaha, dan investor.

7.4 Implikasi Kebijakan bagi KNEKS

Sebagai lembaga yang bertugas mengoordinasikan pengembangan ekonomi dan keuangan syariah nasional, KNEKS memiliki posisi yang sangat strategis dalam mendorong pengembangan wisata halal.

Pertama, KNEKS perlu memperkuat integrasi antara wisata halal dan masterplan ekonomi syariah nasional. Wisata halal tidak boleh diposisikan sebagai sektor yang berdiri sendiri, melainkan sebagai bagian dari ekosistem halal yang mencakup makanan halal, keuangan syariah, fesyen Muslim, farmasi halal, dan industri kreatif.

Kedua, KNEKS dapat berperan sebagai katalisator investasi dengan mempertemukan investor domestik dan internasional dengan proyek-proyek wisata halal yang memiliki potensi ekonomi tinggi.

Ketiga, KNEKS perlu memperkuat kerja sama internasional dengan negara-negara anggota Organisasi Kerja Sama Islam (OIC), Islamic Development Bank (IsDB), serta berbagai lembaga internasional lainnya untuk memperluas akses pembiayaan dan pasar global.

Keempat, KNEKS dapat mengembangkan indikator nasional wisata halal berkelanjutan yang mengintegrasikan prinsip ESG, SDGs, dan maqasid al-shariah sebagai dasar evaluasi kebijakan.

7.5 Implikasi Kebijakan bagi BPJPH

BPJPH memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan pasar melalui sistem sertifikasi halal yang kredibel. Oleh karena itu, penguatan kelembagaan BPJPH menjadi salah satu prioritas kebijakan.

Pertama, BPJPH perlu mempercepat digitalisasi layanan sertifikasi halal sehingga proses sertifikasi menjadi lebih cepat, transparan, dan efisien.

Kedua, perlu dilakukan harmonisasi standar halal Indonesia dengan standar internasional untuk meningkatkan pengakuan global terhadap sertifikasi halal nasional.

Ketiga, BPJPH perlu memperluas program pendampingan bagi UMKM yang terlibat dalam rantai nilai wisata halal agar mereka dapat memperoleh sertifikasi halal dengan biaya dan prosedur yang lebih terjangkau.

Keempat, penguatan sistem pengawasan dan audit halal menjadi penting untuk menjaga kredibilitas sertifikasi dan meningkatkan kepercayaan wisatawan internasional.

Dalam perspektif Institutional Theory, BPJPH berperan memperkuat regulatory pillar yang menjadi fondasi legitimasi industri wisata halal Indonesia.

7.6 Implikasi Kebijakan bagi Industri Pariwisata

Pelaku industri merupakan aktor utama yang berinteraksi langsung dengan wisatawan. Oleh karena itu, transformasi industri menjadi prasyarat penting dalam meningkatkan daya saing wisata halal nasional.

Hotel, restoran, biro perjalanan, maskapai penerbangan, dan penyedia layanan wisata perlu mengadopsi standar halal yang lebih komprehensif dan tidak hanya terbatas pada aspek makanan. Penyediaan fasilitas ibadah, layanan keluarga, privasi, keamanan, dan kenyamanan harus menjadi bagian integral dari pengalaman wisata halal.

Selain itu, industri perlu mempercepat transformasi digital melalui penggunaan artificial intelligence, big data analytics, smart tourism platform, dan digital marketing. Transformasi ini akan meningkatkan efisiensi operasional sekaligus memperkuat pengalaman wisatawan.

Pelaku industri juga perlu mengintegrasikan prinsip ESG ke dalam model bisnis mereka. Hal ini mencakup pengelolaan lingkungan yang lebih baik, pemberdayaan masyarakat lokal, serta peningkatan transparansi dan tata kelola perusahaan.

7.7 Implikasi Kebijakan bagi Investor

Investasi merupakan faktor yang menentukan kecepatan pengembangan wisata halal. Oleh karena itu, pemerintah perlu menciptakan iklim investasi yang lebih kondusif dan menarik bagi investor domestik maupun internasional.

Investor perlu didorong untuk mengembangkan proyek yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga memiliki dampak sosial dan lingkungan yang positif. Dalam konteks ini, green sukuk, sustainability sukuk, Islamic private equity, dan Islamic venture capital dapat menjadi instrumen yang sangat relevan.

Selain itu, perlu dikembangkan skema blended finance yang mengintegrasikan sumber pembiayaan publik, swasta, filantropi Islam, dan lembaga pembangunan internasional untuk mendukung proyek wisata halal berkelanjutan.

Integrasi investasi syariah dan ESG akan meningkatkan daya tarik sektor wisata halal bagi investor global yang semakin memperhatikan aspek keberlanjutan.

7.8 Implikasi Kebijakan bagi Akademisi dan Lembaga Pendidikan

Pengembangan wisata halal yang berkelanjutan membutuhkan dukungan ilmu pengetahuan dan inovasi. Oleh karena itu, akademisi memiliki peran penting dalam menghasilkan penelitian yang dapat menjadi dasar pengambilan kebijakan berbasis bukti (evidence-based policy).

Perguruan tinggi perlu memperkuat program pendidikan dan pelatihan di bidang wisata halal, ekonomi syariah, manajemen destinasi, ESG, dan transformasi digital. Kurikulum yang bersifat multidisipliner akan menghasilkan sumber daya manusia yang lebih siap menghadapi kebutuhan industri.

Selain itu, akademisi perlu memperluas penelitian mengenai perilaku wisatawan Muslim, daya saing destinasi halal, pembiayaan syariah, smart halal tourism, ESG, dan dampak sosial ekonomi wisata halal.

Kolaborasi antara universitas, pemerintah, industri, dan masyarakat juga perlu diperkuat untuk mempercepat transfer pengetahuan dan inovasi ke dalam praktik pembangunan.

7.9 Pembelajaran dari Praktik Terbaik Internasional

Malaysia

Malaysia merupakan salah satu pemimpin global dalam wisata halal. Keberhasilan Malaysia didukung oleh integrasi kebijakan nasional, sertifikasi halal yang kuat melalui JAKIM, dukungan pemerintah yang konsisten, serta pengembangan industri halal sebagai bagian dari strategi pembangunan nasional.

Pelajaran utama bagi Indonesia adalah pentingnya koordinasi kelembagaan dan konsistensi kebijakan dalam jangka panjang.

Turki

Turki berhasil mengembangkan wisata halal dengan memanfaatkan warisan budaya Islam, sejarah Ottoman, dan kekuatan sektor pariwisata nasional. Strategi diferensiasi berbasis budaya menjadi faktor utama keberhasilan Turki.

Indonesia dapat mengadopsi pendekatan serupa dengan memanfaatkan kekayaan budaya Islam Nusantara sebagai sumber keunggulan kompetitif.

Uni Emirat Arab

Uni Emirat Arab menunjukkan bagaimana integrasi antara keuangan syariah, investasi global, infrastruktur modern, dan teknologi dapat memperkuat daya saing wisata halal.

Pembelajaran utama dari UAE adalah pentingnya investasi besar pada infrastruktur dan transformasi digital.

Arab Saudi

Melalui Vision 2030, Arab Saudi melakukan transformasi besar-besaran dari wisata religi menuju diversifikasi sektor pariwisata yang lebih luas. Investasi besar dalam infrastruktur, teknologi, dan branding global menjadi faktor utama keberhasilannya.

Bagi Indonesia, pengalaman Arab Saudi menunjukkan bahwa keberhasilan wisata halal memerlukan visi jangka panjang yang didukung komitmen politik dan investasi yang konsisten.

Tabel 7. Benchmarking Internasional Wisata Halal

Negara	Keunggulan
Malaysia	Sertifikasi Halal
Turki	Heritage Tourism
UAE	Infrastruktur
Saudi Arabia	Vision 2030
Indonesia	Keanekaragaman Destinasi

Sintesis Kebijakan

Analisis pada bab ini menunjukkan bahwa pengembangan wisata halal Indonesia memerlukan pendekatan kebijakan yang bersifat sistemik dan terintegrasi. Pemerintah pusat, pemerintah daerah, KNEKS, BPJPH, industri, investor, dan akademisi memiliki peran yang saling melengkapi dalam membangun ekosistem wisata halal yang kompetitif dan berkelanjutan.

Pembelajaran dari Malaysia, Turki, Uni Emirat Arab, dan Arab Saudi menunjukkan bahwa keberhasilan wisata halal tidak hanya bergantung pada besarnya populasi Muslim atau potensi destinasi, tetapi juga pada kualitas kelembagaan, integrasi kebijakan, inovasi, investasi, dan tata kelola. Oleh karena itu, Indonesia perlu mengadopsi pendekatan pembangunan yang mengintegrasikan keuangan syariah, ESG, SDGs, transformasi digital, dan pemberdayaan masyarakat dalam satu kerangka kebijakan nasional yang koheren.

Dengan pendekatan tersebut, wisata halal dapat berkembang menjadi instrumen strategis yang tidak hanya meningkatkan daya saing destinasi Indonesia di tingkat global, tetapi juga memperkuat kesejahteraan masyarakat dan mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan.

Tabel 8. Roadmap Kebijakan Wisata Halal Indonesia

Horizon	Fokus
Jangka Pendek	Sertifikasi dan SDM
Jangka Menengah	Infrastruktur dan Digitalisasi
Jangka Panjang	ESG dan Global Branding

Kesimpulan

Perkembangan wisata halal dalam dua dekade terakhir menunjukkan transformasi yang sangat signifikan dari sebuah segmen pasar khusus menjadi salah satu komponen strategis dalam ekonomi halal global. Pertumbuhan populasi Muslim dunia, meningkatnya kelas menengah Muslim, perkembangan teknologi digital, serta ekspansi industri keuangan syariah telah menciptakan lingkungan

yang kondusif bagi perkembangan wisata halal sebagai sektor ekonomi yang memiliki daya saing tinggi dalam lanskap ekonomi dan keuangan global.

Pembahasan dalam bab ini menunjukkan bahwa wisata halal tidak dapat lagi dipahami hanya sebagai aktivitas perjalanan yang menyediakan makanan halal dan fasilitas ibadah. Sebaliknya, wisata halal telah berkembang menjadi ekosistem ekonomi yang menghubungkan berbagai sektor strategis seperti pariwisata, keuangan syariah, industri halal, teknologi digital, investasi berkelanjutan, serta pembangunan ekonomi daerah. Dalam konteks tersebut, wisata halal berperan sebagai penghubung antara permintaan pasar Muslim global dengan berbagai aktivitas ekonomi yang menghasilkan nilai tambah, lapangan kerja, investasi, dan kesejahteraan masyarakat.

Dari perspektif teoritis, pembahasan menunjukkan bahwa pengembangan wisata halal memerlukan pendekatan multidisipliner yang mengintegrasikan berbagai perspektif ilmiah. Sustainable Development Theory memberikan landasan mengenai pentingnya keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, keberlanjutan lingkungan, dan kesejahteraan sosial. Islamic Economic Theory memberikan fondasi normatif melalui konsep maqasid al-shariah, maslahah, keadilan, dan keseimbangan. Stakeholder Theory menjelaskan pentingnya kolaborasi berbagai aktor dalam pengembangan destinasi. Resource-Based View menegaskan bahwa keunggulan kompetitif destinasi halal berasal dari kemampuan mengelola sumber daya strategis yang unik dan sulit ditiru. Institutional Theory menjelaskan pentingnya regulasi, sertifikasi, dan legitimasi kelembagaan. Theory of Planned Behavior membantu memahami perilaku wisatawan Muslim. Sementara itu, ESG Framework menyediakan mekanisme implementasi keberlanjutan yang dapat diukur dan dievaluasi secara sistematis.

Analisis terhadap dinamika keuangan global menunjukkan bahwa keuangan syariah memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung pengembangan wisata halal. Perbankan syariah, sukuk, fintech syariah, venture capital syariah, serta berbagai instrumen sustainable Islamic finance menyediakan sumber pembiayaan yang mampu mendukung pembangunan infrastruktur, inovasi, digitalisasi, dan pengembangan usaha yang terlibat dalam rantai nilai wisata halal. Integrasi antara wisata halal dan keuangan syariah menciptakan peluang untuk membangun model pembangunan yang lebih inklusif, etis, dan berkelanjutan dibandingkan pendekatan pembangunan pariwisata konvensional yang hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi jangka pendek.

Pembahasan juga menunjukkan bahwa prospek wisata halal global sangat menjanjikan. Pertumbuhan populasi Muslim dunia, peningkatan daya beli kelas menengah Muslim, transformasi digital, meningkatnya investasi pada sektor halal, serta berkembangnya kesadaran terhadap keberlanjutan menciptakan peluang besar bagi pengembangan wisata halal pada tingkat global maupun nasional. Indonesia memiliki posisi yang sangat strategis dalam memanfaatkan peluang tersebut karena didukung oleh populasi Muslim terbesar di dunia, keragaman budaya Islam, kekayaan destinasi wisata, serta perkembangan ekonomi dan keuangan syariah yang relatif pesat.

Meskipun demikian, berbagai tantangan masih perlu diatasi agar potensi tersebut dapat diwujudkan secara optimal. Tantangan tersebut mencakup fragmentasi regulasi, belum harmonisnya standar sertifikasi halal global, meningkatnya persaingan antar destinasi, keterbatasan infrastruktur, kualitas sumber daya manusia, fenomena Islamophobia, risiko geopolitik, disrupsi teknologi, serta tuntutan implementasi ESG dan sustainability. Berbagai tantangan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan wisata halal tidak dapat dicapai hanya melalui pertumbuhan pasar, tetapi membutuhkan penguatan kelembagaan, inovasi, tata kelola, dan kolaborasi antar pemangku kepentingan.

Sebagai respons terhadap peluang dan tantangan tersebut, bab ini mengusulkan strategi pengembangan wisata halal berkelanjutan yang mencakup penguatan ekosistem keuangan syariah, transformasi menuju smart halal tourism, penguatan sertifikasi halal dan tata kelola, penerapan collaborative governance, integrasi ESG dan SDGs, pemberdayaan UMKM halal, serta penguatan branding destinasi global. Strategi tersebut dirancang untuk menciptakan sistem pembangunan yang tidak hanya meningkatkan jumlah wisatawan dan investasi,

tetapi juga menghasilkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan yang positif bagi masyarakat.

Kontribusi konseptual utama dari book chapter ini adalah pengembangan model strategis wisata halal berkelanjutan yang menghubungkan keuangan syariah, wisata halal, ESG, SDGs, daya saing destinasi, dan kesejahteraan masyarakat dalam satu kerangka yang terintegrasi. Model tersebut menunjukkan bahwa dukungan kelembagaan dan ekosistem keuangan syariah menjadi fondasi bagi pengembangan wisata halal. Pengembangan wisata halal kemudian mendorong implementasi ESG yang berkontribusi terhadap pencapaian SDGs. Selanjutnya, pencapaian SDGs memperkuat daya saing destinasi yang pada akhirnya menghasilkan kesejahteraan masyarakat yang sejalan dengan konsep falah dan maslahah dalam ekonomi Islam.

Dalam konteks Indonesia, implikasi kebijakan yang dihasilkan menegaskan pentingnya pendekatan pembangunan yang lebih terintegrasi dan berbasis ekosistem. Pemerintah pusat, pemerintah daerah, KNEKS, BPJPH, industri pariwisata, investor, akademisi, dan masyarakat perlu bekerja secara kolaboratif untuk memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat wisata halal dunia. Pengalaman negara-negara seperti Malaysia, Turki, Uni Emirat Arab, dan Arab Saudi menunjukkan bahwa keberhasilan wisata halal sangat dipengaruhi oleh kualitas kelembagaan, konsistensi kebijakan, investasi, inovasi, dan kemampuan membangun ekosistem yang terintegrasi.

Pada akhirnya, wisata halal memiliki potensi besar untuk menjadi instrumen strategis dalam mewujudkan pembangunan ekonomi yang lebih inklusif, berkeadilan, dan berkelanjutan. Dalam era ketika masyarakat global semakin memperhatikan isu keberlanjutan, etika bisnis, tanggung jawab sosial, dan tata kelola yang baik, wisata halal menawarkan paradigma pembangunan yang mampu mengintegrasikan nilai ekonomi, sosial, lingkungan, dan spiritual secara harmonis. Oleh karena itu, pengembangan wisata halal yang didukung oleh keuangan syariah, prinsip ESG, dan tujuan SDGs tidak hanya relevan bagi masyarakat Muslim, tetapi juga dapat menjadi model pembangunan berkelanjutan yang memberikan manfaat bagi masyarakat global secara lebih luas.

BAB 7

Indonesia dalam Rantai Nilai Halal Global: Dari Pasar Konsumen ke Produsen

(Peluang, Tantangan, dan Transformasi Strategis untuk Peningkatan Rantai Nilai)

Isvina Vawaidatur Rohmah

1. Latar Belakang

Ekonomi halal telah berevolusi dari pasar khusus muslim menjadi salah satu segmen paling dinamis dalam ekonomi global. Selama dua dekade terakhir, produk dan layanan halal telah berkembang pesat dan mencakup keuangan, farmasi, kosmetik, fesyen, pariwisata, logistik, media, dan platform digital. Transformasi ini didorong oleh pertumbuhan populasi Muslim global yang pesat dan juga oleh meningkatnya kesadaran konsumen mengenai keamanan produk, jaminan kualitas, dan keberlanjutan.[324] Menurut Laporan Keadaan Ekonomi Islam Global (SGIE) 2024/2025, pengeluaran Muslim global di sektor halal utama mencapai sekitar USD 2,43 triliun pada tahun 2023 dan diproyeksikan meningkat menjadi USD 3,36 triliun

[324] Hasnain Abbas et al., "Sustainable Elements of the Ongoing Growth in the Demand for Halal Products in OBOR Regional Markets," *Frontiers in Nutrition* 12, no. 2 (2025): 9, https://doi.org/10.3389/fnut.2025.1533322.

pada tahun 2028. Pertumbuhan ini mencerminkan pengaruh yang semakin meluas dari pola konsumsi halal di negara-negara mayoritas Muslim dan non-mayoritas Muslim. Produk halal semakin dianggap sebagai simbol kualitas, kebersihan, ketelusuran, dan praktik bisnis yang bertanggung jawab, sehingga memungkinkan produk tersebut menembus pasar konsumen yang lebih luas di luar batas-batas agama.[325]

Populasi Muslim global telah lebih 2 miliar orang dan diperkirakan akan terus tumbuh selama beberapa dekade mendatang dan menciptakan permintaan berkelanjutan untuk barang dan jasa halal.[326] Pada saat yang sama, perkembangan teknologi telah mengubah cara produk halal diproduksi, disertifikasi, dipasarkan, dan didistribusikan. Perdagangan digital, teknologi keuangan, sistem ketertelusuran berbasis blockchain, dan kecerdasan buatan semakin terintegrasi ke dalam ekosistem halal, memungkinkan perusahaan untuk mengakses pasar internasional secara lebih efisien sekaligus meningkatkan transparansi dan kepercayaan konsumen.[327]

Ekonomi halal kini tidak lagi dipahami semata-mata sebagai sistem yang berlandaskan kepatuhan terhadap prinsip agama, tetapi juga semakin terkait dengan isu-isu global seperti keberlanjutan dan konsumsi yang bertanggung jawab. Perkembangan ini didorong oleh perubahan preferensi konsumen, terutama generasi muda, yang cenderung memilih produk dan layanan yang sejalan dengan nilai-nilai etika, kepedulian lingkungan, serta tanggung jawab sosial. Perpaduan antara prinsip halal dan agenda keberlanjutan[328] telah memperluas daya tarik pasar halal di berbagai negara sekaligus mendorong tumbuhnya gerakan gaya hidup halal di tingkat global[329].

[325] DinarStandard, "State of the Global Islamic Economy 2025," 2025, https://www.dinarstandard.com/insights/sgier-2024-25.

[326] Arisy Abror Dzukroni and Mukhamad Yazid Afandi, "Optimizing Sharia Insurance in Building Halal Value Chain," *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance* 6, no. 2 (2023): 145, https://doi.org/10.21043/malia.v6i2.16593.

[327] Andry Alamsyah, Naufal Hakim, and Ratih Hendayani, "Blockchain Based Traceability System to Support the Indonesian Halal Supply Chain Ecosystem," *Economies* 10, no. 6 (2022), https://doi.org/10.3390/economies10060134.

[328] Sirajul Arifin, Ana Toni Roby Candra Yudha, and Bagus Shandy Narmaditya, "Integration of Attitudes and Behavioral Control on Intention to Consume Halal and Environment-Friendly Products," *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, March 3, 2026, 1–19, https://doi.org/10.1108/JIABR-06-2025-0362.

[329] Md Mahfujur Rahman et al., "Navigating Moral Landscape: Islamic Ethical Choices and Sustainability in Halal Meat Production and Consumption," *Discover Sustainability* 5, no. 1 (2024), https://doi.org/10.1007/s43621-024-00388-y.

Oleh karena itu, ekonomi halal saat ini berperan lebih dari sekadar pasar berbasis agama; sektor ini telah berkembang menjadi bagian penting dalam perdagangan internasional dan strategi pembangunan industri di berbagai negara.

Indonesia menempati posisi strategis dalam ekonomi halal global. Sebagai negara dengan lebih dari 240 juta umat Muslim, Indonesia mewakili populasi Muslim terbesar di dunia dan salah satu pasar konsumen terbesar untuk produk dan layanan halal.[330] Pengeluaran halal domestik negara ini diperkirakan mencapai sekitar USD 170 miliar per tahun, menjadikan Indonesia salah satu pusat permintaan terpenting di pasar halal global.[331] Keunggulan demografis ini telah menghasilkan peluang ekonomi yang substansial. Permintaan domestik yang kuat telah mendorong pertumbuhan di berbagai sektor halal, termasuk makanan dan minuman, busana muslimah, keuangan Islam, pariwisata halal, farmasi, dan kosmetik. Indonesia juga telah menunjukkan prestasi yang signifikan di beberapa bidang ekonomi halal. Negara ini telah muncul sebagai pemimpin global dalam busana muslimah dan telah meningkatkan peringkatnya dalam Indikator Ekonomi Islam Global dalam beberapa tahun terakhir.[332] Terlepas dari kekuatan-kekuatan ini, Indonesia menghadapi paradoks struktural mendasar. Meskipun negara ini merupakan salah satu konsumen produk halal terbesar di dunia, Indonesia belum memantapkan dirinya sebagai produsen dominan dalam rantai nilai halal global. Sebagian besar permintaan domestik terus dipenuhi melalui produk impor, sementara pangsa ekspor halal global Indonesia masih relatif terbatas[333].

[330] Nadia Nuril Ferdaus and Amrullah, "Navigating Halal Certification: Key Factors Influencing Lombok Smes' Commitment To Compliance," *Elastisitas : Jurnal Ekonomi Pembangunan* 6, no. 2 (2024): 33–42, https://doi.org/10.29303/e-jep.v6i025.

[331] DinarStandard, "State of the Global Islamic Economy 2025."

[332] Akim Akim et al., "Indonesia's Global Halal Hub: Competitive Strategies for Leadership," *Jurnal Global & Strategis* 18, no. 1 (2024): 29–56, https://doi.org/10.20473/jgs.18.1.2024.29-56.

[333] Azwar Azwar, Abur Hamdi Usman, and Mohd Farid Ravi Abdullah, "The Opportunities and Challenges of the Halal Food Industry in Indonesia: Some Notes from Quranic and Economic Perspectives," *Al-Irsyad: Journal of Islamic and Contemporary Issues* 7, no. 1 (2022): 807–18, https://doi.org/10.53840/alirsyad.v7i1.270.

Ketidakseimbangan ini menjadi sangat jelas ketika Indonesia dibandingkan dengan negara-negara seperti Malaysia. Meskipun Malaysia memiliki pasar domestik yang jauh lebih kecil, negara ini telah berhasil memposisikan diri sebagai pusat produksi dan ekspor halal terkemuka melalui sistem sertifikasi yang kuat, logistik halal terintegrasi, kebijakan industri yang terkoordinasi, dan strategi penetrasi pasar internasional[334]. Sebaliknya, Indonesia masih sangat terkonsentrasi pada tahap konsumsi dalam rantai nilai halal. Beberapa tantangan struktural berkontribusi pada kondisi ini. Tantangan tersebut meliputi daya saing industri yang terbatas, rantai pasokan halal yang terfragmentasi, adopsi sertifikasi yang tidak merata di antara usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), integrasi yang tidak memadai dengan jaringan produksi global, dan infrastruktur logistik halal yang belum berkembang[335]. Akibatnya, pasar Indonesia yang besar belum diterjemahkan menjadi pengaruh yang proporsional terhadap produksi, distribusi, dan tata kelola ekonomi halal global.

Keberadaan paradoks ini memunculkan pertanyaan penting bagi para pembuat kebijakan, pemangku kepentingan industri, dan akademisi: bagaimana Indonesia dapat mengubah posisinya dari ekonomi halal yang didominasi konsumen menjadi ekonomi yang didominasi produsen dan mampu membentuk pasar halal global? Dengan latar belakang tersebut, bab ini mengkaji lanskap ekonomi halal global yang terus berkembang dan posisi Indonesia di dalamnya. Secara spesifik, bab ini mengejar empat tujuan. Pertama, kajian ini mengeksplorasi dinamika kontemporer industri halal global, termasuk lintasan pertumbuhannya, sektor-sektor utama, dan tren yang muncul. Kedua, kajian ini menganalisis perkembangan industri halal Indonesia, dengan fokus pada kekuatan pasar domestik, mekanisme dukungan kelembagaan, dan kendala struktural. Ketiga, kajian ini mengevaluasi kontribusi ekonomi industri halal bagi Indonesia melalui dampaknya terhadap produk domestik bruto, kinerja perdagangan, investasi, dan pengembangan UMKM. Keempat, kajian ini menilai

[334] Mohd Fauzi; Nadzirah et al., "Halal Economic: Challenges and Emerging Opportunities in Malaysia," *Journal of Islamic Philanthropy and Social Finance* 1, no. 1 (2022): 29–37, https://doi.org/10.24191/jipsf/v1n12020_29-37.

[335] Tika Widiastuti, "Obstacles and Strategies in Developing Halal Industry: Evidence from Indonesia," *Humanities & Social Sciences Reviews* 8, no. 4 (2020): 398–406, https://doi.org/10.18510/hssr.2020.8439.

posisi Indonesia dalam rantai nilai halal global dan mengidentifikasi jalur strategis untuk mentransformasikan negara ini dari konsumen halal utama menjadi produsen halal yang kompetitif secara global.

Dengan mengintegrasikan perspektif dari studi industri halal dan teori rantai nilai global, bab ini berpendapat bahwa daya saing Indonesia di masa depan tidak hanya bergantung pada ukuran pasar domestiknya, tetapi juga pada kemampuannya untuk memperkuat kapasitas produksi, memperluas ekspor bersertifikat halal, mengembangkan sistem logistik halal terintegrasi, dan menanamkan perusahaan domestik dalam rantai nilai halal internasional. Transformasi semacam itu sangat penting jika Indonesia ingin mewujudkan ambisinya untuk menjadi pusat halal global terkemuka dalam beberapa dekade mendatang.

2. Landasan Teoretis

2.1. Konsep Industri Halal

Industri halal telah berevolusi secara signifikan dari kepatuhan agama menjadi ekosistem ekonomi komprehensif yang mencakup produksi, distribusi, konsumsi, keuangan, logistik, pariwisata, dan layanan digital. Secara historis, konsep halal utamanya dikaitkan dengan konsumsi makanan dan pelarangan zat-zat tertentu berdasarkan hukum Islam. Namun, perkembangan kontemporer telah memperluas cakupan halal di luar produk makanan hingga mencakup farmasi, kosmetik, fashion, pariwisata, layanan keuangan, logistik, media, dan gaya hidup.[336] Industri halal mengacu pada kumpulan aktivitas ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam sekaligus memenuhi standar modern dalam hal kualitas, keamanan, kebersihan, keberlanjutan, dan perilaku bisnis yang etis. Akibatnya, sertifikasi halal berfungsi tidak hanya sebagai persyaratan agama tetapi juga sebagai sinyal pasar yang mengurangi asimetri informasi dan memperkuat kepercayaan konsumen.[337] Industri halal berkaitan erat dengan perubahan demografis dan pergeseran

[336] Md Siddique E Azam and Abdullah, "Global Halal Industry: Realities and Opportunities," *International Journal of Islamic Business Ethics* 5, no. 1 (2020): 47, https://doi.org/10.30659/ijibe.5.1.47-59.

[337] Reham I Elseidi, "Determinants of Halal Purchasing Intentions: Evidences from UK," *Journal of Islamic Marketing* 9, no. 1 (March 5, 2018): 167–90, https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2016-0013.

perilaku konsumen. Pertumbuhan populasi Muslim, peningkatan pendapatan sekali pakai, urbanisasi, dan peningkatan kesadaran akan kualitas produk secara kolektif telah mendorong permintaan produk halal di seluruh dunia. Selain itu, produk halal semakin banyak dikonsumsi oleh konsumen non-Muslim yang menganggap sertifikasi halal sebagai indikator keamanan produk, jaminan kualitas, dan praktik produksi yang etis.[338]

Berbagai studi terbaru menunjukkan bahwa ekonomi halal kini berkembang sebagai sebuah sistem ekonomi yang memiliki karakteristik tersendiri.[339] Dalam sistem ini, penciptaan nilai tidak hanya terjadi pada tahap produksi atau manufaktur, tetapi juga mencakup berbagai aktivitas pendukung seperti sertifikasi halal, logistik, pemasaran, platform digital, hingga layanan keuangan. Pandangan yang lebih komprehensif ini mengindikasikan bahwa keberhasilan dan daya saing dalam industri halal tidak semata-mata ditentukan oleh kapasitas produksi, melainkan juga oleh kemampuan untuk menghubungkan, mengoordinasikan, dan menyinergikan berbagai pelaku yang terlibat dalam keseluruhan ekosistem halal.

Pertumbuhan ekonomi halal global yang semakin pesat menunjukkan bahwa halal telah menjadi komponen penting dalam perdagangan internasional kontemporer. Menurut Laporan Kondisi Ekonomi Islam Global (SGIE) 2024/2025, pengeluaran umat Muslim di sektor makanan dan minuman halal melebihi USD 2,4 triliun pada tahun 2023 dan diproyeksikan akan terus berkembang dalam beberapa tahun mendatang.[340] Pertumbuhan ini telah mengubah industri halal menjadi salah satu sektor yang paling menjanjikan dalam ekonomi global, menarik perhatian pemerintah, perusahaan multinasional, dan investor dari negara-negara mayoritas Muslim maupun non-mayoritas Muslim. Oleh karena itu, industri halal tidak lagi tepat dipandang hanya sebagai pasar yang berorientasi pada kebutuhan keagamaan. Lebih dari itu, industri ini telah berkembang menjadi sektor ekonomi strategis yang mendorong persaingan antarnegara dalam menciptakan nilai tambah melalui penguatan kapasitas produksi, inovasi, sistem sertifikasi, pembangunan merek, serta keterhubungan dengan pasar global. Dalam konteks ini, keberhasilan suatu negara tidak hanya ditentukan oleh kemampuannya menghasilkan produk halal, tetapi juga oleh kemampuannya mengelola seluruh rantai nilai halal secara efektif dan berdaya saing internasional.

2.2. Teori Rantai Nilai Halal

Konsep rantai nilai halal berkembang dari pemahaman bahwa kehalalan suatu produk tidak hanya ditentukan oleh bahan yang digunakan, tetapi juga oleh seluruh proses yang dilalui produk tersebut sebelum sampai ke tangan konsumen. Berbeda dengan rantai pasokan konvensional yang umumnya berfokus pada efisiensi operasional, pengurangan biaya, dan ketepatan distribusi, rantai nilai halal menuntut adanya jaminan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah pada setiap tahapan penciptaan nilai.

Menurut Tieman, van der Vorst, dan Ghazali (2012), manajemen rantai pasokan halal merupakan suatu pendekatan yang terintegrasi untuk memastikan integritas halal tetap terjaga mulai dari sumber bahan baku hingga produk dikonsumsi oleh pengguna akhir.[341] kepatuhan halal tidak cukup hanya dilihat dari komposisi atau bahan yang digunakan dalam produk. Aspek tersebut juga harus mencakup seluruh aktivitas dalam rantai nilai, termasuk pengadaan bahan baku, proses produksi, penyimpanan, transportasi, pengemasan, distribusi, hingga penjualan kepada konsumen. Dengan demikian, setiap potensi kontaminasi atau pencampuran dengan produk non-halal pada salah satu tahapan tersebut dapat memengaruhi bahkan menghilangkan status halal dari produk akhir yang dihasilkan.

Perspektif ini melahirkan konsep integritas halal, yaitu upaya menjaga dan memastikan status halal suatu produk tetap terpelihara sepanjang rantai pasokan. Untuk mewujudkannya, diperlukan

[338] Mohd Helmi Ali, Kim Hua Tan, and Md Daud Ismail, "A Supply Chain Integrity Framework for Halal Food," *British Food Journal* 119, no. 1 (January 3, 2017): 20–38, https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2016-0345.

[339] Muhammad Khozin Ahyar, "Halal Industry and Islamic Banking: A Study of Halal Ecosystem Regulation in Indonesia," *Journal of Finance and Islamic Banking* 2, no. 2 (2020): 165–82, https://doi.org/10.22515/jfib.v2i2.1929.

[340] DinarStandard, "State of the Global Islamic Economy 2025."

[341] Marco Tieman, Jack G A J van der Vorst, and Maznah Che Ghazali, "Principles in Halal Supply Chain Management," *Journal of Islamic Marketing* 3, no. 3 (September 14, 2012): 217–43, https://doi.org/10.1108/17590831211259727.

tata kelola yang terkoordinasi dengan baik, didukung oleh sistem ketertelusuran *(traceability)*, prosedur sertifikasi yang jelas, serta mekanisme pengawasan yang melibatkan berbagai pihak terkait. Dengan demikian, sertifikasi halal tidak dapat dipandang sebagai tujuan akhir, melainkan sebagai salah satu bagian dari sistem jaminan halal yang lebih komprehensif. Sistem ini berfungsi untuk memastikan bahwa standar halal diterapkan secara konsisten pada setiap tahapan, mulai dari produksi hingga produk diterima oleh konsumen.

Semakin kompleksnya perdagangan internasional menjadikan logistik halal sebagai elemen yang semakin penting dalam industri halal global. Saat ini, daya saing industri halal tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan produk halal, tetapi juga oleh kemampuan menjaga integritas produk tersebut selama proses distribusi lintas negara. Karena itu, pengembangan sistem logistik halal yang terintegrasi yang menjamin pemisahan produk, ketertelusuran, transparansi, dan kepatuhan terhadap standar halal menjadi faktor kunci dalam mendukung perdagangan halal global. Kondisi ini menunjukkan bahwa negara yang ingin berperan sebagai pusat halal dunia perlu membangun tidak hanya sistem sertifikasi yang kuat, tetapi juga infrastruktur logistik yang mampu mendukung pergerakan produk halal secara aman dan efisien di pasar internasional.

konsep rantai nilai halal tidak terbatas pada aktivitas produksi dan distribusi fisik semata. Rantai nilai halal mencakup berbagai kegiatan yang saling terhubung dan bersama-sama menciptakan nilai bagi konsumen. Kegiatan tersebut meliputi pengadaan bahan baku, proses produksi, sertifikasi halal, pengembangan merek *(branding)*, logistik, pemasaran, distribusi ritel, hingga layanan purna jual. Setiap tahapan memiliki kontribusi terhadap nilai akhir produk halal sekaligus membuka peluang ekonomi bagi perusahaan maupun negara yang terlibat di dalamnya.

Dalam konteks ini, negara yang mampu menguasai aktivitas dengan nilai tambah tinggi seperti sertifikasi, branding, logistik, inovasi teknologi, dan jaringan distribusi global, umumnya memperoleh manfaat ekonomi yang lebih besar dibandingkan negara yang hanya berperan sebagai pemasok bahan baku atau pasar konsumen. Oleh karena itu, pemahaman yang komprehensif mengenai struktur rantai nilai halal menjadi sangat penting untuk menilai posisi Indonesia dalam ekonomi halal global. Analisis tersebut juga dapat membantu mengidentifikasi strategi dan peluang yang diperlukan agar Indonesia dapat meningkatkan perannya dari sekadar pasar konsumsi menjadi pelaku utama yang mampu menciptakan nilai tambah di berbagai segmen industri halal internasional..

2.3. Teori dan Tata Kelola Rantai Nilai Global

Meskipun teori rantai pasokan halal memberikan pemahaman yang baik mengenai bagaimana integritas halal dipertahankan sepanjang proses produksi dan distribusi, pendekatan ini belum sepenuhnya mampu menjelaskan mengapa sebagian negara berhasil menjadi pemain dominan dalam industri halal global, sementara negara lain lebih banyak berperan sebagai pasar konsumen. Untuk memahami perbedaan tersebut, bab ini menggunakan kerangka Rantai Nilai Global (Global Value Chain/GVC) yang diperkenalkan oleh Gereffi (1999).[342]

Perspektif Rantai Nilai Global (Global Value Chain/GVC) memandang produksi sebagai proses yang tersebar secara internasional, di mana berbagai tahapan penciptaan nilai dilakukan di lokasi yang berbeda sesuai dengan keunggulan masing-masing negara atau perusahaan. Dalam sistem ini, sebuah produk tidak lagi diproduksi sepenuhnya dalam satu negara. Aktivitas seperti desain, manufaktur, logistik, branding, pemasaran, hingga distribusi dapat dilakukan oleh berbagai aktor yang terhubung dalam jaringan produksi global. Namun, nilai ekonomi yang dihasilkan dari aktivitas tersebut tidak terdistribusi secara merata karena setiap tahapan memiliki tingkat nilai tambah yang berbeda.[343] Salah satu kontribusi utama teori GVC adalah penekanannya pada kemampuan menangkap nilai (value capture), bukan sekadar besarnya volume produksi atau perdagangan. Sebuah negara dapat terlibat secara aktif dalam perdagangan global, tetapi tetap memperoleh manfaat ekonomi yang terbatas apabila

[342] Gary Gereffi, "International Trade and Industrial Upgrading in the Apparel Commodity Chain," *Journal of International Economics* 48, no. 1 (1999): 37–70, https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0022-1996(98)00075-0.

[343] Ibid, 37-70.

perannya hanya berada pada aktivitas dengan nilai tambah rendah. Sebaliknya, negara yang mampu menguasai fungsi-fungsi strategis seperti pengembangan produk, sertifikasi, branding, logistik, dan distribusi biasanya memperoleh porsi nilai ekonomi yang lebih besar dari rantai nilai global.

Untuk menjelaskan bagaimana aktivitas dalam rantai nilai global diorganisasi, Gereffi, Humphrey, dan Sturgeon (2005) memperkenalkan konsep tata kelola rantai nilai global *(global value chain governance).* Tata kelola merujuk pada mekanisme yang digunakan oleh aktor utama dalam rantai nilai untuk mengoordinasikan kegiatan, menetapkan standar, serta membagi peran dan tanggung jawab antar pelaku. Mereka mengidentifikasi beberapa bentuk tata kelola, yaitu *market, modular, relational, captive,* dan *hierarchical,* yang masing-masing menunjukkan tingkat koordinasi dan distribusi kekuasaan yang berbeda dalam jaringan produksi global.[344] Konsep tata kelola ini sangat relevan dalam industri halal karena akses pasar dan distribusi nilai tidak hanya ditentukan oleh produsen, tetapi juga oleh berbagai aktor lain seperti lembaga sertifikasi halal, perusahaan makanan multinasional, penyedia layanan logistik, serta regulator. Dalam praktiknya, negara yang memiliki sistem sertifikasi halal yang kredibel dan diakui secara internasional, didukung oleh ekosistem industri yang terintegrasi, cenderung memiliki pengaruh yang lebih besar dalam menentukan standar dan arah perkembangan pasar halal global.

Selain tata kelola, kerangka GVC juga memperkenalkan konsep peningkatan industri *(industrial upgrading),* yaitu proses perpindahan dari aktivitas dengan nilai tambah rendah menuju aktivitas yang menghasilkan nilai tambah lebih tinggi. Literatur GVC umumnya membedakan empat bentuk peningkatan industri. [345] Pertama, peningkatan proses *(process upgrading)* yang berfokus pada peningkatan efisiensi dan produktivitas produksi. Kedua, peningkatan produk *(product upgrading)* yang bertujuan menghasilkan produk dengan kualitas dan kompleksitas yang lebih tinggi. Ketiga, peningkatan fungsi *(functional upgrading)* yang melibatkan perpindahan ke aktivitas bernilai tinggi seperti branding, sertifikasi, penelitian dan pengembangan, serta logistik. Keempat, peningkatan rantai nilai *(chain upgrading)* yang memungkinkan perusahaan atau negara memasuki rantai nilai yang lebih maju dan menguntungkan. Bagi negara berkembang, peningkatan fungsi sering dianggap sebagai strategi yang paling penting karena memungkinkan peningkatan perolehan nilai ekonomi tanpa harus bergantung pada peningkatan volume produksi semata. Dalam konteks ekonomi halal, strategi ini dapat diwujudkan melalui transformasi dari sekadar pemasok bahan baku atau pasar konsumen menjadi produsen halal yang kompetitif, lembaga sertifikasi yang diakui secara global, penyedia logistik halal, serta eksportir yang memiliki posisi kuat di pasar internasional.

2.4. Dinamika Pasar Halal Global

Pasar halal modern saat ini berkembang di bawah pengaruh berbagai faktor yang saling terkait dan terus membentuk ulang pola produksi, konsumsi, serta dinamika persaingan global. Faktor-faktor tersebut mencakup pertumbuhan demografis, kemajuan teknologi, meningkatnya perhatian terhadap keberlanjutan, perubahan preferensi konsumen, dan semakin terintegrasinya ekonomi global. Pertama, pertumbuhan demografis tetap menjadi fondasi utama bagi ekspansi pasar halal. Populasi Muslim dunia merupakan salah satu kelompok yang mengalami pertumbuhan paling pesat, sehingga menciptakan permintaan yang terus meningkat terhadap berbagai produk dan layanan halal. Selain itu, kenaikan pendapatan masyarakat di banyak negara dengan mayoritas penduduk Muslim turut memperkuat daya beli dan memperluas potensi pasar halal di berbagai sektor ekonomi. Kedua, transformasi digital telah membawa perubahan signifikan dalam ekosistem halal. Perkembangan teknologi seperti platform e-commerce, sistem pembayaran digital, kecerdasan buatan *(artificial intelligence)*, *blockchain*, dan analitik data telah mengubah cara produk halal diproduksi, disertifikasi, dipasarkan, dan didistribusikan. Di antara berbagai inovasi tersebut, teknologi *blockchain* semakin banyak dimanfaatkan untuk mendukung sistem ketertelusuran *(traceability),* sehingga mampu meningkatkan transparansi rantai pasokan sekaligus

[344] Gary Gereffi, John Humphrey, and Timothy Sturgeon, "The Governance of Global Value Chains," *Review of International Political Economy* 12, no. 1 (February 1, 2005): 78–104, https://doi.org/10.1080/09692290500049805.

[345] Gereffi, "International Trade and Industrial Upgrading in the Apparel Commodity Chain."

memperkuat kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk yang mereka konsumsi.[346] Ketiga, isu keberlanjutan semakin memengaruhi arah perkembangan industri halal. Konsumen masa kini tidak hanya mempertimbangkan aspek kehalalan produk, tetapi juga semakin memperhatikan dampak lingkungan, kesejahteraan hewan, sumber bahan baku yang diperoleh secara bertanggung jawab, serta praktik konsumsi yang berkelanjutan. Perubahan preferensi ini mendorong semakin eratnya integrasi antara prinsip-prinsip halal dan agenda keberlanjutan. Akibatnya, produk halal kini memiliki peluang untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas, termasuk konsumen yang menjadikan nilai-nilai etika dan keberlanjutan sebagai pertimbangan utama dalam keputusan pembelian.[347]

Selain itu, persaingan dalam ekonomi halal global semakin ditentukan oleh kekuatan ekosistem, bukan semata-mata oleh kinerja perusahaan secara individual. Negara yang mampu mengintegrasikan berbagai elemen pendukung seperti produksi, sertifikasi, logistik, inovasi, infrastruktur digital, pembiayaan, dan akses ke pasar internasional memiliki peluang yang lebih besar untuk berkembang menjadi pusat halal global. Dengan demikian, daya saing dalam industri halal tidak hanya bergantung pada besarnya pasar domestik, tetapi juga pada kemampuan suatu negara dalam mengoordinasikan dan mengelola jaringan penciptaan nilai yang kompleks dan saling terhubung.

Secara keseluruhan, teori industri halal, teori rantai pasokan halal, dan teori Rantai Nilai Global (*Global Value Chain*/GVC) memberikan landasan konseptual yang komprehensif untuk memahami posisi Indonesia dalam ekonomi halal yang terus berkembang. Ketiga perspektif tersebut menunjukkan bahwa daya saing jangka panjang tidak cukup hanya ditopang oleh tingginya permintaan konsumen domestik. Lebih dari itu, diperlukan kemampuan untuk menciptakan dan menangkap nilai pada berbagai tahapan rantai nilai, mulai dari produksi, sertifikasi, logistik, hingga distribusi internasional.

[346] Alamsyah, Hakim, and Hendayani, "Blockchain Based Traceability System to Support the Indonesian Halal Supply Chain Ecosystem."

[347] Rahman et al., "Navigating Moral Landscape: Islamic Ethical Choices and Sustainability in Halal Meat Production and Consumption."

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, pembahasan pada bagian selanjutnya akan mengevaluasi perkembangan industri halal Indonesia sekaligus menganalisis posisi dan peluang Indonesia dalam rantai nilai halal global.

3. Gambaran Umum Industri Halal Global

3.1. Ukuran dan Pertumbuhan Pasar

Selama dua dekade terakhir, industri halal telah berkembang menjadi salah satu sektor dengan pertumbuhan paling pesat dalam ekonomi global. Jika sebelumnya halal lebih banyak dikaitkan dengan kepatuhan terhadap ajaran agama dalam konsumsi makanan, saat ini konsep tersebut telah berevolusi menjadi ekosistem ekonomi yang mencakup berbagai sektor, seperti makanan dan minuman, farmasi, kosmetik, fesyen, pariwisata, logistik, media, hingga jasa keuangan. Perkembangan ini menunjukkan bahwa halal tidak lagi sekadar menjadi standar konsumsi keagamaan, tetapi telah menjadi bagian penting dari aktivitas ekonomi modern yang menjangkau berbagai industri.

Pertumbuhan ekonomi halal global tidak terlepas dari perubahan demografis dan perkembangan ekonomi dunia. Jumlah penduduk Muslim global telah melampaui dua miliar jiwa pada tahun 2023 dan diperkirakan akan terus meningkat, terutama di kawasan Asia, Afrika, dan Timur Tengah. Pertumbuhan populasi tersebut diikuti oleh meningkatnya tingkat pendapatan, urbanisasi, serta kesadaran konsumen terhadap pentingnya produk dan layanan halal. Kombinasi berbagai faktor tersebut telah menciptakan permintaan pasar yang besar dan terus berkembang di berbagai sektor industri halal.[348] Kondisi ini tercermin dari nilai pengeluaran konsumen Muslim global pada sektor-sektor halal utama yang mencapai sekitar USD 2,43 triliun pada tahun 2023 dan diproyeksikan meningkat menjadi USD 3,36 triliun pada tahun 2028.[349] Tren tersebut menunjukkan bahwa ekonomi halal memiliki tingkat pertumbuhan yang mampu melampaui banyak pasar konsumen konvensional.

[348] Abbas et al., "Sustainable Elements of the Ongoing Growth in the Demand for Halal Products in OBOR Regional Markets."

[349] DinarStandard, "State of the Global Islamic Economy 2025."

Menariknya, perkembangan ekonomi halal tidak lagi hanya terjadi di negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim. Sejumlah negara seperti China, South Korea, Japan, Australia, Brazil, dan Thailand juga aktif mengembangkan industri halal melalui investasi pada sistem produksi, sertifikasi, dan infrastruktur pendukung lainnya. Langkah ini dilakukan untuk memperoleh akses ke pasar konsumen Muslim yang terus berkembang di berbagai belahan dunia. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa halal kini telah bertransformasi menjadi standar ekonomi global yang memiliki nilai komersial tinggi, bukan semata-mata persyaratan yang didasarkan pada pertimbangan keagamaan.[350]

Meningkatnya peran ekonomi halal juga tercermin dari semakin banyaknya negara yang memasukkan sektor halal ke dalam strategi pembangunan nasional mereka. Industri halal kini dipandang sebagai instrumen penting untuk mendorong ekspor, mempercepat transformasi industri, serta meningkatkan daya saing di pasar internasional. Dalam konteks ini, persaingan antarnegara tidak lagi hanya ditentukan oleh besarnya pasar domestik atau tingkat konsumsi masyarakat, tetapi juga oleh kemampuan membangun kapasitas produksi yang kompetitif, sistem sertifikasi yang kredibel, jaringan logistik yang efisien, inovasi teknologi, serta akses yang kuat ke pasar global. Oleh karena itu, keberhasilan dalam ekonomi halal semakin bergantung pada kemampuan suatu negara untuk mengelola seluruh ekosistem industri halal secara terintegrasi dan berorientasi global.

3.2. Sektor Utama Ekonomi Halal Global

1. Makanan dan muniman halal

   Sektor makanan halal tetap menjadi komponen terbesar dari ekonomi halal global. Pengeluaran umat Muslim untuk makanan halal melebihi USD 1,4 triliun pada tahun 2023 dan terus menyumbang sebagian besar konsumsi halal global.[351] Sektor ini mencakup produk pertanian, makanan olahan, minuman, bahan baku, dan jasa makanan. Pertumbuhan permintaan tidak hanya didorong oleh perluasan populasi tetapi juga oleh meningkatnya kekhawatiran mengenai keamanan pangan, ketelusuran, kebersihan, dan sumber yang etis. Akibatnya, sertifikasi makanan halal telah menjadi mekanisme jaminan kualitas penting yang menarik konsumen Muslim dan non-Muslim.[352]

2. Keuangan Islam

   Keuangan Islam berfungsi sebagai tulang punggung keuangan ekonomi halal. Sektor ini mencakup perbankan Islam, sukuk, takaful, manajemen aset Islam, dan berbagai instrumen keuangan yang sesuai dengan syariah. Aset keuangan Islam secara global melampaui USD 4,9 triliun pada tahun 2023[353] dan diproyeksikan akan terus berkembang seiring dengan semakin banyaknya pemerintah dan perusahaan yang menggunakan mekanisme pembiayaan Islam untuk pembangunan infrastruktur dan industri.

   Pentingnya strategis keuangan Islam terletak pada kemampuannya untuk memobilisasi modal bagi industri halal sekaligus memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip etika Islam. Akibatnya, banyak negara memandang keuangan Islam dan pengembangan industri halal sebagai komponen yang saling memperkuat dalam ekosistem ekonomi Islam yang lebih luas.[354]

3. Fashion Muslim

   Busana muslimah telah menjadi salah satu segmen paling dinamis dalam ekonomi halal. Didorong oleh perubahan preferensi konsumen, pemasaran digital, dan keterlibatan media sosial, busana muslimah telah berkembang menjadi industri gaya hidup global. Pengeluaran konsumen muslim untuk busana muslimah mencapai ratusan miliar dolar setiap tahunnya, menciptakan peluang signifikan bagi desainer, produsen, pengecer, dan platform digital.[355] Sektor ini menunjukkan bagaimana konsumsi halal

[350] Ali, Tan, and Ismail, "A Supply Chain Integrity Framework for Halal Food."
[351] DinarStandard, "State of the Global Islamic Economy 2025."
[352] Elseidi, 2018
[353] DinarStandard, "State of the Global Islamic Economy 2025."
[354] Loso Judijanto et al., "The Role of Sharia Risk Management, Islamic Investment Ethics, and Riba-Free Financing in the Development of the Halal Industry in Indonesia," *Jurnal Multidisiplin West Science* 3, no. 03 (2024): 366–77, https://doi.org/10.58812/jmws.v3i03.1061.
[355] Arianti & Hadiprawoto, 2024

semakin beririsan dengan gaya hidup, identitas, dan ekspresi budaya, bukan hanya pertimbangan keagamaan semata.

4. Kosmetik halal

Sektor kosmetik halal telah mengalami ekspansi pesat karena meningkatnya kesadaran konsumen mengenai transparansi bahan, sumber bahan yang etis, dan keamanan produk. Konsumen semakin menuntut jaminan bahwa kosmetik bebas dari zat terlarang dan diproduksi sesuai dengan standar halal.[356] Di banyak pasar, kosmetik halal diposisikan tidak hanya sebagai produk yang sesuai dengan aturan agama, tetapi juga sebagai produk premium yang menekankan kualitas, keberlanjutan, dan perlindungan konsumen.

5. Farmasi halal

Industri farmasi merupakan segmen ekonomi halal yang penting secara strategis namun relatif kurang berkembang. Meningkatnya permintaan akan obat-obatan, vaksin, suplemen, dan produk perawatan kesehatan halal telah mendorong perusahaan farmasi untuk mengadopsi sistem sertifikasi halal.[357]

Sektor ini menghadapi tantangan unik karena kepatuhan halal harus dijaga di seluruh proses produksi yang kompleks yang melibatkan bahan baku, teknologi manufaktur, dan rantai pasokan global. Akibatnya, negara-negara yang mampu mengembangkan industri farmasi halal dapat memperoleh keunggulan kompetitif yang signifikan di pasar halal di masa depan.

6. Pariwisata ramah muslim

Pariwisata telah muncul sebagai pilar utama lain dari ekonomi halal. Pariwisata ramah Muslim mencakup akomodasi, transportasi, layanan makanan, hiburan, dan pengalaman wisata yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim.[358]

[356] Wahyuddin Albra et al., "The Role of Halal Awareness on the Relationship between Religiosity and Halal Purchase Intention," *International Journal of Islamic Economics and Finance (IJIEF)* 6, no. 2 (2023): 312–36, https://doi.org/10.18196/ijief.v6i2.16685.

[357] Kasri et al., 2023

[358] Busaini, "EXPLORING THE EQUILIBRIUM OF HALAL TOURISM MARKET : AN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) STUDY," *International Journal of Professional Business Review* 8, no. 6 (2023): 1–13.

Pemulihan perjalanan internasional setelah pandemi COVID-19 telah mempercepat pertumbuhan di sektor ini. Negara-negara seperti Malaysia, Turki, Arab Saudi, Uni Emirat Arab, dan Indonesia semakin bersaing untuk menarik wisatawan Muslim melalui infrastruktur pariwisata dan standar layanan yang khusus.

3.3. Tren Baru yang Membentuk Masa Depan Ekonomi Halal

1. Transformasi digital

Digitalisasi telah secara fundamental mengubah struktur pasar halal. *Platform e-commerce*, sistem pembayaran digital, kecerdasan buatan, dan analitik data semakin banyak digunakan untuk menghubungkan produsen dan konsumen di pasar internasional. Teknologi digital mengurangi biaya transaksi, meningkatkan akses pasar, dan memungkinkan usaha kecil untuk berpartisipasi dalam perdagangan halal global.[359]

Munculnya platform digital juga telah mempercepat internasionalisasi merek halal, memungkinkan perusahaan dari negara berkembang untuk menjangkau konsumen di seluruh dunia tanpa bergantung sepenuhnya pada saluran distribusi tradisional.

2. Sistem blockchain dan Ketertelusuran

Ketertelusuran telah menjadi isu penting dalam rantai pasokan halal global. Konsumen semakin menuntut transparansi mengenai asal produk, bahan-bahan, proses manufaktur, dan praktik logistik. Teknologi blockchain telah muncul sebagai solusi yang menjanjikan karena memungkinkan pencatatan yang aman, transparan, dan dapat diverifikasi di seluruh rantai pasokan.[360]

Dengan memperkuat ketertelusuran dan mengurangi asimetri informasi, sistem blockchain dapat meningkatkan kepercayaan

[359] Liliana Inggrit Wijaya et al., "The Impact of IT Capability and Organizational Learning on Halal Food SMEs' Performance," *Cogent Business and Management* 10, no. 3 (2023), https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2264562.

[360] Alamsyah, Hakim, and Hendayani, "Blockchain Based Traceability System to Support the Indonesian Halal Supply Chain Ecosystem."

konsumen dan meningkatkan efisiensi proses sertifikasi dan pemantauan halal.

3. Keberlanjutan dan Integrasi ESG

Tren yang berkembang dalam ekonomi halal adalah integrasi prinsip-prinsip halal dengan keberlanjutan dan kerangka kerja lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG). Konsumen kontemporer semakin mengharapkan produk yang diproduksi secara etis, bertanggung jawab terhadap lingkungan, dan inklusif secara sosial.[361]

Konvergensi ini menciptakan peluang baru bagi industri halal untuk memposisikan diri sebagai kontributor terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan sambil tetap mematuhi nilai-nilai etika Islam.

4. Gaya hidup halal global

Transformasi yang paling signifikan adalah munculnya halal sebagai fenomena gaya hidup. Konsumsi halal semakin mencerminkan preferensi yang lebih luas terkait kesehatan, etika, keberlanjutan, identitas, dan konsumsi yang bertanggung jawab, bukan hanya kewajiban agama semata.[362]

Pergeseran ini telah memperluas jangkauan pasar produk halal dan meningkatkan daya tariknya di antara beragam kelompok konsumen di seluruh dunia. Akibatnya, daya saing industri halal di masa depan tidak hanya bergantung pada kepatuhan terhadap standar agama, tetapi juga pada inovasi, branding, adopsi teknologi, dan integrasi ke dalam rantai nilai global.

Singkatnya, industri halal global telah berkembang menjadi ekosistem ekonomi yang sangat saling terhubung, ditandai dengan pertumbuhan pesat, transformasi teknologi, dan peningkatan persaingan internasional. Negara-negara yang berhasil mengintegrasikan kemampuan produksi, sistem sertifikasi, infrastruktur logistik, mekanisme dukungan keuangan, dan ekosistem inovasi lebih mungkin muncul sebagai pemimpin dalam ekonomi halal global. Lanskap yang lebih luas ini memberikan konteks untuk memahami peluang dan tantangan Indonesia dalam mengembangkan industri halal yang berdaya saing global.

[361] Rahman et al., "Navigating Moral Landscape: Islamic Ethical Choices and Sustainability in Halal Meat Production and Consumption."

[362] Ilham Alivian and Ade Nur Rohim, "How Does Sustainable Halal Fashion Support the Slow Fashion Trends?," *Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah* 11, no. 2 (2024): 218–37, https://doi.org/10.15575/am.v11i2.34642.

4. Perkembangan Industri Halal di Indonesia

4.1. Kekuatan Pasar Domestik

Indonesia menempati posisi unik dalam ekonomi halal global. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki pasar domestik yang besar yang memberikan fondasi kuat bagi pengembangan industri halal. Lebih dari 240 juta penduduk Indonesia mengidentifikasi diri sebagai Muslim, menciptakan permintaan berkelanjutan untuk makanan, minuman, kosmetik, farmasi, produk fashion, layanan keuangan, dan kegiatan terkait pariwisata halal.[363]

Keunggulan demografis ini telah menghasilkan pengeluaran konsumen yang signifikan. Menurut Laporan Kondisi Ekonomi Islam Global 2024/2025 , Indonesia secara konsisten menempati peringkat di antara pasar konsumen halal terbesar di dunia, khususnya dalam makanan halal, busana muslimah, dan keuangan Islam.[364] Permintaan domestik yang besar di negara ini memberikan akses kepada produsen ke basis konsumen yang luas, memungkinkan perusahaan untuk mencapai skala ekonomi sebelum berekspansi ke pasar internasional. Selain ukuran pasar, Indonesia juga diuntungkan oleh kelas menengah yang berkembang, peningkatan urbanisasi, dan meningkatnya tingkat konektivitas digital. Faktor-faktor ini telah berkontribusi pada perubahan pola konsumsi yang ditandai dengan kesadaran yang lebih besar akan sertifikasi halal, kualitas produk, pertimbangan kesehatan, dan praktik konsumsi yang etis.[365] Munculnya kelas menengah Muslim yang terhubung secara digital

[363] Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, "Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024," KNEKS, 2024, https://kneks.go.id/.

[364] DinarStandard, "State of the Global Islamic Economy 2025."

[365] Arianti and Hadiprawoto, "Investigating Social Media Influencers' Credibility and Religiosity, and The Moderating Role of Hedonic Value on Purchase Intention of Modest Fashion Brands."

semakin mempercepat permintaan produk halal di pasar tradisional dan online.

Indonesia telah menunjukkan kekuatan khusus di beberapa sektor halal. Negara ini secara luas diakui sebagai salah satu pasar terkemuka dunia untuk fashion muslim dan semakin memposisikan dirinya sebagai tujuan utama pariwisata ramah Muslim. Keuangan Islam juga telah berkembang pesat selama dekade terakhir, didukung oleh reformasi peraturan dan pertumbuhan lembaga keuangan yang sesuai dengan syariah.[366] Oleh karena itu, pasar domestik Indonesia memberikan keunggulan kompetitif yang penting. Namun, ukuran pasar saja tidak menjamin daya saing internasional. Akan tetapi harus mengubah kekuatan konsumsi menjadi kepemimpinan produksi membutuhkan institusi yang efektif, kemampuan industri, dan integrasi ke dalam rantai nilai global.

4.2. Kerangka Kebijakan dan Dukungan Kelembagaan

Menyadari pentingnya strategis ekonomi halal, pemerintah Indonesia telah memperkenalkan berbagai kebijakan dan reformasi kelembagaan yang dirancang untuk memperkuat pengembangan industri halal. Inisiatif-inisiatif ini mencerminkan strategi nasional yang lebih luas yang bertujuan untuk memposisikan Indonesia sebagai pusat halal global dan meningkatkan partisipasi negara dalam pasar halal internasional.[367]

Tonggak kelembagaan utama adalah pembentukan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. BPJPH bertanggung jawab untuk mengelola sertifikasi halal, akreditasi, registrasi, pengawasan, dan program kesadaran publik.[368] Pembentukan BPJPH menandai pergeseran signifikan menuju kerangka tata kelola halal yang lebih komprehensif dan dipimpin negara. Untuk mempercepat sertifikasi di kalangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), pemerintah meluncurkan Program Sertifikasi Halal Mandiri (SEHATI) dan skema fasilitasi lainnya. Pada tahun 2025, BPJPH mengalokasikan satu juta kuota sertifikasi halal gratis untuk UMKM yang memenuhi syarat, yang mencerminkan komitmen kuat untuk memperluas cakupan sertifikasi halal secara nasional.[369] Inisiatif tersebut sangat penting karena UMKM merupakan tulang punggung sistem produksi halal di Indonesia. Dukungan kelembagaan juga telah diperkuat melalui pembentukan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) dan kerja sama dengan Majelis Ulama Indonesia (MUI), yang terus memainkan peran penting dalam menentukan status halal melalui fatwa agama. Bersama-sama, lembaga-lembaga ini membentuk inti dari ekosistem penjaminan halal di Indonesia.

Pengembangan industri halal tertanam dalam kerangka perencanaan ekonomi nasional yang lebih luas, termasuk Rencana Induk Ekonomi Syariah Indonesia dan berbagai peta jalan yang dikembangkan oleh Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS). Kerangka kebijakan ini menekankan industrialisasi halal, promosi ekspor, transformasi digital, integrasi keuangan Islam, dan pengembangan sumber daya manusia sebagai pilar utama pertumbuhan jangka panjang.[370]

Pelembagaan tata kelola halal yang semakin berkembang telah secara signifikan meningkatkan lingkungan regulasi di Indonesia. Meskipun demikian, tantangan implementasi masih tetap ada, khususnya terkait dengan biaya sertifikasi, kompleksitas administrasi, kesenjangan regional, dan keterbatasan kemampuan banyak usaha kecil untuk mematuhi standar halal.

4.3. Keunggulan Kompetitif

Indonesia memiliki beberapa keunggulan kompetitif yang membedakannya dari negara lain dalam ekonomi halal global. Pertama, negara ini memiliki sumber daya alam yang melimpah dan basis pertanian yang besar yang dapat mendukung produksi makanan halal. Sebagai salah satu produsen minyak sawit, produk perikanan, komoditas pertanian tropis, dan bahan makanan olahan

366 Syariah, "Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024."
367 KNEKS, "Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024."
368 Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), "Program SEHATI Dan Percepatan Sertifikasi Halal Nasional," BPJPH, 2025, https://staging-bpjph.halal.go.id/read/tentang-bpjph.
369 Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).
370 KNEKS, "Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024."

terkemuka di dunia, Indonesia memiliki potensi signifikan untuk memperkuat posisinya dalam rantai pasokan makanan halal global.[371] Kedua, Indonesia diuntungkan oleh sektor UMKM yang besar dan beragam. UMKM mencakup sebagian besar entitas bisnis di negara ini dan memainkan peran penting dalam pengolahan makanan, produksi fesyen, manufaktur kosmetik, dan jasa pariwisata. Kehadiran mereka yang luas memberikan landasan industri yang luas untuk perluasan industri halal.[372] Ketiga, Indonesia memiliki sumber daya budaya dan kreatif yang substansial yang mendukung pengembangan industri gaya hidup halal. Reputasi negara yang semakin meningkat dalam mode busana muslim menunjukkan kemampuannya untuk menggabungkan nilai-nilai agama, kreativitas lokal, dan inovasi komersial. Desainer dan merek Indonesia semakin mendapatkan pengakuan di pasar mode Muslim internasional.[373] Keempat, ekonomi digital Indonesia yang berkembang menawarkan peluang untuk mempercepat pengembangan pasar halal. Platform *e-commerce*, sistem pembayaran digital, dan pemasaran media sosial telah menurunkan hambatan masuk pasar dan memungkinkan perusahaan kecil untuk mengakses konsumen nasional dan internasional.[374] Terakhir, integrasi keuangan Islam dengan pengembangan industri halal menciptakan peluang tambahan untuk investasi, ekspansi bisnis, dan peningkatan industri. Meningkatnya ketersediaan instrumen pembiayaan yang sesuai dengan syariah dapat membantu mengatasi beberapa kendala modal yang dihadapi oleh perusahaan berorientasi halal.[375]

Secara keseluruhan, keunggulan-keunggulan ini memberikan Indonesia fondasi yang kuat untuk menjadi produsen halal utama. Namun, mewujudkan potensi ini membutuhkan penanganan terhadap beberapa kendala struktural yang masih ada.

[371] Azwar, Usman, and Abdullah, "The Opportunities and Challenges of the Halal Food Industry in Indonesia: Some Notes from Quranic and Economic Perspectives."

[372] Syariah, "Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024."

[373] Mutmainah and Muhammad Ryan Romadhon, "Influence of Halal Lifestyle, Islamic Branding, and Social Media Marketing on Muslim Fashion Purchasing Decisions," *Airlangga Journal of Innovation Management* 4, no. 2 (2023): 158–71, https://doi.org/10.20473/ajim.v4i2.49714.

[374] Wijaya et al., "The Impact of IT Capability and Organizational Learning on Halal Food SMEs' Performance."

[375] Judijanto et al., "The Role of Sharia Risk Management, Islamic Investment Ethics, and Riba-Free Financing in the Development of the Halal Industry in Indonesia."

4.4. Tantangan Struktural

Terlepas dari kekuatan yang dimilikinya, Indonesia terus menghadapi tantangan signifikan yang membatasi kemampuannya untuk meraih nilai lebih tinggi dalam ekonomi halal global. Tantangan utama adalah partisipasi negara yang relatif terbatas dalam segmen bernilai tinggi dari rantai nilai halal global. Meskipun Indonesia merupakan salah satu pasar konsumen halal terbesar di dunia, perannya dalam perdagangan halal internasional masih kurang menonjol dibandingkan dengan ukuran pasarnya. Sebagian besar permintaan domestik untuk produk halal terus didukung oleh bahan baku impor, input antara, dan barang konsumsi bermerek.[376] Tantangan lain berkaitan dengan adopsi sertifikasi halal yang tidak merata di kalangan UMKM. Meskipun cakupan sertifikasi telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, banyak perusahaan masih menghadapi kendala terkait prosedur administratif, persyaratan teknis, kendala keuangan, dan kesadaran yang terbatas tentang manfaat sertifikasi.[377]

Fragmentasi rantai pasokan juga tetap menjadi masalah yang signifikan. Banyak produsen halal Indonesia beroperasi dalam jaringan produksi lokal dan terputus-putus, sehingga membatasi kemampuan mereka untuk mencapai skala ekonomi dan berpartisipasi secara efektif di pasar internasional. Dibandingkan dengan negara-negara seperti Malaysia, infrastruktur logistik halal Indonesia masih relatif kurang berkembang, terutama terkait dengan pergudangan, transportasi, sistem rantai dingin, dan layanan logistik halal terintegrasi.[378] Modal dan kemampuan teknologi menghadirkan kendala tambahan. Partisipasi dalam aktivitas bernilai tinggi seperti inovasi produk, branding, layanan sertifikasi, manajemen logistik, dan sistem ketertelusuran digital membutuhkan keterampilan khusus dan sumber daya teknologi yang belum tersedia secara luas di seluruh industri .[379]

[376] K. N.Sofyan Hasan and Taroman Pasyah, "Challenges of Indonesian Halal Industry in the Digital Economic Era," *Sriwijaya Law Review* 6, no. 2 (2022): 319–35, https://doi.org/10.28946/slrev.Vol6.Iss2.869.pp319-335.

[377] Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), "Program SEHATI Dan Percepatan Sertifikasi Halal Nasional."

[378] Tieman, van der Vorst, and Che Ghazali, "Principles in Halal Supply Chain Management."

[379] Ana Paula Cusolito, *Inclusive Global Value Chains: Policy Options for Small and Medium Enterprises*

Terakhir, Indonesia menghadapi persaingan yang semakin meningkat dari negara-negara mayoritas Muslim dan negara-negara non-mayoritas Muslim yang telah berinvestasi secara agresif dalam ekosistem industri halal. Malaysia, Thailand, Uni Emirat Arab, Brasil, dan Australia semuanya telah mengembangkan strategi produksi dan ekspor halal yang canggih yang memperkuat posisi mereka di pasar halal global.[380] Tantangan struktural ini membantu menjelaskan mengapa Indonesia belum mampu menerjemahkan pasar domestiknya yang besar menjadi pengaruh yang setara dalam rantai nilai halal global. Meskipun negara ini telah membangun basis konsumsi yang kuat dan kerangka kelembagaan yang mendukung, kemajuan lebih lanjut akan bergantung pada kemampuannya untuk memperkuat kemampuan produksi, meningkatkan integrasi rantai pasokan, meningkatkan cakupan sertifikasi, dan memperluas partisipasi dalam industri halal yang berorientasi ekspor. Pemahaman tentang kontribusi ekonomi industri halal menjadi sangat penting. Di luar perannya sebagai pasar konsumen, sektor halal semakin berperan sebagai sumber pertumbuhan ekonomi, perluasan perdagangan, daya tarik investasi, dan pengembangan UMKM. Oleh karena itu, bagian berikut akan mengkaji dampak ekonomi yang lebih luas dari perkembangan industri halal di Indonesia.

5. Dampak Ekonomi Industri Halal

Industri halal telah berkembang menjadi salah satu penggerak penting pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Perannya tidak lagi terbatas pada pemenuhan kebutuhan konsumsi masyarakat Muslim, tetapi juga menjadi sumber penciptaan nilai tambah, lapangan kerja, investasi, dan aktivitas ekonomi di berbagai sektor, seperti pangan, manufaktur, keuangan syariah, pariwisata, fesyen, hingga ekonomi digital. Melalui perluasan aktivitas produksi dan konsumsi, industri halal memberikan kontribusi yang semakin besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menghasilkan efek pengganda yang mendorong pertumbuhan sektor pendukung seperti logistik, transportasi, teknologi informasi, ritel, dan jasa keuangan.[381] Selain itu, pengembangan industri halal turut mendukung transformasi ekonomi berbasis nilai tambah dengan memperkuat kapasitas produksi dan daya saing industri domestik.

Pada perdagangan internasional, meningkatnya permintaan global terhadap produk halal menciptakan peluang besar bagi Indonesia untuk memperluas ekspor dan meningkatkan kontribusi sektor halal terhadap perekonomian nasional. Berbagai produk unggulan, seperti makanan olahan, produk turunan kelapa sawit, perikanan, kosmetik, farmasi, dan busana muslim, memiliki potensi yang kuat untuk bersaing di pasar halal global.[382] Namun demikian, kinerja ekspor halal Indonesia masih belum sebanding dengan potensi yang dimiliki karena berbagai kendala, antara lain keterbatasan kapasitas produksi, sertifikasi, efisiensi logistik, standardisasi, dan penguatan merek di pasar internasional.[383] Dalam hal ini, sertifikasi halal berperan penting sebagai instrumen peningkatan kepercayaan konsumen dan akses pasar, sementara integrasi yang lebih kuat ke dalam rantai nilai global menjadi faktor kunci untuk meningkatkan daya saing dan nilai tambah ekspor.[384]

Perkembangan pasar halal global juga mendorong peningkatan investasi di berbagai sektor yang terkait dengan ekosistem halal. Di Indonesia, investasi diarahkan pada pengembangan industri pengolahan, farmasi, logistik, pariwisata, kawasan industri halal, dan platform digital, yang didukung oleh kebijakan pemerintah untuk memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat halal dunia. Investasi tersebut berkontribusi terhadap peningkatan kapasitas produksi, adopsi teknologi, inovasi, produktivitas, serta pengembangan infrastruktur pendukung seperti sistem sertifikasi dan logistik halal. Meski demikian, keberhasilan investasi tidak hanya diukur dari peningkatan kapasitas produksi, tetapi juga dari kemampuannya dalam menciptakan nilai

and Low-Income Countries (Paris: World Bank Group & OECD, 2017), https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2017/04/inclusive-global-value-chains_g1g62482/9789264249677-en.pdf.

380 Jamilah Ahmad, "Enhancing Malaysia's Halal Brand Identity: Insights and Strategies for Sustainable Global Halal Hub," *Kajian Malaysia* 42, no. 2 (2024): 73–94.

381 KNEKS, "Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024."

382 Azwar, Usman, and Abdullah, "The Opportunities and Challenges of the Halal Food Industry in Indonesia: Some Notes from Quranic and Economic Perspectives."

383 Hasan and Pasyah, "Challenges of Indonesian Halal Industry in the Digital Economic Era."

384 Elseidi, "Determinants of Halal Purchasing Intentions: Evidences from UK."

tambah domestik, transfer teknologi, dan peningkatan daya saing industri nasional secara berkelanjutan.

Selain itu, industri halal memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif melalui pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia, UMKM memperoleh peluang yang lebih besar untuk mengakses pasar domestik maupun internasional melalui peningkatan permintaan terhadap produk dan jasa halal. Sertifikasi halal tidak hanya meningkatkan kredibilitas usaha dan kepercayaan konsumen, tetapi juga mendorong penerapan standar kualitas, kebersihan, dokumentasi, dan manajemen usaha yang lebih baik.[385] Berbagai program pemerintah, termasuk sertifikasi halal gratis bagi UMKM, telah membantu memperluas partisipasi pelaku usaha kecil dalam ekosistem halal. Namun, tantangan terkait pembiayaan, penguasaan teknologi, kapasitas manajerial, dan akses pasar ekspor masih perlu diatasi melalui kebijakan yang mendukung digitalisasi, penguatan rantai pasok, dan peningkatan daya saing UMKM. Dengan demikian, industri halal tidak hanya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, tetapi juga berperan dalam menciptakan pembangunan yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

6. Indonesia dalam Rantai Nilai Halal Global

Perspektif Rantai Nilai Global (*Global Value Chain*/GVC), Indonesia memiliki keunggulan besar sebagai produsen karena didukung oleh sumber daya alam yang melimpah, sektor pertanian yang kuat, tenaga kerja yang besar, serta industri makanan, kosmetik halal, dan fesyen muslim yang terus berkembang.[386] Namun, sebagian besar pelaku usaha masih beroperasi pada segmen bernilai tambah rendah sebagai pemasok bahan baku atau produk olahan dasar. Akibatnya, nilai ekonomi yang lebih tinggi dari aktivitas seperti branding, inovasi, sertifikasi, logistik, dan pemasaran global masih banyak dinikmati oleh negara lain[387]. Oleh karena itu, tantangan utama Indonesia bukan hanya meningkatkan produksi, tetapi juga melakukan upgrading menuju produk dan merek halal yang berdaya saing internasional.

Pada aspek sertifikasi, Indonesia telah menunjukkan kemajuan signifikan melalui penguatan sistem jaminan produk halal dan pembentukan BPJPH yang memperluas cakupan sertifikasi, termasuk bagi UMKM melalui program SEHATI.[388] Meskipun jumlah produk dan pelaku usaha bersertifikat halal terus meningkat, pengakuan internasional terhadap sertifikasi halal Indonesia masih berada di bawah Malaysia, terutama sertifikasi yang dikelola JAKIM. Padahal, dalam rantai nilai global, penguasaan standar dan mekanisme sertifikasi merupakan sumber pengaruh dan penciptaan nilai yang sangat strategis.[389]

Pada tahap distribusi dan logistik, posisi geografis Indonesia memberikan peluang besar untuk menjadi pusat logistik halal regional karena berada di jalur perdagangan internasional yang strategis. Namun, berbagai tantangan seperti tingginya biaya transportasi, fragmentasi jaringan distribusi, dan terbatasnya infrastruktur logistik halal masih menghambat daya saing nasional.[390] Di tengah meningkatnya tuntutan global terhadap ketertelusuran produk, pengembangan sistem logistik halal yang terintegrasi dan berbasis teknologi menjadi semakin penting untuk mendukung daya saing ekspor.

Sementara itu, posisi terkuat Indonesia berada pada tahap konsumsi. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia merupakan salah satu pasar halal terbesar bagi produk pangan, kosmetik, fesyen, farmasi, pariwisata, dan keuangan syariah.[391] Besarnya pasar domestik telah mendorong pertumbuhan industri halal dan menarik investasi yang signifikan. Namun, dari perspektif rantai nilai, konsumsi hanya menempati posisi hilir sehingga belum menghasilkan penangkapan nilai ekonomi yang optimal. Kondisi ini menjelaskan mengapa Indonesia menjadi pasar halal yang besar,

385 Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), "Program SEHATI Dan Percepatan Sertifikasi Halal Nasional."
386 Syariah, "Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024."
387 Cusolito, *Inclusive Global Value Chains: Policy Options for Small and Medium Enterprises and Low-Income Countries*.
388 Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), "Program SEHATI Dan Percepatan Sertifikasi Halal Nasional."
389 Gereffi, Humphrey, and Sturgeon, "The Governance of Global Value Chains."
390 Tieman, van der Vorst, and Che Ghazali, "Principles in Halal Supply Chain Management."
391 Tieman, van der Vorst, and Che Ghazali.

tetapi belum memiliki pengaruh yang sebanding dalam produksi global, sertifikasi, logistik, maupun branding internasional.

Perbandingan dengan Malaysia menunjukkan perbedaan posisi dalam rantai nilai halal global. Meskipun memiliki pasar yang lebih kecil, Malaysia berhasil membangun ekosistem halal yang terintegrasi melalui penguatan sertifikasi, logistik, promosi ekspor, branding internasional, dan kebijakan industri yang terkoordinasi.[392] Sebaliknya, perkembangan industri halal Indonesia masih lebih banyak ditopang oleh kekuatan produksi dan konsumsi domestik. Akibatnya, Malaysia telah mencapai tingkat upgrading yang lebih tinggi dalam rantai nilai halal global, sementara Indonesia masih perlu memperkuat kapasitas pada segmen bernilai tambah tinggi agar dapat meningkatkan daya saing dan pengaruhnya di pasar halal internasional.

Gambar 1. Indonesia dan Malaysia dalam Rantai Nilai Halal Global



Sumber: Diolah oleh penulis

Perbandingan ini menunjukkan bahwa ukuran pasar saja tidak menjamin kepemimpinan dalam industri halal global. Negara-negara yang mengendalikan mekanisme tata kelola, sistem sertifikasi, jaringan logistik, dan merek internasional cenderung menguasai pangsa penciptaan nilai yang lebih besar.[393] Jadi, daya saing Indonesia di masa depan bergantung pada kemampuannya untuk beralih dari model yang berpusat pada konsumsi menuju ekonomi halal yang digerakkan oleh produsen dan berorientasi pada inovasi. Pencapaian transformasi ini membutuhkan peningkatan strategis di seluruh bidang produksi, sertifikasi, logistik, branding, dan pengembangan ekspor.

7. Transformasi Strategi Menuju Ekonomi yang Didorong oleh Produsen

7.1. Peningkatan Industri dan Penciptaan Nilai

Tantangan utama Indonesia dalam ekonomi halal bukan terletak pada besarnya pasar, melainkan pada rendahnya perolehan nilai tambah. Oleh karena itu, diperlukan transformasi dari ekonomi yang berorientasi konsumsi dan sumber daya menuju produksi bernilai tinggi melalui peningkatan kualitas proses, produk, fungsi, dan rantai industri.[394] Strategi ini mencakup penguatan inovasi, branding, sertifikasi, logistik, dan pengembangan sektor halal baru. Selain itu, integrasi antara industri, lembaga penelitian, keuangan, dan sertifikasi melalui klaster halal diperlukan untuk meningkatkan investasi, inovasi, dan daya saing ekspor.[395]

7.2. Memperkuat Sertifikasi halal dan Pengakuan Internasional

Sertifikasi halal merupakan instrumen penting dalam membangun kepercayaan pasar dan meningkatkan daya saing global. Indonesia telah memperluas sertifikasi melalui BPJPH dan program SEHATI, khususnya bagi UMKM.[396] Namun, peningkatan jumlah sertifikasi perlu diikuti dengan penguatan pengakuan internasional melalui harmonisasi standar, kerja sama dengan lembaga sertifikasi global, dan partisipasi aktif dalam tata kelola halal dunia. Di tingkat domestik,

[392] Ahmad, "Enhancing Malaysia's Halal Brand Identity: Insights and Strategies for Sustainable Global Halal Hub."

[393] Gereffi, Humphrey, and Sturgeon, "The Governance of Global Value Chains."

[394] Gereffi, "International Trade and Industrial Upgrading in the Apparel Commodity Chain."

[395] Marco Tieman, "Halal Clusters," *Journal of Islamic Marketing* 6, no. 1 (March 9, 2015): 2–21, https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2014-0034.

[396] Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), "Program SEHATI Dan Percepatan Sertifikasi Halal Nasional."

digitalisasi dan penyederhanaan proses sertifikasi juga perlu terus dilakukan untuk meningkatkan efisiensi dan transparansi.

7.3. Transformasi Digital dan Pemberdayaan UMKM

Digitalisasi menjadi faktor penting dalam mempercepat pengembangan industri halal, terutama bagi UMKM yang masih menghadapi keterbatasan akses pasar, teknologi, dan pembiayaan.[397] Pemanfaatan e-commerce, pembayaran digital, sertifikasi daring, serta teknologi seperti kecerdasan buatan, big data, dan blockchain dapat meningkatkan efisiensi, ketertelusuran, dan daya saing produk halal.[398] Selain itu, platform digital membuka peluang bagi UMKM untuk menjangkau pasar internasional secara lebih mudah dan efisien.

7.4. Mengembangkan Ekosistem Logistik Halal Terpadu

Logistik halal merupakan elemen strategis untuk menjaga integritas produk sepanjang rantai pasok dan meningkatkan daya saing ekspor.[399] Meskipun memiliki posisi geografis yang strategis, Indonesia masih menghadapi keterbatasan infrastruktur logistik halal. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan sistem transportasi dan pergudangan halal, pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan ketertelusuran, serta koordinasi yang lebih kuat antara pelaku usaha, penyedia logistik, lembaga sertifikasi, dan pemerintah guna membangun ekosistem logistik halal yang terintegrasi.

7.5. Strategi Pengembangan Halal Berorientasi Ekspor

Transformasi menuju ekonomi halal yang digerakkan oleh produsen memerlukan orientasi ekspor yang lebih kuat. Indonesia perlu memanfaatkan keunggulan pada sektor makanan halal, fesyen muslim, kosmetik, farmasi, pariwisata, dan komoditas pertanian dengan tidak hanya meningkatkan volume ekspor, tetapi juga kualitas produk, branding, dan standar internasional.[400] Pengalaman Malaysia menunjukkan pentingnya integrasi antara sertifikasi, industri, logistik, dan dukungan pemerintah dalam membangun daya saing global[401]. Karena itu, perusahaan Indonesia perlu meningkatkan partisipasi pada aktivitas bernilai tambah tinggi seperti pengembangan produk, branding, sertifikasi, dan distribusi internasional agar mampu menangkap nilai ekonomi yang lebih besar dari pasar halal global.

8. Conclusion

Industri halal global telah berkembang menjadi salah satu sektor ekonomi paling dinamis di dunia, mencakup berbagai bidang seperti pangan, keuangan syariah, fashion muslim, kosmetik, farmasi, pariwisata, logistik, dan layanan digital. Dalam perkembangannya, daya saing tidak lagi ditentukan oleh besarnya pasar semata, tetapi oleh kemampuan negara menguasai aktivitas bernilai tinggi seperti sertifikasi, inovasi, logistik, branding, dan distribusi internasional.

Indonesia memiliki modal yang sangat kuat untuk menjadi pemain utama dalam ekonomi halal global, termasuk populasi Muslim terbesar di dunia, pasar domestik yang luas, sumber daya alam yang melimpah, serta dukungan kelembagaan yang semakin kuat. Berbagai kebijakan pemerintah telah berhasil memperluas sertifikasi halal, meningkatkan investasi, dan mendorong pengembangan UMKM sehingga menjadikan Indonesia salah satu pasar halal terbesar di dunia.

Namun, berdasarkan perspektif *Global Value Chain* (GVC), posisi Indonesia masih didominasi oleh aktivitas produksi dasar dan konsumsi. Meskipun memiliki pasar yang besar, Indonesia belum sepenuhnya menguasai segmen bernilai tambah tinggi seperti sertifikasi internasional, branding global, logistik halal, inovasi, dan koordinasi ekspor. Akibatnya, sebagian besar nilai ekonomi dalam industri halal global masih dinikmati oleh negara yang mengendalikan fungsi-fungsi strategis tersebut.

Perbandingan dengan Malaysia menunjukkan bahwa keberhasilan dalam ekonomi halal tidak hanya ditentukan oleh ukuran pasar, tetapi juga oleh kemampuan melakukan upgrading dalam rantai

[397] Cusolito, *Inclusive Global Value Chains: Policy Options for Small and Medium Enterprises and Low-Income Countries*.
[398] Cusolito.
[399] Tieman, van der Vorst, and Che Ghazali, "Principles in Halal Supply Chain Management."
[400] OECD, *Participation of Developing Countries in Global Value Chains: Implications for Trade and Trade-Related Policies* (Paris: OECD Publishing, 2015).
[401] Ahmad, "Enhancing Malaysia's Halal Brand Identity: Insights and Strategies for Sustainable Global Halal Hub."

nilai. Melalui sistem sertifikasi yang diakui secara global, logistik halal yang terintegrasi, strategi ekspor yang kuat, dan branding internasional yang efektif, Malaysia berhasil menempati posisi yang lebih berpengaruh dalam tata kelola ekonomi halal global.

Oleh karena itu, Indonesia perlu melakukan transformasi strategis dari ekonomi halal yang berorientasi konsumen menuju ekonomi yang berorientasi produsen. Transformasi ini mencakup penguatan industri bernilai tambah, peningkatan pengakuan internasional sertifikasi halal, percepatan digitalisasi dan pemberdayaan UMKM, pengembangan ekosistem logistik halal terintegrasi, serta penguatan strategi ekspor. Melalui langkah-langkah tersebut, Indonesia tidak hanya dapat meningkatkan daya saing dan nilai tambah ekonomi, tetapi juga memperkuat posisinya sebagai produsen, inovator, eksportir, dan aktor penting dalam tata kelola industri halal global.

Dengan memanfaatkan keunggulan demografis dan pasar domestik yang dimiliki, serta didukung oleh penguatan kapasitas produksi, kelembagaan, teknologi, dan integrasi global, Indonesia memiliki peluang besar untuk bertransformasi dari salah satu konsumen halal terbesar di dunia menjadi pusat produksi halal global yang berpengaruh dan berkelanjutan.

BAB 8

Transformasi Halal Value Chain dalam Ekonomi Global Kontemporer

Nur Dinah Fauziah

1. Latar Belakang Transformasi Industri Halal

Perkembangan ekonomi syariah di seluruh dunia dalam dua puluh tahun terakhir menunjukkan kemajuan yang sangat besar, terutama dalam sektor industri halal. Lonjakan jumlah umat Muslim yang sudah lebih dari 1,8 miliar orang mendorong peningkatan permintaan akan produk dan layanan halal, yang mencakup makanan dan minuman, kosmetik, obat-obatan, busana Muslim, hingga pariwisata halal. Dalam laporan State of the Global Islamic Economy, pengeluaran masyarakat Muslim untuk produk halal terus meningkat dan diperkirakan akan menjadi salah satu pilar utama dalam ekonomi global. Situasi ini membuat halal tidak hanya dianggap sebagai kewajiban religius, tetapi juga bertransformasi menjadi tolok ukur untuk kualitas, keamanan, kebersihan, dan keberkelanjutan dalam sistem ekonomi di seluruh dunia.[402]

[402] Budi Harsanto et al., "Modeling the Halal Value Chain: A Simulation-Based Approach," *Humanities and Social Sciences Communications* 13, no. 1 (2026): 577, https://doi.org/10.1057/s41599-026-

Indonesia, yang merupakan negara dengan jumlah pemeluk Muslim terbanyak di seluruh dunia, memiliki kesempatan strategis untuk menjadi pusat industri halal dunia. Potensi pasar dalam negeri yang besar serta pertumbuhan sektor ekonomi syariah menciptakan kesempatan luas untuk memperkuat ekosistem halal di tanah air. Pemerintah Indonesia juga mulai menjadikan pengembangan Halal Value Chain (HVC) sebagai elemen krusial dalam rencana induk ekonomi syariah nasional dengan memperkuat sektor pangan halal, busana Muslim, pariwisata yang ramah bagi Muslim, industri farmasi, kosmetik, dan layanan keuangan syariah.

Konsep Rantai Nilai Halal bukan sekadar fokus pada kehalalan dari produk yang dihasilkan, tetapi mencakup seluruh rangkaian proses nilai yang dimulai dari pengadaan bahan baku, produksi, distribusi, logistik, pemasaran, hingga penggunaan. Oleh karena itu, kehalalan harus dijaga secara menyeluruh dari awal hingga akhir (farm to fork). Dalam pandangan ekonomi Islam, konsep ini menunjukkan perpaduan antara prinsip halal dan tayyib, yaitu produk yang tidak hanya memenuhi syariat halal, tetapi juga aman, sehat, bersih, berkualitas tinggi, serta memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan[403]

Namun, perubahan dalam indus[404]tri halal di masa globalisasi ekonomi saat ini dihadapkan pada beragam tantangan yang rumit. Internasionalisasi rantai pasok mengakibatkan sumber bahan baku, proses pembuatan, dan distribusi barang halal melibatkan banyak negara, termasuk yang tidak berpenduduk Muslim. Situasi ini menimbulkan masalah yang berkaitan dengan integritas, keaslian, dan legitimasi dari produk halal. Beberapa insiden pemalsuan label halal, pencemaran bahan non-halal, serta kurangnya pengawasan dalam rantai pasok menunjukkan bahwa sertifikasi halal saja tidak cukup untuk memastikan keutuhan produk apabila tidak dipadukan dengan sistem pelacakan yang baik.

06724-z.

403 P. Barua et al., "Sustainable Value Chain Approach for Livestock-Based Livelihood Strategies for Communities of the Southeastern Coast of Bangladesh," *Modern Supply Chain Research and Applications* 3, no. 3 (2021): 191–225, Scopus, https://doi.org/10.1108/MSCRA-08-2020-0021.

404 Barua et al., "Sustainable Value Chain Approach for Livestock-Based Livelihood Strategies for Communities of the Southeastern Coast of Bangladesh."

Di sisi lain, kemajuan teknologi digital memperkenalkan kesempatan baru dalam perubahan Rantai Nilai Halal. Inovasi seperti blockchain, Internet of Things (IoT), Kode QR, dan sistem pelacakan digital kini mulai diterapkan untuk meningkatkan tingkat transparansi, tanggung jawab, dan kepercayaan pelanggan terhadap produk halal. Teknologi ini memungkinkan pelacakan asal bahan baku, proses produksi, distribusi, hingga produk akhirnya tiba di tangan konsumen dengan cara yang lebih efisien dan waktu nyata. Penggunaan teknologi dalam Manajemen Rantai Pasokan Halal menjadi semakin krusial untuk mempertahankan keaslian produk halal di tengah tumbuhnya kompleksitas dalam perdagangan internasional.

Selain faktor teknologi, perubahan dalam industri halal juga sangat terkait dengan peningkatan ekonomi masyarakat, terutama pada UMKM dan pesantren sebagai fondasi ekonomi umat. Pesantren kini tidak sekadar berperan sebagai lembaga pendidikan Islam, namun juga mulai berfungsi sebagai pusat kewirausahaan dan pengembangan ekonomi yang berlandaskan halal. Penerapan Rantai Nilai Halal pada kegiatan pesantren menunjukkan bahwa prinsip halal dapat diterapkan dalam semua aspek ekonomi, mulai dari produksi, pengolahan, hingga promosi produk. Ini menunjukkan bahwa sektor halal memiliki peluang besar untuk mendorong kemandirian ekonomi masyarakat yang berlandaskan nilai-nilai Islam.

Transformasi Rantai Nilai Halal dalam perekonomian global saat ini tidak hanya terkait dengan peningkatan kompetisi di sektor halal, tetapi juga berkaitan dengan penciptaan ekonomi yang etis, inklusif, dan berkelanjutan. Sebagai akibatnya, penguatan kerjasama antara pemerintah, sektor industri, dunia akademis, lembaga sertifikasi, serta masyarakat sangat penting untuk menciptakan ekosistem halal yang terintegrasi, responsif terhadap kemajuan teknologi, dan dapat menjaga integritas serta legitimasi produk halal di pasar internasional.

2. Pengertian Halal Value Chain dan Komponen Utamanya

Halal Value Chain didefinisikan sebagai serangkaian aktivitas yang menciptakan nilai tambah pada setiap proses produksi, distribusi, dan pemasaran barang maupun jasa kepada konsumen dengan tetap memenuhi aspek kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah Islam.

Konsep ini menekankan bahwa kehalalan tidak hanya dilihat pada produk akhir, tetapi juga harus dijaga dalam seluruh aktivitas rantai nilai mulai dari bahan baku hingga produk sampai ke konsumen. Dengan demikian, *Halal Value Chain* merupakan integrasi antara proses bisnis, jaminan halal, kualitas produk, dan nilai-nilai syariah dalam seluruh sistem industri.

pembentukan *Halal Value Chain* dimulai dari aktivitas produksi, distribusi, hingga konsumsi yang saling terhubung dan membentuk suatu siklus ekonomi Islam yang utuh. Implementasinya dilakukan melalui pendekatan *Halal Critical Control Point* (HCCP), yaitu identifikasi titik-titik kritis yang berpotensi mengandung unsur haram dalam setiap aktivitas perusahaan. Pendekatan ini bertujuan menjaga integritas halal produk secara menyeluruh.

Adapun komponen utama *Halal Value Chain* dalam jurnal tersebut meliputi:

1. Halal Supplier (Pemasok Halal)

Komponen ini berkaitan dengan penyediaan bahan baku yang halal, aman, dan sesuai syariah. Seluruh bahan, baik bahan utama maupun pendukung, harus bebas dari unsur haram dan najis.

2. Halal Production Process (Proses Produksi Halal)

Seluruh proses produksi harus dilakukan dengan prosedur yang menjaga kehalalan produk, termasuk penggunaan alat, fasilitas, dan teknologi yang tidak terkontaminasi unsur non-halal. Kebersihan, higienitas, dan pemisahan proses halal menjadi aspek penting dalam tahap ini.

3. Halal Warehouse (Penyimpanan Halal)

Produk halal harus disimpan pada tempat yang terpisah dari produk non-halal untuk menghindari kontaminasi silang. Sistem penyimpanan juga harus menjaga kualitas dan integritas produk halal.

4. Halal Distribution (Distribusi Halal)

Distribusi mencakup proses pengiriman dan penyaluran produk kepada konsumen dengan tetap menjaga standar halal selama proses logistik dan perpindahan barang.

5. Halal Transportation (Transportasi Halal)

Sarana transportasi yang digunakan harus bebas dari kontaminasi bahan non-halal serta memenuhi standar kebersihan dan keamanan produk halal selama proses pengangkutan.

Selain itu, mengacu pada teori rantai nilai Porter yang membagi aktivitas dalam Halal Value Chain menjadi dua bagian besar, yaitu:

1. Aktivitas Utama (Primary Activities):
   inbound logistics, operasi produksi, outbound logistics, pemasaran dan penjualan, serta pelayanan konsumen.
2. Aktivitas Pendukung (Supporting Activities):
   pengadaan (procurement), pengembangan teknologi, manajemen sumber daya manusia, dan infrastruktur perusahaan.

Halal Value Chain merupakan konsep pengelolaan ekosistem bisnis halal dari hulu hingga hilir yang mencakup berbagai aspek seperti pembiayaan, proses produksi, distribusi, regulasi, dan konsumsi halal. Konsep ini bertujuan memperkuat kepercayaan konsumen, menjaga kualitas produk halal, serta mendukung pengembangan ekonomi Islam dan industri halal global. Dalam konteks tersebut, Halal Value Chain tidak hanya berkaitan dengan produk makanan dan minuman, tetapi juga mencakup sektor keuangan syariah, fashion, farmasi, kosmetik, dan layanan halal lainnya.

3. Halal Supply Chain dan Integrasi Nilai Syariah

Halal Supply Chain menekankan bahwa sistem rantai pasok halal tidak hanya berorientasi pada distribusi produk, tetapi juga pada penjagaan integritas halal dalam seluruh proses bisnis dari hulu hingga hilir. Konsep ini mencakup pengelolaan bahan baku, proses produksi, penyimpanan, distribusi, transportasi, pemasaran, hingga konsumsi produk agar tetap sesuai dengan prinsip syariah Islam. Dengan demikian, halal tidak dipahami sekadar label produk, melainkan sebagai sistem ekonomi yang terintegrasi dan berkelanjutan.

implementasi *Halal Supply Chain* dilakukan melalui pendekatan *Halal Value Chain* dan metode *Halal Critical Control Point* (HCCP). Pendekatan ini digunakan untuk mengidentifikasi titik-titik kritis

yang berpotensi mengandung unsur haram dalam setiap aktivitas perusahaan. Pada industri batik misalnya, identifikasi dilakukan terhadap bahan pewarna, alat produksi, fasilitas penyimpanan, hingga proses distribusi. Penelitian tersebut menemukan adanya beberapa titik kritis keharaman yang berasal dari bahan, alat, maupun proses produksi sehingga diperlukan pengendalian dan pengawasan secara menyeluruh agar produk dapat memenuhi standar halal. Hal ini menunjukkan bahwa *Halal Supply Chain* bukan hanya berfokus pada produk akhir, tetapi pada keseluruhan proses yang membentuk nilai halal produk.

Halal Supply Chain dibangun melalui beberapa komponen utama seperti *halal supplier*, *halal manufacturing*, *halal warehouse*, *halal distribution*, dan *halal transportation*. Seluruh komponen ini harus terintegrasi agar tidak terjadi kontaminasi silang antara produk halal dan non-halal. Oleh sebab itu, penyedia bahan baku harus memiliki kepastian halal, proses produksi harus menggunakan fasilitas yang bersih dan sesuai syariah, penyimpanan dilakukan secara terpisah, serta distribusi dan transportasi harus menjaga integritas halal selama proses pengiriman.

4. Dinamika Ekonomi Global dan Industri Halal

Perkembangan ekonomi global dalam beberapa dekade terakhir telah mengubah lanskap industri halal dari sektor yang bersifat niche menjadi salah satu pilar penting dalam perdagangan internasional. Globalisasi, kemajuan teknologi informasi, peningkatan mobilitas perdagangan, serta pertumbuhan populasi Muslim dunia telah mendorong meningkatnya permintaan terhadap produk dan jasa halal. Dalam konteks ini, halal tidak lagi dipandang hanya sebagai pemenuhan kewajiban agama bagi umat Islam, tetapi telah berkembang menjadi standar kualitas, keamanan pangan, kebersihan, dan keberlanjutan yang diterima oleh masyarakat global. Kondisi tersebut mendorong banyak negara, baik yang mayoritas Muslim maupun non-Muslim, untuk berpartisipasi dalam pengembangan industri halal sebagai bagian dari strategi meningkatkan daya saing ekonomi nasional. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa industri halal telah menjadi bagian integral dari dinamika ekonomi global yang terus berkembang.[405]

Perkembangan pasar halal dunia juga dipengaruhi oleh meningkatnya kesadaran konsumen terhadap pentingnya kualitas, keamanan, dan transparansi produk. Konsumen modern tidak hanya mempertimbangkan harga dan kualitas produk, tetapi juga memperhatikan asal-usul bahan baku, proses produksi, aspek etika, serta dampak sosial dan lingkungan dari produk yang dikonsumsi. Dalam perspektif Islam, konsep *halalan thayyiban* menjadi landasan utama yang mengintegrasikan aspek kehalalan dengan kualitas produk. Oleh karena itu, industri halal dituntut untuk membangun sistem produksi yang mampu menjamin integritas produk mulai dari bahan baku hingga produk diterima oleh konsumen. Penelitian mengenai *Halal Supply Chain Management* menjelaskan bahwa kepercayaan konsumen terhadap produk halal sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam menjaga integritas dan legitimasi produk melalui sistem rantai pasok yang transparan dan dapat ditelusuri (*traceability*).

Di tengah dinamika ekonomi global, persaingan industri halal juga semakin kompetitif. Negara-negara seperti Malaysia, Uni Emirat Arab, Arab Saudi, Turki, dan Indonesia terus mengembangkan kebijakan untuk memperkuat ekosistem halal melalui peningkatan regulasi, pembangunan kawasan industri halal, pengembangan logistik halal, serta integrasi dengan sektor keuangan syariah. Menariknya, negara-negara non-Muslim seperti Jepang, Korea Selatan, Australia, Thailand, dan Brasil juga mulai mengembangkan industri halal untuk memenuhi kebutuhan pasar Muslim internasional. Fenomena ini menunjukkan bahwa industri halal telah mengalami transformasi dari isu keagamaan menjadi instrumen ekonomi global yang mampu menciptakan nilai tambah, meningkatkan daya saing ekspor, dan memperluas akses pasar internasional.

Globalisasi juga menyebabkan rantai pasok produk halal menjadi semakin kompleks. Bahan baku dapat berasal dari satu

[405] Usman, I. (2020). Halal supply chain management practice model: A case study in evidence of halal supply chain in Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, *11*(11), 440-451.

negara, diproses di negara lain, kemudian didistribusikan ke berbagai belahan dunia. Kompleksitas tersebut menimbulkan tantangan dalam menjaga kehalalan produk pada setiap tahapan rantai pasok. Penelitian mengenai implementasi *Halal Value Chain* menegaskan bahwa kehalalan tidak cukup dibuktikan melalui sertifikasi produk akhir, tetapi harus dijamin sejak proses pengadaan bahan baku, produksi, penyimpanan, distribusi, hingga pemasaran. Oleh karena itu, konsep *Halal Value Chain* berkembang sebagai pendekatan yang mengintegrasikan seluruh aktivitas bisnis agar tetap sesuai dengan prinsip syariah. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga memperkuat daya saing perusahaan di pasar global yang semakin menuntut transparansi dan akuntabilitas.

Perkembangan teknologi digital menjadi salah satu faktor yang mempercepat transformasi industri halal dalam ekonomi global. Pemanfaatan teknologi seperti *blockchain*, Internet of Things (IoT), *Quick Response* (QR) Code, dan sistem *traceability* digital memungkinkan perusahaan melacak asal-usul bahan baku, proses produksi, hingga distribusi produk secara real time. Inovasi tersebut meningkatkan transparansi, mengurangi risiko pemalsuan label halal, dan memperkuat legitimasi produk di pasar internasional. Selain itu, digitalisasi juga memperluas akses pelaku usaha terhadap pasar global melalui perdagangan elektronik (*e-commerce*), sehingga UMKM halal memiliki peluang yang lebih besar untuk bersaing di tingkat internasional. Dengan demikian, dinamika ekonomi global tidak hanya menciptakan tantangan, tetapi juga membuka peluang bagi industri halal untuk bertransformasi menjadi sektor ekonomi yang lebih inovatif, kompetitif, dan berkelanjutan

5. Transformasi Model Bisnis Industri Halal

transformasi model bisnis industri halal dilakukan melalui penerapan *Halal Value Chain* pada seluruh aktivitas perusahaan. Model bisnis yang sebelumnya hanya berfokus pada produksi dan penjualan produk kini berubah menjadi sistem bisnis terintegrasi yang memperhatikan kehalalan proses dari hulu hingga hilir.[406] Pada industri batik misalnya, transformasi dilakukan dengan mengidentifikasi titik kritis halal pada bahan baku, proses produksi, alat, fasilitas, hingga distribusi melalui pendekatan *Halal Critical Control Point* (HCCP). Dengan demikian, perusahaan tidak hanya menghasilkan produk tekstil, tetapi juga membangun nilai tambah berupa jaminan halal, keamanan, dan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan.

Transformasi ini juga menunjukkan adanya perubahan paradigma industri dari *product oriented* menjadi *value oriented business*. Nilai halal tidak lagi ditempatkan hanya sebagai atribut tambahan, melainkan menjadi inti strategi bisnis perusahaan. Sertifikasi halal digunakan sebagai instrumen untuk meningkatkan daya saing, memperluas pasar internasional, dan membangun loyalitas konsumen Muslim global. Dalam konteks tersebut, industri halal mulai mengintegrasikan sistem manajemen kualitas, transparansi produksi, dan pengawasan rantai pasok sebagai bagian dari model bisnis modern.

Transformasi model bisnis industri halal juga didorong oleh perubahan perilaku konsumen global. Konsumen Muslim saat ini tidak hanya mempertimbangkan aspek kehalalan produk, tetapi juga kualitas, keamanan, higienitas, transparansi, serta dampak sosial dan lingkungan dari produk yang dikonsumsi. Oleh karena itu, industri halal mulai menerapkan konsep *halalan thayyiban*, yaitu produk yang halal sekaligus baik, sehat, aman, dan berkelanjutan. Konsep ini mendorong perusahaan untuk mengintegrasikan prinsip keberlanjutan (*sustainability*) dan etika bisnis Islam ke dalam strategi bisnis mereka.

Selain itu, transformasi model bisnis halal juga terlihat dari pemanfaatan teknologi digital dan sistem *traceability* untuk menjaga integritas produk halal. Penggunaan platform digital, pemasaran online, media sosial, serta sistem pelacakan halal menjadi bagian penting dalam model bisnis industri halal modern. Teknologi digunakan untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, serta membangun kepercayaan konsumen terhadap autentikasi halal produk.

[406] Harsanto B, Pradana M, Yunani A, Firmansyah EA, Apriliadi A, Farras JI, Nabila FS (2025), "Halal value chain: a structured literature review and meta-analysis". *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 16 No. 4 pp. 1095–1117, doi: https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2023-0387'/hgY

6. Tantangan Pengembangan Halal Value Chain

Pengembangan *Halal Value Chain* (HVC) merupakan salah satu strategi utama dalam memperkuat daya saing industri halal di tingkat nasional maupun global. Seiring dengan meningkatnya permintaan terhadap produk dan jasa halal, konsep halal tidak lagi dipahami hanya sebagai kepatuhan terhadap ketentuan agama, tetapi telah berkembang menjadi sistem ekonomi yang mencakup seluruh rantai nilai, mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, penyimpanan, distribusi, pemasaran, hingga konsumsi. Namun demikian, implementasi *Halal Value Chain* masih menghadapi berbagai tantangan yang bersifat multidimensional, meliputi aspek operasional, teknologi, regulasi, kelembagaan, pembiayaan, dan sumber daya manusia. Berbagai tantangan tersebut diidentifikasi dalam penelitian mengenai implementasi *Halal Value Chain*, manajemen rantai pasok halal, dan integrasi ekosistem halal yang dilakukan di Indonesia.

Salah satu tantangan utama adalah kompleksitas pengelolaan rantai pasok halal (*Halal Supply Chain*). Berbeda dengan sistem rantai pasok konvensional yang lebih berorientasi pada efisiensi biaya dan kecepatan distribusi, *Halal Supply Chain* menuntut adanya jaminan bahwa setiap aktivitas dalam rantai nilai tetap memenuhi prinsip syariah. Hal ini berarti bahwa kehalalan produk tidak hanya ditentukan oleh hasil akhir, tetapi juga oleh seluruh proses yang dilalui sejak pengadaan bahan baku hingga produk diterima oleh konsumen. Kompleksitas tersebut semakin meningkat ketika rantai pasok melibatkan banyak pemasok, distributor, penyedia jasa logistik, dan mitra bisnis yang berasal dari berbagai wilayah atau negara dengan standar halal yang berbeda. Semakin panjang rantai pasok, semakin besar pula risiko terjadinya kontaminasi silang (*cross contamination*), penggunaan bahan yang tidak memenuhi standar halal, maupun kesalahan dalam proses penyimpanan dan distribusi. Oleh karena itu, pengawasan terhadap setiap mata rantai menjadi kebutuhan utama dalam menjaga integritas produk halal.

Tantangan berikutnya adalah menjaga integritas (*integrity*) dan legitimasi (*legitimacy*) produk halal. Dalam era perdagangan global, bahan baku dan komponen produk sering kali berasal dari berbagai negara dengan sistem sertifikasi yang berbeda. Kondisi ini meningkatkan risiko masuknya bahan yang tidak dapat diverifikasi status kehalalannya. Penelitian mengenai *Halal Supply Chain Management* menunjukkan bahwa pemalsuan label halal, penggunaan bahan baku yang tidak memiliki ketertelusuran (*traceability*), serta lemahnya sistem autentikasi produk dapat mengurangi kepercayaan konsumen terhadap industri halal. Integritas halal tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan terhadap aturan syariah, tetapi juga menyangkut kredibilitas produsen dalam menjaga konsistensi proses produksi. Oleh sebab itu, perusahaan tidak cukup hanya memperoleh sertifikat halal, tetapi juga harus mampu membuktikan bahwa seluruh proses bisnis dilakukan sesuai dengan prinsip halal secara berkelanjutan.[407]

Perkembangan teknologi digital sebenarnya memberikan peluang besar untuk memperkuat sistem *Halal Value Chain*, namun rendahnya adopsi teknologi masih menjadi tantangan yang cukup serius. Sistem *traceability* berbasis *blockchain*, *Internet of Things* (IoT), *Quick Response Code* (QR Code), *Radio Frequency Identification* (RFID), maupun teknologi digital lainnya mampu meningkatkan transparansi dan akuntabilitas rantai pasok halal. Teknologi tersebut memungkinkan setiap produk dapat ditelusuri asal-usul bahan bakunya, proses produksi, distribusi, hingga sampai ke tangan konsumen. Akan tetapi, implementasi teknologi tersebut masih terbatas, khususnya pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), karena tingginya biaya investasi, keterbatasan infrastruktur digital, serta rendahnya kapasitas sumber daya manusia dalam mengoperasikan sistem tersebut.

Selain aspek teknologi, perbedaan standar dan regulasi halal antarnegara juga menjadi tantangan penting dalam pengembangan *Halal Value Chain*. Industri halal saat ini telah menjadi bagian dari perdagangan internasional sehingga produk halal Indonesia harus mampu memenuhi persyaratan pasar global. Namun demikian, setiap negara memiliki lembaga sertifikasi, prosedur audit, dan standar halal yang berbeda. Perbedaan tersebut menyebabkan proses ekspor

[407] Usman, I. (2020). Halal supply chain management practice model: A case study in evidence of halal supply chain in Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, *11*(11), 440-451.

produk halal menjadi lebih kompleks dan memerlukan biaya yang lebih tinggi. Penelitian Hasibuan dan Lubis (2024) menegaskan bahwa harmonisasi regulasi halal menjadi salah satu faktor penting dalam memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat industri halal dunia. Harmonisasi tersebut tidak hanya berkaitan dengan pengakuan sertifikat halal, tetapi juga mencakup penyelarasan standar produksi, logistik, distribusi, dan sistem pengawasan halal secara internasional.

Tantangan lain yang masih dihadapi adalah rendahnya literasi halal di kalangan pelaku usaha, khususnya UMKM. Sebagian besar pelaku usaha masih memahami konsep halal sebatas kepemilikan sertifikat halal, padahal *Halal Value Chain* mengharuskan penerapan prinsip halal pada seluruh aktivitas bisnis. Rendahnya pemahaman mengenai manajemen rantai nilai halal menyebabkan banyak perusahaan belum menerapkan sistem pengendalian halal secara komprehensif. Penelitian mengenai implementasi *Halal Value Chain* menunjukkan bahwa identifikasi *Halal Critical Control Point* (HCCP) masih jarang dilakukan secara sistematis, sehingga risiko kontaminasi halal sering kali tidak terdeteksi sejak awal proses produksi. Kondisi ini menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan, pendampingan, dan edukasi halal menjadi kebutuhan yang mendesak.

Dari sisi ekonomi, keterbatasan akses pembiayaan juga menjadi hambatan dalam pengembangan *Halal Value Chain*. Implementasi sistem halal memerlukan investasi yang relatif besar untuk memperoleh sertifikasi halal, meningkatkan kualitas fasilitas produksi, menyediakan gudang dan transportasi halal, serta mengembangkan sistem digital *traceability*. Banyak UMKM belum memiliki kemampuan finansial untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Oleh karena itu, diperlukan inovasi pembiayaan syariah yang mampu mendukung pengembangan industri halal secara berkelanjutan.

Selain pembiayaan, ketersediaan infrastruktur halal masih menjadi tantangan yang cukup besar. Pengembangan *Halal Value Chain* membutuhkan fasilitas pendukung seperti kawasan industri halal, laboratorium pengujian halal, gudang halal, sistem logistik halal, dan pusat distribusi yang memenuhi standar syariah. Infrastruktur tersebut masih belum merata di berbagai daerah sehingga menyebabkan biaya implementasi menjadi lebih tinggi dan proses pengawasan menjadi kurang efektif. Infrastruktur yang belum memadai juga menghambat integrasi antara pelaku industri, lembaga sertifikasi, dan pemerintah dalam membangun ekosistem halal yang efisien.

Terakhir, pengembangan *Halal Value Chain* memerlukan kolaborasi yang kuat antar pemangku kepentingan. Keberhasilan implementasi sistem halal tidak dapat dibebankan hanya kepada produsen, tetapi membutuhkan sinergi antara pemerintah, lembaga sertifikasi halal, industri, lembaga keuangan syariah, perguruan tinggi, organisasi masyarakat, dan konsumen. Pemerintah berperan dalam menyediakan regulasi dan infrastruktur, lembaga sertifikasi menjamin kepatuhan terhadap standar halal, perguruan tinggi menghasilkan inovasi dan sumber daya manusia, sedangkan lembaga keuangan syariah menyediakan skema pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah. Tanpa koordinasi yang efektif, pengembangan *Halal Value Chain* akan berjalan secara parsial sehingga sulit menciptakan ekosistem halal yang kompetitif di pasar global.

7. Strategi Penguatan *Halal Value Chain* di Indonesia dan Global

Perkembangan industri halal dalam dua dekade terakhir menunjukkan bahwa *Halal Value Chain* (HVC) telah berkembang menjadi salah satu pilar utama ekonomi Islam global. Konsep ini tidak lagi dipahami sebagai mekanisme untuk memastikan kehalalan produk semata, tetapi sebagai sistem bisnis yang mengintegrasikan prinsip syariah pada seluruh aktivitas ekonomi mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, logistik, distribusi, pemasaran, hingga konsumsi. Seiring meningkatnya permintaan pasar halal dunia, strategi penguatan *Halal Value Chain* menjadi kebutuhan yang mendesak agar industri halal mampu bersaing secara global, menciptakan nilai tambah ekonomi, sekaligus menjaga integritas dan kepercayaan konsumen. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa penguatan *Halal Value Chain* memerlukan pendekatan yang komprehensif melalui

penguatan regulasi, teknologi, pembiayaan syariah, sumber daya manusia, inovasi, serta kolaborasi lintas sektor.[408]

Strategi pertama adalah penguatan regulasi dan tata kelola halal. Regulasi merupakan fondasi utama dalam membangun ekosistem halal yang kredibel dan berdaya saing. Tanpa adanya standar yang jelas, implementasi *Halal Value Chain* akan berjalan secara parsial dan sulit menjamin konsistensi kualitas produk halal. Hasibuan dan Lubis (2024) menjelaskan bahwa Indonesia telah menempatkan pengembangan industri halal sebagai bagian dari strategi nasional melalui penguatan ekosistem halal yang mencakup sektor pangan, keuangan syariah, serta pengembangan kawasan halal. Regulasi yang kuat tidak hanya mengatur mekanisme sertifikasi halal, tetapi juga mengintegrasikan sistem produksi, distribusi, logistik, dan pembiayaan sehingga seluruh aktivitas bisnis berjalan sesuai prinsip syariah. Di tingkat global, harmonisasi standar halal antarnegara menjadi agenda penting agar sertifikasi halal memperoleh pengakuan internasional dan mampu mempermudah perdagangan lintas negara.

Strategi kedua adalah penguatan sistem *Halal Supply Chain Management*. Keberhasilan *Halal Value Chain* sangat bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam menjaga integritas halal sepanjang rantai pasok. Penelitian mengenai *Halal Supply Chain Management* menegaskan bahwa kehalalan tidak cukup dijamin melalui sertifikasi produk akhir, tetapi harus dipastikan sejak proses pengadaan bahan baku hingga produk diterima konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus menerapkan sistem pengawasan terhadap pemasok (*halal supplier*), proses produksi (*halal manufacturing*), penyimpanan (*halal warehouse*), distribusi (*halal distribution*), dan transportasi (*halal transportation*). Seluruh tahapan tersebut harus bebas dari risiko kontaminasi silang dan menggunakan prosedur yang sesuai dengan prinsip syariah. Pendekatan ini mampu meningkatkan integritas produk sekaligus memperkuat kepercayaan konsumen terhadap industri halal.

[408] Ardiantono, D. S., Ardyansyah, G. D., Sugihartanto, M. F., Al Mustofa, M. U., & Lisdiantini, N. (2024). Mapping the barrier and strategic solutions of halal supply chain implementation in small and medium enterprises. *Journal of Islamic Marketing*, *15*(7), 1673-1705. https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2022-0229

Penguatan *Halal Supply Chain* juga memerlukan penerapan *Halal Critical Control Point* (HCCP) sebagai instrumen pengendalian kualitas halal. Penelitian mengenai implementasi *Halal Value Chain* menunjukkan bahwa identifikasi titik-titik kritis halal pada setiap proses produksi dapat mengurangi risiko penggunaan bahan yang tidak memenuhi standar syariah maupun kontaminasi selama proses pengolahan. HCCP memungkinkan perusahaan melakukan pengawasan secara sistematis terhadap bahan baku, peralatan, fasilitas produksi, hingga distribusi produk. Dengan demikian, prinsip halal tidak hanya menjadi persyaratan administratif, tetapi benar-benar diterapkan dalam sistem manajemen operasional perusahaan.

Strategi ketiga adalah transformasi digital dalam *Halal Value Chain*. Revolusi Industri 4.0 telah mengubah paradigma pengelolaan industri halal dari sistem konvensional menuju sistem digital yang lebih transparan dan akuntabel. Penelitian mengenai integritas produk halal menegaskan bahwa teknologi *blockchain*, *Internet of Things* (IoT), *Radio Frequency Identification* (RFID), *Quick Response Code* (QR Code), dan sistem *traceability* digital mampu meningkatkan transparansi rantai pasok halal. Teknologi tersebut memungkinkan setiap produk ditelusuri asal-usul bahan bakunya, proses produksi, jalur distribusi, hingga lokasi penyimpanan secara real time. Digitalisasi juga memperkuat proses autentikasi produk halal sehingga dapat mengurangi risiko pemalsuan label halal dan meningkatkan legitimasi produk di pasar internasional. Oleh karena itu, investasi pada teknologi digital merupakan salah satu strategi utama dalam memperkuat daya saing industri halal global.

Strategi keempat adalah integrasi sektor keuangan syariah dengan industri halal. Pengembangan *Halal Value Chain* memerlukan dukungan pembiayaan yang memadai karena implementasi sistem halal membutuhkan investasi pada sertifikasi, peningkatan fasilitas produksi, digitalisasi, dan pengembangan infrastruktur logistik. Hasibuan dan Lubis (2024) menawarkan model integrasi *Cash Waqf Linked Sukuk* (CWLS) sebagai inovasi pembiayaan syariah yang dapat memperkuat ekosistem halal. Dalam penelitian tersebut, CWLS dimanfaatkan untuk membiayai pembangunan *food court* halal

yang mengintegrasikan prinsip *Halal Value Chain* mulai dari sumber pendanaan hingga operasional usaha. Model ini menunjukkan bahwa instrumen keuangan sosial Islam tidak hanya berfungsi sebagai sumber pembiayaan, tetapi juga sebagai mekanisme pemberdayaan ekonomi masyarakat dan penguatan industri halal secara berkelanjutan. Integrasi antara sektor keuangan syariah dan industri halal menjadi salah satu keunggulan yang membedakan *Halal Value Chain* dengan rantai nilai konvensional.

Strategi kelima adalah penguatan UMKM sebagai aktor utama industri halal. Di Indonesia, sebagian besar pelaku industri halal berasal dari sektor usaha mikro, kecil, dan menengah. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas UMKM menjadi faktor penting dalam memperluas implementasi *Halal Value Chain*. Penguatan tersebut dapat dilakukan melalui fasilitasi sertifikasi halal, pendampingan penerapan sistem jaminan produk halal, pelatihan manajemen rantai pasok, akses terhadap pembiayaan syariah, serta pemanfaatan teknologi digital. Penelitian Hasibuan dan Lubis (2024) menunjukkan bahwa penguatan UMKM halal tidak hanya meningkatkan daya saing produk lokal, tetapi juga memperluas peluang ekspor ke pasar halal global yang terus berkembang.

Strategi berikutnya adalah peningkatan kualitas sumber daya manusia dan literasi halal. Implementasi *Halal Value Chain* membutuhkan sumber daya manusia yang memahami prinsip syariah sekaligus memiliki kompetensi dalam manajemen rantai pasok, teknologi digital, dan sistem jaminan halal. Penelitian mengenai implementasi *Halal Value Chain* menunjukkan bahwa rendahnya pemahaman pelaku usaha terhadap konsep halal secara menyeluruh masih menjadi salah satu hambatan utama. Banyak pelaku usaha masih memandang sertifikasi halal sebagai tujuan akhir, padahal konsep *Halal Value Chain* menuntut penerapan nilai halal dalam seluruh aktivitas bisnis. Oleh sebab itu, pendidikan, pelatihan, sertifikasi kompetensi, serta pengembangan kurikulum halal di perguruan tinggi menjadi strategi penting dalam membangun ekosistem halal yang berkelanjutan.

Strategi selanjutnya adalah membangun kolaborasi antar pemangku kepentingan (*multi-stakeholder collaboration*). Keberhasilan *Halal Value Chain* tidak hanya bergantung pada produsen, tetapi memerlukan sinergi antara pemerintah, lembaga sertifikasi halal, industri, akademisi, lembaga penelitian, lembaga keuangan syariah, asosiasi bisnis, dan masyarakat. Pemerintah berperan dalam menyediakan regulasi dan infrastruktur, akademisi menghasilkan inovasi dan penelitian, industri menerapkan standar halal dalam operasional, sedangkan lembaga keuangan menyediakan dukungan pembiayaan syariah. Kolaborasi tersebut memungkinkan terbentuknya ekosistem halal yang saling terhubung sehingga setiap komponen mampu mendukung pengembangan industri halal secara berkelanjutan.

Di tingkat global, strategi penguatan *Halal Value Chain* diarahkan pada harmonisasi standar halal internasional. Perbedaan regulasi dan mekanisme sertifikasi antarnegara masih menjadi kendala utama dalam perdagangan produk halal. Harmonisasi standar akan meningkatkan saling pengakuan (*mutual recognition*) antar lembaga sertifikasi, mempercepat proses ekspor, mengurangi biaya kepatuhan, dan meningkatkan kepercayaan pasar internasional terhadap produk halal. Selain itu, harmonisasi juga akan memperkuat posisi negara-negara produsen halal dalam membangun jaringan perdagangan global yang lebih efisien dan transparan.

Indonesia memiliki posisi strategis untuk menjadi pusat industri halal dunia karena didukung oleh jumlah penduduk Muslim terbesar, pasar domestik yang luas, sumber daya alam yang melimpah, serta perkembangan sektor keuangan syariah yang semakin pesat. Ketiga jurnal menegaskan bahwa peluang tersebut hanya dapat diwujudkan apabila Indonesia mampu membangun *Halal Value Chain* yang terintegrasi melalui penguatan regulasi, penerapan teknologi digital, pengembangan pembiayaan syariah, peningkatan kapasitas UMKM, pembangunan infrastruktur halal, dan kolaborasi lintas sektor. Dengan strategi tersebut, Indonesia tidak hanya menjadi konsumen produk halal terbesar, tetapi juga bertransformasi menjadi produsen dan eksportir utama produk halal global.

BAB 9

Geopolitik Perdagangan Bebas Dan Industri Halal:

Analisis Potensi Implikasi Agreement on Reciprocal Trade (ART) Indonesia–Amerika Serikat terhadap Perdagangan Produk Halal Indonesia

Ilham Akbar Ryant Prabowo

1. Pendahuluan

Perdagangan internasional pada dekade ketiga abad ke-21 tidak lagi dapat dipahami semata-mata sebagai persoalan efisiensi ekonomi dan keunggulan komparatif sebagaimana diajarkan dalam teori perdagangan klasik. Perdagangan telah berubah menjadi instrumen geopolitik yang digunakan negara-negara besar untuk mengamankan kepentingan strategisnya, menekan mitra dagang yang dianggap menikmati surplus, serta merekonstruksi rantai pasok global sesuai dengan kalkulasi keamanan nasional. Kebijakan tarif resiprokal yang diumumkan Pemerintah Amerika Serikat pada 2 April 2025 melalui Executive Order Nomor 14257 merupakan salah satu manifestasi paling nyata dari kecenderungan tersebut. Kebijakan ini menempatkan negara-negara yang dianggap menyumbang defisit perdagangan bagi Amerika Serikat, termasuk Indonesia, pada posisi harus bernegosiasi ulang seluruh arsitektur hubungan dagangnya di

bawah tekanan tarif yang sangat tinggi (United States Government, 2025; Rodrik, 2018).

Bagi Indonesia, tekanan tarif sebesar 32 persen yang semula diberlakukan berpotensi mengancam keberlangsungan sekitar empat hingga lima juta pekerja di sektor industri padat karya yang berorientasi ekspor ke pasar Amerika Serikat. Pemerintah Indonesia kemudian memilih jalur diplomasi dan negosiasi intensif, yang pada akhirnya menghasilkan penurunan tarif resiprokal menjadi 19 persen melalui Joint Statement on the Framework for the Agreement on Reciprocal Trade pada 15 Juli 2025, dan berpuncak pada penandatanganan Agreement on Reciprocal Trade (ART) oleh Presiden Prabowo Subianto dan Presiden Donald Trump di Washington, D.C. pada 19 Februari 2026. ART memuat berbagai komitmen lintas sektor, mulai dari tarif, komoditas pertanian, standar teknis, hingga ketentuan yang secara langsung menyentuh ranah jaminan produk halal, sebuah domain regulasi yang selama ini dipandang sebagai bagian dari kedaulatan keagamaan dan perlindungan konsumen muslim Indonesia (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2026; Reuters, 2026).

Isu ini menjadi semakin penting mengingat posisi strategis Indonesia dalam ekonomi syariah global. Berdasarkan State of the Global Islamic Economy Report (SGIER) 2024/2025, Indonesia menempati peringkat ketiga dalam Global Islamic Economy Indicator, dengan capaian tertinggi pada sektor modest fashion serta posisi kuat pada kosmetik dan farmasi halal. Nilai ekspor produk halal Indonesia pada 2024 tercatat mencapai sekitar 51,4 miliar dolar Amerika Serikat, tumbuh positif dibandingkan tahun sebelumnya, dengan sektor makanan dan minuman menyumbang lebih dari 80 persen dari total ekspor tersebut. Pasar domestik muslim Indonesia sendiri diproyeksikan mencatatkan belanja produk halal yang terus meningkat, menjadikan Indonesia bukan hanya produsen tetapi juga konsumen halal terbesar di dunia. Dalam konteks itulah, ketentuan-ketentuan ART yang berkaitan dengan pembebasan sertifikasi dan penandaan halal bagi produk Amerika Serikat, sebagaimana diatur dalam Pasal 2.9 dan Pasal 2.22, serta ketentuan impor pakaian bekas cacah dalam Pasal 2.8, menjadi isu yang layak dikaji secara mendalam karena berpotensi bersinggungan langsung dengan tata kelola jaminan produk halal nasional yang selama ini diatur melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal beserta peraturan pelaksanaannya (DinarStandard, 2025; CNBC Indonesia, 2025; Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014).

Bab ini disusun untuk menganalisis secara akademik potensi implikasi ketentuan-ketentuan tersebut terhadap perdagangan dan ekosistem produk halal Indonesia. Kajian dilakukan dengan pendekatan deskriptif-analitis terhadap teks pasal ART yang relevan, dipadukan dengan tinjauan literatur mengenai geopolitik perdagangan, ekonomi syariah, dan kebijakan jaminan produk halal di Indonesia. Mengingat sifat perjanjian ini yang relatif baru dan implementasinya yang masih berlangsung, analisis dalam bab ini disusun dengan kehati-hatian ilmiah: penulis secara sadar menghindari klaim kepastian atas dampak yang belum sepenuhnya termanifestasi. Dengan demikian, bab ini dimaksudkan sebagai kontribusi awal bagi diskursus akademik dan kebijakan mengenai bagaimana Indonesia dapat menyeimbangkan komitmen liberalisasi perdagangan dengan visinya sebagai pusat industri halal dunia (Rodrik, 2018).

Rumusan permasalahan yang hendak dijawab dalam bab ini adalah: bagaimana konstruksi normatif Pasal 2.8, Pasal 2.9, dan Pasal 2.22 ART, serta bagaimana potensi implikasinya terhadap tata kelola, daya saing, dan kredibilitas perdagangan produk halal Indonesia? Untuk menjawab pertanyaan tersebut, penulis menggunakan metode analisis dokumen (document analysis) terhadap teks pasal ART yang relevan sebagai data primer, yang kemudian ditriangulasi dengan data sekunder berupa dokumen resmi Pemerintah Indonesia, laporan lembaga internasional seperti State of the Global Islamic Economy Report, serta literatur akademik mengenai geopolitik perdagangan dan ekonomi syariah. Analisis dilakukan secara tematik, dengan mengelompokkan potensi implikasi ke dalam beberapa dimensi, yaitu dimensi tata kelola kelembagaan, dimensi daya saing usaha, dimensi informasi konsumen, dan dimensi rantai pasok, sebagaimana akan

diuraikan lebih lanjut pada bagian pembahasan (DinarStandard, 2024, 2025).

Secara struktural, pembahasan dalam bab ini disusun mengikuti alur logis: dimulai dari pemetaan geopolitik perdagangan global sebagai konteks makro, dilanjutkan dengan penelusuran proses lahirnya ART, pemetaan posisi industri halal Indonesia, uraian isi pokok pasal-pasal ART yang relevan, analisis potensi implikasinya terhadap perdagangan produk halal, identifikasi peluang dan tantangan, perumusan strategi Indonesia, hingga refleksi atas arah masa depan industri halal nasional di tengah tatanan perdagangan global yang terus berubah (Gereffi, 2019).

2. Pembahasan

2.1. Geopolitik Perdagangan Global

Sebagai kerangka analitis, penting untuk membedakan antara logika perdagangan bebas klasik yang menekankan efisiensi alokasi sumber daya lintas negara, dengan logika geoekonomi kontemporer yang menempatkan perdagangan sebagai perpanjangan tangan kepentingan strategis nasional. Dalam logika yang pertama, hambatan non-tarif seperti persyaratan sertifikasi halal dipandang murni sebagai instrumen perlindungan konsumen yang idealnya dirancang berdasarkan pertimbangan ilmiah dan keagamaan yang independen dari tekanan dagang. Dalam logika yang kedua, hambatan non-tarif serupa berpotensi dipandang sebagai salah satu variabel yang dapat dinegosiasikan atau dipertukarkan (bargaining chip) demi mencapai kesepakatan dagang yang lebih besar, sebagaimana tampak dalam pola negosiasi ART (Hoekman & Nelson, 2018).

Sejak krisis finansial global 2008 dan semakin menguat pascapandemi Covid-19, strategi perdagangan multilateral yang dibangun di bawah kerangka World Trade Organization (WTO) mengalami tekanan struktural yang signifikan. Negara-negara besar cenderung bergeser dari prinsip perdagangan bebas berbasis aturan (*rules-based free trade*) menuju pendekatan yang lebih transaksional dan bilateral, di mana pertimbangan keamanan nasional, ketahanan rantai pasok, dan kepentingan geostrategis menjadi variabel yang setara pentingnya dengan efisiensi ekonomi. Fenomena ini oleh sejumlah pengamat hubungan internasional disebut sebagai era ‚geoekonomi', yakni penggunaan instrumen ekonomi untuk mencapai tujuan geopolitik, termasuk tarif, sanksi, kontrol ekspor, dan perjanjian dagang preferensial yang bersifat eksklusif (Baldwin, 2016; World Trade Organization, 2023).

Kebijakan tarif resiprokal Amerika Serikat yang diumumkan pada April 2025 dapat dibaca sebagai bagian dari tren tersebut. Alih-alih menempuh negosiasi multilateral melalui WTO, Amerika Serikat memilih pendekatan unilateral-bilateral dengan menetapkan tarif tinggi secara sepihak kepada mitra dagang yang dianggap menikmati surplus perdagangan, kemudian membuka ruang negosiasi bilateral bagi negara-negara yang bersedia memberikan konsesi tambahan di luar isu tarif semata, mencakup standar teknis, akses pasar pertanian, hingga ketentuan non-tarif seperti sertifikasi dan pelabelan. Pendekatan ini secara struktural menempatkan negara-negara berkembang, termasuk Indonesia, pada posisi tawar yang relatif lebih lemah, karena tekanan tarif yang tinggi memaksa negosiasi berlangsung dalam tenggat waktu yang singkat dan dengan konsekuensi ekonomi domestik yang besar apabila kesepakatan tidak tercapai (United States Government, 2025; Asian Development Bank, 2024).

Dalam kerangka geopolitik yang lebih luas, kawasan Asia Tenggara, dan Indonesia khususnya, menempati posisi strategis sebagai pasar besar dengan populasi muslim terbesar di dunia sekaligus mitra penting dalam rantai pasok global untuk komoditas seperti minyak sawit, kopi, kakao, dan produk tekstil. Posisi ini menjadikan Indonesia sasaran negosiasi yang menarik bagi Amerika Serikat, bukan hanya untuk memperbaiki neraca perdagangan bilateral, tetapi juga untuk memperluas akses pasar bagi produk-produk manufaktur, pertanian, dan barang konsumsi Amerika Serikat ke salah satu pasar konsumen muslim terbesar di dunia. Dalam konteks inilah ketentuan-ketentuan yang menyentuh ranah halal dalam ART dapat dipahami bukan sekadar sebagai isu teknis perdagangan, melainkan sebagai bagian dari kalkulasi geoekonomi yang lebih besar, di mana relaksasi

hambatan non-tarif di sektor halal berfungsi sebagai instrumen untuk memperluas pangsa pasar produk Amerika Serikat di Indonesia (Gereffi, 2019; Chatib Basri, 2022).

2.2. Lahirnya ART

Proses lahirnya ART dapat ditelusuri melalui beberapa tahapan penting. Tahap pertama dimulai pada 2 April 2025, ketika Pemerintah Amerika Serikat secara unilateral menetapkan tarif resiprokal terhadap negara-negara yang dinilai menyumbang defisit perdagangan bagi Amerika Serikat, dengan Indonesia dikenakan tarif sebesar 32 persen berdasarkan data defisit perdagangan Amerika Serikat terhadap Indonesia tahun 2024 senilai 19,3 miliar dolar Amerika Serikat. Pemerintah Indonesia merespons dengan memilih jalur diplomasi dan negosiasi intensif, dengan pertimbangan bahwa langkah retaliasi berpotensi menimbulkan kerugian ekonomi yang lebih besar, termasuk terhadap sekitar empat hingga lima juta pekerja di sektor industri padat karya yang terdampak langsung (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2026; Airlangga Hartarto, 2025).

Tahap kedua ditandai dengan pengumuman penurunan tarif resiprokal dari 32 persen menjadi 19 persen pada 15 Juli 2025, sebagaimana dituangkan dalam *Joint Statement on the Framework for ART*. Negosiasi teknis kemudian berlanjut secara intensif sepanjang paruh kedua tahun 2025, melibatkan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia dan *United States Trade Representative* (USTR), hingga pada 22 Desember 2025 kedua pihak menyatakan telah menyepakati substansi dokumen ART. Tahap ketiga, sebagai puncak proses ini, adalah penandatanganan resmi Perjanjian ART oleh Presiden Prabowo Subianto dan Presiden Donald Trump di Washington, D.C. pada 19 Februari 2026, yang turut disertai sejumlah nota kesepahaman komersial lain antara entitas bisnis kedua negara (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2025; Reuters, 2026).

Dilihat dari proses kelahirannya, ART merupakan produk negosiasi yang berlangsung di bawah tekanan waktu dan tekanan ekonomi yang asimetris, sebuah karakteristik yang lazim ditemukan dalam perjanjian dagang bilateral yang lahir dari kebijakan tarif unilateral. Karakteristik ini penting untuk dipahami karena secara normatif menunjukkan bahwa sejumlah konsesi dalam ART, termasuk pada ranah ketentuan halal, kemungkinan besar merupakan hasil kompromi yang lebih mencerminkan kepentingan mempertahankan akses pasar ekspor Indonesia ke Amerika Serikat, ketimbang hasil pertimbangan komprehensif atas dampaknya terhadap ekosistem jaminan produk halal domestik (Rodrik, 2018).

Perlu dicatat pula bahwa penandatanganan ART pada 19 Februari 2026 berlangsung berdampingan dengan sejumlah nota kesepahaman komersial lain antara entitas bisnis Indonesia dan Amerika Serikat, termasuk di sektor pertambangan dan energi, yang menunjukkan bahwa ART merupakan bagian dari paket kerja sama ekonomi yang lebih luas antara kedua negara. Meskipun nota-nota kesepahaman tersebut secara formal berdiri terpisah dari ART, keterkaitan waktu dan konteks politiknya menunjukkan bahwa negosiasi ketentuan halal dalam ART tidak dapat dilepaskan dari kalkulasi kepentingan ekonomi-politik yang lebih besar, di mana konsesi pada satu sektor berpotensi menjadi bagian dari pertukaran kepentingan (trade-off) dengan konsesi Amerika Serikat pada sektor lain, seperti penurunan tarif untuk komoditas ekspor unggulan Indonesia (US-ASEAN Business Council, 2025).

2.3. Posisi Industri Halal Indonesia

Industri halal Indonesia telah berkembang menjadi salah satu pilar strategis perekonomian nasional. Berdasarkan SGIER 2024/2025, Indonesia menempati peringkat ketiga dunia dalam Global Islamic Economy Indicator, di bawah Malaysia dan Arab Saudi, dengan capaian peringkat pertama pada sektor modest fashion serta posisi kuat pada sektor kosmetik dan farmasi halal serta pariwisata ramah muslim. Pangsa pasar industri halal Indonesia terhadap pasar halal global tercatat sekitar 11,34 persen dan diproyeksikan terus meningkat seiring pertumbuhan populasi muslim dunia yang menurut proyeksi Pew Research Center akan mencapai sekitar 2,2 miliar jiwa pada 2030 (DinarStandard, 2025; Pew Research Center, 2015).

Dari sisi perdagangan, nilai ekspor produk halal Indonesia pada 2024 tercatat sekitar 51,4 miliar dolar Amerika Serikat, tumbuh positif dibandingkan tahun sebelumnya, dengan sektor makanan dan minuman menyumbang lebih dari 80 persen dari total nilai tersebut, diikuti oleh sektor farmasi dan kosmetik halal yang berkembang pesat. Indonesia mencatatkan surplus neraca perdagangan produk halal, meskipun di sisi lain nilai impor produk halal, termasuk dari negara-negara Organisasi Kerja Sama Islam maupun dari Amerika Serikat, juga tercatat signifikan, mencakup produk makanan olahan, bahan baku, farmasi, dan kosmetik. Fakta ini menunjukkan bahwa Indonesia, meskipun unggul sebagai konsumen dan produsen, masih menghadapi tantangan struktural berupa keterbatasan inovasi produk, birokrasi sertifikasi yang relatif kompleks, dan minimnya investasi riset dan pengembangan di sektor halal, sebagaimana dicatat dalam sejumlah kajian ekonomi Islam kontemporer (CNBC Indonesia, 2025; Warto, 2020; Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 2025).

Kelembagaan jaminan produk halal Indonesia bertumpu pada Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, yang mewajibkan sertifikasi halal secara bertahap bagi produk yang beredar di Indonesia, dengan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai otoritas pelaksana, didukung oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam aspek fatwa dan lembaga pemeriksa halal dalam aspek audit. Sistem ini secara filosofis dibangun untuk memberikan kepastian hukum dan jaminan syariah bagi konsumen muslim, sekaligus menjadi instrumen peningkatan daya saing produk Indonesia di pasar halal global. Dalam kerangka itu, setiap ketentuan yang mengubah cakupan atau mekanisme kewajiban sertifikasi dan pelabelan halal, termasuk yang diatur dalam perjanjian dagang internasional seperti ART, berpotensi memengaruhi keseluruhan arsitektur kelembagaan tersebut, baik secara langsung pada produk impor Amerika Serikat maupun secara tidak langsung melalui preseden bagi negosiasi dagang dengan mitra lain (Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014; Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021; Jurnal Ekonomi Islam [JEI], 2025).

2.4. Isi Pokok ART

Analisis dalam bab ini difokuskan pada tiga pasal ART yang secara eksplisit menyentuh ranah produk halal, yaitu Pasal 2.8, Pasal 2.9, dan Pasal 2.22 (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2026).

Pasal 2.8 mengatur kewajiban Indonesia untuk mengizinkan impor pakaian bekas yang telah dicacah (*shredded used clothing*) dari Amerika Serikat, dengan tujuan mendorong perdagangan dan sirkularitas industri daur ulang pakaian Amerika Serikat. Meskipun pasal ini secara tekstual tidak menyebut kata ‚halal', ketentuan ini relevan untuk dikaji dalam konteks industri halal karena produk tekstil dan modest fashion merupakan salah satu sektor unggulan ekonomi syariah Indonesia, sehingga masuknya pakaian bekas cacah dalam volume tertentu berpotensi memengaruhi struktur pasar tekstil domestik yang menjadi basis bagi industri modest fashion halal, di samping isu kesehatan, kebersihan, dan keberlanjutan lingkungan yang melekat pada perdagangan pakaian bekas.

Pasal 2.9 mengatur ketentuan halal untuk barang manufaktur, dengan empat elemen utama: pertama, Indonesia membebaskan kosmetik, alat kesehatan, dan barang manufaktur lain asal Amerika Serikat dari kewajiban sertifikasi dan penandaan halal; kedua, pembebasan yang sama berlaku bagi wadah dan bahan pengangkut barang manufaktur, kecuali untuk wadah yang digunakan mengangkut makanan dan minuman, kosmetik, dan obat-obatan; ketiga, Indonesia tidak akan memberlakukan persyaratan penandaan atau sertifikasi untuk produk non-halal; dan keempat, Indonesia akan mengakui lembaga sertifikasi halal Amerika Serikat yang diakui otoritas halal Indonesia untuk mensertifikasi produk apa pun sebagai halal untuk diimpor ke Indonesia tanpa persyaratan tambahan, disertai penyederhanaan dan percepatan proses pengakuan lembaga tersebut.

Pasal 2.22 mengatur ketentuan halal untuk produk pangan dan pertanian, mencakup lima elemen: pengakuan terhadap praktik penyembelihan Amerika Serikat yang sesuai hukum Islam atau standar negara anggota *Standards and Metrology Institute for Islamic Countries* (SMIIC); pembebasan produk non-hewani dan pakan ternak, baik

hasil rekayasa genetika maupun bukan, dari persyaratan sertifikasi dan pelabelan halal; pembebasan kontainer dan bahan pengangkut produk pangan dan pertanian dari persyaratan serupa; pembebasan perusahaan pengemasan, penyimpanan, dan pergudangan Amerika Serikat dalam rantai pasok produk pertanian bersertifikat halal dari kewajiban uji kompetensi dan sertifikasi bagi karyawannya; serta larangan bagi Indonesia untuk mewajibkan perusahaan Amerika Serikat menunjuk ahli halal untuk mengawasi operasional perusahaan.

Untuk memudahkan pemetaan, Tabel 1 merangkum ketentuan pokok, kelonggaran yang diberikan, dan sektor halal yang berpotensi terdampak dari masing-masing pasal (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2026).

Pasal	Ketentuan Pokok	Sektor Halal Terdampak (Potensial)
Pasal 2.8	Kewajiban mengizinkan impor pakaian bekas cacah dari AS untuk mendukung sirkularitas industri daur ulang AS.	Tekstil dan modest fashion (secara tidak langsung).
Pasal 2.9	Pembebasan sertifikasi/label halal bagi kosmetik, alat kesehatan, dan barang manufaktur AS beserta kemasannya; larangan label wajib produk non-halal; pengakuan lembaga sertifikasi halal AS.	Kosmetik dan farmasi halal.
Pasal 2.22	Pengakuan standar penyembelihan AS/SMIIC; pembebasan produk non-hewani, pakan, kontainer, dan tenaga kerja rantai pasok pangan dari sertifikasi halal; larangan kewajiban penunjukan ahli halal.	Makanan dan minuman halal, rantai pasok pangan.

Tabel 1. Ringkasan Ketentuan Halal dalam ART yang Dianalisis (Sumber: diolah penulis dari teks ART, 2026).

Untuk kepentingan analisis tekstual yang lebih presisi, berikut disajikan kutipan inti dari ketiga pasal tersebut sebagaimana termuat dalam dokumen ART, yang menjadi rujukan utama pembahasan pada bagian berikutnya (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2026; Prabowo Subianto Official, 2026).

Pasal 2.8 Izin Impor Pakaian Bekas Cacah:

> *"Indonesia harus mengizinkan impor pakaian bekas yang telah dicacah dari Amerika Serikat guna lebih mendorong perdagangan dan sirkularitas dalam industri pakaian daur ulang Amerika Serikat yang sangat berkembang."*

Pasal 2.9 Ketentuan Halal untuk Barang Manufaktur (ringkasan ayat 1–4):

> *Indonesia membebaskan kosmetik, alat kesehatan, dan barang manufaktur asal Amerika Serikat, beserta wadah pengangkutnya (kecuali untuk pangan, kosmetik, dan obat-obatan), dari kewajiban sertifikasi dan penandaan halal; Indonesia tidak akan memberlakukan kewajiban penandaan atau sertifikasi bagi produk non-halal; dan Indonesia akan mengakui lembaga sertifikasi halal Amerika Serikat yang telah diakui otoritas halal Indonesia untuk mensertifikasi produk apa pun sebagai halal bagi keperluan impor ke Indonesia, disertai penyederhanaan serta percepatan proses pengakuannya.*

Pasal 2.22 Ketentuan Halal untuk Produk Pangan dan Pertanian (ringkasan ayat 1–5):

> *Indonesia mengakui praktik penyembelihan Amerika Serikat yang sesuai hukum Islam atau standar negara anggota SMIIC; membebaskan produk non-hewani dan pakan ternak dari sertifikasi dan pelabelan halal; membebaskan kontainer dan bahan pengangkut produk pangan dan pertanian dari ketentuan serupa; membebaskan perusahaan pengemasan, penyimpanan, dan pergudangan Amerika Serikat dalam rantai pasok produk pertanian bersertifikat halal dari kewajiban uji kompetensi dan sertifikasi karyawan; serta tidak boleh mewajibkan perusahaan Amerika Serikat menunjuk ahli halal untuk mengawasi operasionalnya.*

Secara keseluruhan, ketiga pasal tersebut menunjukkan pola yang konsisten, yaitu pergeseran dari rezim sertifikasi halal yang bersifat wajib dan diverifikasi secara ketat oleh otoritas Indonesia, menuju rezim yang lebih longgar berbasis pembebasan (exemption)

dan pengakuan timbal balik (mutual recognition) terhadap lembaga sertifikasi Amerika Serikat. Pola ini secara normatif menunjukkan bahwa ART menempatkan fasilitasi perdagangan dan akses pasar sebagai prioritas utama, dengan ketentuan halal diperlakukan sebagai salah satu hambatan non-tarif yang perlu diminimalkan, alih-alih sebagai instrumen perlindungan konsumen dan kedaulatan religius yang independen dari negosiasi dagang (Hoekman & Nelson, 2018; Rodrik, 2018).

2.5. Potensi Implikasi terhadap Perdagangan Produk Halal

Bagian ini menguraikan potensi implikasi ketentuan Pasal 2.8, 2.9, dan 2.22 ART secara lebih sistematis dengan memetakannya ke dalam enam dimensi analisis, yaitu informasi konsumen, tata kelola sertifikasi, daya saing usaha, rantai pasok pangan halal, industri tekstil dan modest fashion, serta kelembagaan lintas negara. Pemetaan ini tidak dimaksudkan sebagai daftar dampak yang pasti terjadi, melainkan sebagai kerangka antisipatif yang dapat menjadi acuan bagi regulator dan pelaku usaha dalam memitigasi risiko sekaligus menangkap peluang yang tersedia (Gereffi, 2019).

Ketentuan-ketentuan ART sebagaimana diuraikan di atas berpotensi menimbulkan implikasi pada beberapa dimensi perdagangan produk halal Indonesia. Pertama, pada dimensi integritas informasi konsumen. Pembebasan kosmetik, alat kesehatan, dan barang manufaktur lain asal Amerika Serikat dari kewajiban sertifikasi dan penandaan halal dapat membuka peluang beredarnya produk yang status kehalalannya tidak terverifikasi secara resmi oleh otoritas Indonesia, sehingga konsumen muslim berpotensi kehilangan kepastian informasi yang selama ini dijamin oleh sistem label halal wajib. Dalam skenario tertentu, hal ini dapat mendorong konsumen untuk lebih bergantung pada reputasi merek atau klaim sepihak produsen, alih-alih verifikasi institusional yang telah dibangun melalui BPJPH (BPJPH, 2025; MUI, 2026).

Kedua, pada dimensi tata kelola sertifikasi. Pengakuan otomatis terhadap lembaga sertifikasi halal Amerika Serikat tanpa persyaratan atau pembatasan tambahan, disertai penyederhanaan dan percepatan proses pengakuan, memungkinkan terjadinya pluralisme standar halal di pasar Indonesia, di mana produk halal impor dari Amerika Serikat disertifikasi berdasarkan kerangka standar yang mungkin berbeda dari kerangka fikih dan prosedur audit yang selama ini digunakan MUI dan lembaga pemeriksa halal domestik. Kondisi ini secara normatif menunjukkan potensi ketegangan antara prinsip mutual recognition yang lazim dalam perjanjian dagang internasional dengan prinsip kehati-hatian syariah yang menjadi dasar filosofis sistem jaminan produk halal Indonesia (MUI, 2026; Warto, 2020).

Ketiga, pada dimensi daya saing pelaku usaha domestik. Pelaku usaha halal Indonesia, khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah yang selama ini menanggung biaya dan proses sertifikasi halal sesuai regulasi domestik, berpotensi menghadapi persaingan yang kurang setara (*unequal playing field*) apabila produk sejenis asal Amerika Serikat dapat beredar tanpa kewajiban serupa. Dalam skenario tertentu, disparitas beban regulasi ini dapat memengaruhi struktur biaya dan strategi penetapan harga, terutama pada sektor kosmetik dan farmasi halal yang menjadi salah satu keunggulan komparatif Indonesia dalam SGIER (DinarStandard, 2025; Warto, 2020).

Keempat, pada dimensi rantai pasok pangan halal. Pengakuan terhadap praktik penyembelihan Amerika Serikat yang sesuai standar SMIIC serta pembebasan kontainer, bahan pengangkut, dan tenaga kerja rantai pasok dari kewajiban sertifikasi dan uji kompetensi halal berpotensi mendorong peningkatan volume dan efisiensi impor produk pangan hewani asal Amerika Serikat, seperti daging dan unggas, ke pasar Indonesia. Hal ini dapat membuka peluang diversifikasi pasokan pangan halal dengan harga yang lebih kompetitif, namun pada saat yang sama berpotensi memengaruhi posisi tawar produsen pangan halal domestik, khususnya peternak dan rumah potong hewan bersertifikat halal, dalam persaingan harga di pasar dalam negeri (SMIIC, 2023; Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2024).

Kelima, pada dimensi industri tekstil dan modest fashion. Kewajiban mengizinkan impor pakaian bekas cacah sebagaimana diatur Pasal 2.8, meskipun ditujukan untuk mendukung sirkularitas industri daur ulang Amerika Serikat, dalam skenario tertentu dapat

memengaruhi struktur pasar bahan baku tekstil domestik yang menopang industri modest fashion, sebuah sektor yang menjadi kekuatan utama Indonesia dalam peringkat ekonomi syariah global. Implikasi ini bersifat tidak langsung dan memerlukan kajian lanjutan yang lebih spesifik mengenai volume dan segmentasi pasar pakaian bekas cacah tersebut (DinarStandard, 2025; Lembaga Pemeriksa Halal LPPOM, 2025).

Keenam, pada dimensi kelembagaan lintas negara. Mekanisme pengakuan lembaga sertifikasi halal Amerika Serikat oleh otoritas halal Indonesia sebagaimana diatur Pasal 2.9 ayat empat memerlukan pembentukan atau penyesuaian mekanisme kerja sama teknis antarlembaga yang belum tentu telah tersedia secara memadai. Dalam skenario tertentu, ketiadaan protokol verifikasi yang jelas antara BPJPH dan lembaga sertifikasi halal Amerika Serikat dapat menimbulkan kesenjangan interpretasi mengenai kriteria kehalalan, terutama untuk produk-produk yang secara historis memiliki area abu-abu dalam fikih kontemporer, seperti produk hasil rekayasa genetika, bahan tambahan pangan sintetis, dan produk farmasi berbasis turunan hewani (BPJPH, 2025; SMIIC, 2023).

2.6. Peluang dan Tantangan

Di balik potensi risiko sebagaimana diuraikan sebelumnya, ketentuan-ketentuan ART juga membuka sejumlah peluang bagi industri halal Indonesia. Pengakuan terhadap lembaga sertifikasi halal Amerika Serikat berpotensi mendorong peningkatan volume impor bahan baku dan produk antara bersertifikat halal dari Amerika Serikat, yang dapat dimanfaatkan industri pengolahan halal domestik, terutama pada sektor makanan dan minuman olahan serta farmasi, untuk memperluas basis bahan baku dengan harga yang lebih kompetitif. Selain itu, kerja sama pengakuan sertifikasi halal lintas negara berpotensi menjadi preseden positif bagi penguatan posisi Indonesia dalam pembentukan standar halal internasional, apabila Indonesia mampu memastikan bahwa pengakuan tersebut bersifat resiprokal secara substantif, bukan hanya secara formal (Lembaga Pemeriksa Halal LPPOM, 2025; ITFC, 2023).

Peluang lain terletak pada aspek diplomasi ekonomi syariah. Keterlibatan aktif Indonesia dalam merumuskan kerangka pengakuan sertifikasi halal dengan Amerika Serikat berpotensi memperkuat posisi tawar Indonesia dalam forum-forum kerja sama ekonomi Islam internasional, termasuk dalam konteks harmonisasi standar dengan SMIIC, mengingat Indonesia memiliki basis pasar dan kapasitas kelembagaan halal yang relatif matang dibandingkan banyak negara berkembang lain. Penurunan hambatan tarif secara umum dalam ART, termasuk tarif nol persen untuk sejumlah komoditas unggulan seperti minyak sawit, kopi, kakao, dan teh, juga berpotensi memberikan ruang fiskal tambahan bagi pelaku usaha untuk berinvestasi dalam penguatan kualitas dan inovasi produk halal (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2026; Global Islamic Finance Report, 2024).

Namun demikian, tantangan yang dihadapi tidak kalah signifikan. Tantangan pertama adalah menjaga kredibilitas sistem jaminan produk halal nasional di tengah pluralisme sumber sertifikasi. Tantangan kedua adalah memastikan transparansi informasi bagi konsumen, mengingat pembebasan pelabelan halal untuk produk non-halal dapat menimbulkan ambiguitas dalam membedakan produk yang benar-benar telah disertifikasi halal dengan produk yang sekadar dibebaskan dari kewajiban tersebut. Tantangan ketiga adalah kesenjangan kapasitas dan skala usaha antara pelaku usaha halal domestik, khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah, dengan korporasi multinasional Amerika Serikat yang memiliki keunggulan efisiensi produksi dan distribusi. Tantangan keempat adalah tantangan regulasi, yakni bagaimana menyelaraskan komitmen internasional dalam ART dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 dan peraturan turunannya tanpa menimbulkan ketidakpastian hukum bagi pelaku usaha maupun konsumen (Warto, 2020; Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014).

Tantangan kelima adalah tantangan resiprositas substantif. Meskipun ART secara formal menggunakan istilah ‚perdagangan resiprokal', sejumlah pengamat mencatat bahwa proses negosiasinya berlangsung di bawah tekanan tarif unilateral, sehingga terdapat

pertanyaan akademik yang relevan mengenai sejauh mana ketentuan-ketentuan halal dalam ART benar-benar mencerminkan kesetaraan kepentingan kedua negara, ataukah lebih dominan mencerminkan kepentingan memperluas akses pasar produk Amerika Serikat ke Indonesia. Pertanyaan ini penting untuk terus dikaji secara empiris seiring berjalannya implementasi ART, mengingat sifatnya yang dalam skenario tertentu dapat memengaruhi legitimasi sosial-politik perjanjian ini di mata publik Indonesia, khususnya kalangan pelaku usaha halal dan organisasi keagamaan (Vibizmedia, 2026; Reuters, 2026).

2.7. Strategi Indonesia

Perumusan strategi Indonesia dalam menghadapi implikasi ART pada sektor halal idealnya tidak dipandang sebagai respons reaktif semata, melainkan sebagai bagian dari pembaruan strategi besar (grand strategy) pembangunan ekonomi syariah nasional yang telah berjalan sejak beberapa tahun terakhir, termasuk melalui peta jalan pengembangan ekonomi syariah yang disusun Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional bersama Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. Dengan demikian, langkah-langkah strategis yang diuraikan berikut ini dirancang agar selaras dan saling memperkuat dengan agenda pembangunan ekonomi syariah yang lebih luas, alih-alih berdiri sebagai kebijakan ad hoc yang terpisah dan bersifat sementara (Bappenas, 2024).

Menghadapi potensi implikasi dan tantangan tersebut, sejumlah langkah strategis dapat dipertimbangkan Pemerintah Indonesia. Pertama, penguatan pengawasan pascapasar (post-market surveillance) terhadap produk-produk yang dibebaskan dari kewajiban sertifikasi dan pelabelan halal, guna memastikan bahwa pembebasan tersebut tidak disalahgunakan untuk mengklaim status halal secara tidak sah maupun untuk mengaburkan status non-halal suatu produk. Kedua, penguatan kapasitas literasi konsumen melalui edukasi publik yang masif mengenai perbedaan antara produk yang telah tersertifikasi halal oleh otoritas resmi dan produk yang sekadar dibebaskan dari kewajiban tersebut, sehingga konsumen tetap dapat membuat keputusan konsumsi yang informed meskipun label pada kemasan tidak lagi menjadi satu-satunya rujukan (BPJPH, 2025).

Ketiga, negosiasi lanjutan dan diplomasi teknis untuk memastikan bahwa pengakuan terhadap lembaga sertifikasi halal Amerika Serikat tetap tunduk pada kerangka audit dan verifikasi minimal yang selaras dengan standar fikih yang berlaku di Indonesia, misalnya melalui mekanisme kerja sama teknis antara BPJPH, MUI, dan lembaga sertifikasi halal Amerika Serikat yang diakui, guna menjaga aspek substansi keislaman dalam proses sertifikasi, tidak semata aspek prosedural. Keempat, penguatan daya saing pelaku usaha halal domestik melalui insentif fiskal, kemudahan pembiayaan syariah, dan percepatan sertifikasi halal gratis bagi usaha mikro dan kecil, sehingga disparitas beban regulasi dengan produk impor dapat diminimalkan (MUI, 2026; Halal Development Council, 2023).

Kelima, diversifikasi pasar ekspor produk halal Indonesia agar ketergantungan terhadap satu mitra dagang, termasuk Amerika Serikat, dapat dikurangi, dengan memperluas penetrasi ke pasar negara-negara Organisasi Kerja Sama Islam, Afrika, dan Asia Selatan yang permintaannya terhadap produk halal terus tumbuh. Keenam, penguatan posisi Indonesia dalam pembentukan standar halal internasional melalui keterlibatan aktif dalam forum SMIIC dan forum ekonomi syariah global lainnya, sehingga pengakuan timbal balik dengan negara mitra, termasuk Amerika Serikat, dapat dibangun di atas kerangka standar yang turut dirumuskan Indonesia, bukan semata standar yang ditentukan sepihak oleh mitra dagang (Organisasi Kerja Sama Islam [OKI], 2024; SMIIC, 2023).

Ketujuh, penguatan riset dan basis data mengenai dampak ART terhadap perdagangan produk halal secara berkala, melalui kerja sama antara BPJPH, Badan Pusat Statistik, Bank Indonesia, dan lembaga penelitian independen, sehingga kebijakan lanjutan dapat dirumuskan berdasarkan bukti empiris, bukan semata proyeksi normatif. Kedelapan, penyusunan mekanisme evaluasi berkala (periodic review clause) dalam kerangka implementasi ART yang memungkinkan Indonesia mengajukan peninjauan ulang ketentuan-ketentuan halal apabila ditemukan indikasi penyalahgunaan pembebasan sertifikasi atau

dampak negatif signifikan terhadap pelaku usaha domestik, sehingga fleksibilitas kebijakan tetap terjaga di tengah komitmen perjanjian internasional yang mengikat (Bank Indonesia, 2023).

Kesembilan, penguatan koordinasi lintas kementerian dan lembaga, mengingat implementasi ketentuan halal dalam ART melibatkan tidak hanya BPJPH dan MUI, tetapi juga Kementerian Perdagangan, Kementerian Perindustrian, Kementerian Pertanian, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), serta Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian sebagai koordinator utama negosiasi ART. Tanpa koordinasi yang solid, terdapat risiko tumpang tindih kewenangan atau, sebaliknya, kekosongan pengawasan pada titik-titik tertentu dalam rantai pasok produk halal impor, yang pada gilirannya dapat memperbesar potensi implikasi negatif yang telah diuraikan sebelumnya (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2026).

2.8. Refleksi Masa Depan

Ke depan, hubungan antara liberalisasi perdagangan dan tata kelola industri halal Indonesia kemungkinan besar akan terus menjadi arena negosiasi yang dinamis, mengingat kecenderungan global menuju perjanjian dagang bilateral yang semakin dalam dan meluas cakupannya hingga ke ranah standar non-tarif. ART Indonesia–Amerika Serikat dapat menjadi preseden bagi negosiasi dagang Indonesia dengan mitra-mitra lain di masa depan, sehingga cara Indonesia mengelola implikasi ketentuan halal dalam ART berpotensi memengaruhi pola negosiasi serupa dengan negara-negara lain (Baldwin, 2016).

Dalam skenario optimistis, apabila Indonesia mampu mengelola pembebasan dan pengakuan timbal balik ini secara hati-hati, disertai penguatan kelembagaan dan literasi konsumen, ART berpotensi menjadi momentum bagi transformasi industri halal Indonesia menuju ekosistem yang lebih efisien, kompetitif secara global, dan tetap menjaga kredibilitas syariahnya. Dalam skenario yang lebih hati-hati, apabila implementasi tidak diimbangi dengan penguatan tata kelola, terdapat kemungkinan bahwa kepercayaan konsumen terhadap sistem jaminan produk halal nasional dapat tererosi secara bertahap, yang pada gilirannya dapat memengaruhi daya saing Indonesia dalam mempertahankan posisinya sebagai salah satu episentrum ekonomi syariah dunia (DinarStandard, 2025).

Oleh karena itu, arah masa depan industri halal Indonesia dalam konteks ART sangat bergantung pada kapasitas negara untuk memadukan dua kepentingan yang pada dasarnya tidak sepenuhnya kontradiktif, yaitu keterbukaan ekonomi dan integritas syariah, melalui kebijakan yang adaptif, berbasis bukti, dan melibatkan partisipasi aktif seluruh pemangku kepentingan, mulai dari regulator, ulama, pelaku usaha, hingga masyarakat konsumen muslim itu sendiri (Bappenas, 2024).

Dalam jangka panjang, pengalaman Indonesia mengelola implikasi ART pada sektor halal juga berpotensi menjadi bahan pembelajaran bagi negara-negara mayoritas muslim lain yang tengah atau akan menghadapi tekanan serupa dalam negosiasi dagang dengan negara-negara besar. Sebagai negara dengan populasi muslim terbesar dunia dan peringkat tiga besar dalam ekonomi syariah global, Indonesia memiliki tanggung jawab sekaligus kesempatan untuk menunjukkan bahwa keterbukaan terhadap perdagangan bebas dan penjagaan integritas jaminan produk halal bukanlah dua hal yang harus dipertentangkan, melainkan dapat dirumuskan secara bersamaan melalui desain kebijakan yang cermat, partisipatif, dan berorientasi jangka panjang (Krugman et al., 2018).

Sebagai catatan penutup bagian pembahasan, penting ditegaskan bahwa seluruh proyeksi implikasi yang diuraikan di atas bersifat prospektif dan kondisional, mengingat implementasi ART masih berada pada tahap awal pada saat bab ini disusun. Besaran dampak aktual sangat bergantung pada sejumlah variabel yang belum sepenuhnya dapat diprediksi, antara lain kecepatan penyesuaian regulasi turunan di tingkat kementerian dan lembaga, respons pelaku usaha domestik, pola konsumsi masyarakat, serta dinamika politik dagang lanjutan antara Indonesia dan Amerika Serikat. Oleh karena itu, seluruh diksi ‚berpotensi', ‚dapat membuka peluang', dan ‚dalam skenario tertentu dapat' yang digunakan sepanjang bab ini dimaksudkan untuk menjaga

kehati-hatian ilmiah, alih-alih memberikan kesimpulan definitif yang prematur (Rodrik, 2018).

3. Penutup

Agreement on Reciprocal Trade (ART) antara Indonesia dan Amerika Serikat lahir dari dinamika geopolitik perdagangan global yang semakin transaksional, di mana instrumen tarif digunakan sebagai alat tekanan untuk mencapai konsesi yang lebih luas, termasuk pada ranah standar non-tarif seperti sertifikasi dan pelabelan halal. Analisis terhadap Pasal 2.8, Pasal 2.9, dan Pasal 2.22 ART menunjukkan pola yang konsisten berupa pembebasan dan pelonggaran kewajiban sertifikasi serta pelabelan halal bagi produk, wadah, dan rantai pasok asal Amerika Serikat, disertai pengakuan timbal balik terhadap lembaga sertifikasi halal Amerika Serikat.

Ketentuan-ketentuan tersebut secara normatif menunjukkan pergeseran orientasi kebijakan dari prinsip kehati-hatian religius yang ketat menuju prinsip fasilitasi perdagangan. Dalam skenario tertentu, pergeseran ini dapat membuka peluang efisiensi rantai pasok, penguatan hubungan dagang strategis, dan diversifikasi bahan baku bagi industri halal domestik. Namun, dalam skenario lain, hal ini juga berpotensi memengaruhi integritas informasi konsumen, kesetaraan persaingan usaha, dan kredibilitas sistem jaminan produk halal nasional apabila tidak diimbangi dengan penguatan pengawasan, literasi konsumen, dan diplomasi ekonomi syariah yang lebih proaktif.

Bab ini merekomendasikan agar Pemerintah Indonesia menempatkan implementasi ART sebagai momentum untuk memperkuat, bukan melemahkan, ekosistem jaminan produk halal nasional, melalui strategi yang memadukan keterbukaan pasar dengan penguatan tata kelola, kapasitas pelaku usaha domestik, dan posisi Indonesia dalam pembentukan standar halal internasional. Penelitian lanjutan yang bersifat empiris, khususnya yang mengukur dampak riil implementasi ART terhadap volume perdagangan, harga, dan persepsi konsumen produk halal, sangat diperlukan untuk memvalidasi dan memperdalam temuan konseptual yang disajikan dalam bab ini.

Akhirnya, kajian ini menegaskan bahwa perdebatan mengenai ART dan industri halal tidak sepatutnya direduksi menjadi dikotomi sederhana antara ‚untung' dan ‚rugi'. Sebagai perjanjian dagang yang lahir dari tekanan geopolitik dan dirancang untuk berlaku dalam jangka panjang, ART menghadirkan lanskap peluang dan risiko yang saling berkelindan, yang penanganannya menuntut kapasitas tata kelola yang adaptif, kolaborasi lintas kementerian dan lembaga, serta keterlibatan aktif ulama, akademisi, dan pelaku usaha. Dengan pendekatan tersebut, Indonesia berpeluang menjadikan momentum ART bukan sebagai ancaman terhadap kedaulatan industri halalnya, melainkan sebagai pengungkit bagi transformasi ekosistem halal nasional menuju standar yang lebih kompetitif, transparan, dan diakui secara global, tanpa mengorbankan prinsip kehati-hatian syariah yang menjadi fondasi utamanya.

BAB 10

Sistem Pangan Halal Berbasis Teknologi dalam Kerangka Maqashid Syariah

Gabriele Lailatul Muharromah

Pangan halal bukan sekadar perkara kepatuhan ritual bagi umat Muslim. Ia telah berkembang menjadi simbol jaminan kualitas, keamanan, dan etika produksi yang diakui secara global. Kesadaran ini mendorong pertumbuhan industri halal food menjadi salah satu sektor paling dinamis dalam ekonomi dunia, di mana pengeluaran konsumen Muslim pada sektor pangan mencapai sekitar US$ 1,43 triliun pada tahun 2023 dan diproyeksikan menembus US$ 1,94 triliun pada tahun 2028 dengan tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 6,2%.[409] Namun pertumbuhan yang pesat ini tidak datang tanpa tantangan. Globalisasi perdagangan pangan telah menciptakan rantai pasok lintas negara yang semakin kompleks sehingga mempersulit pengawasan dan verifikasi status halal secara menyeluruh. Proses sertifikasi yang masih bertumpu pada dokumentasi manual, audit periodik yang tidak selalu komprehensif, serta risiko kontaminasi silang dan pemalsuan

[409] Dinar Standard, *State of the Global Islamic Economy Report 2024/25*, *Salaam Gateway*, 2024, https://www.dinarstandard.com/insights/sgier-2024-25.

label halal menjadi celah serius yang mengancam kepercayaan konsumen terhadap integritas produk yang mereka konsumsi.[410]

Revolusi teknologi digital hadir sebagai peluang transformatif. Inovasi seperti blockchain, Artificial Intelligence (AI), Internet of Things (IoT), RFID, QR Code, bioteknologi, dan aplikasi mobile telah membuka era baru dalam tata kelola halal food. Blockchain memungkinkan pencatatan rantai pasok secara transparan dan sulit dimanipulasi, IoT memfasilitasi pengawasan distribusi produk halal secara real-time, sementara AI mempercepat proses autentikasi dan audit kepatuhan halal secara otomatis.[411] Transformasi ini menandai pergeseran paradigma dari sistem halal food konvensional yang bersifat manual dan terfragmentasi menuju smart halal ecosystem yang terintegrasi dan berkelanjutan. Meskipun demikian, perkembangan teknologi yang begitu pesat dalam industri halal belum sepenuhnya diimbangi oleh kajian teoritis yang memadai, terutama yang menyentuh dimensi nilai dan tujuan syariah di balik pemanfaatan teknologi tersebut.

Pemahaman tentang teknologi dalam industri halal tidak akan lengkap jika hanya dilihat dari dimensi teknis semata. Perlu adanya kerangka nilai yang mampu mengevaluasi peran teknologi secara menyeluruh, dan maqashid syariah hadir untuk memenuhi fungsi tersebut. Maqashid syariah merujuk pada tujuan utama syariat Islam dalam melindungi agama (*hifz al-din*), jiwa (*hifz al-nafs*), akal (*hifz al-aql*), harta (*hifz al-mal*), dan keturunan (*hifz al-nasl*) sebagai satu kesatuan yang saling menopang demi terwujudnya kemaslahatan.[412]

[410] Nura Ruhaya Abdul Halim et al., "Non-Conformance Report (NCR) on Malaysia Halal Certification: A Case Study among Small-Medium Scale Food Enterprises (SMEs) in Malaysia," *Food Control* 160 (June 1, 2024): 110298, accessed April 26, 2026, https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S095671352400015X?utm_source=chatgpt.com; Abderahman Rejeb et al., "Integrating the Internet of Things in the Halal Food Supply Chain: A Systematic Literature Review and Research Agenda," *Internet of Things* 13 (March 1, 2021): 100361, accessed April 26, 2026, https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2542660521000056?utm_source=chatgpt.com.

[411] Budi Harsanto et al., "Digital Technology 4.0 on Halal Supply Chain: A Systematic Review," *Logistics* 8, no. 21 (2024); Nohman Khan et al., "Technological Innovation for Religious Compliance: A Framework for AI and Blockchain Implementation in Halal Food Supply Chains," *emerald.comN Khan, M Falahat, I Ullah, H Sikandar, NT VanJournal of Islamic Marketing, 2025•emerald.com* (2025), accessed May 15, 2026, https://www.emerald.com/jima/article/doi/10.1108/JIMA-04-2025-0263/1300276.

[412] Marlina Widiyanti, Urwatul Wusqo, and Syahruddin Kadir, "Decentralized Finance as a Digital Financial System in Maqasid Sharia Perspective," *IKONOMIKA* 9, no. 1 (May 19, 2024): 51–78, accessed May 10, 2026, https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/ikonomika/article/view/21522.

Teknologi dipahami bukan sekadar alat efisiensi industri, melainkan sebagai wasilah untuk merealisasikan tujuan-tujuan syariah dalam konteks konsumsi pangan modern. Bab ini membahas bagaimana transformasi digital dalam sistem pangan halal dapat dipahami dan dikembangkan melalui perspektif maqashid syariah sehingga inovasi teknologi tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga berkontribusi terhadap pencapaian tujuan-tujuan syariah secara lebih luas.

1. Sistem Pangan Halal: Konsep, Komponen, dan Perkembangannya

Konsep halal dalam pangan merupakan salah satu prinsip fundamental dalam ajaran Islam yang mengatur apa yang boleh dan tidak boleh dikonsumsi oleh umat Muslim. Namun memahami halal semata dalam bingkai larangan dan kebolehan secara hukum fiqh adalah pemahaman yang belum sepenuhnya lengkap. Konsep halal telah berevolusi menjadi sistem nilai yang lebih komprehensif, mencakup dimensi keamanan pangan, kualitas produksi, keadilan sosial, dan keberlanjutan ekologis. Definisi pangan halal tidak bisa dilepaskan dari konsep thayyib yang secara harfiah berarti baik, bersih, dan menyehatkan. Al-Quran secara konsisten menyandingkan kedua konsep ini dalam frasa halalan tayyiban, yang menunjukkan bahwa kehalalan produk harus seiring dengan kualitas dan keamanannya bagi konsumen.

Abdalhamid Evans menegaskan bahwa halal bukan hanya tentang produk akhir, melainkan tentang seluruh prosesnya sebagai sebuah amanah, kehormatan, dan tanggung jawab yang harus dijaga di setiap tahapan.[413] Status kehalalan pangan dapat dievaluasi melalui empat aspek utama yang saling berkaitan. Pertama adalah aspek sumber, yakni menilai apakah bahan pangan berasal dari sumber yang diizinkan syariah. Kedua adalah aspek hukum, yakni status hukum bahan atau zat yang digunakan berdasarkan ketentuan syariah. Ketiga adalah aspek proses produksi yang mencakup seluruh tahapan mulai dari pengolahan, pencampuran, pengawetan, hingga modifikasi produk

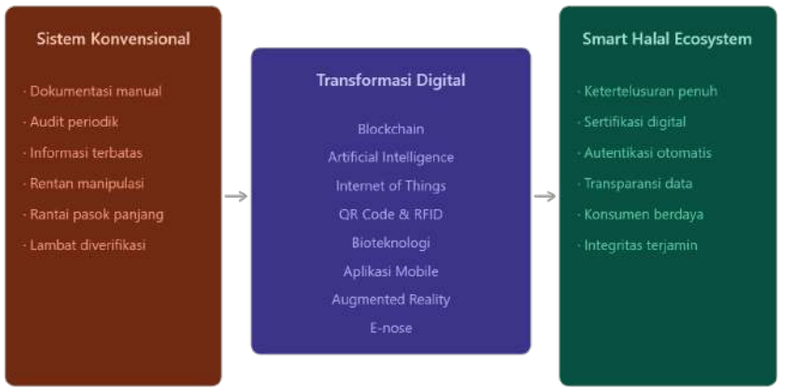
[413] Marco Tieman, *Halal Business Management*, *Halal Business Management* (Routledge, 2020), http://dx.doi.org/10.4324/9781003109853.

yang tidak boleh melibatkan unsur yang diharamkan. Keempat adalah aspek pemeliharaan produk yang mencakup pengemasan dan penyimpanan sesuai standar syariah agar integritas halal produk tetap terjaga sepanjang rantai pasoknya.[414]

Sistem pangan halal telah berkembang jauh melampaui komunitas Muslim. Ia kini diakui sebagai standar kualitas universal yang diminati oleh konsumen lintas latar belakang agama dan budaya. Hal ini didorong oleh persepsi bahwa produk halal identik dengan produk yang bersih, aman, dan diproduksi secara etis. Perluasan pasar halal internasional juga didorong oleh meningkatnya populasi Muslim global yang diperkirakan mencapai dua miliar jiwa serta meningkatnya kesadaran konsumen terhadap aspek keamanan pangan, kesejahteraan hewan, dan keadilan dalam rantai produksi.[415] Namun di balik potensi besar ini, sistem pangan halal menghadapi tantangan struktural yang serius. Rantai pasok pangan global yang semakin panjang dan kompleks mencakup bahan baku dari berbagai negara, proses produksi yang melibatkan ratusan komponen, serta distribusi yang melewati banyak titik perpindahan. Setiap titik dalam rantai pasok ini berpotensi menjadi celah kontaminasi atau manipulasi status halal yang sulit dideteksi oleh sistem verifikasi konvensional.[416]

2. Transformasi Teknologi dalam Sistem Pangan Halal

Masuknya teknologi digital ke dalam sistem pangan halal bukan sekadar modernisasi alat produksi, melainkan sebuah transformasi paradigmatis dalam cara sistem halal food dirancang, dioperasikan, dan diverifikasi. Jika sistem halal konvensional menempatkan sertifikasi sebagai titik akhir penjaminan halal, maka sistem halal berbasis teknologi menempatkan integritas halal sebagai proses yang berjalan terus-menerus di sepanjang seluruh siklus hidup produk.



Blockchain menjadi salah satu teknologi paling transformatif dalam industri halal. Teknologi ini bekerja dengan cara menyimpan data secara terdesentralisasi dalam jaringan yang saling terverifikasi, sehingga setiap catatan yang telah dimasukkan ke dalam sistem hampir tidak mungkin diubah atau dimanipulasi tanpa terdeteksi. Bockchain memungkinkan seluruh data rantai pasok mulai dari asal bahan baku, proses produksi, pengemasan, hingga distribusi tersimpan secara transparan dan dapat diakses oleh semua pihak yang berkepentingan. Menurut Ali, dkk. menunjukkan bahwa implementasi blockchain dalam rantai pasok halal di Malaysia mampu meningkatkan transparansi dan kepercayaan konsumen secara signifikan sekaligus menjadi alat pencegahan terhadap praktik pemalsuan sertifikasi halal.[417]

Artificial Intelligence membawa dimensi kecerdasan analitik yang tidak dimiliki oleh sistem konvensional. Pada sistem pangan halal, AI berperan dalam otomatisasi pemeriksaan kepatuhan halal, autentikasi keaslian produk, deteksi anomali dalam proses produksi, hingga analisis risiko kontaminasi. Kombinasi AI dengan blockchain

[414] Sumayyah Abdul Aziz et al., "Halal Foodstuff Innovation: A Review from The Perspective of Maqasid Al- Daruriyyah," *BITARA International Journal of Civilizational Studies and Human Sciences (e-ISSN: 2600-9080)* 7, no. 2 (April 2, 2024): 141–153, accessed May 10, 2026, https://bitarajournal.com/index.php/bitarajournal/article/view/489.

[415] Ismail Abdi Changalima, "Halal Supply Chain Management: A Bibliometric Analysis of the 100 Most-Cited Publications from Scopus-Indexed Journals," *Social Sciences & Humanities Open* 11 (January 1, 2025): 101248, accessed April 26, 2026, https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2590291124004455?utm_source=chatgpt.com.

[416] A Rejeb et al., "Halal Food Supply Chains: A Literature Review of Sustainable Measures and Future Research Directions," *Foods and Raw Materials* 9, no. 1 (2021): 106–116, https://www.scopus.com/pages/publications/85102596865?origin=resultslist.

[417] M H Ali et al., "A Sustainable Blockchain Framework for the Halal Food Supply Chain: Lessons from Malaysia," *Technological Forecasting and Social Change* 170 (2021), https://www.scopus.com/pages/publications/85106619048?origin=resultslist.

menciptakan sistem pengawasan halal yang tidak hanya transparan tetapi juga adaptif dan prediktif. Nawaz et al. menunjukkan bahwa AI mampu meningkatkan akurasi dan kecepatan proses autentikasi halal secara signifikan dibandingkan metode manual, sekaligus mengurangi ketergantungan pada proses audit yang membutuhkan banyak sumber daya manusia.[418]

Internet of Things memungkinkan pengawasan kondisi penyimpanan dan distribusi produk halal secara real-time. Sensor-sensor yang terpasang dalam fasilitas produksi dan kendaraan pengiriman dapat mendeteksi perubahan suhu, kelembaban, dan kondisi lingkungan lain yang dapat mempengaruhi kualitas dan integritas halal produk. Data dari sensor ini mengalir secara otomatis ke dalam sistem manajemen halal, memungkinkan tindakan korektif yang cepat ketika ditemukan penyimpangan.[419] Teknologi identifikasi seperti RFID, NFC, barcode, dan QR Code memberikan solusi praktis untuk verifikasi halal di tingkat konsumen. Hanya dengan memindai kode yang tertera pada kemasan, konsumen dapat mengakses informasi lengkap tentang status halal produk termasuk nomor sertifikasi, tanggal kedaluwarsa sertifikat, dan identitas lembaga sertifikasi yang mengeluarkannya. Riset yang dilakukan oleh Shuib,dkk mendemonstrasikan bagaimana kombinasi blockchain, QR Code, RFID, dan IoT dapat menciptakan sistem ketertelusuran halal yang komprehensif untuk rantai pasok daging ayam mulai dari peternakan hingga ke tangan konsumen.[420]

Di sisi bioteknologi, perkembangan metode pengujian molekuler memungkinkan deteksi bahan non-halal dalam produk pangan dengan tingkat akurasi yang sangat tinggi bahkan dalam jumlah yang sangat kecil sekalipun. Hal ini sangat relevan untuk mendeteksi pemalsuan produk halal yang melibatkan substitusi bahan baku,

[418] A. Nawaz et al., "Role of Artificial Intelligence in Halal Authentication and Traceability: A Concurrent Review," *Food Control* (2025), accessed May 15, 2026, https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0956713524007205.

[419] Ahmad Tarmizi et al., "Adoption of Internet of Things among Malaysian Halal Agro-Food SMEs and Its Challenges," *Food Research* 4, no. 1 (2020): 256–265, accessed May 15, 2026, https://pdfs.semanticscholar.org/c6e4/b75e29507b37a063dc34ec7a74914875904e.pdf.

[420] A. Shuib, I. Ibrahim, and F. H. Yusoff, "Traceability System of Halal Chicken Supply Chain," *In 2021 IEEE 12th control and system graduate research colloquium (ICSGRC)* (2021), accessed May 15, 2026, https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/9515246/.

misalnya pencampuran bahan haram dalam produk yang diklaim berbahan halal.[421] Sementara itu, teknologi E-nose telah menunjukkan potensi yang signifikan dalam autentikasi makanan halal melalui analisis komposisi aroma, memberikan metode deteksi yang non-destruktif dan relatif cepat.[422] Aplikasi mobile dan sistem sertifikasi halal digital membawa dimensi aksesibilitas dalam ekosistem halal. Berdasarkan riset oleh Rakhmawati, dkk. membuktikan bahwa penggunaan Augmented Reality dan gamifikasi dalam aplikasi halal digital di Indonesia terbukti meningkatkan visibilitas dan literasi halal masyarakat, khususnya dalam mendukung pelaku UMKM produk halal.[423]

3. Maqashid Syariah: Landasan Teori dan Relevansinya dalam Konteks Kontemporer

Maqashid syariah merupakan salah satu konsep paling fundamental dalam pemikiran hukum Islam yang telah berkembang selama lebih dari satu milenium. Secara etimologis, maqashid adalah bentuk jamak dari maqsad yang berarti tujuan atau sasaran, sedangkan syariah berarti jalan menuju sumber kehidupan. Secara konseptual, maqashid syariah merujuk pada tujuan-tujuan yang hendak diwujudkan oleh syariat Islam melalui seluruh ketentuan hukumnya, baik dalam bentuk perintah maupun larangan.

Fondasi pemikiran maqashid syariah dapat ditelusuri hingga karya-karya ulama klasik seperti al-Juwaini yang pertama kali mengklasifikasikan tujuan syariah secara sistematis, dilanjutkan oleh al-Ghazali dalam karyanya Al-Mustasfa min 'Ilm al-Usul yang memformulasikan lima tujuan pokok syariah secara lebih terstruktur. Kontribusi terbesar dalam pembangunan teori maqashid syariah

[421] Siti Nurul Bazilah Haji Mohaimin, Moohamad Ropaning Sulong, and Nur Thaqifah Salihah Haji Mohd Salleh, "Recombinase Amplification Method Applied to Meat and Halal Authentication: Trends and Potential Implications," *Journal of Fatwa Management and Research* 31, no. 1 (2026), accessed May 15, 2026, https://jfatwa.usim.edu.my/index.php/jfatwa/article/view/681.

[422] Nafi' A. Avivi, Kuswandi, and Rohman, "E-Nose for Halal Food Authentication: A Review," *Food Research* 9, no. 3 (2025), accessed May 15, 2026, https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=E-nose+for+halal+food+authentication%3A+a+review+avivi&btnG=.

[423] N. A. Rakhmawati et al., "Impact of an Augmented Reality App and Gamification on Public Visibility of Halal Certification in Indonesia," *International Journal on Food System Dynamics* (2025), accessed May 15, 2026, https://brill.com/view/journals/fsd/aop/article-10.1163-18696945-bja00019/article-10.1163-18696945-bja00019.xml.

datang dari Abu Ishaq al-Shatibi melalui karyanya Al-Muwafaqat fi Usul al-Shari'ah yang menjadikan maqashid sebagai kerangka metodologis yang komprehensif dalam ijtihad hukum Islam. Di era kontemporer, Ibn Ashur dan Jasser Auda memperluas cakupan maqashid melampaui dimensi individual menuju dimensi sosial, kolektif, dan universal, menjadikannya relevan sebagai kerangka analisis untuk isu-isu kontemporer termasuk ekonomi, teknologi, dan tata kelola global.

Al-Ghazali menetapkan lima tujuan pokok yang harus dijaga oleh syariat, yaitu hifz al-din, hifz al-nafs, hifz al-aql, hifz al-mal, dan hifz al-nasl. Kelima tujuan ini kemudian diklasifikasikan oleh al-Shatibi ke dalam tiga tingkatan prioritas: daruriyyat sebagai kebutuhan primer yang jika tidak terpenuhi mengancam kelangsungan hidup, hajiyyat sebagai kebutuhan sekunder yang jika tidak terpenuhi menimbulkan kesulitan berarti, dan tahsiniyyat sebagai kebutuhan tersier yang berkaitan dengan penyempurnaan kualitas hidup. Dalam konteks sistem pangan halal, kebutuhan akan pangan yang halal dan thayyib masuk dalam kategori daruriyyat karena berkaitan langsung dengan penjagaan jiwa dan agama. Aziz et al. menegaskan bahwa konsep halalan tayyiban harus dipahami sebagai satu kesatuan yang tidak terpisahkan, di mana aspek kehalalan dan kethayyiban sama-sama memiliki kedudukan yang setara dalam perspektif maqashid.[424]

4. Teknologi sebagai Wasilah Maqashid Syariah dalam Sistem Pangan Halal

Konsep wasilah dalam fiqh Islam merujuk pada sarana atau instrumen yang digunakan untuk mencapai tujuan yang dibenarkan syariah. Prinsip dasar yang berlaku adalah bahwa hukum wasilah mengikuti hukum tujuan yang hendak dicapainya. Dengan prinsip ini, teknologi yang digunakan untuk memperkuat sistem pangan halal dapat dipahami sebagai wasilah yang memiliki kedudukan hukum positif dalam Islam, bahkan dapat bernilai wajib ketika teknologi tersebut menjadi satu-satunya cara yang efektif untuk mencapai tujuan syariah tertentu dalam kondisi industri pangan global yang ada saat ini.

[424] Aziz et al., "Halal Foodstuff Innovation: A Review from The Perspective of Maqasid Al- Daruriyyah."

Dalam dimensi hifz al-din, teknologi berperan langsung dalam menjaga kepatuhan dan integritas halal sepanjang rantai pasok pangan. Blockchain memastikan bahwa status halal suatu produk tidak dapat dimanipulasi karena setiap catatan tersimpan secara permanen dan transparan. AI dan OCR membantu mengidentifikasi bahan-bahan yang berpotensi haram atau syubhat secara otomatis, mengurangi risiko ketidakpatuhan yang tidak disengaja. Teknologi identifikasi seperti RFID, QR Code, dan sistem fuzzy logic memperkuat akurasi dan kecepatan verifikasi halal di setiap titik rantai pasok. Seluruh fungsi teknologi ini bermuara pada satu tujuan yang sama, yakni melindungi agama konsumen Muslim dengan memastikan bahwa produk yang mereka konsumsi benar-benar terjaga kehalalannya.[425]

Dimensi hifz al-nafs mencakup perlindungan terhadap kesehatan dan keselamatan jiwa konsumen. Dalam konteks pangan, dimensi ini menuntut tidak hanya kehalalan tetapi juga keamanan dan kualitas produk yang dikonsumsi. IoT memungkinkan pemantauan kondisi penyimpanan dan transportasi produk pangan secara real-time, memastikan bahwa rantai dingin tidak terputus dan produk tidak mengalami kerusakan yang dapat membahayakan kesehatan. Teknologi E-nose dan bioteknologi membantu mendeteksi kontaminan, adulteran, dan bahan berbahaya dengan tingkat akurasi tinggi jauh melampaui kemampuan pengujian konvensional. AI yang diintegrasikan dalam sistem produksi memungkinkan deteksi dini terhadap anomali proses yang dapat berujung pada produk yang tidak aman bagi konsumen.[426] Dengan demikian, teknologi tidak hanya memastikan kehalalan produk, tetapi juga mewujudkan konsep halalan tayyiban secara menyeluruh dan berkelanjutan.

Dimensi hifz al-aql berkaitan dengan perlindungan dan pengembangan kemampuan berpikir manusia, yang dalam konteks

[425] M. Khosravi et al., "Comparison between NFC/RFID and Bar Code Systems for Halal Tags Identification: Paired Sample T-Test Evaluation," *International Journal of Advanced Computer Science and Applications* 9, no. 4 (2018), accessed May 15, 2026, https://www.researchgate.net/profile/Najma-Imtiaz/publication/324967553_Comparison_between_NFCRFID_and_Bar_Code_Systems_for_Halal_Tags_Identification_Paired_Sample_T-Test_Evaluation/links/5af1d942aca272bf42562f10/Comparison-between-NFC-RFID-and-Bar-Code-S.

[426] F Sunmola et al., "Holistic Framework for Blockchain-Based Halal Compliance in Supply Chains Enabled by Artificial Intelligence," *Systems* 13, no. 1 (2025), https://www.scopus.com/pages/publications/85215806524?origin=resultslist.

modern dapat diperluas maknanya mencakup hak atas informasi, literasi, dan kemampuan untuk mengambil keputusan yang rasional dan berdasarkan pengetahuan yang benar. Teknologi mobile application, Augmented Reality, dan sistem sertifikasi halal digital berperan besar dalam memenuhi dimensi ini. Ketika konsumen dapat dengan mudah mengakses informasi lengkap tentang status halal suatu produk hanya melalui pemindaian QR Code, mereka diberdayakan untuk mengambil keputusan konsumsi yang sesuai dengan keyakinan dan nilai-nilai mereka. Gamifikasi dalam aplikasi edukasi halal menciptakan pengalaman belajar yang menarik dan efektif, khususnya bagi generasi muda yang tumbuh dalam ekosistem digital.[427]

Dimensi hifz al-mal mencakup perlindungan terhadap hak-hak ekonomi dan kepentingan finansial baik bagi konsumen maupun pelaku usaha dalam ekosistem halal. Dalam perspektif konsumen, teknologi melindungi hak mereka untuk mendapatkan produk halal yang sesuai dengan harga yang mereka bayarkan tanpa risiko penipuan atau pemalsuan. Dalam perspektif pelaku usaha, sistem ERP yang terintegrasi dengan blockchain dan smart contract meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya audit dan sertifikasi, serta memperkuat kepercayaan mitra bisnis dan konsumen. Business Intelligence memberikan kemampuan analitik untuk pengambilan keputusan strategis yang lebih akurat dan berbasis data.[428]

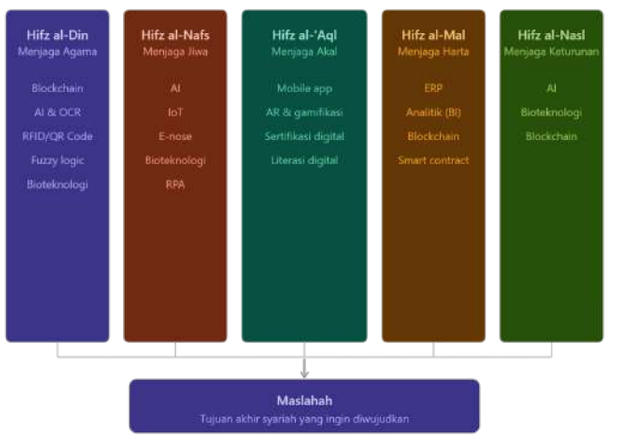
Dimensi hifz al-nasl dalam konteks sistem pangan halal memiliki implikasi yang melampaui kepentingan generasi saat ini. Ia mencakup tanggung jawab moral untuk memastikan bahwa sistem konsumsi halal yang dibangun hari ini akan tetap dapat dinikmati oleh generasi mendatang secara berkelanjutan. Blockchain menciptakan rekam jejak halal yang permanen dan dapat diaudit kapan saja, memastikan transparansi dan akuntabilitas yang berkelanjutan lintas generasi. Nashirudin et al. menegaskan bahwa integrasi nilai-nilai maqashid syariah dalam sistem traceability halal berbasis teknologi mampu memperkuat tidak hanya integritas teknis sistem, tetapi juga kepercayaan dan keyakinan konsumen Muslim terhadap ekosistem halal secara keseluruhan.[429]

[427] Rakhmawati et al., "Impact of an Augmented Reality App and Gamification on Public Visibility of Halal Certification in Indonesia."

[428] A Kusnadi et al., "Designing Halal Product Traceability System Using UML and Integration of Blockchain with ERP," *journal.unipdu.ac.idA Kusnadi, Y Arkeman, K Syamsu, SH WijayaRegister: Jurnal Ilmiah Teknologi Sistem Informasi, 2023•journal.unipdu.ac.id* (2023), accessed May 15, 2026, http://journal.unipdu.ac.id/index.php/register/article/view/3045.

5. Kerangka Maqashid Syariah untuk Sistem Pangan Halal Berbasis Teknologi

Berdasarkan elaborasi teoritis di atas, dapat dirumuskan sebuah kerangka konseptual yang mengintegrasikan dimensi-dimensi maqashid syariah dengan berbagai teknologi yang beroperasi dalam sistem pangan halal. Kerangka ini menempatkan maqashid syariah bukan sebagai instrumen evaluasi yang terpisah dari sistem teknologi, melainkan sebagai kompas nilai yang mengarahkan seluruh proses inovasi dan implementasi teknologi dalam industri halal. Teknologi dalam kerangka ini dipahami sebagai wasilah yang kontribusinya dinilai bukan semata dari parameter efisiensi dan efektivitas teknis, melainkan dari sejauh mana ia merealisasikan tujuan-tujuan syariah dan menghasilkan kemaslahatan nyata bagi konsumen, pelaku usaha, dan masyarakat luas.



[429] Muh Nashirudin, Ramadhan, and Almira Keumala Ulfa, "Strengthening Maqāṣid Al-Sharī'ah Values in Halal Traceability: Evidence and Analysis of Block Chain Based on Halal Supply Chain Applications," *Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam* 18, no. 1 (May 14, 2024): 95–108, accessed April 26, 2026, https://ejournal.uinsaizu.ac.id/index.php/almanahij/article/view/9883.

Kerangka ini memberikan panduan yang jelas bagi para pemangku kepentingan industri halal. Bagi lembaga sertifikasi, kerangka ini menawarkan pendekatan evaluasi yang lebih holistik dan berbasis nilai dalam menilai sistem manajemen halal. Bagi regulator, kerangka ini memberikan landasan konseptual untuk merumuskan kebijakan industri halal yang tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga pada perwujudan kemaslahatan yang berkelanjutan. Bagi pelaku industri, kerangka ini menjadi acuan dalam merancang dan mengimplementasikan solusi teknologi yang selaras dengan nilai dan tujuan syariah. Menurut Qanita,dkk . menegaskan bahwa integrasi standar halal dengan sistem berbasis teknologi dalam perspektif maqashid syariah dapat menciptakan ekosistem halal yang tidak hanya unggul secara teknis, tetapi juga memiliki legitimasi nilai yang kuat dalam pandangan Islam.[430]

Perkembangan teknologi digital dalam sistem pangan halal bukan sekadar fenomena industri yang bersifat sementara. Ia merupakan transformasi struktural yang mengubah secara mendasar cara sistem halal dirancang, diverifikasi, dan dikelola. Blockchain, AI, IoT, bioteknologi, dan berbagai inovasi teknologi lainnya telah membuktikan bahwa efisiensi dan integritas halal bukan pilihan yang saling bertentangan, melainkan dua tujuan yang dapat dicapai secara bersamaan melalui adopsi teknologi yang tepat dan terarah.

Kajian dalam bab ini menunjukkan bahwa evaluasi terhadap teknologi dalam industri halal tidak cukup jika hanya berhenti pada parameter teknis dan ekonomis. Maqashid syariah hadir sebagai kerangka nilai yang lebih dalam dan menyeluruh, yang memungkinkan kita untuk menilai kontribusi teknologi tidak hanya dari seberapa efisien ia bekerja, tetapi dari seberapa besar ia berkontribusi pada kemaslahatan nyata bagi manusia. Dengan kerangka ini, setiap inovasi teknologi dalam sistem pangan halal dapat dievaluasi berdasarkan sumbangsihnya terhadap perlindungan agama, jiwa, akal, harta, dan keturunan sebagai satu kesatuan tujuan yang tidak terpisahkan.

[430] Ariza Qanita, Nuril Laila Maghfuroh, and Zaydan Muhammad, "Integration of HAS with Blockchain as Halal Sustainability in Maqashid Sharia Perspective," *Journal of Halal Product and Research* 7, no. 1 (June 30, 2024): 40–51, accessed May 10, 2026, https://e-journal.unair.ac.id/JHPR/article/view/50411.

Elaborasi yang dilakukan dalam bab ini menunjukkan bahwa keterkaitan antara teknologi dan maqashid syariah bukanlah sebuah relasi yang dipaksakan, melainkan sebuah konvergensi nilai yang alami dan organik. Teknologi yang memperkuat verifikasi halal secara inherent mendukung hifz al-din. Teknologi yang menjamin keamanan pangan secara inherent mendukung hifz al-nafs. Teknologi yang meningkatkan literasi dan akses informasi halal secara inherent mendukung hifz al-aql. Teknologi yang meningkatkan efisiensi dan melindungi transaksi secara inherent mendukung hifz al-mal. Dan teknologi yang membangun sistem halal yang berkelanjutan secara inherent mendukung hifz al-nasl. Konvergensi inilah yang menjadikan teknologi bukan sekadar alat industri, melainkan sebuah wasilah yang sah dan strategis dalam merealisasikan tujuan-tujuan syariah di era modern.

Implikasi dari kerangka konseptual yang ditawarkan dalam bab ini bersifat multidimensional. Bagi industri halal, kerangka ini memberikan panduan untuk merancang dan mengimplementasikan solusi teknologi yang tidak hanya memenuhi standar regulasi tetapi juga selaras dengan nilai dan tujuan syariah yang lebih dalam. Bagi lembaga sertifikasi halal, kerangka ini menawarkan pendekatan evaluasi yang lebih holistik dan berbasis nilai dalam menilai sistem manajemen halal. Bagi pembuat kebijakan, kerangka ini memberikan landasan konseptual untuk merumuskan regulasi industri halal yang berorientasi pada kemaslahatan jangka panjang, bukan semata pada pertumbuhan ekonomi jangka pendek.

Tantangan ke depan terletak pada implementasi kerangka ini dalam konteks nyata. Adopsi teknologi dalam industri halal masih menghadapi hambatan berupa kesenjangan infrastruktur digital, keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten di bidang teknologi halal, serta perlunya harmonisasi standar halal internasional yang semakin mendesak. Kajian-kajian lanjutan yang bersifat empiris dan komparatif diperlukan untuk menguji dan menyempurnakan kerangka konseptual ini dalam berbagai konteks industri dan regulasi yang berbeda. Namun yang terpenting, bab ini menegaskan bahwa masa depan industri halal adalah masa depan yang mengintegrasikan

kecanggihan teknologi dengan kedalaman nilai syariah, karena hanya dengan integrasi itulah ekosistem halal yang benar-benar aman, terpercaya, efisien, dan bermartabat dapat diwujudkan.

BAB 11

Green Halal: Paradigma Baru Keberlanjutan dalam Industri Halal

Dymas Yulia Putri Kusumaningtyas

1. Pendahuluan

Industri halal berkembang menjadi salah satu ekosistem ekonomi global yang tidak lagi terbatas pada persoalan makanan dan minuman. Perkembangannya telah merambah kosmetik, farmasi, *fashion*, pariwisata, logistik, hingga berbagai bentuk jasa dan gaya hidup. Perluasan tersebut menunjukkan bahwa halal semakin memiliki posisi strategis dalam aktivitas ekonomi modern. Namun, semakin luas cakupan industri halal, semakin kompleks pula persoalan yang harus dipertanggungjawabkan oleh pelaku usaha. Produksi halal tidak berlangsung dalam ruang yang terpisah dari persoalan lingkungan, ketenagakerjaan, penggunaan sumber daya, limbah, perubahan iklim, maupun keadilan sosial. Karena itu, perkembangan industri halal pada akhirnya menghadapkan kita pada sebuah pertanyaan yang lebih mendasar: apakah sesuatu yang telah memenuhi standar halal secara formal dengan sendirinya dapat disebut tayyib dan berkelanjutan? Pertanyaan tersebut menjadi penting karena keberlanjutan tidak

hanya berkaitan dengan apa yang dikonsumsi, tetapi juga bagaimana sesuatu diproduksi, didistribusikan, digunakan, dan dibuang.[431]

Secara normatif, Islam tidak memisahkan konsep halal dari kualitas kebaikan yang terkandung di dalamnya. Al-Qur'an menggunakan konstruksi "ḥalalan tayyiban", yang menunjukkan bahwa kebolehan secara hukum memiliki dimensi yang lebih luas daripada sekadar status halal-haram. Halal berkaitan dengan batas-batas kebolehan yang ditetapkan syariah, sedangkan tayyib memberikan perhatian terhadap aspek kebaikan, kualitas, kemanfaatan, keamanan, dan kelayakan. Dengan demikian, tayyib dapat menjadi pintu masuk untuk mendiskusikan persoalan yang berada di luar wilayah kepatuhan formal, termasuk bagaimana suatu aktivitas ekonomi memperlakukan manusia, menggunakan sumber daya alam, menghasilkan limbah, serta menciptakan manfaat atau kerugian bagi masyarakat. Dalam konteks inilah, memperluas diskursus halal menuju keberlanjutan bukan berarti mengubah batas hukum halal, melainkan menggali dimensi etis dan substantif yang terkandung dalam orientasi halalan tayyiban.[432]

Persoalan tersebut menjadi semakin relevan ketika industri halal berhadapan dengan krisis ekologis dan sosial yang semakin kompleks. Model produksi dan konsumsi modern menghadapi persoalan perubahan iklim, degradasi ekosistem, eksploitasi sumber daya, pencemaran, serta peningkatan limbah. United Nations Environment Programme (UNEP), melalui agenda Sustainable Development Goal 12, menempatkan perubahan pola produksi dan konsumsi sebagai bagian penting dari respons terhadap tiga krisis planet, yaitu perubahan iklim, kehilangan keanekaragaman hayati, serta polusi dan limbah. Pendekatan tersebut menekankan pentingnya perspektif siklus hidup (*life-cycle approach*), mulai dari ekstraksi bahan baku, proses produksi, distribusi dan konsumsi, hingga pengelolaan produk setelah digunakan.[433] Jika industri halal ingin berkembang sebagai ekosistem ekonomi yang berlandaskan nilai Islam, maka dimensi ekologis tersebut tidak semestinya ditempatkan sebagai agenda eksternal yang terpisah dari halal, tetapi perlu dipertimbangkan sebagai bagian dari kualitas dan tanggung jawab industri itu sendiri.

Di sinilah keterbatasan pendekatan *halal compliance* mulai terlihat. Kepatuhan terhadap standar halal merupakan prasyarat penting karena memberikan kepastian mengenai status kehalalan bahan, proses, dan produk. Namun, compliance pada dasarnya menjawab pertanyaan: "Apakah produk dan proses tersebut memenuhi persyaratan halal?" Pertanyaan ini belum sepenuhnya menjawab pertanyaan yang lebih luas: "Apakah keseluruhan aktivitas bisnis tersebut memberikan kebaikan dan menghindarkan kerusakan?" Sebuah produk dapat memenuhi persyaratan bahan dan proses halal, tetapi proses produksinya masih dapat menggunakan energi secara berlebihan, menghasilkan limbah yang tidak dikelola secara bertanggung jawab, menggunakan rantai pasok yang tidak transparan, atau menghadirkan persoalan ketenagakerjaan. Situasi semacam ini tidak serta-merta berarti produk tersebut menjadi haram secara fikih. Namun, kondisi tersebut menunjukkan bahwa status halal secara formal dan kualitas tayyib secara substantif merupakan dua dimensi yang perlu dibedakan sekaligus dihubungkan. Literatur mengenai hubungan industri halal dan green industry mulai menunjukkan kebutuhan untuk membangun sinergi tersebut melalui produksi ramah lingkungan, penggunaan energi terbarukan, pengelolaan limbah, serta rantai pasok halal yang lebih berkelanjutan.[434]

Karena itu, gagasan Green Halal menjadi relevan untuk dikembangkan. Green Halal tidak seharusnya dipahami secara sederhana sebagai produk yang "halal sekaligus ramah lingkungan". Pemahaman semacam itu terlalu sempit karena menempatkan aspek lingkungan hanya sebagai atribut tambahan pada produk halal. Padahal, keberlanjutan menyangkut keseluruhan sistem produksi dan konsumsi. Green Halal seharusnya dipahami sebagai pendekatan yang

[431] UNEP, *Goal 12: Ensure Sustainable Consumption and Production Patterns*; lihat juga United Nations Environment Programme mengenai pendekatan *life cycle* dalam konsumsi dan produksi berkelanjutan. https://www.unep.org/topics/sustainable-development-goals/why-do-sustainable-development-goals-matter/goal-12? . Diakses Tanggal 13 September 2026.

[432] QS. al-Baqarah [2]: 168 dan QS. al-Mā'idah [5]: 88.

[433] United Nations Environment Programme, *Sustainable Development Goal 12: Responsible Consumption and Production*. https://www.unep.org/. Diakses Tanggal 13 September 2026.

[434] Erwaedy dkk, "Implementing Halal Industry Management and Environment Conservation Based on Maqashid Sharia," *AL-FALAH: Journal of Islamic Economics* 6, no. 2, (2021). https://doi.org/10.29240/alfalah.v6i2.3504.

mengintegrasikan integritas halal dengan tanggung jawab ekologis dan sosial sepanjang rantai nilai. Kajian Fageh menunjukkan bahwa sinergi antara industri halal dan *green industry* dapat diwujudkan melalui pengadaan bahan yang ramah lingkungan, penggunaan energi terbarukan, pengelolaan limbah, serta sistem distribusi yang lebih berkelanjutan.[435] Sejalan dengan itu, penelitian mengenai *green economy* dalam industri halal menunjukkan bahwa keberlanjutan dapat dihubungkan dengan maqashid syariah melalui produksi bersih, rantai pasok berkelanjutan, pembiayaan hijau, tata kelola, dan keterlibatan masyarakat.[436]

Namun demikian, membangun Green Halal tidak cukup hanya dengan menambahkan indikator lingkungan ke dalam standar halal. Masalah yang lebih fundamental terletak pada bagaimana menentukan isu keberlanjutan yang dianggap penting atau material bagi industri halal. Dalam diskursus keberlanjutan, pertanyaan tentang materialitas menjadi semakin penting karena perusahaan menghadapi begitu banyak persoalan lingkungan, sosial, dan tata kelola yang tidak mungkin seluruhnya diperlakukan dengan tingkat prioritas yang sama. *Global Reporting Initiative* (GRI), misalnya, menempatkan *material topics* sebagai topik yang merepresentasikan dampak organisasi yang paling signifikan terhadap ekonomi, lingkungan, dan manusia, termasuk hak asasi manusia.[437] Pendekatan ini memperluas materialitas dari sekadar persoalan informasi keuangan menuju persoalan dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas perusahaan.

Perkembangan berikutnya terlihat dalam konsep *double materiality*. *European Sustainability Reporting Standards* (ESRS) membedakan sekaligus menghubungkan *impact materiality* dan *financial materiality*. *Impact materiality* melihat apakah aktivitas perusahaan menghasilkan dampak aktual atau potensial yang signifikan terhadap manusia dan lingkungan, sedangkan *financial materiality* melihat bagaimana

[435] Achmad Fageh (2022), "Building a Synergy Between the Halal Industry and the Green Industry in the Maqāṣid al-Syari'ah Review as the Basis of Islamic Economics," *Journal of Islamic Economic Laws* 5, no. 1 (2022): 139–158, https://doi.org/10.23917/jisel.v5i1.17034

[436] Sapinah, Siradjuddin, & Awaluddin "Analysis of the Green Economy Framework for the Sustainability of the Halal Industry in Indonesia," *Jurnal Ilmu Manajemen Profitability*. (2026) https://doi.org/10.26618/pem37n31

[437] Global Reporting Initiative, *GRI 3: Material Topics 2021* (Amsterdam: GRI, 2021).

persoalan keberlanjutan dapat memengaruhi perkembangan, posisi keuangan, kinerja, arus kas, akses terhadap pembiayaan, atau biaya modal perusahaan.[438] Sementara itu, IFRS S1 lebih menekankan informasi mengenai risiko dan peluang terkait keberlanjutan yang secara wajar dapat memengaruhi prospek perusahaan dan keputusan pengguna utama laporan keuangan.[439] Perkembangan tersebut menunjukkan adanya pergeseran penting dalam pemikiran ESG: keberlanjutan tidak lagi cukup dilihat hanya dari perspektif risiko finansial perusahaan, tetapi juga dari dampak perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat.

Meskipun demikian, kerangka materialitas ESG masih menyisakan persoalan ketika diterapkan pada industri yang memiliki fondasi normatif keagamaan seperti industri halal. *Financial materiality* dapat menjawab apakah isu tertentu berpengaruh terhadap nilai ekonomi perusahaan. *Impact materiality* dapat menjelaskan apakah aktivitas perusahaan menghasilkan dampak signifikan terhadap manusia dan lingkungan. Akan tetapi, kedua pendekatan tersebut belum secara eksplisit menjawab pertanyaan normatif yang khas dalam ekonomi Islam: apakah dampak tersebut selaras dengan maslahah dan tujuan syariah? Dengan kata lain, suatu persoalan dapat dianggap tidak material secara finansial dalam jangka pendek, tetapi mungkin memiliki konsekuensi besar terhadap kemaslahatan manusia dan lingkungan dalam jangka panjang. Sebaliknya, suatu aktivitas mungkin menghasilkan keuntungan ekonomi yang signifikan tetapi menimbulkan *mafsadah* yang tidak dapat dibenarkan apabila dilihat dari perspektif tujuan syariah.

Kesenjangan inilah yang membuka ruang bagi maqashid syariah untuk memperkaya diskursus materialitas ESG. Maqasid memberikan orientasi normatif bahwa aktivitas ekonomi pada akhirnya harus diarahkan pada pencapaian maslahah dan pencegahan mafsadah. Dalam kerangka klasik, Maqasid berhubungan dengan perlindungan agama (*hifz al-din*), jiwa (*hifz al-nafs*), akal (*hifz al-'aql*), keturunan (*hifz al-nasl*), dan harta (*hifz al-mal*). Dalam perkembangan pemikiran

[438] European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG), *ESRS 1: General Requirements* (2023).

[439] IFRS Foundation, *IFRS S1 General Requirements for Disclosure of Sustainability-related Financial Information* (2023).

kontemporer, prinsip-prinsip tersebut juga digunakan untuk membaca persoalan lingkungan, keadilan sosial, dan keberlanjutan secara lebih kontekstual. Penting untuk ditegaskan bahwa perlindungan lingkungan (*hifz al-bi'ah*) bukan bagian dari formulasi klasik lima *daruriyyat* dalam bentuk yang sama, tetapi merupakan pengembangan kontemporer yang berupaya membaca tujuan-tujuan syariah dalam menghadapi persoalan ekologis modern. Literatur mengenai ekonomi hijau dan industri halal menunjukkan bahwa pendekatan Maqasid dapat digunakan untuk menghubungkan konservasi lingkungan, efisiensi sumber daya, keberlanjutan ekonomi, dan tanggung jawab sosial.[440]

Perspektif Maqasid tersebut menjadi semakin penting karena keberlanjutan pada dasarnya tidak hanya menyangkut kemampuan perusahaan untuk bertahan secara ekonomi, tetapi juga kemampuan aktivitas ekonomi untuk mempertahankan kualitas kehidupan manusia dan lingkungan dalam jangka panjang. Penelitian mengenai industri halal dan ekonomi hijau menunjukkan adanya kompatibilitas antara prinsip keberlanjutan dan maqasid al-syariah.[44111] Bahkan, perkembangan literatur terbaru mulai mengarah pada model bisnis Green Halal yang mengintegrasikan *halalan tayyiban*, ekonomi sirkular, rantai pasok hijau, teknologi ramah lingkungan, dan orientasi kemaslahatan.[442] Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa Green Halal memiliki dasar akademik yang semakin kuat, tetapi sekaligus memperlihatkan kebutuhan untuk mengembangkan kerangka konseptual yang lebih sistematis mengenai apa yang membuat suatu isu menjadi material dalam konteks industri halal yang berkelanjutan.

Persoalan tersebut juga berkaitan dengan risiko *greenwashing*. Ketika istilah "green", "sustainable", atau "eco-friendly" semakin bernilai secara komersial, terdapat kemungkinan bahwa perusahaan hanya mengadopsi simbol-simbol keberlanjutan tanpa perubahan substantif dalam praktik bisnisnya. Industri halal menghadapi risiko serupa ketika atribut "halal" dan "green" digunakan terutama sebagai instrumen pemasaran. Dalam konteks tersebut, dapat muncul apa yang secara konseptual dapat disebut sebagai *Green Halalwashing*, yaitu kecenderungan menampilkan citra halal dan ramah lingkungan tanpa memastikan bahwa prinsip tersebut terintegrasi secara konsisten dalam proses produksi, rantai pasok, tata kelola, dan dampak sosial-ekologis perusahaan. Karena itu, Green Halal membutuhkan mekanisme materialitas yang mampu membedakan antara keberlanjutan sebagai klaim pemasaran dan keberlanjutan sebagai praktik yang benar-benar memiliki dampak.

Di titik inilah konsep Green Halal Materiality ditawarkan sebagai pengembangan konseptual. Green Halal Materiality dapat dipahami sebagai pendekatan untuk menentukan dan menilai isu-isu yang paling signifikan bagi keberlanjutan industri halal dengan mengintegrasikan empat dimensi sekaligus: *financial materiality*, *impact materiality*, *Maqasid materiality*, dan *halal integrity*. *Financial materiality* memastikan bahwa risiko dan peluang keberlanjutan terhadap keberlangsungan ekonomi perusahaan tetap diperhitungkan. *Impact materiality* memastikan bahwa dampak perusahaan terhadap manusia dan lingkungan tidak diabaikan. *Maqasid materiality* menambahkan pertanyaan mengenai konsekuensi aktivitas tersebut terhadap maslahah dan mafsadah. Sementara itu, *halal integrity* memastikan bahwa seluruh proses tetap berada dalam koridor integritas halal, bukan hanya pada produk akhir, tetapi juga pada bahan baku, proses, rantai pasok, distribusi, dan tata kelola.

Dengan demikian, secara konseptual dapat dirumuskan:

Green Halal Materiality = Financial Materiality + Impact Materiality + Maqasid Materiality + Halal Integrity

Kerangka tersebut bukan dimaksudkan untuk menggantikan ESG, standar halal, ataupun maqasid al-syariah. Sebaliknya, Green Halal Materiality berupaya mempertemukan ketiganya dalam suatu arsitektur keberlanjutan yang lebih kontekstual bagi industri halal. ESG menyediakan perangkat untuk mengidentifikasi dan mengukur

[440] Erwaedy dkk (2021); Fageh (2022).

[441] Rohman, Novianti, & Auzar, "Green Economy and Halal Industry: Maqashid Syariah Perspective," *Islam in World Perspectives* 3, no. 1. (2024).

[442] Warto, Rachman, & Samsuri, "Green Halal Business: A Sustainable Model for Islamic Entrepreneurship," *Al-Iqtishad wal Mashlahah*, (2026). https://doi.org/10.70742/iqtimash.v1i1.472.;Harahap & Rahmat, "Green Halal Business Model: Integrating Maqasid al-Shari'ah into Circular Economy Practices for Sustainable Competitive Advantage," (2026). https://doi.org/10.62159/sembj.v7i1.1938.

persoalan lingkungan, sosial, dan tata kelola; Maqasid menyediakan orientasi normatif mengenai kemaslahatan; sementara prinsip *halalan tayyiban* memberikan fondasi etis bagi integritas produk dan aktivitas ekonomi. Literatur terbaru mengenai keberlanjutan industri halal juga menunjukkan kecenderungan menuju integrasi antara Maqasid, *green economy*, sustainable *supply chain*, teknologi, dan tata kelola.[443] Dengan demikian, kontribusi Green Halal Materiality terletak bukan sekadar pada penambahan "indikator Islam" ke dalam ESG, tetapi pada upaya mengubah cara materialitas itu sendiri didefinisikan dalam konteks industri halal.

Implikasinya cukup mendasar. Jika halal compliance terutama berorientasi pada kepatuhan, maka Green Halal bergerak menuju tanggung jawab. Jika sertifikasi halal terutama memberikan kepastian terhadap status produk, maka Green Halal memperluas perhatian kepada integritas seluruh rantai nilai. Jika materialitas finansial bertanya mengenai dampak isu keberlanjutan terhadap perusahaan dan *impact materiality* bertanya mengenai dampak perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, maka *Maqasid materiality* menambahkan pertanyaan yang lebih mendalam: apakah aktivitas ekonomi tersebut benar-benar menghasilkan kemaslahatan dan mencegah kerusakan dalam perspektif tujuan syariah? Perspektif ini membuat keberlanjutan tidak hanya menjadi persoalan reputasi, risiko, atau efisiensi, tetapi juga menjadi persoalan amanah moral.

Atas dasar argumentasi tersebut, tulisan ini memandang bahwa Green Halal bukan sekadar "halal yang dibuat lebih hijau", melainkan sebuah transformasi paradigma dalam memahami industri halal. Halal tetap menjadi fondasi mengenai batas kebolehan; *tayyib* memperluas perhatian kepada kualitas dan kebaikan; ESG menyediakan instrumen untuk mengidentifikasi serta mengukur dimensi lingkungan, sosial, dan tata kelola; sedangkan maqashid syariahmemberikan orientasi pada kemaslahatan jangka panjang. Integrasi keempat perspektif tersebut memungkinkan industri halal bergerak dari paradigma *halal compliance* menuju *halal sustainability*, atau sebuah pendekatan yang menempatkan manusia, lingkungan, ekonomi, dan nilai-nilai syariah dalam satu kerangka pertanggungjawaban.

Berdasarkan uraian tersebut, permasalahan utama tulisan ini bukan lagi sekadar "bagaimana membuat industri halal menjadi ramah lingkungan?", melainkan "bagaimana mendefinisikan dan menentukan materialitas keberlanjutan dalam industri halal berdasarkan integrasi ESG, maqasid al-syariah, dan prinsip halalan tayyiban?" Pertanyaan tersebut penting karena tanpa kerangka materialitas yang jelas, Green Halal berisiko berhenti sebagai label normatif atau strategi pemasaran. Sebaliknya, dengan Green Halal Materiality, keberlanjutan dapat ditempatkan sebagai bagian integral dari integritas halal dan pertanggungjawaban perusahaan terhadap manusia, lingkungan, dan tujuan syariah.

2. Halal Compliance Dan Batas Kepatuhan Formal dalam Mewujudkan Halalan Tayyiban

Industri halal pada dasarnya dibangun di atas prinsip kepatuhan terhadap ketentuan syariah. Sertifikasi halal berfungsi memberikan jaminan bahwa bahan, proses produksi, penyimpanan, distribusi, hingga penyajian suatu produk memenuhi persyaratan halal yang telah ditetapkan. Dalam konteks ini, halal compliance memiliki posisi fundamental karena memberikan batas normatif mengenai apa yang diperbolehkan dan apa yang dilarang dalam aktivitas ekonomi. Namun, persoalan muncul ketika kepatuhan tersebut diperlakukan sebagai tujuan akhir, bukan sebagai titik awal dari tanggung jawab yang lebih luas. Dengan kata lain, produk yang telah memenuhi persyaratan halal belum otomatis menyelesaikan seluruh persoalan etika, sosial, dan ekologis yang muncul sepanjang proses produksinya. Literatur mengenai standardisasi industri halal bahkan menunjukkan adanya kebutuhan untuk bergerak dari orientasi legal-formal menuju

[443] Putri Retno Kemala Sari, Ririn Tri Ratnasari, dan Ismah Osman, Integration of Islamic Principles and Digital Technologies for Sustainable Halal Supply Chain Management: A Conceptual Framework," *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, (2026). https://doi.org/10.1108/JIABR-06-2025-0367.; serta Syafaruddin Razak, Syahabuddin, dan Jumriani Raking, "Assessing Social Impact in Halal Business Practices: A Maslahah-Oriented Framework for Sustainable Development," *Journal of Islamic Marketing* 17, (2026), no. 3: 898–922, https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2024-0450,

pemahaman *Tayyib* yang mencakup keberlanjutan ekosistem secara lebih menyeluruh.[444]

Persoalan tersebut dapat dijelaskan melalui pembedaan antara halal sebagai *legal permissibility* dan halal sebagai *ethical integrity*. Pada tingkat pertama, pertanyaan utama adalah apakah suatu produk atau aktivitas diperbolehkan menurut hukum Islam. Akan tetapi, pada tingkat kedua, pertanyaan berkembang menjadi: apakah proses untuk menghasilkan produk tersebut dilakukan dengan cara yang baik, aman, adil, bertanggung jawab, dan tidak menimbulkan kerusakan? Pembedaan ini penting karena sebuah produk dapat saja memenuhi persyaratan halal secara formal, tetapi proses produksinya masih menyisakan persoalan seperti eksploitasi tenaga kerja, pemborosan sumber daya, pencemaran lingkungan, penggunaan kemasan berlebihan, atau praktik rantai pasok yang tidak transparan. Dengan demikian, halal compliance lebih tepat dipahami sebagai *necessary condition*, bukan selalu sebagai *sufficient condition*, bagi terbentuknya industri halal yang benar-benar berkelanjutan.

Di sinilah konsep *Halalan Tayyiban* memperoleh relevansinya. Al-Qur'an tidak hanya menggunakan konsep halal, tetapi menggabungkannya dengan Tayyib, antara lain dalam QS. al-Baqarah [2]:168 dan QS. al-Ma'idah [5]:88. Halal memberikan batas legal-normatif, sedangkan *Tayyib* mengarahkan perhatian kepada kualitas kebaikan, keamanan, kemanfaatan, dan kelayakan dari sesuatu yang dikonsumsi atau diproduksi. Sejumlah penelitian mengenai hubungan *Halal-Tayyiban* dan pembangunan berkelanjutan menunjukkan bahwa *Tayyib* dapat mencakup aspek keamanan pangan, kesehatan, kesejahteraan hewan, keadilan sosial, praktik bisnis yang adil, serta perlindungan lingkungan.[445] Karena itu, *Tayyib* dapat dipandang sebagai ruang konseptual yang memungkinkan industri halal menghubungkan kepatuhan syariah dengan agenda keberlanjutan.

[444] Saheed Abdullahi Busari, "Standardisation of Halal Industry towards Sustainable Development Goals (SDGs)," International Institute of Islamic Thought and Civilisation/IIUM Repository, (2021). https://doi.org/10.31436/jia.v18i1.1001.

[445] Siti Rozaidah, Idris, Siti Fatimmahwati Pehin Dato Musa, Wardah Hakimah, dan Sumardi. "Halal-Tayyiban and Sustainable Development Goals," *International Journal of Asian Business and Information Management* 13, no. 2 (2022), https://doi.org/10.4018/IJABIM.20220701.oa9.

Persoalan yang lebih mendasar adalah bahwa kerangka kepatuhan formal cenderung mengevaluasi status suatu produk, sementara keberlanjutan menuntut evaluasi terhadap dampak suatu sistem. Misalnya, bahan baku suatu produk mungkin halal, tetapi bagaimana bahan tersebut diperoleh? Apakah pemasok memperlakukan pekerjanya secara layak? Apakah proses produksinya menghasilkan pencemaran? Apakah distribusinya menghasilkan emisi yang tidak perlu? Apakah limbah produksinya dikelola secara bertanggung jawab? Pertanyaan-pertanyaan tersebut menunjukkan bahwa objek evaluasi tidak lagi cukup berhenti pada produk akhir. Ia harus diperluas menjadi halal value chain integrity. Perspektif ini sejalan dengan perkembangan kerangka *double materiality* yang menilai isu keberlanjutan tidak hanya berdasarkan pengaruhnya terhadap perusahaan, tetapi juga berdasarkan dampak perusahaan terhadap manusia dan lingkungan sepanjang rantai nilainya.[446]

Dengan demikian, persoalan utama industri halal bukan lagi sekadar bagaimana memastikan produk halal, tetapi bagaimana memastikan bahwa seluruh proses penciptaan nilai dalam industri halal tetap berada dalam koridor halal sekaligus menghasilkan kemaslahatan. Pergeseran ini dapat disebut sebagai transformasi dari halal compliance menuju halal integrity. Halal integrity menuntut konsistensi antara status halal produk, proses produksi, tata kelola perusahaan, perlakuan terhadap manusia, pengelolaan sumber daya alam, serta dampak jangka panjang terhadap masyarakat. Dalam konteks inilah Green Halal memperoleh landasan teoritisnya: bukan menggantikan halal, melainkan memperluas makna tanggung jawab yang melekat pada industri halal.

3. Tayyib sebagai Jembatan Konseptual antara Halal dan Sustainability

Konsep *Tayyib* memiliki posisi strategis karena mampu menjadi jembatan antara norma halal dan paradigma keberlanjutan. Jika halal

[446] European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG), *ESRS 1 – General Requirements*, khususnya ketentuan mengenai *double materiality*, *impact materiality*, dan *financial materiality*. EFRAG menjelaskan bahwa materialitas dampak mencakup dampak aktual maupun potensial terhadap manusia dan lingkungan, termasuk yang berada dalam hubungan bisnis upstream dan downstream.

menjawab pertanyaan "boleh atau tidak boleh", maka *Tayyib* membawa pertanyaan lebih jauh: "apakah sesuatu itu baik, aman, bermanfaat, dan tidak menimbulkan kerusakan?" Perubahan pertanyaan tersebut sangat penting dalam konteks industri modern karena persoalan keberlanjutan hampir selalu berkaitan dengan konsekuensi dari aktivitas ekonomi. Sebuah proses produksi tidak dapat dinilai hanya berdasarkan input yang digunakan, tetapi juga berdasarkan dampaknya terhadap manusia, masyarakat, dan lingkungan. Penelitian tentang *Halal-Tayyiban* bahkan menempatkan perlindungan kesehatan, keamanan pangan, keadilan sosial, kesejahteraan hewan, lingkungan, dan praktik bisnis yang adil sebagai bagian dari dimensi *Tayyiban*.[447]

Secara konseptual, *Tayyib* dapat dikembangkan ke dalam sedikitnya empat lapisan. *Pertama*, *Tayyib* bagi konsumen, yang mencakup keamanan, kualitas, kesehatan, dan manfaat produk. *Kedua*, *Tayyib* bagi pekerja, yang berhubungan dengan keselamatan kerja, upah yang layak, penghormatan terhadap martabat manusia, dan perlakuan yang adil. *Ketiga*, *Tayyib* bagi lingkungan, yang mencakup efisiensi penggunaan energi dan air, pengurangan emisi, pengelolaan limbah, perlindungan biodiversitas, dan penggunaan sumber daya secara bertanggung jawab. *Keempat*, *Tayyib* bagi masyarakat dan generasi mendatang, yang berkaitan dengan distribusi manfaat, keadilan antargenerasi, dan keberlanjutan sumber daya. Dengan kerangka tersebut, Tayyib tidak lagi dipahami hanya sebagai atribut kualitas produk, tetapi sebagai *ethical quality of the entire value chain*.

Argumentasi tersebut memperoleh penguatan dari perspektif *maqasid al-Syariah*. Tujuan syariah tidak berhenti pada penentuan status halal dan haram, tetapi diarahkan kepada realisasi maslahah dan pencegahan mafsadah. Karena itu, apabila suatu aktivitas ekonomi secara formal memenuhi ketentuan halal tetapi dalam praktiknya menghasilkan kerusakan serius terhadap manusia atau lingkungan, maka diperlukan evaluasi yang lebih luas terhadap kualitas kemaslahatan yang dihasilkannya. Penelitian mutakhir mengenai ekonomi sirkular dalam industri halal, misalnya, menunjukkan bahwa prinsip *reduce*, *reuse*, *recycle*, dan *recover* dapat dikaitkan dengan *maqasid al-syariah* dan dikembangkan menjadi model produksi halal yang lebih berkelanjutan.[448]

Dari perspektif tersebut, dapat dirumuskan hubungan konseptual:



Dalam konstruksi ini, halal berfungsi sebagai batas normatif, *Tayyib* sebagai standar kualitas moral dan substantif, *sustainability* sebagai orientasi keberlanjutan jangka panjang, sedangkan *maqasid* menjadi arah normatif pencapaian kemaslahatan. Keempat konsep tersebut sebenarnya tidak saling berkompetisi. Sebaliknya, mereka dapat membentuk suatu arsitektur konseptual yang lebih lengkap. Industri halal membutuhkan halal untuk menjaga integritas syariah, *Tayyib* untuk memastikan kualitas dan kebaikan, ESG untuk mengukur kinerja keberlanjutan, dan maqasid untuk memberikan orientasi moral terhadap tujuan akhir aktivitas ekonomi.

Konsekuensinya, *Tayyib* juga dapat berfungsi sebagai kritik terhadap pendekatan keberlanjutan yang terlalu teknokratis. Sustainability sering diterjemahkan ke dalam indikator emisi, konsumsi energi, volume limbah, tingkat kecelakaan kerja, atau keberagaman tenaga kerja. Semua indikator tersebut penting, tetapi angka tidak dengan sendirinya menjelaskan mengapa suatu tindakan dianggap baik dan untuk tujuan apa keberlanjutan tersebut diarahkan. Dalam perspektif Islam, pengukuran harus tetap terhubung dengan maslahah. Dengan kata lain, angka adalah instrumen untuk membaca realitas, bukan tujuan akhir dari keberlanjutan.

4. Penerapan ESG, *Financial Materiality*, *Impact Materiality*, dan *Double Materiality* dalam Industri Halal

ESG memberikan perangkat yang relatif operasional untuk menerjemahkan keberlanjutan ke dalam praktik bisnis. Dimensi *Environmental* dapat digunakan untuk mengevaluasi emisi, energi,

[447] Siti Rozaidah, dkk. "Halal-Tayyiban …," https://doi.org/10.4018/IJABIM.20220701.oa9.

[448] Abbas Ali Mayo and Ardi, "Maqasid al-Shari'ah Analysis of Circular Economy Practices in the Halal Industry," *Ukhuwah: Jurnal Ilmu Syariah* (2026), https://doi.org/10.33096/ukhuwah94.

air, limbah, penggunaan bahan baku, biodiversitas, dan dampak ekologis lainnya. Dimensi *Social* dapat digunakan untuk menilai kesejahteraan pekerja, hak asasi manusia, keselamatan konsumen, hubungan dengan masyarakat, dan kondisi rantai pasok. Sementara itu, *Governance* dapat digunakan untuk menilai transparansi, akuntabilitas, etika bisnis, struktur pengawasan, antikorupsi, dan integritas pengambilan keputusan Dalam industri halal, ketiga dimensi tersebut dapat diperkaya dengan aspek integritas halal sehingga ESG tidak hanya menjadi instrumen reputasi, tetapi juga bagian dari sistem pertanggungjawaban. Misalnya, *environmental* tidak hanya berkaitan dengan efisiensi biaya energi, tetapi juga tanggung jawab terhadap lingkungan; *social* tidak hanya berkaitan dengan reputasi perusahaan, tetapi juga keadilan dan martabat manusia; sedangkan *governance* dapat diperluas dengan memasukkan integritas halal, transparansi sertifikasi, dan pengawasan rantai pasok.

Konsep *materiality* kemudian menjadi penting karena perusahaan tidak mungkin memberikan perhatian yang sama terhadap seluruh isu keberlanjutan. GRI 3 menempatkan dampak aktual maupun potensial terhadap ekonomi, lingkungan, manusia, dan hak asasi manusia sebagai dasar identifikasi *material topics*, kemudian mengharuskan organisasi memprioritaskan dampak berdasarkan tingkat signifikansinya. Yang menarik, GRI secara eksplisit menegaskan bahwa kesulitan pengukuran atau ketidakmampuan organisasi mengelola suatu isu bukan alasan untuk menganggap isu tersebut tidak material.[449] Prinsip ini sangat relevan bagi industri halal karena persoalan seperti kesejahteraan pekerja atau kerusakan ekologis tidak boleh menjadi "tidak material" hanya karena sulit dihitung dalam rupiah.

Perkembangan teori materialitas memperlihatkan bahwa isu keberlanjutan tidak lagi dinilai hanya dari perspektif dampaknya terhadap kondisi finansial perusahaan, namun juga mempertimbangkan beberapa unsur materialitas. *Pertama*, *financial materiality* menilai keberlanjutan dari perspektif dampaknya terhadap prospek ekonomi perusahaan. Risiko perubahan iklim, kelangkaan bahan baku halal, gangguan rantai pasok, perubahan preferensi konsumen, dan risiko reputasi dapat memengaruhi pendapatan, biaya, arus kas, atau akses pembiayaan. Dalam industri halal, misalnya, hilangnya kepercayaan konsumen akibat pelanggaran integritas halal dapat berubah menjadi risiko finansial. Artinya, terdapat hubungan timbal balik antara *halal integrity* dan *financial materiality*: integritas halal bukan hanya persoalan agama, tetapi juga dapat menjadi *strategic asset* dan sumber kepercayaan pasar. *Kedua*, *impact materiality* memperluas perspektif dari "bagaimana isu memengaruhi perusahaan?" menjadi "bagaimana perusahaan memengaruhi dunia?" GRI secara khusus menempatkan dampak terhadap ekonomi, lingkungan, dan manusia sebagai dasar materialitas. Bagi industri halal, pendekatan ini memungkinkan perusahaan menilai apakah penggunaan air, energi, bahan baku, praktik ketenagakerjaan, limbah, dan aktivitas rantai pasok menghasilkan dampak yang signifikan. Dengan demikian, perusahaan tidak dapat mengabaikan dampak hanya karena dampak tersebut belum menimbulkan kerugian finansial.[450]

Double materiality kemudian menggabungkan kedua arah tersebut. Perspektif *inside-out* melihat dampak perusahaan terhadap manusia dan lingkungan, sedangkan perspektif *outside-in* melihat bagaimana persoalan keberlanjutan memengaruhi perusahaan. Dalam industri halal, pendekatan ini dapat menghasilkan pemetaan isu yang lebih realistis. Misalnya, penggunaan bahan baku yang berasal dari praktik pertanian tidak berkelanjutan dapat menimbulkan dampak ekologis saat ini sekaligus menciptakan risiko kelangkaan bahan baku pada masa depan. Dengan demikian, satu isu dapat sekaligus menjadi *impact material* dan *financially material*. Konsep *double materiality* menjadi penting karena mematahkan dikotomi antara "kepentingan perusahaan" dan "kepentingan masyarakat": keduanya sering kali saling memengaruhi.

[449] Global Reporting Initiative. (2021). *GRI 3: Material Topics 2021*. https://www.globalreporting.org/publications/documents/english/gri-3-material-topics-2021/?. Diakses Tanggal 9 September 2026.

[450] Global Reporting Initiative. (2021). *GRI 3: Material Topics 2021*.

Penerapan ESG dalam industri halal dapat dirumuskan sebagai:

Dimensi	Pertanyaan dalam industri halal
Environmental	Apa dampak produksi halal terhadap lingkungan?
Social	Apakah rantai nilai halal memberikan perlindungan dan keadilan bagi manusia?
Governance	Apakah tata kelola menjamin transparansi dan integritas halal?
Financial Materiality	Bagaimana isu keberlanjutan memengaruhi perusahaan?
Impact Materiality	Bagaimana perusahaan memengaruhi manusia dan lingkungan?
Double Materiality	Bagaimana kedua arah materialitas tersebut saling berhubungan?

Namun, masih terdapat satu pertanyaan yang belum dijawab oleh kerangka tersebut: apakah sesuatu yang material secara finansial dan berdampak secara sosial-ekologis juga selaras dengan *maqasid al-Syariah*?. Sehingga ESG dalam industri halal seharusnya tidak berdiri sendiri. Ia perlu ditempatkan dalam relasi: *Pertama*, ESG sebagai instrumen pengukuran. *Kedua*, *Double Materiality* sebagai instrumen penentuan signifikansi. *Ketiga*, *Maqasid al-syariah* sebagai orientasi normatif. *Keempat*, *Halal Integrity* sebagai batas kepatuhan syariah. *Kelima*, *Tayyib* sebagai standar substantif kebaikan. Konstruksi tersebut menunjukkan bahwa tantangan utama bukan sekadar menambahkan indikator lingkungan ke dalam sertifikasi halal. Tantangannya adalah mengubah cara industri menentukan apa yang dianggap material.

5. Keterbatasan ESG dan Pentingnya Orientasi Normatif *Maqasid al-Syariah*

ESG memiliki kekuatan besar sebagai instrumen tata kelola dan pengukuran keberlanjutan, tetapi ia tidak secara inheren merupakan teori moral yang menentukan tujuan akhir kehidupan ekonomi. ESG dapat membantu perusahaan mengetahui berapa besar emisi yang dihasilkan, bagaimana kondisi pekerja, bagaimana struktur tata kelola dibangun, atau bagaimana risiko keberlanjutan memengaruhi perusahaan. Akan tetapi, pertanyaan mengenai nilai apa yang seharusnya menjadi orientasi akhir aktivitas ekonomi berada di luar kemampuan teknis indikator ESG. Keterbatasan inilah yang membuka ruang bagi maqasid al-syariah untuk berfungsi bukan sekadar sebagai tambahan indikator Islam, tetapi sebagai *normative compass* bagi keberlanjutan industri halal.

Dalam kerangka klasik, *maqasid al-syariah* berkaitan dengan perlindungan terhadap unsur-unsur fundamental kehidupan manusia, yang secara umum dirumuskan dalam *hifz al-din*, *hifz al-nafs*, *hifz al-'aql*, *hifz al-nasl*, dan *hifz al-mal*. Dalam konteks keberlanjutan kontemporer, dimensi lingkungan dapat dibaca melalui perluasan interpretatif terhadap tujuan-tujuan tersebut. Penting ditegaskan bahwa *hifz al-bi'ah* tidak boleh begitu saja disebut sebagai salah satu dari lima maqasid klasik. Ia lebih tepat diposisikan sebagai pengembangan kontemporer yang menafsirkan perlindungan lingkungan sebagai kondisi penting bagi perlindungan kehidupan, keturunan, harta, dan kemaslahatan manusia secara keseluruhan. Pendekatan seperti ini membuat integrasi Islam dan *sustainability* lebih akademis dan tidak terjebak pada klaim historis yang terlalu simplistik.

Dalam kerangka tersebut, dapat diperkenalkan konsep *maqasid materiality*. Konsep ini merujuk pada tingkat signifikansi suatu isu keberlanjutan berdasarkan kontribusinya terhadap *maslahah* atau potensinya menghasilkan *mafsadah*. Dengan demikian, sebuah isu dapat dianggap material bukan hanya karena memengaruhi laba perusahaan atau karena menghasilkan dampak lingkungan yang besar, tetapi juga karena memiliki konsekuensi signifikan terhadap pencapaian tujuan syariah. Sebagai contoh, keamanan produk bukan hanya isu Social dalam ESG, tetapi berkaitan dengan perlindungan jiwa (*hifz al-nafs*). Keadilan dalam upah berkaitan dengan perlindungan manusia dan harta. Transparansi halal berkaitan dengan perlindungan harta, kepercayaan, dan integritas transaksi. Pengelolaan limbah berkaitan dengan perlindungan kehidupan dan keberlanjutan sumber daya.

Dengan cara ini, *maqasid materiality* tidak dimaksudkan untuk menggantikan *financial materiality* ataupun *impact materiality*. Ia justru menjadi lapisan ketiga yang memperdalam makna materialitas. Jika *financial materiality* bertanya "apakah isu ini penting bagi perusahaan?", dan *impact materiality* bertanya "apakah isu ini berdampak penting terhadap manusia dan lingkungan?", maka maqasid materiality bertanya "seberapa penting isu ini bagi pencapaian kemaslahatan dan pencegahan kerusakan menurut tujuan syariah?"

Gagasan tersebut memiliki relevansi kuat dengan perkembangan literatur terbaru. Kajian bibliometrik dan systematic literature review mengenai integrasi *Maqasid al-Syariah*, ESG, dan *Halalan Tayyiban* menunjukkan bahwa penelitian selama ini masih banyak berfokus pada aspek normatif-legal dan sertifikasi halal, sementara integrasi operasional antara keberlanjutan lingkungan dan ekosistem halal masih relatif kurang berkembang. Studi tersebut secara eksplisit mendorong pergeseran dari administrative compliance menuju kapasitas operasional, tata kelola, *traceability*, dan indikator kinerja yang terintegrasi.[451] Maqasid materiality bukan bertujuan untuk mengganti ESG tetapi sebagai *normative compass*. ESG menyediakan instrumen untuk mengukur, sedangkan maqasid memberikan arah mengenai nilai yang hendak diwujudkan. Kajian sistematis mengenai hubungan hukum Islam, keuangan Islam, dan SDGs juga menunjukkan adanya irisan antara maqasid dan agenda pembangunan berkelanjutan.[452]

6. *Green Halal* sebagai Paradigma Keberlanjutan Sepanjang Rantai Nilai

Konsep *green halal* dapat didefinisikan sebagai perluasan konsep halal, di mana produk dan proses tidak hanya harus memenuhi ketentuan syariah, tetapi juga harus memenuhi standar lingkungan. Dalam perspektif ini, manajemen rantai pasok halal (*halal supply chain management*) mencakup aspek kehalalan dalam proses produksi, sedangkan manajemen rantai pasok hijau (*green supply chain management*) menambahkan dimensi *tayyib* dengan memastikan bahwa proses produksi juga memberikan dampak yang "baik" bagi lingkungan. Keduanya kemudian membentuk konsep *halalan tayyiban* sebagai satu kesatuan, bukan sebagai dua tujuan yang berdiri sendiri.[453]

Kajian yang lebih baru membuat definisi tersebut semakin konkret dengan menggambarkan produk green halal sebagai produk yang telah memenuhi ketentuan halal dan diproduksi melalui pengadaan bahan baku yang berkelanjutan, proses produksi yang ramah lingkungan, penggunaan sumber daya secara efisien, serta minimisasi limbah. Dengan demikian, aspek "hijau" bukan sekadar atribut yang dilekatkan pada label produk, melainkan telah terintegrasi ke dalam keseluruhan proses penciptaan produk tersebut.[454]

Secara konseptual, gagasan ini berlandaskan nilai-nilai Islam mengenai kepemimpinan dan tanggung jawab manusia sebagai khalifah, prinsip amanah, serta kewajiban untuk menghindari tindakan yang menyebabkan kerusakan di muka bumi. Dengan demikian, kepedulian terhadap lingkungan bukanlah sesuatu yang berada di luar konsep halal, melainkan merupakan bagian dari landasan moral yang menopang praktik halal itu sendiri.[455] Landasan yang sama juga tercermin dalam argumentasi berbasis *maqasid al-syariah* yang menempatkan *hifz al-bi'ah* atau perlindungan lingkungan sebagai salah satu perhatian penting, berdampingan dengan tujuan sosial dan ekonomi. Perspektif ini menunjukkan bahwa green halal lebih tepat dipahami sebagai kerangka etis yang menghubungkan kepatuhan terhadap ajaran agama, kepedulian ekologis, dan kesejahteraan manusia secara simultan.[456]

[451] Azy Athoillah Yazid, Moch Mahsun, and Raihan Nasir, "Integrating Maqaṣid al-Shariah, ESG, and Halalan Ṭayyiban in Indonesia: A TCCM-Based Systematic Literature Review and Bibliometric Analysis," *Lan Tabur: Jurnal Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2026), https://doi.org/10.53515/lt.v7i2.182.

[452] Burhanudin Harahap, Tastaftiyan and Inas Nurfadia Futri. *Islamic Law, Islamic Finance, and Sustainable Development Goals: A Systematic Literature Review*. (2023). Sustainability, 15(8), 6626. https://doi.org/10.3390/su15086626

[453] Fitra Azkiya Firdiansyah, Achmad Rosidi, dan Aldi Khusmufa Nur Iman, "Implementation Of Green Supply Chain Management In Halal Supply Chain Management - A Conceptual Model," *Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Islam* (2021). DOI:10.32678/ijei.v12i1.257

[454] A. Astuti, Syaparuddin Razak, dan Ida Farida, "The Mediating Role of Wara' in Green Halal Purchase Behavior among Generation Z," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* (2025), DOI:10.20473/vol12iss20254pp375-388

[455] A. Astuti, Syaparuddin Razak, dan Ida Farida, "The Mediating Role of Wara' in Green Halal …". DOI:10.20473/vol12iss20254pp375-388

[456] Nur Apriliani Bahri, M. Gilang, dan Neti Hekawati, "Integrating Sharia values and green jobs: A socio-economic model for the Indonesia's halal industry," *Priviet Social Sciences Journal* (2026), DOI:10.55942/pssj.v6i8.1206 ; Anisah, "Green Halal: Sinergi Industri Halal Dan Pembangunan Berkelanjutan," *An-natiq Jurnal Kajian Islam Interdisipliner* (2024)DOI:10.33474/an-natiq.v4i2.21491.

Dalam praktiknya, pemikiran tersebut telah mendorong sejumlah penulis untuk menempatkan green halal sebagai bagian dari konsep yang lebih luas, yaitu halal ecoculture. Dalam kerangka ini, kebersihan dan higienitas, keberlanjutan, tanggung jawab terhadap lingkungan, pemanfaatan energi terbarukan, pertanian regeneratif, pengelolaan limbah, serta perlindungan lingkungan dipandang sebagai perluasan yang alamiah dari praktik industri halal.[457]

Green halal dioperasionalkan melalui berbagai tindakan pada tahap hulu, internal perusahaan, hingga hilir untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dengan tetap mempertahankan status kehalalan produk. Artinya, praktik hijau bukan sekadar aktivitas yang dilakukan di dalam pabrik, tetapi harus diintegrasikan ke dalam keseluruhan rantai pasok halal agar perusahaan mampu menjaga kredibilitas halal sekaligus mempertahankan daya saingnya.[458]

Pertama, memulai dari bahan baku dan pemilihan input. Langkah praktis pertama adalah menggunakan bahan baku yang berkelanjutan dan lebih aman bagi lingkungan, termasuk memanfaatkan bahan-bahan alami jika memungkinkan. Hal ini penting karena prinsip green halal sesungguhnya dimulai sebelum proses produksi berlangsung. Pemilihan bahan juga perlu memperhatikan material yang memenuhi ketentuan halal sekaligus memiliki dampak lingkungan yang lebih rendah.[459]

Kedua, merancang produk dan kemasan dengan dampak lingkungan yang lebih rendah. Konsep *green halal* dapat diintegrasikan melalui desain produk yang ramah lingkungan (*eco-design*), penggunaan material yang dapat digunakan kembali, serta kemasan yang lebih berkelanjutan. Dengan demikian, produk sejak awal dirancang untuk menghasilkan lebih sedikit limbah dan menggunakan sumber daya secara lebih efisien.[460]

Ketiga, mengadopsi metode produksi yang lebih ramah lingkungan. Pada tahap produksi, perusahaan dapat menggunakan teknologi produksi bersih, teknik produksi hijau, serta proses yang efisien dalam penggunaan sumber daya untuk mengurangi emisi, konsumsi energi, dan limbah. Seluruh upaya tersebut tetap harus berjalan beriringan dengan pengendalian proses untuk memastikan kepatuhan terhadap standar halal.[461]

Keempat, menjadikan pengelolaan limbah sebagai bagian dari operasional halal. Pengelolaan limbah merupakan salah satu komponen penting dalam operasional green halal. Praktiknya mencakup meminimalkan limbah produksi, mengelola limbah secara bertanggung jawab, serta melakukan *upcycling* apabila memungkinkan, sehingga limbah dapat diolah kembali menjadi produk yang memiliki nilai ekonomi.[462]

Kelima, menerapkan logistik hijau. Implementasi *green halal* tidak berhenti setelah proses produksi selesai, tetapi berlanjut melalui pergudangan halal yang ramah lingkungan, transportasi halal yang berwawasan lingkungan, hingga aktivitas terminal yang menerapkan prinsip eco-halal. Hal ini menunjukkan bahwa penyimpanan dan

[457] Abu Sya'ban Ridhzha dan Ramadhan Razali, "Sustainable Harmony: Implications of Climate Change on Ecoculture in the Context of the Halal Industry," *Jurnal Ekonomi Syariah, Akuntansi dan Perbankan (JESKaPe)* (2025), DOI:10.52490/jeskape.v9i1.5553

[458] Habiel Zakariah dkk, "Green Business Practices and the Success of Malaysia's Halal Food Companies," *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* (2023). DOI:10.6007/ijarbss/v13-i1/15851.; N. Salim dkk, "Influence of Social Media Usage on the Green Product Innovation of Manufacturing Firms through Environmental Collaboration," *Sustainability* (2020). DOI:10.3390/su12208685.

[459] R. Fu'adah dan Lamya Nurul Fadhilah, "Contribution of the Halal Industry in Implementing a Sustainable Economy in Indonesia," *KnE Social Sciences* (2025). DOI:10.18502/kss.v10i8.18443.; R. A. Balqis dan Anriza Witi Nasution, "Analysis of the Influence of Maqashid Syariah, Marketing Strategies, and Green Products on the Halal Lifestyle of Indonesian Alwahida Antidote Herbal Consumers in Medan City," *Haqqiyyah: Journal of Islamic and Legal Studies* (2025). DOI:10.65358/haqqiyyah.v1i2.27; Khairulazmi Mohamad Karudin dkk, "Halal Logistics, Halal Manufacturing, Competitiveness and Halal Organizational Sustainability: A Conceptual Exploration," *Information Management and Business Review* (2024). DOI:10.22610/imbr.v16i3(i)s.3977.

[460] Karudin dkk, "Halal Logistics, Halal Manufacturing".DOI:10.22610/imbr.v16i3(i)s.3977.; R. A. Balqis dan Anriza Witi Nasution, "Analysis of the Influence of Maqashid Syariah, Marketing Strategies, and Green Products on the Halal Lifestyle of Indonesian Alwahida Antidote Herbal Consumers in Medan City," *Haqqiyyah: Journal of Islamic and Legal Studies* (2025)DOI:10.65358/haqqiyyah.v1i2.27.

[461] Dewa Ayu Made Safira Dwiyani dkk, "Rice strategy: Improving sustainable halal agri-food system through green marketing and shifting consumer behavior with a quintuple helix approach," *Halal Studies and Society* (2024). DOI:10.29244/hass.2.1.8-10.; Marina Abu Bakar dkk, "HALAL FOOD INDUSTRY IN MALAYSIA: KEY CHALLENGES AND THE PATH FORWARD," *International Journal of Entrepreneurship and Management Practices* (2025). DOI:10.35631/ijemp.829027.

[462] Dwiyani dkk, "Rice strategy…". DOI:10.29244/hass.2.1.8-10; Fu'adah dan Fadhilah, "Contribution of the Halal Industry…", DOI:10.18502/kss.v10i8.18443.; Bakar dkk, "Halal Food Industry In Malaysia".DOI:10.35631/ijemp.829027.

distribusi merupakan bagian integral dari green halal, bukan aktivitas yang berada di luar konsep tersebut.[463]

Keenam, Membangun sistem pemantauan dan informasi. Sejumlah penelitian mengembangkan sistem informasi manajemen halal-hijau yang terintegrasi bagi UMKM. Sistem tersebut dapat mendukung perencanaan produksi, pemilihan dan pengawasan bahan baku, pemantauan proses produksi dan limbah, audit dan sertifikasi, hingga penyusunan laporan untuk mendukung pengambilan keputusan manajerial. Hal ini menunjukkan bahwa implementasi green halal membutuhkan sistem data, pemantauan, dan pengendalian yang formal, bukan sekadar niat baik perusahaan.[464]

Ketujuh, memperkuat implementasi melalui edukasi, kampanye, dan kebijakan. Perusahaan dan konsumen membutuhkan peningkatan kesadaran mengenai praktik halal yang berkelanjutan, sementara pemerintah dapat berperan melalui kebijakan, regulasi, serta program dukungan. Selain itu, organisasi masyarakat sipil dan perguruan tinggi dapat berkontribusi melalui program penghijauan (*greening programs*) dan inisiatif sertifikasi ramah lingkungan (*eco-certification*).[465]

Pendekatan yang lebih komprehensif memandang *Green Halal* sebagai *value-chain paradigm*. Artinya, prinsip halal dan keberlanjutan harus hadir sejak pengadaan bahan baku, produksi, penggunaan energi dan air, pengelolaan limbah, transportasi, pergudangan, distribusi, pemasaran, konsumsi, hingga pengelolaan produk pascakonsumsi. Pendekatan ini konsisten dengan perspektif *life-cycle* dalam agenda konsumsi dan produksi berkelanjutan.[466]

[463] Karudin dkk, "Halal Logistics, Halal Manufacturing…", DOI:10.22610/imbr.v16i3(i)s.3977.

[464] G. Rahayu, Nisa Noviani Sudarman, dan Dicky Adjie, "Conceptual Model of MIS for Integration of Halal and Green Practices in Clothing SMEs Based on SSM," *Cognitia : International Engineering Journal* (2025), DOI:10.63288/ciej.v1i3.12.

[465] Fu'adah dan Fadhilah, "Contribution of the Halal Industry"; Rihfenti Ernayani dan F. Firman, "Transformasi Industri Halal: Keberlanjutan dan Inovasi dalam Perekonomian Syariah," *Jesya* (2024), DOI:10.18502/kss.v10i8.18443.; Rihfenti Ernayani dan F. Firman, "Transformasi Industri Halal: Keberlanjutan dan Inovasi dalam Perekonomian Syariah," *Jesya* (2024), DOI:10.36778/jesya.v7i1.1490.; Hapid Durohman, "Determinan Niat Generasi Milenial di Indonesia Menggunakan Kosmetik Halal dengan Literasi Halal sebagai Variabel Moderasi," *LIKUID: Jurnal Ekonomi Industri Halal* (2024), DOI:10.15575/likuid.v4i1.31286; Bakar dkk, "Halal Food Industry In Malaysia", DOI:10.35631/ijemp.829027; Dwiyani dkk, "Rice strategy…".DOI:10.29244/hass.2.1.8-10.

[466] Putri Retno Kemala Sari, Ririn Tri Ratnasari, dan Ismah Osman, *Integration of Islamic Principles and Digital Technologies for Sustainable Halal Supply Chain Management: A Conceptual Framework*. (2026). **Journal of Islamic Accounting and Business Research**. https://doi.org/10.1108/JIABR-06-2025-0367

Dalam konteks tersebut, rantai nilai *Green Halal* setidaknya dapat digambarkan sebagai:



Pada tahap *halal sourcing*, perusahaan perlu memastikan bahan baku tidak hanya halal tetapi juga diperoleh melalui proses yang bertanggung jawab. Pada tahap produksi, perhatian diarahkan pada efisiensi energi, air, emisi, limbah, dan teknologi bersih. Pada rantai pasok, aspek *halal integrity* perlu berjalan bersama transparansi dan keberlanjutan. Pada distribusi, efisiensi logistik dan pengurangan emisi menjadi relevan. Sementara itu, konsumsi perlu diarahkan pada pola yang tidak berlebihan dan bertanggung jawab.

Sejumlah penelitian terbaru memperkuat arah tersebut. Sapinah dkk. mengidentifikasi komponen *green economy* dalam keberlanjutan industri halal yang mencakup *green sharia value*, produksi bersih, *sustainable halal supply chain*, pembiayaan hijau, serta kebijakan dan tata kelola.[467] Warto dkk, juga mengembangkan gagasan *Green Halal Business* yang menghubungkan *Halalan Tayyiban*, *green economy*, teknologi hijau, *green supply chain*, dan *maqasid*.[468]

Konsekuensinya, keberhasilan *Green Halal* tidak seharusnya diukur hanya dari jumlah produk bersertifikat halal atau penggunaan label ramah lingkungan. Ukuran yang lebih substantif adalah green halal bukan sekadar "halal + ramah lingkungan", tetapi merupakan pendekatan yang mengintegrasikan kedua prinsip tersebut sepanjang rantai nilai. Kehalalan memastikan kepatuhan syariah, sedangkan prinsip hijau memperluas makna *tayyib* melalui perhatian terhadap kesehatan, keberlanjutan sumber daya, minimisasi limbah, perlindungan lingkungan, dan kesejahteraan masyarakat. Dalam kerangka ini, green halal dapat dipandang sebagai bentuk operasionalisasi *halalan tayyiban* dalam konteks industri dan rantai pasok modern.

[467] Saparuddin Razak, Syahabuddin, dan Jumriani Raking, *Assessing Social Impact in Halal Business Practices: A Maslahah-Oriented Framework for Sustainable Development*. (2026). **Journal of Islamic Marketing, 17**(3), 898–922. https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2024-0450.

[468] Warto, Rachman, & Samsuri, "Green Halal Business: A Sustainable Model for Islamic Entrepreneurship". *Al-Iqtishad wal Mashlahah*. (2026), https://doi.org/10.70742/iqtimash.v1i1.472.

7. Green Halal Materiality sebagai Kerangka Integratif

Pembahasan sebelumnya memperlihatkan adanya 4 (empat) dimensi yang selama ini cenderung berjalan terpisah. ESG memberikan perangkat untuk mengukur risiko dan dampak. *Financial materiality* menjelaskan relevansi ekonomi. *Impact materiality* memperhatikan konsekuensi perusahaan terhadap manusia dan lingkungan. *Maqasid* memberikan orientasi normatif, sementara halal memberikan batas kepatuhan dan identitas syariah. Persoalannya adalah bagaimana keempat dimensi tersebut dapat bekerja sebagai satu sistem, bukan sebagai daftar indikator yang berdiri sendiri? Pertanyaan ini menjadi dasar pengembangan konsep *Green Halal Materiality*.

Green Halal Materiality dapat didefinisikan sebagai proses mengidentifikasi, mengevaluasi, memprioritaskan, dan mengelola isu yang memiliki signifikansi terhadap keberlanjutan industri halal berdasarkan empat dimensi: *financial materiality*, *impact materiality*, *maqasid materiality*, dan *halal integrity*. Dengan definisi ini, materialitas tidak lagi hanya menentukan isu apa yang perlu dilaporkan, tetapi juga menentukan isu apa yang harus menjadi prioritas strategis dan moral perusahaan.

7.1. *Financial Materiality*

Dimensi pertama mempertahankan logika ekonomi. Perusahaan perlu mengetahui isu keberlanjutan yang berpengaruh terhadap pendapatan, biaya, arus kas, akses pembiayaan, nilai aset, reputasi, dan keberlangsungan usaha. Dalam industri halal, risiko tersebut dapat berasal dari perubahan iklim, gangguan bahan baku, regulasi lingkungan, perubahan perilaku konsumen, atau krisis kepercayaan akibat pelanggaran halal. Dengan demikian, keberlanjutan tidak diposisikan sebagai beban tambahan, tetapi sebagai bagian dari *risk management* dan *long-term value creation*.

7.2. *Impact Materiality*

Dimensi kedua membalik perspektif. Pertanyaannya bukan lagi apa yang terjadi pada perusahaan, tetapi apa yang dilakukan perusahaan terhadap dunia. GRI memberikan landasan kuat melalui prinsip bahwa materialitas ditentukan oleh signifikansi dampak terhadap ekonomi, lingkungan, dan manusia.[469] Dalam *Green Halal*, ini berarti pencemaran, eksploitasi pekerja, penggunaan sumber daya yang berlebihan, atau kerusakan ekosistem tidak boleh dianggap tidak material hanya karena belum menghasilkan kerugian finansial.

7.3. *Maqasid Materiality*

Dimensi ketiga merupakan kontribusi normatif utama. *Maqasid materiality* menilai apakah suatu isu mempunyai signifikansi terhadap pencapaian *maslahah* dan pencegahan *mafsadah*. Dengan dimensi ini, perusahaan tidak hanya mempertanyakan "berapa besar dampaknya?", tetapi juga "apa arti dampak tersebut bagi kehidupan manusia dan tujuan syariah?" Perspektif *maqasid* memungkinkan keberlanjutan dinilai melalui horizon yang lebih panjang dan tidak semata-mata bergantung pada harga pasar atau kemampuan kuantifikasi.

Dalam konteks keberlanjutan kontemporer, 5 (lima) + 2 (dua) tujuan *maqasid al-syariah* dapat ditafsirkan secara substantif sebagai berikut:

Maqasid	Dimensi Green Halal	Contoh isu material
Hifz al-din	Integritas syariah	halal, integritas sertifikasi, etika
Hifz al-nafs	Kesehatan dan keselamatan	keamanan pangan, kesehatan pekerja
Hifz al-'aql	Pengetahuan dan informasi	transparansi, keamanan informasi
Hifz al-nasl	Generasi mendatang	perubahan iklim, biodiversity
Hifz al-mal	Perlindungan nilai ekonomi	efisiensi sumber daya, anti-fraud
Maslahah 'ammah	Kepentingan publik	kemiskinan, keadilan sosial
Hifz al-bi'ah	Perlindungan lingkungan	emisi, limbah, air, ekosistem

[469] Global Reporting Initiative. (2021). *GRI 3: Material Topics 2021*.

7.4. *Halal Integrity*

Dimensi keempat menjaga agar Green Halal tidak kehilangan identitas dasarnya. Halal integrity berarti kepatuhan tidak berhenti pada bahan atau produk akhir, tetapi terjaga sepanjang rantai nilai. Ini mencakup halal sourcing, segregasi, proses, penyimpanan, logistik, transparansi, dokumentasi, dan tata kelola. Dalam perspektif ini, integritas halal berfungsi sebagai boundary condition: suatu model bisnis tidak dapat disebut Green Halal apabila aspek keberlanjutannya baik tetapi mengabaikan integritas halal.

Keempat dimensi tersebut dapat disintesiskan sebagai berikut:

Green Halal Materiality = Financial Materiality + Impact Materiality + Maqāṣid Materiality + Halal Integrity

Namun, formula tersebut tidak dimaksudkan sebagai penjumlahan matematis sederhana. Ia merupakan *integrative framework*, di mana setiap dimensi berinteraksi dan saling mengoreksi. *Financial materiality* mencegah keberlanjutan terputus dari realitas ekonomi; impact materiality mencegah perusahaan hanya melihat kepentingannya sendiri; *maqasid materiality* mencegah keberlanjutan kehilangan arah moral; sedangkan halal integrity menjaga identitas dan batas syariah.

Kekuatan utama model ini terletak pada kemampuannya membaca *trade-off*. Misalnya, suatu perusahaan dapat memilih bahan yang lebih murah tetapi memiliki dampak ekologis tinggi. Dari perspektif *financial materiality* jangka pendek, pilihan tersebut mungkin rasional. Namun dari perspektif *impact materiality*, terdapat dampak negatif. Dari perspektif *maqasid*, kerusakan tersebut dapat berkontribusi terhadap *mafsadah*. Dari perspektif *halal integrity*, bahan tersebut mungkin tetap halal secara hukum. Hasil akhirnya menunjukkan sesuatu yang sangat penting: "halal" tidak otomatis berarti "*sustainable*", tetapi *sustainability* yang benar-benar Islami juga tidak boleh mengorbankan integritas halal.

Dengan demikian, *Green Halal Materiality* dapat bekerja sebagai *four-layer materiality test*:

Dimensi	Pertanyaan kunci	Risiko jika diabaikan
Financial Materiality	Apa dampaknya terhadap keberlanjutan ekonomi perusahaan?	*Financial myopia*
Impact Materiality	Apa dampak perusahaan terhadap manusia dan lingkungan?	*Externality blindness*
Maqasid Materiality	Apakah aktivitas menghasilkan maslahah atau mafsadah?	*Moral/ normative blindness*
Halal Integrity	Apakah seluruh proses konsisten dengan prinsip halal?	*Halal dilution*

Kerangka tersebut juga memungkinkan materialitas dipahami secara dinamis. Isu yang hari ini tidak dianggap material secara finansial dapat menjadi sangat material beberapa tahun kemudian. Perubahan iklim adalah contoh yang jelas: kerusakan ekologis dapat bermula sebagai *externality* yang tidak masuk ke dalam perhitungan perusahaan, tetapi kemudian berubah menjadi risiko rantai pasok, biaya produksi, regulasi, dan reputasi. Karena itu, *Green Halal Materiality* seharusnya tidak menjadi penilaian satu kali, tetapi proses evaluasi berkelanjutan. Prinsip GRI yang meminta organisasi mengidentifikasi dan menilai dampaknya secara berkelanjutan dapat menjadi salah satu dasar operasional bagi pendekatan tersebut.[470]

Lebih jauh, kerangka ini membuka kemungkinan bagi *maqasid-oriented ESG reporting*. Perusahaan halal tidak hanya melaporkan emisi, limbah, tenaga kerja, dan governance, tetapi juga menjelaskan bagaimana aktivitas tersebut berkontribusi terhadap tujuan kemaslahatan. Perkembangan penelitian mengenai integrasi prinsip Islam dan teknologi digital dalam *sustainable halal supply chain* menunjukkan bahwa arah tersebut mulai memungkinkan secara konseptual melalui integrasi *maqasid*, teknologi, dan *sustainability*.[471]

[470] Global Reporting Initiative. (2021). *GRI 3: Material Topics 2021*.

[471] Putri Sari, Ririn Tri Ratnasari, dan Ismah Osman, "Integration of Islamic Principles and Digital Technologies for Sustainable Halal Supply Chain Management: A Conceptual Framework" (2026).

Green Halal Materiality bukan sekadar menambahkan "*Islamic indicators*" ke dalam ESG. Kontribusi konseptualnya justru terletak pada perubahan cara memandang materialitas. Materialitas tidak lagi hanya berarti "apa yang penting bagi investor" atau "apa yang berdampak terhadap stakeholder", tetapi berkembang menjadi "apa yang penting bagi keberlangsungan perusahaan, apa yang berdampak terhadap manusia dan lingkungan, apa yang signifikan bagi pencapaian maqasid, dan apakah seluruh proses mempertahankan integritas halal." Dengan perspektif tersebut, transformasi industri halal dapat dipetakan secara lebih jelas:



Tahap pertama memastikan kepatuhan. Tahap kedua memperluas kepatuhan menjadi integritas. Tahap ketiga memasukkan tanggung jawab ekologis dan sosial ke dalam rantai nilai. Tahap keempat menyediakan mekanisme untuk menentukan isu mana yang paling signifikan dan bagaimana isu tersebut harus diprioritaskan berdasarkan dimensi ekonomi, dampak, maqasid, dan halal.

Inilah yang menjadikan *Green Halal Materiality* relevan sebagai paradigma baru. Ia tidak menempatkan agama, ekonomi, dan lingkungan sebagai agenda yang terpisah, tetapi melihat ketiganya sebagai bagian dari satu sistem pertanggungjawaban. ESG menjawab bagaimana keberlanjutan diukur; *maqasid* menjawab untuk apa keberlanjutan diarahkan; *Tayyib* menjelaskan kualitas kebaikan yang hendak diwujudkan; dan *halal integrity* memastikan bahwa seluruh proses tetap berada dalam koridor syariah. Dengan demikian, *Green Halal* dapat bergerak dari sekadar market label menuju sistem nilai dan tata kelola keberlanjutan berbasis maslahah.

8. Kesimpulan

Halal compliance merupakan fondasi penting, tetapi belum memadai sebagai ukuran tunggal untuk mewujudkan prinsip *halalan tayyiban*. Kepatuhan formal terutama memastikan bahwa produk dan proses berada dalam batas halal, sedangkan dimensi *tayyib* menuntut kualitas yang lebih substantif: aman, sehat, adil, bermanfaat, bertanggung jawab, dan tidak menimbulkan kerusakan bagi manusia maupun lingkungan. Karena itu, orientasi industri halal perlu bergeser dari sekadar *halal compliance* menuju *halal integrity*, yaitu konsistensi nilai halal sejak pengadaan bahan baku, proses produksi, tenaga kerja, penyimpanan, logistik, distribusi, hingga pascakonsumsi. Dalam konteks ini, *tayyib* menjadi jembatan konseptual yang memungkinkan prinsip halal berinteraksi dengan agenda *sustainability*, sementara *maqasid al-syariah* memberikan orientasi pada pencapaian *maslahah* dan pencegahan *mafsadah*.

Selanjutnya, integrasi ESG, *financial materiality*, *impact materiality*, *double materiality*, dan *maqasid al-syariah* menunjukkan bahwa keberlanjutan industri halal membutuhkan cara pandang yang lebih luas terhadap apa yang disebut "material". ESG menyediakan instrumen untuk mengidentifikasi dan mengukur risiko serta dampak keberlanjutan; *financial materiality* memastikan relevansi terhadap keberlangsungan ekonomi perusahaan; *impact materiality* memperhatikan konsekuensi aktivitas perusahaan terhadap manusia dan lingkungan; sedangkan *maqasid materiality* memperdalam penilaian dengan menanyakan apakah suatu aktivitas menghasilkan *maslahah* atau *mafsadah* bagi tujuan-tujuan syariah. Sementara itu, *halal integrity* berfungsi sebagai batas normatif, sehingga praktik yang ramah lingkungan sekalipun tidak dapat disebut *Green Halal* apabila mengorbankan prinsip dan integritas halal. Dengan demikian, *Green Halal Materiality* tidak dimaksudkan menggantikan kerangka materialitas yang telah berkembang, melainkan mengintegrasikannya ke dalam kerangka nilai yang lebih komprehensif.

Green Halal Materiality dapat diposisikan sebagai paradigma yang mengubah orientasi industri halal dari kepatuhan produk menuju pertanggungjawaban atas keseluruhan rantai nilai. Transformasinya dapat dirumuskan sebagai: *Halal Compliance* → *Halal Integrity* → *Green Halal* → *Green Halal Materiality*. Tahap terakhir tidak hanya mempertanyakan apakah suatu produk halal, apakah perusahaan

Journal of Islamic Accounting and Business Research. https://doi.org/10.1108/JIABR-06-2025-0367

memperoleh manfaat ekonomi, atau apakah suatu aktivitas menimbulkan dampak lingkungan, tetapi secara simultan menilai: apakah isu tersebut penting bagi keberlangsungan perusahaan, bagaimana dampaknya terhadap manusia dan lingkungan, apakah aktivitas tersebut mendukung kemaslahatan dan tujuan syariah, serta apakah seluruh proses tetap berada dalam koridor halal. Dengan konstruksi tersebut, ESG berfungsi menjawab bagaimana keberlanjutan diukur, *double materiality* menjelaskan bagaimana signifikansi dampak dan risiko ditentukan, *maqasid al-syariah* menjawab untuk apa keberlanjutan diarahkan, *tayyib* menjelaskan kualitas kebaikan yang hendak diwujudkan, dan *halal integrity* memastikan batas syariahnya tetap terjaga. Karena itu, *Green Halal* tidak lagi sekadar dipahami sebagai "halal + ramah lingkungan", melainkan sebagai sistem tata kelola keberlanjutan berbasis halal, tayyib, ESG, dan kemaslahatan.

Daftar Pustaka

Adinugraha, H H, R Andrean, W A Ikhrom, R A G Setyani, and ... *Perkembangan Industri Halal Di Indonesia*. repository.uingusdur.ac.id, 2022. https://repository.uingusdur.ac.id/709/.

Adinugraha, H H, D Riskiyani, M Citra, A Nauvalia, and ... *Bisnis Dan Industri Halal*. books.google.com, 2023. https://books.google.com/books?hl=en%5C&lr=%5C&id=mRfjEAAAQBAJ%5C&oi=fnd%5C&pg=PR1%5C&dq=industri+halal%5C&ots=CKJMRV4LlC%5C&sig=momgE8NvtIOItb-ltOk8WEM6k10.

Agus, M A M, I Haq, and A Muchsin. "Reinterpretasi Konsep Nusyuz Dalam Perspektif Maqashid Syariah: Antara Kepatuhan Normatif Dan Keadilan Relasional." *… Fakultas Syariah IAIN …*, 2026. https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/alihkam/article/view/15376.

Aji, A M, and S G Mukri. "Implementasi Maqashid Syariah Dan Aktualisasinya Dalam Pengembangan Sistem Ekonomi Islam." *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 2022. https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/salam/article/view/27108.

Amaliya, D. "Maqashid Syariah: Konsep Dan Implementasinya Dalam Hukum Islam Kontemporer." *Maliki Interdisciplinary Journal*, 2024. https://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/article/view/11783.

Anandita, S R, M I Al-faqih, I N Azah, and ... "Peningkatan Daya Saing Produk Pelaku Industri Makanan Olahan UMKM Melalui Pelatihan Sertifikasi Halal Dan BPOM." *Jumat Ekonomi …*, 2022. https://ejournal.unwaha.ac.id/abdimas_ekon/article/view/3278.

Andini, Y P, and Y A Wijaya. "Sumber Daya Manusia Dalam Pengembangan Industri Halal." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah*, 2023. http://jurnal.iaih.ac.id/index.php/EKSYA/article/view/689.

Aqbar, K, and A Azwar. "… Penguatan Industri Makanan Halal Di Indonesia: Daya Saing, Keberlanjutan, Dan Penetrasi Pasar Global: Integrated Strategy for Strengthening the Halal …." *TIJARAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis …*, 2025.

Arafah, M. "Pilar Dan Infrastruktur Dalam Mendukung Perkembangan Industri Halal." *AMAL: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2024. https://jurnal.iainambon.ac.id/index.php/amal/article/view/7584.

Arifin, M F, and A Rahman. "… Pada Aspek Manajemen Industri Halal Dalam Perspektif Ekonomi Islam: Analysis of Development Strategies on Management Aspects of the Halal Industry in an …." *Al Rikaz: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2023. http://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/rikaz/article/view/9622.

Azwar, A, and K Aqbar. "Strategi Penguatan Industri Halal Di Indonesia: Analisis SWOT: Strategy for Strengthening the Halal Industry in Indonesia: SWOT Analysis." *AL-KHIYAR: Jurnal Bidang Muamalah Dan …*, 2024. https://journal.stiba.ac.id/index.php/khiyar/article/view/1432.

Butary, B Al, A Soemitra, Z Nawawi, and ... "Strategi Perencanaan Pengembangan Industri Halal Menuju Era Revolusi Industri Dan Society 5.0 Oleh Al Jam'iyatul Washliyah." *… Seminar Nasional Hasil …*, 2021. http://ejournal.uniks.ac.id/index.php/ProsidingUniks/article/view/1892.

Dahlan, A, and M Wildan. "Analisis Ekonomi Politik Terhadap Kebijakan Pemerintahan Jokowi Pada Sektor Kawasan Industri Halal (KIH) Dan Perbankan Syariah." *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 2022. https://ejournal.uinsaizu.ac.id/index.php/eljizya/article/download/6165/3058.

Dinar, A S, A Saputra, and M Hayati. "Konsep Ekonomi Sirkular Pada Program Pengembangan Industri Halal." *Jurnal …*, 2024. https://ejournal.amirulbangunbangsapublishing.com/index.php/jpnmb/article/view/150.

Eddy, F B, and A A Bachtiar. "Al-Qur'an Dan Politik Kebijakan Industri Halal Di Indonesia." *MUJAHADAH …*, 2026. https://journal.diwafasalfasejahtera.com/mujahadah/article/view/34.

Efendi, A, M A Tawwab, and ... "Landasan Hukum Syar'i Dan Hukum Positif Halal Haram Industri Produk Halal Indonesia." *Journal of Islamic …*, 2024. https://jurnal.kalimasadagroup.com/index.php/jiel/article/view/514.

Efendi, M N, and S Khomairoh. "Integrasi Industri Halal Dengan Sektor Pariwisata Religi Di Jawa Tengah." *Jurnal Pembangunan Daerah*, 2025. https://ejournal.jatengprov.go.id/index.php/JPD/article/view/1211/784.

Emila, A, and C Vidiati. "Implementasi Pemasaran Digital Pada Sektor Industri Halal Di Indonesia." *Currency (Jurnal Ekonomi Dan Perbankan …*, 2026. https://jurnalalkhairat.org/ojs/index.php/currency/article/view/1997.

Fadilah, D, E Pelitawati, A Jaelani, and ... "Penguatan Ekosistem Industri Halal Nasional Berbasis Ekonomi Syariah." *Journal of Islamic …*, 2026. https://athallahpublishing.com/index.php/almudayanah/article/view/136.

Faisal, Y A, and A Apriliadi. "Faktor Kesuksesan Akselerasi Ekspor UKM Industri Halal Di Indonesia: Analisis Delphi." *SERAMBI: Jurnal Ekonomi …*, 2021. http://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/SERAMBI/article/view/545.

Fajrah, N, N T Putri, and D Fatrias. "Analisis Bibliometrik Sustainable Halal Supply Chain Pada Industri Kecil Menengah." *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 2025. https://scholar.archive.org/work/wyac4pklvnevjgb2gqhwxd4cta/access/wayback/https://forum.

upbatam.ac.id/index.php/rsi/article/download/v10n2_nofriani/v10n2_nofriani/40210.

Farikhin, A, A H Ridwan, and H Mulyasari. "Kajian Historis Maqashid Syariah Sebagai Teori Hukum Islam." *Asy-Syari'ah*, 2022. https://pdfs.semanticscholar.org/c499/88a51b66cb687e73875df7bdf8c3a9848070.pdf.

Farisi, M S Al. "Konsep Pariwisata Halal Di Indonesia Dalam Perspektif Maqashid Syariah." *Perbanas Journal of Islamic Economics and …*, 2022. https://joieb.perbanas.id/index.php/Joieb/article/view/27.

Fatmasari, D, and A Jaelani. "Integrasi Maqāṣid Al-Syarī 'ah Dalam Pengembangan Industri Halal: Kerangka Perlindungan Konsumen Dan Kesejahteraan Umat." *Journal of Islamic Economics …*, 2026. https://athallahpublishing.com/index.php/almudayanah/article/view/139.

Fattah, A. "Implementasi Maqashid Syariah Dalam Ekosistem Ekonomi Dan Keuangan Syariah Di Indonesia: Analisis Pencapaian Kesejahteraan Sosial Dan Ekonomi Berkelanjutan." *El-Iqthisady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2024. https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/iqthisadi/article/view/52302.

Fauzan, H, and D H Imawan. "Pemikiran Maqashid Syariah Al-Tahir Ibn Asyur." *Al-Mawarid Jurnal Syariah Dan Hukum …*, 2023. https://journal.uii.ac.id/JSYH/article/view/24639.

Fauzi, I M, M G N Fauzi, M S S Suryana, and ... "Kontribusi Industri Halal Dalam Pertumbuhan Produk Domestik Bruto Di Indonesia." *SIL'AH: Jurnal Ekonomi …*, 2025. https://jurnal.staikap.ac.id/index.php/silah/article/view/66.

Febriandina, Y D, and ... "Maqashid Syariah Sebagai Paradigma Pengembangan Inovasi Produk Pada Perbankan Syariah." *Jurnal Rumpun …*, 2025. https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jrme/article/view/6876.

Febriyani, D, E Elsa, and M Nawawi. "Penguatan UMKM Upaya Peningkatan Industri Halal Di Indonesia." *Tazkiyya: Jurnal Keislaman …*, 2022. https://jurnal.uinbanten.ac.id/index.php/tazkiya/article/view/5908.

Findayani, B, N Masruroh, and ... "Implementasi Halal Supply Chain Management Pada Industri Pangan: Kajian Literatur Dan Implikasi Pengembangan Industri Halal Di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Bisnis …*, 2026. https://www.ejournal.lapad.id/jebmak/article/view/1746.

Fitriyaningrum, A, M F Ardiansyah, and ... "STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM." *Jurnal Media …*, 2025. https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/3438.

Hamdani, H. "Pengembangan Industri Halal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Lokal Kabupaten Ngawi Jawa Timur." *Commodity: Jurnal Perbankan Dan Keuangan …*, 2025. https://ejournal.iaingawi.ac.id/index.php/commodity/article/view/2552.

Haque, M G. *Perjalanan Manajemen Industri \& Jaminan Produk Halal Indonesia*. books.google.com, 2023. https://books.google.com/books?hl=en%5C&lr=%5C&id=8rq0EAAAQBAJ%5C&oi=fnd%5C&pg=PP1%5C&dq=industri+halal%5C&ots=dHG-ho3zhi%5C&sig=Ohw07IGprxa5skSdnwG0WHemYAA.

Harahap, M G, R Tarmizi, N A Sholihah, H Adhianata, and ... *Industri Halal Di Indonesia*. books.google.com, 2023. https:// books. google.com/books?hl=e n&lr=&id=NlbPE AAAQ BAJ&oi=fnd& pg=PA1&dq=halal&ots=f0fyvYtxy_&sig=0UehNcXHLuttYeDVsHnZxtyMnXM.

Hardana, A, and A Damisa. "Transformasi Ekonomi Lokal Melalui Penguatan Industri Halal Di Padang Lawas Utara." *Jurnal Masharif Al-Syariah …*, 2025. https://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/view/28742.

Harisi, I La, and M W Abdullah. "Pembaharuan Hukum Keluarga Islam Dalam Menghadapi Tantangan Sosial Kontemporer Persepektif Maqashid Syariah." *USRAH: Jurnal …*, 2024. https://jurnal.staim-probolinggo.ac.id/USRAH/article/view/1358.

Hashim, K E, M A Tumiran, and A Husna. "… Industri Halal: Aplikasi Elemen Keselamatan Makanan Dalam Kalangan Pengusaha Pembuatan Produk Makanan Di Bangi, Selangor: Maqasid Shariah in Halal …." *Journal of Management and …*, 2023. https://jmm.uis.edu.my/index.php/jurnal/article/view/144.

Hasna, A. "Potensi Industri Halal Indonesia Dalam Peta Ekonomi Syariah Global." *Jurnal Ekonomi Islam*, 2025. https://oj.mjukn.org/index.php/jei/article/view/710.

Humaida, A, I Fasicha, M I Alghifari, and ... "Potensi Industri Halal Di Indonesia Sebagai Negara Berpenduduk Muslim Terbesar." *… : Jurnal Ekonomi Islam*, 2024. https://jurnal.umsu.ac.id:444/index.php/AGHNIYA/article/view/20782.

Hutabarat, A S, M Muztahidin, and ... "Fintech Syariah Sebagai Penggerak Pertumbuhan Industri Halal Nasional." *Journal of Islamic …*, 2026. https://athallahpublishing.com/index.php/almudayanah/article/view/137.

Ikhsan, A H, D Malinda, M F Rosyadi, and ... "Peluang Dan Tantangan Industri Produk Halal Di Era Globalisasi." *Journal Of Sharia …*, 2024. https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/jurnalfsh/article/view/3331.

Indriastiningsih, E, P Parmini, and ... "Peran Pemerintah Dalam Pengembangan Industri Halal." *El-Mal: Jurnal …*, 2024. http://repository.uin-malang.ac.id/23440/.

JR, H Mumtaz. "Digitalisasi Produk Halal Di Sentra Industri Sukaregang Kabupaten Garut Pada Masa Covid 19." *Likuid Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 2021. https://www.academia.edu/download/119038892/429566669.pdf.

Juliana, S P, M E Sy, S E Hilda Monoarfa, and F Adirestuty. *Industri Halal: Peluang Dan Tantangan Global*. books.google.com, 2025. http s://books. google.com/books?hl=en%5C&l r=%5C&id=OfZk EQAA QBAJ%5C&oi=fnd%5C&pg =PA2%5C&d q=industri+hal al%5C&ots=J2piFBvStO%5C&sig=bISkyGuwXCxpmPDIGVtBMWxylt8.

Kafabih, A. "PERKEMBANGAN INDUSTRI HALAL: SEBUAH KAJIAN TEORITIS." *Perkembangan Industri Halal \& Penguatan Lembaga …*, n.d. https://books.google.com /books? hl=en%5C&lr= %5C&i d=Eh0Q EQAAQB AJ%5C& oi=fnd% 5C &pg=PA29 3% 5C &dq=industri +halal% 5C&ot s=Xp-83HDB3q%5C&sig=OZYWjLkGG399FxlZ na1yO eHUn2I.

Kamila, N Z. "Potensi Ekonomi Kreatif Dalam Pemberdayaan Umkm Berbasis Industri Halal Di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Kreatif*, 2025. https://journal.stienugresik.ac.id/index.php/jek/article/view/160/95.

Karyani, E, I Geraldina, and M G Haque. "Transformasi Digital Dan Industri Halal: Studi Kasus Pada Produsen Besar Dan UMKM." *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian …*, 2021.

Kasnelly, S. "Perkembangan Industri Halal Di Indonesia." *Aktualita: Jurnal Penelitian Sosial …*, 2023. http://ejournal.an-nadwah.ac.id/index.php/aktualita/article/download/524/424.

Khikmawati, L. "Optimalisasi Potensi Industri Halal Di Indonesia Melalui Peran Pasar Modal Syariah." *Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2021. http://ejournal.iaiskjmalang.ac.id/index.php/iqtis/article/view/250.

Koswara, A, and L Herlina. "Transformasi Digital Dalam Industri Halal: Peran AI, Blockchain, Dan IoT Dalam Menjamin Kehalalan Produk." *Hakikat: Journal of Halal Studies*, 2026. https://jos.unsoed.ac.id/index.php/jhs/article/view/15508.

Krisna, R, M Yusuf, and E Putra. "MENGGAPAI EKOSISTEM HALAL SEBAGAI PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL MENUJU ERA 5.0." *Penerbit Tahta Media*, 2023. http://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/download/276/277.

Kristianingsih, K, R A Al Fahri, and ... "Penerapan Maqashid Syariah Index Pada Perbankan Syariah Di Indonesia." *Journal of Applied …*, 2021. https://pdfs.semanticscholar.org/0a4a/c1a843bac9a4b98bb12be32205b55959d23f.pdf.

Kurniadi, A. “Determinan Pertumbuhan Industri Halal Di Indonesia: Analisis Sektor Demografi, Infrastruktur, Dan Teknologi.” *Jurnal Al-Istishna*, 2025. https://e-journal.staimaswonogiri.ac.id/index.php/al-istishna/article/download/279/124.

Kusjuniati, K. “UMKM Indonesia Menuju Industri Halal Dan Go Digital Dalam Memasuki Pasar Global.” *Widya Balina*, 2022.

Kusumah, M D, M Z Pratama, and ... “Peran Industri Halal Dalam Memperkuat Pertumbuhan Ekonomi Indonesia.” *Jurnal Media …*, 2025. https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/1937.

Kusumawan, O S E, R Ghandara, and ... “Pengembangan Kerangka Halal Value Chain Industri Tekstil Indonesia Melalui Integrasi Halal Chemicals Dan Halal Supply Chain Management.” *… of Management and …*, 2026. https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/jmcbus/article/view/6885.

Lumaksono, W, and M B Munir. “Konsep Ekonomi Kreatif Untuk Mendorong Perkembangan Industri Halal Di Indonesia.” *… and Trading Halal …*, 2025. https://jurnal.gerakanedukasi.com/index.php/CETHE/article/view/97.

Mahsun, M, N Hasib, and M Shohib. “Telaah Literasi Traceability Supply Chain Process Sebagai Bagian Dari Jaminan Produk Dan Industri Halal.” *Proceedings of Annual …*, 2022. https://scholar.archive.org/work/h4c2s2526jagpevtad7j5ixeva/access/wayback/http://proceedings.kopertais4.or.id/index.php/ancoms/article/download/454/324.

Malihah, L, H Karimah, H Zabidi, and ... “Potensi Industri Halal Di Indonesia: Sebuah Tinjauan Pustaka Sistematis.” *Jurnal Riset …*, 2024. https://jrp.kaltimprov.go.id/index.php/jrp/article/view/179.

Masduqie, M H A, S Syarifudin, and ... “… of Waste Bank in the Perspective of Maqashid Sharia in Surabaya-Green Economy Melalui Bank Sampahdalam Perspektif Maqashid Syariah Di Kota Surabaya.” *Jurnal Ekonomi Syariah …*, 2021. http://repository.uinsa.ac.id/id/eprint/2469/.

Masitoh, M, and M Yarham. “INDUSTRI HALAL DALAM MENGDONGKRAK PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA DI ERA NEW NORMAL.” *IQTISODINA*, 2023. https://ejournal.kopertais4.or.id/madura/index.php/IQTISODINA/article/view/7263.

MIftahuddin, A, Y Perdana, S Suryana, and ... “Persepsi Masyarakat Terhadap Tren Perkembangan Industri Halal Di Media Sosial: Analisis Respons Di Indonesia.” *… Jurnal Pemikiran Dan …*, 2022. https://journals.unpad.ac.id/responsive/article/view/44555.

Minarni, M. “Strategi Pengembangan Industri Halal Di Indonesia Berbasis Maqashid Syariâ€TM Ah Dan Etika Bisnis Islami.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2024. https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/15036.

Mukhlisin, M. *Ekonomi Politik Industri Halal Di Indonesia*. books.google.com, 2023. https:/ /books .google.com/books ?hl=en%5C &lr=%5C&id=56 nTEAAAQBAJ%5C &oi=fnd%5C&pg=PR23 %5C &dq=ekonomi +politik %5C&ots= 0O2ua Kd4a c%5C&sig =i7sHnal 8nAZ3Sk Gjs1KfZy3kQ9M.

Mulyadi, B. “Eksistensi Industri Halal Food Di Jepang.” *KIRYOKU*, 2023. https://ejournal.undip.ac.id/index.php/kiryoku/article/view/53066.

Mutmainah, N, H Ahyani, and H M Putra. “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Tentang Pengembangan Kawasan Industri Pariwisata Halal Di Jawa Barat.” *Al-Mawarid Jurnal Syariah Dan …*, 2022. https://journal.uii.ac.id/JSYH/article/view/23425.

Muwaffaq, M, F Ni’mah, and K Irfani. “Maqashid Syariah Dalam Perspektif Ibnu Asyur.” *Attujjar: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2021. https://jurnal.insida.ac.id/index.php/attujjar/article/view/81.

Nasional, D S I. “Analisis Kebijakan Industri Halal Untuk Peningkatan.” *PRSIDING PRSIDING*, n.d. https://media.neliti.com/media/publications/453583-none-49f9c837.pdf#page=101.

Natsir, I. “Pengaruh Ekonomi Syariah Dalam Pengembangan Industri Halal Di Indonesia.” *Mumtaz: Jurnal Studi Al-Quran Dan Keislaman*, 2024. https://jurnalptiq.id/index.php/mumtaz/article/view/70.

Natsir, I, I Hany, and E Herawaty. “Pembangunan Industri Halal Nasional Dengan Pendekatan SWOT Strategi.” *Zhafir: Journal of Islamic Economics …*, 2022. https://jurnalsains.id/index.php/zhafir/article/view/134.

Nurdiansyah, M R D. “Sinergitas Akselerasi Lembaga Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Dan Lembaga Pemeriksa Halal Dalam Implementasi Sertifikasi Halal Industri Di Indonesia.” *Journal of Halal Industry Studies*, 2023. https://journal.nurscienceinstitute.id/index.php/jhis/article/view/566.

Nyoman, B I. “Strategi Akselerasi Pertumbuhan Industri Halal Melalui Peran Aktif Perbankan Syariah.” *Banco: Jurnal Manajemen Dan Perbankan …*, 2023. http://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/banco/article/view/6198.

Octaviany, M, and S Binastuti. “Potensi Industri Fashion Halal Terhadap Perekonomian Islam Di Indonesia.” *Taraadin: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis …*, 2025. https://jurnal.umj.ac.id/index.php/taraadin/article/view/28014.

Oktoviasari, V A, I A Ananda, and M Lutfi. “Peta Jalan Industri Halal Di Indonesia Upaya Meningkatkan Daya Saing Global.” *HUMANITIS: Jurnal Homaniora …*, 2025. http://humanisa.my.id/index.php/hms/article/view/397.

Pambekti, G T, M Bobby, I Natsir, N B Sapa, and ... “Industri Halal Di Indonesia.” *Penerbit Az-Zahra …*, 2025. https://az-zahra.or.id/ams/article/view/10.

Paryadi, P. “Maqashid Syariah: Definisi Dan Pendapat Para Ulama.” *Cross-Border*, 2021. http://journal.iaisambas.ac.id/index.php/Cross-Border/article/view/742.

Permata, S, A M Nabir, H Irawan, M Hasnin, and ... “PENDAMPINGAN LITERASI INDUSTRI HALAL BAGI PELAKU UMKM DI ERA REGULASI JAMINAN PRODUK HALAL DI KABUPATEN SINJAI.” *ALAINA: Jurnal …*, 2026. https://ccg-edu.org/index.php/alaina/article/view/1063.

Pertiwi, T D, and S Herianingrum. “Menggali Konsep Maqashid Syariah: Perspektif Pemikiran Tokoh Islam.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2024. https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/12386.

Petriani, D R. “Tinjauan Maqashid Syari’ah Dalam Pengembangan Industri Halal Di Indonesia.” *Konferensi Integrasi Interkoneksi Islam Dan …*, 2025. https://ejournal.uin-suka.ac.id/saintek/kiiis/article/view/4747.

Prayogi, T, and M Fakhri. “… SYARIAH UNTUK MENINGKATKAN LITERASI EKONOMI SYARIAH DALAM UPAYA MENDUKUNG PERTUMBUHAN INDUSTRI HALAL DI KAB. PURWAKARTA.” *SMART: Management Journal*, 2026. https://ojs.umbk.ac.id/index.php/smart/article/view/593.

Rahayu, E T, and A Rohman. “Analisis Strategi Aspek Manajemen Industri Halal Pada Mie Gacoan Dikota Tuban.” *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2024. https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/527.

Rahmah, S E I Fitria, and UINSAM Idris. “PERAN TEKNOLOGI DIGITAL DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL.” *Industri Halal Dan Ekonomi …*, 2026. https://books.google.com/books?hl=en %5C&lr= %5C&id=pM TcEQAA QBAJ%5 C&oi=fnd %5C &pg=PA51% 5C&dq=indu stri+halal%5C& ots=LqQE8yv IZa%5C&s ig=8hjA x7XC6YM Gzf1 _BXTcNF5aIpY.

Rahmawatus, A, H Gazani, and E Faraby. “Strategi Indonesia Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Industri Halal Global.” *Jurnal Pendidikan Sosial …*, 2025. http://publisherqu.com/index.php/pediaqu/article/view/3172.

Ramadhan, M I R, E Yuliana, and ... “KONTRIBUSI INDUSTRI HALAL TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA MELALUI SERTIFIKASI DAN UMKM.” *Jurnal Media …*, 2025.

https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/4183.

Rimayanti, R. "Industri Halal Dan Muslim Kelas Menengah: Peluang Dan Tantangan." *JEPP: Jurnal Ekonomi Pembangunan Dan …*, 2022. https://e-journal.upr.ac.id/index.php/jeppupr/article/view/5473.

Romadhon, M F, N C Putri, and ... "PRODUKSI HALAL DAN STANDAR SYARIAH DALAM INDUSTRI: Studi Kepatuhan Industri Terhadap Prinsip Halal Dan Standar Syariah Dalam Rantai Produksi." *Jurnal Inovasi Bisnis …*, 2025. http://journal.tangrasula.com/index.php/jibi/article/view/117.

Sahidin, A, and M Muslih. "Pengembangan Sains Berorientasi Maqashid Syariah." *Konferensi Integrasi Interkoneksi Islam …*, 2025. https://ejournal.uin-suka.ac.id/saintek/kiiis/article/view/4786.

Samsul, S, A A Pratama, L Warliana, and ... "Potensi Dan Pengembangan Industri Halal Di Indonesia." *… Kajian Ekonomi Dan …*, 2023. https://ejournals.ddipolman.ac.id/index.php/jimat/article/view/287.

Sandi, A, A Asriyana, and B Budiman. "PETA JALAN INDUSTRI HALAL DI INDONESIA." *… : Kajian Pendidikan Dan …*, 2025. http://jurnal.stkipbima.ac.id/index.php/PK/article/view/2997.

Saputra, D E, N A Nazira, and ... "Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Melalui Ekosistem Industri Halal Di Indonesia." *Jurnal Ilmiah …*, 2025. https://ejurnal.kampusakademik.my.id/index.php/jemba/article/view/1074.

Sari, D P, A O Fitri, and M I Fasa. "Implementasi Prinsip Maqashid Syariah Dalam Operasional Perbankan Syariah." *Inflasi: Jurnal Ekonomi …*, 2025. https://ejurnal.faaslibsmedia.com/index.php/inflasi/article/view/120.

Sari, S H P, and J Susilo. "STRATEGI PENGUATAN EKOSISTEM INDUSTRI HALAL DALAM MENDORONG PEMBANGUNAN EKONOMI DAERAH: KAJIAN LITERATUR DENGAN IMPLIKASI …." *Jurnal Formasi: Jurnal Penelitian Dan …*, 2026. https://ojs.brida.sultraprov.go.id/index.php/formasi/article/view/71.

Satria, T, and W Sari. "Maqashid Syariah Sebagai Paradigma Hukum Islam Kontemporer." *Al-Ilmiya: Jurnal Pendidikan Islam*, 2025. https://journal.al-afif.org/index.php/al-ilmiya/article/view/476.

Shintia, M A D, L Apriyana, I Kurnia, and ... "Konsep Produksi Dalam Ekonomi Islam: Tinjauan Maqashid Syariah Dan Keberlanjutan." *Jurnal Ekonomi …*, 2025. http://journal.tangrasula.com/index.php/jeki/article/view/118.

Sholichah, I U. "Realisasi Maqashid Syariah Index (MSI) Dalam Menguji Performa Perbankan Syariah Di Indonesia." *… Syari'ah: Jurnal Pemikiran Perbankan Syariah*, 2022. https://journal.ibi.ac.id/Madanisyariah/article/view/409.

Siregar, P P. "Perkembangan Securities Crowdfunding Dalam Mendukung Industri Halal." *Zenodo (CERN European Organization for Nuclear …*, 2023. https://www.academia.edu/download/109930681/424-440.pdf.

Suhairi, M A B, and D Tanjung. "Maqashid Syariah Menurut Al-Juwayni." *MODELING: Jurnal Program …*, 2024. http://jurnal.stitnualhikmah.ac.id/index.php/modeling/article/view/2751.

Sunarmo, S, A T Arsyad, and ... "Persaingan Pasar Dan Tantangan Industri Farmasi Halal Di Indonesia." *Bukhori: Kajian Ekonomi …*, 2025. https://eprints.uai.ac.id/2547/.

Sunarta, D A, R Bulqis, A Bisyriani, and ... "Sertifikasi Halal Sebagai Instrumen Kebijakan Publik Dalam Pengembangan Industri Halal Indonesia." *… of Business and …*, 2025. https://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/robust/article/view/11569.

Suprapti, I, P C Agustin, N Z Rahman, and ... "Strategi Pengembangan Umkm Sumber Laut Dalam Menghadapi Industri Halal Global 2024." *Jurnal Pertanian …*, 2023. https://ejournalwiraraja.com/index.php/FP/article/view/3079.

Syakur, R R F. “Sosialisasi Industri Halal Indonesia.” *Melayani: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2024. https://jurnal.sitasi.id/melayani/article/view/87.

Syamsuri, H, I Parakkasi, and C Muthiadin. “Transformasi Industri Pangan Melalui Undang-Undang Pangan Halal: Manajemen Efektif Sistem Jaminan Halal.” *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2024.

Taufik, A. “Peran Halal Center Upaya Mengembangkan Industri Halal.” *Perkembangan Industri Halal \& Penguatan Lembaga …*, 2024. https://books.google.com/books?hl=en%5C&lr=%5C&id=Eh0QEQAAQBAJ%5C&oi=fnd%5C&pg=PA313%5C&dq=industri+halal%5C&ots=Xp-83HDBWp%5C&sig=SDNfFB9RS1kv1A0iwTdkhttDctQ.

Ubaidillah, U, I Nur, and A M Anshor. “Konstruksi Ekonomi Islam Berbasis Interdisipliner: Studi Islam Dan Maqashid Syariah.” *… Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 2024. https://www.researchgate.net/profile/Iffatin-Nur/publication/387522466_Konstruksi_Ekonomi_Islam_Berbasis_Interdisipliner_Studi_Islam_dan_Maqashid_Syariah/links/6772c43a894c55208534b304/Konstruksi-Ekonomi-Islam-Berbasis-Interdisipliner-Studi-Islam-dan-Maqashid-Syariah.pdf.

Ummah, D D. “Penerapan Rantai Suplai Makanan Halal Pada Industri Pengolahan Kopi Di Bedhag Kopi Roastery Jember.” *ILTIZAMAT: Journal of Economic Sharia Law and …*, 2021. https://www.ejournal.stismu.ac.id/ojs/index.php/Iltizamat/article/view/475.

Utami, Y P, W S Abdulkadir, B F Pamudi, A A Karim, and ... *Manajemen Industri Halal*. books.google.com, 2025. https://books.google.com/books? hl=en%5C &lr=%5C&id=RA qyEQAAQBAJ%5C&oi=fnd%5C&pg=PA1%5C& dq=indu stri+hala l%5C &ots=CYbTtLF63H%5C&sig=hQ3NlqXBZk86jsvaOFpEOvyhMcI.

Utari, D, M I Fasa, and S Suharto. “Industri Halal Berkontribusi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Era Pandemi Covid-19: Peluang Dan Tantangan.” *Jurnal Bina Bangsa …*, 2022. http://jbbe.lppmbinabangsa.id/index.php/jbbe/article/view/119.

Waluyo, W, LPSA Ramadhan, and ... “STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL SEBAGAI PENDORONG EKONOMI LOKAL.” *Jurnal Akademik …*, 2025. https://ejurnal.kampusakademik.co.id/in dex.php/jae m/article/view/7681.

Yuliyanti, E T, F Z Nadiroh, D A Putri, and ... “KONTRIBUSI INDUSTRI HALAL FOOD TERHADAP PARIWISATA HALAL DI PROVINSI BALI.” *Jurnal Media …*, 2025. https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/2260.

Yusuf, M Z. “Peluang Indonesia Dalam Pusaran Industri Halal Dunia.” *Masyrif: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2023. https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Yusuf-136/publication/382752519_PELUANG_INDONESIA_DALAM_PUSARAN_INDUSTRI_HALAL_DUNIA/links/691dff38ba4fcf00661a98c3/PELUANG-INDONESIA-DALAM-PUSARAN-INDUSTRI-HALAL-DUNIA.pdf.

Zaki, K, and A Nazir. “Halal Fashion: Peluang Ekonomi Dari Industri Modest Fesyen Indonesia.” *… Journal Mathla’ul Anwar of Halal …*, 2025. https://journal.halalunmabanten.id/index.php/ijma/article/view/132.

Zuhra, S A, and S Sugianto. “Peran Pembiayaan Industri Halal Di BMT: Sebuah Kajian Literatur Tentang Tantangan Dan Pengembangan.” *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 2024. https://www.siproda.id/index.php/J-CEKI/article/view/5770.

Zulfa, F N, and D Stiawan. “Peran Start-Up Dalam Mengembangkan Industri Halal Di Indonesia (Studi Kasus Link Aja Syariah).” *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi Dan …*, 2025. https://e-journal.uingusdur.ac.id/sahmiyya/article/view/10292.

antaranews.com. “Indonesia Has Strategic Potential to Become a Modest Fashion Hub.” Antara News, March 13, 2026. https://e n.antaranews.co m/news/408294/indonesi a-has-strategic -potential-to-become -a-modest- fashion-hub.

antaranews.com. “Minister Seeks Stronger Ecosystem for Modest Fashion Dominance.” Antara News, December 10, 2025. https:// en. antaranews. com/news/396004/minister -seeks- stronger-ecosystem -for-modest -fashion-dominance.

BCA Sekuritas. “Menperin: Industri Busana Muslim RI Tempati Urutan Pertama Dunia.” BCA Sekuritas, October 20, 2025. https:// bcasekuritas.co.id/latest-news/news/menperin-industri-busana-muslim-ri-tempati-urutan-pertama-dunia.

BPJPH. “BPJPH Bersama Industri Tekstil Dan Designer Launching Indonesia Global Halal Fashion, Wujudkan Indonesia Kiblat Fesyen Dunia | Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal.” Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, April 5, 2024. https://bpjph. halal.go.id /detail/bpjph-ber sama -industri-t kstil-d an-designer-launching-indonesia-global-halal-fashion-wujudkan-indonesia-kiblat-fesyen-dunia.

DinarStandard. “State of the Global Islamic Economy 2025 - DinarStandard.” July 7, 2025. https://www.dinarstandard.com/insights/sgier-2024-25.

EDIT. “Indonesia - United Arab Emirates CEPA (2022) - Electronic Database of Investment Treaties (EDIT).” EDIT - Electronic Database of Investment Treaties. Accessed April 25, 2026. https://edit.wti.org/document/show/d6847560-3088-4315-8fd8-d72dadeb8556?textBlockId=01faa2fb-11be-4d98-8e78-e25544d62335&page=11.

HalalCorner.ID. *5 Negara yang Berlomba Jadi Pusat Industri Halal Dunia*. October 3, 2025. https://halalcorner.id/5-negara-yang-berlomba-jadi-pusat-industri-halal-dunia/.

iaei. “Indonesia Peringkat 3 Ekonomi Islam Dunia: Insight SGIE Report 2024/2025.” iaei-website, Ikatan Ahli Ekonomi Islam Indonesia, July 10, 2025. https://iaei.or.id/id/berita-dan-artikel/berita/indonesia-peringkat-3-ekonomi-islam-dunia-insight-sgie-report-20242025.

Katadata. “Mendag Busan: Indonesia Siap Pimpin Modest Fashion Dunia Lewat JMFW 2026 - Industri Katadata.Co.Id.” Https://Katadata.Co.Id, November 8, 2025. https://katadata.co.id/berita/industri/690eb11458473/mendag-busan-indonesia-siap-pimpin-modest-fashion-dunia-lewat-jmfw-2026.

kemendag. “Tren Ekspor Modest Fashion Meningkat, Mendag Dorong Perluasan Pasar.” Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Desember 2025. https://www.kemendag.go.id/index.php/berita/pojok-media/tren-ekspor-modest-fashion-meningkat-mendag-dorong-perluasan-pasar.

KOMPAS.com. “Indonesia 3 Besar Ekonomi Islam Dunia, Menperin: Didorong Peningkatan Kinerja Beberapa Subsektor Ekonomi Halal.” KOMPAS.com, October 20, 2025. https://money.kompas.com/read/2025/10/20/154327526/indonesia-3-besar-ekonomi-islam-dunia-menperin-didorong-peningkatan-kinerja.

kontan. “Menakar Peluang Ekspor Indonesia ke Negara-Negara BRICS dan Timur Tengah.” kontan.co.id, July 10, 2025. https://nasional.kontan.co.id/news/menakar-peluang-ekspor-indonesia-ke-negara-negara-brics-dan-timur-tengah.

kontan.co.id. “BPJPH Dorong Revisi Aturan Sertifikat Halal Seumur Hidup.” kontan.co.id, October 3, 2025. https://industri.kontan.co.id/news/bpjph-dorong-revisi-aturan-sertifikat-halal-seumur-hidup.

kontan.co.id. “Ekspor Modest Fashion Melonjak 83%, Kemenperin Siapkan Strategi Dongkrak Daya Saing.” kontan.co.id, October 17, 2025. https://industri.kontan.co.id/news/ekspor-modest-fashion-melonjak-83-kemenperin-siapkan-strategi-dongkrak-daya-saing.

Mardiah, Ainul, Inten Kalputri, Wahyu Ramadhani, Ikhwan Hadi Insani, and Rini Elvira. “Mengapa Fesyen Muslim Indonesia Tertinggal Di Pasar Global? Analisis Mikroekonomi Islam Atas Desain, Branding Halal, Dan Distribusi.” *Imara: Jurnal Riset Ekonomi Islam* 9, no. 2 (2025): 62–71. https://doi.org/10.31958/imara.v9i2.16189.

Nihayati, Arina. “Integrating Halal Certification in Free Trade Agreements: Indonesia’s Modest Fashion and Cosmetics.”

Jurnal Hubungan Internasional 18, no. 1 (2025): 28–47. https://doi.org/10.20473/jhi.v18i1.70968.

Pikiran Rakyat. "Indonesia, Peringkat I Busana Muslim Dunia." Pikiran Rakyat Koran, Okt 2025. https://koran.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-3039733282/indonesia-peringkat-i-busana-muslim-dunia.

Republika. "Ekonomi Syariah RI Stagnan di Peringkat 3, SGIE Soroti Lemahnya Ekspor Halal." Republika Online, July 8, 2025. https://republika.co.id/share/sz2lno423.

Republika. "SGIE, KNEKS dan Reposisi Indonesia Sebagai Imam Ekonomi Syariah Dunia Mengapa Indonesia masih tertinggal dalam ekspor produk halal?" Republika Online, July 9, 2025. https://republika.co.id/share/sz3zih318.

rri.co.id. "Indonesia Eyes Larger Role in Global Muslim Fashion Market." Rri.Co.Id - Portal Berita Terpercaya, March 14, 2026. https://rri.co.id/en/business/2262977/indonesia-eyes-larger-role-in-global-muslim-fashion-market.

Salaam Gateway. "Modest Fashion Sector Snapshot 2024/25." Salaam Gateway - Global Islamic Economy Gateway, July 7, 2025. https://salaamgateway.com/story/modest-fashion-sector-snapshot-202425.

ValidNews. "Kemenperin Bidik Lima Negara Jadi Pasar Ekspor Fesyen Muslim RI." ValidNews, February 25, 2025. https://validnews.id/ekonomi/kemenperin-bidik-lima-negara-jadi-pasar-ekspor-fesyen-muslim-ri.

Alansyah, R, and W I Sari. "Analisis Keuangan Digital Dalam Mendukung Green Economy Sustainable Development Di Indonesia." *Innovative: Journal Of Social Science …*, 2024. http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/15466.

Billah, Z I. "Peran Dan Kendala Fintech Syariah Pada UMKM." *… -Ribhu: Jurnal Manajemen Dan Keuangan Syariah*, 2021. https://ejournal.unzah.ac.id/index.php/arribhu/article/view/671.

Djunaidi, Much, Cut Baby, Ayu Oktavia, Ratnanto Fitriadi, and Eko Setiawan. "Perception and Consumer Behavior of Halal Product Toward Purchase Decision in Indonesia" 22, no. 2 (2021): 171–84.

Efendi, S W N. "Kepastian Hukum Penetapan Sertifikasi Halal Di Indonesia Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 Tentang Cipta Kerja." *Journal Evidence Of Law*, 2024. https://jurnal.erapublikasi.id/index.php/JEL/article/view/571.

Lumbanraja, P C, and ... "Analisis Variabel Ekonomi Hijau (Green Economy Variable) Terhadap Pendapatan Indonesia (Tahun 2011-2020) Dengan Metode SEM-PLS." *… Cendikia Niaga (JCN …*, 2023. http://kudagang.kemendag.go.id/repo/id/eprint/17.

Marina, R, E Nurmelinda, M N Fikriy, A Faisal, S Hafifah, and ... *Pengaruh Kesadaran Halal Label Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Konsumen*. osf.io, 2023. https://osf.io/preprints/eqt86/.

Qanita, Ariza, Rohmatul Farohah Kholison, and Mohammad Khoiruzi Afiq. "Effect of of Trend and Halal Life Awareness on Halal Fashion Product Selection Preferences." *Journal of Halal Product and Research* 5, no. 1 (2022): 9–15. https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.5-issue.1.9-15.

Sari, C W, and D D Nafisah. "Labelisasi Halal Illegal Pada Praktik Jual Beli Produk Pangan Di Lingkungan Kampus UIN Bandung Serta Relevansi Pandangan Hukum Ekonomi Syariah." *Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2019. https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/mua/article/view/9639.

Subagiyo, R. "Era Fintech: Peluang Dan Tantangan Bagi Ekonomi Syariah." *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 2019. https://ejournal.uinsaizu.ac.id/index.php/eljizya/article/view/3457.

Susilawati, C, and A Joharudin. *Labelisasi Halal Dan Purchase Intention Pada Produk Halal Non Makanan*. repository.penerbitwidina.com, 2023. https://repository.penerbitwidina.com/publications/558984/labelisasi-halal-dan-purchase-intention-pada-produk-halal-non-makanan.

Wardana, D A. “Pengaturan Hukum Tentang Pemanfaatan Biogas Sebagai Energi Terbarukan Dalam Mendorong Ekonomi Hijau (Green Economy) Di Indonesia.” *Jurnal Bevinding*, 2023. http://journal.uniba.ac.id/index.php/JB/article/view/897.

Wilis, R A, and M M SE. “PROSPEK INDUSTRI HALAL DAN PENGUATAN EKONOMI ISLAM.” *… Islam Dan Penguatan Keuangan Ekonomi Global …*, n.d. https://books .google. com/boo ks?hl= e n%5C&lr=%5C&id = peHe EAAA QBAJ %5C&oi=fnd%5C &pg=PA135%5C&dq =perdagangan+produk+halal+di+pasar+global+dan+ day a+saing+umkm%5 C&ots=hx gmDiNJou%5C&sig=G_oH Q8bN4WD J5X5fEvUYfU2lytc.

Aini, N., and R. T. Gobb. “How Is the Correlation between Halal Certification and the Growth of Indonesia’s Export Economic Value?” Halal Research Journal 5, no. 1 (2025): 59-70. https://journal.its.ac.id/index.php/hr/article/download/2516/1993.

Anggraeni, P. S., and S. Mawadah. “The Effect of Halal Certification on Halal Product Exports in Indonesian Provinces in 2021-2022.” Advance in Islamic Economics, Business and Finance Research (2024): 211-216. https://e-journal.yaalmada.org/index.php/aiebfr/article/download/52/38.

Arifin, Sirajul, Ana Toni Roby Candra Yudha, and Bagus Shandy Narmaditya. “Integration of Attitudes and Behavioral Control on Intention to Consume Halal and Environment-Friendly Products.” Journal of Islamic Accounting and Business Research (2026). https://doi.org/10.1108/JIABR-06-2025-0362.

Ardiyanti, S. T., Y. Epianingsih, R. I. Syarif, and G. W. Putra. “Analisis Rekomendasi Kebijakan Pengembangan Kinerja Perdagangan Luar Negeri Produk Halal Indonesia.” Trade Policy Journal 3 (2024). https://jurnal.kemendag.go.id/index.php/TPJ/article/view/967/426.

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. “H20 2024 Closed, Producing 52 MRAs to Communiqué on Strengthening the Global Halal Ecosystem.” October 18, 2024. https://bpjph.halal.go.id/en/detail/ h20-2024 -closed- producing- 52 -mr-as-to-communique -on-strengthening-the-global-halal-ecosystem/.

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. “Head of BPJPH: Halal Certification Obligation for Consumer Protection and Business Convenience.” October 30, 2024. https://bpjph.halal.go.id/en/detail/head-of-bpjph-halal-certification-obligation-for-consumer-protection-and-business-convenience/.

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. “Phasing Period Ends, Halal Certification Obligation Takes Effect Starting October 18, 2024.” October 20, 2024. https://bpjph.halal.go.id/en/detail/phasing-period-ends-halal-certification-obligation-takes-effect-starting-october-18-2024/.

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. Rencana Strategis BPJPH 2025-2029. Jakarta: BPJPH, 2025. https://cmsbl.halal.go.id/uploads/Rencana_Strategis_BPJPH_2025_2029_896446ca2d.pdf.

Barney, Jay B. “Firm Resources and Sustained Competitive Advantage.” Journal of Management 17, no. 1 (1991): 99-120.

DinarStandard. State of the Global Islamic Economy Report 2024/25: From Crisis to Catalyst, Evolving Islamic Economy Opportunities. Dubai: DinarStandard, 2025. https://www.dinarstandard.com/insights/sgier-2024-25.

Hakim, Muhammad F. “Competing Global and Local Halal Standards: Indonesia’s Strategy in Increasing Halal Food Exports after Ratifying SMIIC.” Journal of Digital Marketing and Halal Industry (2024). https://journal.walisongo.ac.id/index.php/JDMHI/article/view/23610.

Indonesia. Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 229, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6998.

Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. “Digitalisasi dalam Mendukung Pencapaian Indonesia sebagai Pusat Halal Dunia.” October 25, 2025. https://kneks.go.id/isu-ekonomi/223/

digitalisasi-dalam-mendukung-pencapaian-indonesia-sebagai-pusat-halal-dunia.

Lutfika, Elka, Feri Kusnandar, and Dede R. Hunaefi. "Comparative Analysis and Harmonization of Global Halal Standards." International Journal of Halal Research 4, no. 1 (2022): 29-39. https://doi.org/10.18517/ijhr.4.1.29-39.2022.

North, Douglass C. Institutions, Institutional Change and Economic Performance. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.

Porter, Michael E. The Competitive Advantage of Nations. New York: Free Press, 1990.

Spence, Michael. "Job Market Signaling." Quarterly Journal of Economics 87, no. 3 (1973): 355-374.

Standards and Metrology Institute for Islamic Countries. OIC/SMIIC 1:2019, General Requirements for Halal Food. Istanbul: SMIIC, 2019. https://smiic.org/en/project/24.

Wibowo, M. J. "Internationalization of Halal Product Assurance Standards in Indonesia through Mutual Recognition Arrangement to Strengthen Indonesia's Position in the International Halal Market." Suara Hukum (2024). https://journal.unesa.ac.id/index.php/suarahukum/article/view/39463/13052.

Williamson, Oliver E. The Economic Institutions of Capitalism. New York: Free Press, 1985.

World Trade Organization. Agreement on Technical Barriers to Trade. Geneva: WTO, 1994. https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/17-tbt_e.htm.

AAOIFI. (2023). *Shari'ah standards*. Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Al-Ansi, A., Olya, H. G. T., & Han, H. (2023). Effect of general risk on trust, satisfaction, and recommendation intention for halal tourism. *Journal of Destination Marketing & Management, 27*, 100757.

Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management, 17*(1), 99–120. https://doi.org/10.1177/014920639101700108

Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practices, challenges and future. *Tourism Management Perspectives, 19*, 150–154.

Battour, M., Rahman, M. K., & Rana, M. S. (2022). The role of halal tourism attributes in tourist satisfaction and destination loyalty. *Journal of Islamic Marketing, 13*(2), 421–438.

Boğan, E., Dedeoğlu, B. B., & Balikçioglu, S. (2023). Sustainable halal tourism and destination competitiveness. *Sustainability, 15*(4), 3157.

Brundtland, G. H. (Ed.). (1987). *Our common future*. Oxford University Press.

Chapra, M. U. (2000). *The future of economics: An Islamic perspective*. Islamic Foundation.

CrescentRating & Mastercard. (2024). *Global Muslim Travel Index 2024*. CrescentRating.

CrescentRating & Mastercard. (2025). *Global Muslim Travel Index 2025*. CrescentRating.

DinarStandard. (2024). *State of the Global Islamic Economy Report 2024/25*. DinarStandard.

DinarStandard. (2025). *State of the Global Islamic Economy Report 2025/26*. DinarStandard.

Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (2007). Maqasid al-Shariah, maslahah, and corporate social responsibility. *American Journal of Islamic Social Sciences, 24*(1), 25–45.

Eid, R., & El-Gohary, H. (2015). Muslim tourist perceived value in the hospitality and tourism industry. *Journal of Travel Research, 54*(6), 774–787.

Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone.

Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman.

Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2020). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets, 30*(1), 1–10.

Henderson, J. C. (2010). Sharia-compliant hotels. *Tourism and Hospitality Research, 10*(3), 246–254.

Henderson, J. C. (2016). Halal food, certification and halal tourism: Insights from Malaysia and Singapore. *Tourism Management Perspectives, 19*, 160–164.

Islamic Development Bank. (2023). *Islamic Development Report 2023*. Islamic Development Bank.

Islamic Financial Services Board. (2024). *Islamic Financial Services Industry Stability Report 2024*. IFSB.

Kamali, M. H. (2008). *Maqasid al-Shariah made simple*. International Institute of Islamic Thought.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2025). *Indonesia Muslim Travel Index 2025*. Kemenparekraf.

Mastercard & CrescentRating. (2024). *Global Muslim Travel Index 2024*. Mastercard-CrescentRating.

Mohsin, A., Ramli, N., & Alkhulayfi, B. A. (2016). Halal tourism: Emerging opportunities. *Tourism Management Perspectives, 19*, 137–143.

OECD. (2023). *OECD tourism trends and policies 2023*. Organisation for Economic Co-operation and Development.

OECD. (2024). *OECD tourism trends and policies 2024*. Organisation for Economic Co-operation and Development.

Olya, H. G. T., Al-Ansi, A., & Han, H. (2021). Antecedents of tourists' environmentally responsible behavior in halal tourism. *Journal of Sustainable Tourism, 29*(11–12), 1949–1968.

Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.

Pew Research Center. (2017). *The changing global religious landscape*. Pew Research Center.

Rahman, M. K., Rana, M. S., Hoque, N., & Rahman, M. S. (2020). Factors influencing Muslim tourist destination choice. *Journal of Islamic Marketing, 11*(2), 419–435.

Rasoolimanesh, S. M., Seyfi, S., Hall, C. M., & Hatamifar, P. (2023). Understanding Muslim-friendly tourism through stakeholder engagement. *Current Issues in Tourism, 26*(8), 1278–1295.

Samori, Z., Salleh, N. Z. M., & Khalid, M. M. (2016). Current trends on halal tourism. *Tourism Management Perspectives, 19*, 131–136.

Scott, W. R. (2014). *Institutions and organizations: Ideas, interests, and identities* (4th ed.). Sage Publications.

Shakona, M. Y., Backman, K., Backman, S., Norman, W., Luo, Y., & Duffy, L. (2021). Sustainability and halal tourism development. *Sustainability, 13*(9), 4752.

United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development*. United Nations.

UN Tourism. (2023). *World tourism barometer*. United Nations Tourism.

UN Tourism. (2024). *World tourism barometer*. United Nations Tourism.

UNEP. (2023). *Sustainable tourism and environmental governance*. United Nations Environment Programme.

Wilson, J. A. J. (2020). The halal phenomenon: An extension or a new paradigm? *Journal of Islamic Marketing, 11*(6), 1321–1332.

World Bank. (2023). *Global economic prospects 2023*. World Bank.

World Bank. (2024). *Global economic prospects 2024*. World Bank.

World Commission on Environment and Development. (1987). *Our common future*. Oxford University Press.

Yagmur, Y., Ehtiyar, R., & Aksu, A. (2022). Halal tourism and sustainable destination management. *International Journal of Tourism Research, 24*(5), 691–705.

Yousaf, S., Xiucheng, F., & Amin, I. (2021). Halal tourism and consumer behavior. *Journal of Islamic Marketing, 12*(3), 557–575.

Zailani, S., Iranmanesh, M., Aziz, A. A., & Kanapathy, K. (2022). Halal tourism and sustainable economic development. *Sustainability, 14*(2), 915.

Abbas, Hasnain, Gang Tian, Narmeen Faiz, Mengyin Jiang, and Hafeez Ullah. "Sustainable Elements of the Ongoing Growth in the Demand for Halal Products in OBOR Regional Markets." *Frontiers in Nutrition* 12, no. 2 (2025): 9. https://doi.org/10.3389/fnut.2025.1533322.

Ahmad, Jamilah. "Enhancing Malaysia's Halal Brand Identity: Insights and Strategies for Sustainable Global Halal Hub." *Kajian Malaysia* 42, no. 2 (2024): 73–94.

Ahyar, Muhammad Khozin. "Halal Industry and Islamic Banking: A Study of Halal Ecosystem Regulation in Indonesia." *Journal of Finance and Islamic Banking* 2, no. 2 (2020): 165–82. https://doi.org/10.22515/jfib.v2i2.1929.

Akim, Akim, Viani Puspita Sari, Neneng Konety, and Nurfarah Nidatya. "Indonesia's Global Halal Hub: Competitive Strategies for Leadership." *Jurnal Global & Strategis* 18, no. 1 (2024): 29–56. https://doi.org/10.20473/jgs.18.1.2024.29-56.

Alamsyah, Andry, Naufal Hakim, and Ratih Hendayani. "Blockchain Based Traceability System to Support the Indonesian Halal Supply Chain Ecosystem." *Economies* 10, no. 6 (2022). https://doi.org/10.3390/economies10060134.

Albra, Wahyuddin, Darmawati Muchtar, Nurlela Nurlela, Muliani Muliani, Risna Safitri, and Fitria Zaitun Nisa. "The Role of Halal Awareness on the Relationship between Religiosity and Halal Purchase Intention." *International Journal of Islamic Economics and Finance (IJIEF)* 6, no. 2 (2023): 312–36. https://doi.org/10.18196/ijief.v6i2.16685.

Ali, Mohd Helmi, Kim Hua Tan, and Md Daud Ismail. "A Supply Chain Integrity Framework for Halal Food." *British Food Journal* 119, no. 1 (January 3, 2017): 20–38. https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2016-0345.

Alivian, Ilham, and Ade Nur Rohim. "How Does Sustainable Halal Fashion Support the Slow Fashion Trends?" *Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah* 11, no. 2 (2024): 218–37. https://doi.org/10.15575/am.v11i2.34642.

Arianti, Farahdiba, and Triana Rahajeng Hadiprawoto. "Investigating Social Media Influencers' Credibility and Religiosity, and The Moderating Role of Hedonic Value on Purchase Intention of Modest Fashion Brands." *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship* 10, no. 1 (2024): 168–80. https://doi.org/10.17358/ijbe.10.1.168.

Arifin, Sirajul, Ana Toni Roby Candra Yudha, and Bagus Shandy Narmaditya. "Integration of Attitudes and Behavioral Control on Intention to Consume Halal and Environment-Friendly Products." *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, March 3, 2026, 1–19. https://doi.org/10.1108/JIABR-06-2025-0362.

Azam, Md Siddique E, and MOHA ASRI ABDULLAH. "Global Halal Industry: Realities and Opportunities." *International Journal of Islamic Business Ethics* 5, no. 1 (2020): 47. https://doi.org/10.30659/ijibe.5.1.47-59.

Azwar, Azwar, Abur Hamdi Usman, and Mohd Farid Ravi Abdullah. "The Opportunities and Challenges of the Halal Food Industry in Indonesia: Some Notes from Quranic and Economic Perspectives." *Al-Irsyad: Journal of Islamic and Contemporary Issues* 7, no. 1 (2022): 807–18. https://doi.org/10.53840/alirsyad.v7i1.270.

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). "Program SEHATI Dan Percepatan Sertifikasi Halal Nasional." BPJPH, 2025. https://staging-bpjph.halal.go.id/read/tentang-bpjph.

Busaini. "EXPLORING THE EQUILIBRIUM OF HALAL TOURISM MARKET : AN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) STUDY Article History : Keywords : Tourism ; Halal Tourism ; Sustainable ; Market Equilibrium ; Busaini , B ., Diswandi , D ., Rojabi , S . H ., Budiatiningsih." *International Journal of Professional Business Review* 8, no. 6 (2023): 1–13.

Cusolito, Ana Paula. *Inclusive Global Value Chains: Policy Options for Small and Medium Enterprises and Low-Income Countries*. Paris: World Bank Group & OECD, 2017. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2017/04/inclusive-global-value-chains_g1g62482/9789264249677-en.pdf.

DinarStandard. "State of the Global Islamic Economy 2025," 2025. https://www.dinarstandard.com/insights/sgier-2024-25.

Dzukroni, Arisy Abror, and Mukhamad Yazid Afandi. "Optimizing Sharia Insurance in Building Halal Value Chain." *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance* 6, no. 2 (2023): 145. https://doi.org/10.21043/malia.v6i2.16593.

Elseidi, Reham I. "Determinants of Halal Purchasing Intentions: Evidences from UK." *Journal of Islamic Marketing* 9, no. 1 (March 5, 2018): 167–90. https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2016-0013.

Ferdaus, Nadia Nuril, and Amrullah. "Navigating Halal Certification: Key Factors Influencing Lombok Smes' Commitment To Compliance." *Elastisitas : Jurnal Ekonomi Pembangunan* 6, no. 2 (2024): 33–42. https://doi.org/10.29303/e-jep.v6i025.

Gereffi, Gary. "International Trade and Industrial Upgrading in the Apparel Commodity Chain." *Journal of International Economics* 48, no. 1 (1999): 37–70. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0022-1996(98)00075-0.

Gereffi, Gary, John Humphrey, and Timothy Sturgeon. "The Governance of Global Value Chains." *Review of International Political Economy* 12, no. 1 (February 1, 2005): 78–104. https://doi.org/10.1080/09692290500049805.

Hasan, K. N.Sofyan, and Taroman Pasyah. "Challenges of Indonesian Halal Industry in the Digital Economic Era." *Sriwijaya Law Review* 6, no. 2 (2022): 319–35. https://doi.org/10.28946/slrev.Vol6.Iss2.869.pp319-335.

Judijanto, Loso, Sabil Mokodenseho, Ismail Fahriassin Birah, Anggi Mamonto, and Gia Lestia Mokodongan. "The Role of Sharia Risk Management, Islamic Investment Ethics, and Riba-Free Financing in the Development of the Halal Industry in Indonesia." *Jurnal Multidisiplin West Science* 3, no. 03 (2024): 366–77. https://doi.org/10.58812/jmws.v3i03.1061.

Kasri, Rahmatina Awaliah, Abdillah Ahsan, Dono Widiatmoko, and Sri Rahayu Hijrah Hati. "Intention to Consume Halal Pharmaceutical Products: Evidence from Indonesia." *Journal of Islamic Marketing* 14, no. 3 (2023): 735–56. https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2021-0192.

Mohd Fauzi; Nadzirah, Nur Iman Hashim, Mohd Fadhli Ab Rahman, Wan Suraya Wan Hassin, and Wan Shahzlinda Shah Shahar. "Halal Economic: Challenges and Emerging Opportunities in Malaysia." *Journal of Islamic Philanthropy and Social Finance* 1, no. 1 (2022): 29–37. https://doi.org/10.24191/jipsf/v1n12020_29-37.

Mutmainah, and Muhammad Ryan Romadhon. "Influence of Halal Lifestyle, Islamic Branding, and Social Media Marketing on Muslim Fashion Purchasing Decisions." *Airlangga Journal of Innovation Management* 4, no. 2 (2023): 158–71. https://doi.org/10.20473/ajim.v4i2.49714.

OECD. *Participation of Developing Countries in Global Value Chains: Implications for Trade and Trade-Related Policies*. Paris: OECD Publishing, 2015.

Rahman, Md Mahfujur, Mohd Shahril Ahmad Razimi, Ahmad Shabudin Ariffin, and Norkhairiah Hashim. "Navigating Moral Landscape: Islamic Ethical Choices and Sustainability in Halal

Meat Production and Consumption." *Discover Sustainability* 5, no. 1 (2024). https://doi.org/10.1007/s43621-024-00388-y.

Syariah, Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan. "Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024." KNEKS, 2024. https://kneks.go.id/.

Tieman, Marco. "Halal Clusters." *Journal of Islamic Marketing* 6, no. 1 (March 9, 2015): 2–21. https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2014-0034.

Tieman, Marco, Jack G A J van der Vorst, and Maznah Che Ghazali. "Principles in Halal Supply Chain Management." *Journal of Islamic Marketing* 3, no. 3 (September 14, 2012): 217–43. https://doi.org/10.1108/17590831211259727.

Widiastuti, Tika. "Obstacles and Strategies in Developing Halal Industry: Evidence from Indonesia." *Humanities & Social Sciences Reviews* 8, no. 4 (2020): 398–406. https://doi.org/10.18510/hssr.2020.8439.

Wijaya, Liliana Inggrit, Bobby Ardiansyahmiraja, Adhika Putra Wicaksono, Andri Rianawati, Faizal Susilo Hadi, Marwin Antonius Rejeki Silalahi, Muhammad Izharuddin, and Zunairoh. "The Impact of IT Capability and Organizational Learning on Halal Food SMEs' Performance." *Cogent Business and Management* 10, no. 3 (2023). https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2264562.

Ab Talib, Mohd Shoki, Abu Bakar Abdul Hamid, and Mohd Hafiz Zulfakar. "Halal Supply Chain Critical Success Factors: A Literature Review." *Journal of Islamic Marketing* 6, no. 1 (2015): 44–71. https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2013-0049.

Alserhan, Baker Ahmad. *The Principles of Islamic Marketing*. Farnham: Gower Publishing, 2011.

Christopher, Martin. *Logistics & Supply Chain Management*. 5th ed. Harlow: Pearson Education, 2016.

Hasibuan, M. A., and D. Lubis. "Halal Value Chain Integration in Food Court Establishment through Cash Waqf Linked Sukuk: Evidence from Indonesia." 2024.

Hanoum, S., M. F. Sugihartanto, and H. Zuhriya. "Halal Supply Chain Management: A Bibliometric Study." *Halal Research Journal* 3, no. 2 (2023). https://doi.org/10.12962/j22759970.v3i2.734.

Hidayat, A., et al. "Integrity and Legitimacy of Halal Products: The Urgency of Halal Supply Chain Management Technology Adoption in Halal Product Authentication Traceability Evidence from Indonesia." 2024.

Khan, Mohd Imran, Abid Haleem, Shariq Khan, Mohammed H. Abidi, and Abdulrahman Al-Ahmari. "Implementing Traceability Systems in Supply Chain Management: A Review." *Journal of Cleaner Production* 174 (2018): 424–438.

Maisaroh, Nur, et al. "Analisis Halal Supply Chain Management dengan Menggunakan Model SCOR." *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam* 2023.

Pradana, M., et al. "Halal Value Chain: A Structured Literature Review and Meta-analysis." *Journal of Islamic Marketing* (2025). https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2023-0387.

Putri, A. S., N. R. Susilo, A. Y. N. Sakti, and D. E. P. Wicaksana. "The Development of Halal Supply Chain Research in Indonesia: A Comparative Study." *Jurnal Teknik Industri* 25, no. 2 (2024): 97–118. https://doi.org/10.22219/JTIUMM.Vol25.No2.97-118.

Tieman, Marco. "The Application of Halal in Supply Chain Management." *Journal of Islamic Marketing* 2, no. 2 (2011): 186–195.

Tieman, Marco, Jacques G. A. J. van der Vorst, and Mohamed Che Ghazali. "Principles in Halal Supply Chain Management." *Journal of Islamic Marketing* 3, no. 3 (2012): 217–243. https://doi.org/10.1108/17590831211259727.

Usman, Indra. "Halal Supply Chain Management Practice Model: A Case Study in Indonesia." *International Journal of Supply Chain Management*.

Wilson, Jonathan A. J. *The Halal Phenomenon: An Extension or a New Paradigm?* London: Routledge.

Airlangga Hartarto. (2025). Pernyataan pers Menteri Koordinator Bidang Perekonomian mengenai kesepakatan substansi ART Indonesia-Amerika Serikat. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian.

Asian Development Bank. (2024). Asian economic integration report 2024: Bracing for policy shifts. Asian Development Bank.

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). (2025). Kepala BPJPH: Industri halal berperan pacu pertumbuhan ekonomi. Kementerian Agama Republik Indonesia. https://bpjph.halal.go.id/

Baldwin, R. (2016). The great convergence: Information technology and the new globalization. Harvard University Press.

Bank Indonesia. (2023). Laporan ekonomi dan keuangan syariah 2023. Bank Indonesia.

Bappenas. (2024). Peta jalan pengembangan ekonomi syariah Indonesia 2024-2029. Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional.

Buzan, B., & Lawson, G. (2015). The global transformation: History, modernity and the making of international relations. Cambridge University Press.

Chatib Basri, M. (2022). Ekonomi politik perdagangan internasional Indonesia era disrupsi. Gramedia Pustaka Utama.

CNBC Indonesia. (2025, 10 Juli). Mendorong industri halal sebagai arus utama pertumbuhan ekonomi RI. https://www.cnbcindonesia.com/

DinarStandard. (2024). State of the Global Islamic Economy Report 2023/2024. DinarStandard.

DinarStandard. (2025). State of the Global Islamic Economy Report 2024/2025. DinarStandard.

Farole, T., & Winkler, D. (2014). Making foreign direct investment work for Sub-Saharan Africa: Local spillovers and competitiveness in global value chains. World Bank.

Gereffi, G. (2019). Global value chains and development: Redefining the contours of 21st century capitalism. Cambridge University Press.

Global Islamic Finance Report. (2024). Global Islamic finance report 2024. Edbiz Consulting.

Halal Development Council. (2023). Kajian daya saing produk halal Indonesia di pasar global. Halal Development Council.

Hoekman, B., & Nelson, D. (2018). Rethinking international subsidy rules. The World Economy, 41(12), 3220-3242.

Institut Agama Ekonomi Islam Indonesia (IAEI). (2025). Ekonomi halal Asia bangkit, Indonesia masih tertinggal? https://iaei.or.id/

Institut Agama Ekonomi Islam Indonesia (IAEI). (2025). Indonesia pertahankan peringkat ketiga dalam SGIE 2024/2025. https://iaei.or.id/

International Islamic Trade Finance Corporation (ITFC). (2023). OIC halal trade report. ITFC.

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. (2025). Generasi milenial muslim dan penguatan daya saing industri halal Indonesia. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 4(1).

Jurnal Ekonomi Islam (JEI). (2025). Harmonisasi regulasi jaminan produk halal dan peran BPJPH dalam penguatan ekosistem halal Indonesia. Jurnal Ekonomi Islam, 2(1).

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2025, 23 Desember). Indonesia-AS sepakati substansi perundingan perdagangan resiprokal (Agreements on Reciprocal Trade). https://www.ekon.go.id/

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2026). Frequently asked questions: Perjanjian perdagangan resiprokal Indonesia-Amerika Serikat (The Agreement on Reciprocal Trade/ART). https://www.ekon.go.id/

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2024). Percepatan industri halal nasional. Indonesia.go.id. https://indonesia.go.id/

Krugman, P., Obstfeld, M., & Melitz, M. (2018). International economics: Theory and policy (11th ed.). Pearson.

Lembaga Pemeriksa Halal LPPOM. (2025). Indonesia's strategy to capture the world's halal market. https://halalmui.org/

Majelis Ulama Indonesia (MUI). (2026). Sertifikasi, impor, dan ekosistem halal. MUI Digital. https://mui.or.id/

Mastercard-CrescentRating. (2017). Muslim millennial travel report. Mastercard-CrescentRating.

Organisasi Kerja Sama Islam (OKI). (2024). Statistik perdagangan halal negara anggota OKI 2023. Statistical, Economic and Social Research and Training Centre for Islamic Countries (SESRIC).

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal.

Pew Research Center. (2015). The future of world religions: Population growth projections, 2010-2050. Pew Research Center.

Prabowo Subianto Official. (2026). Frequently asked questions: Indonesia-United States Agreement on Reciprocal Trade (ART). https://prabowosubianto.com/

Reuters. (2026, 20 Februari). Indonesia, US sign agreement on reciprocal trade, Indonesian ministry says. Reuters.

Rodrik, D. (2018). Straight talk on trade: Ideas for a sane world economy. Princeton University Press.

Standards and Metrology Institute for Islamic Countries (SMIIC). (2023). General guidelines on halal food. SMIIC.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

United States Government. (2025). Executive Order No. 14257 of April 2, 2025: Regulating imports with a reciprocal tariff to rectify trade practices that contribute to large and persistent annual United States goods trade deficits. Federal Register.

US-ASEAN Business Council. (2025, 30 Desember). Indonesia-U.S. Agreement on Reciprocal Tariffs (ART). https://www.usasean.org/

Vibizmedia. (2026, 23 Februari). Pertanyaan yang sering diajukan (FAQ) perjanjian perdagangan resiprokal Indonesia-Amerika Serikat (Agreement on Reciprocal Trade/ART). https://www.vibizmedia.com/

Warto, W. (2020). Tantangan sertifikasi halal dalam pengembangan industri halal di Indonesia. Jurnal Ekonomi Syariah, 8(2), 45-58.

World Trade Organization. (2023). World trade report 2023: Reglobalization for a secure, inclusive and sustainable future. WTO Publications.

Abdul Halim, Nura Ruhaya, Sahilah Abd Mutalib, Ma'aruf Abd Ghani, and Haslaniza Hashim. "Non-Conformance Report (NCR) on Malaysia Halal Certification: A Case Study among Small-Medium Scale Food Enterprises (SMEs) in Malaysia." Food Control 160 (June 1, 2024): 110298. Accessed April 26, 2026. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S095671352400015X?utm_source=chatgpt.com.

Ali, M H, L Chung, A Kumar, S Zailani, and K H Tan. "A Sustainable Blockchain Framework for the Halal Food Supply Chain: Lessons from Malaysia." Technological Forecasting and Social Change 170 (2021). https://www.scopus.com/pages/publications/85106619048?origin=resultslist.

Aziz, Sumayyah Abdul, Sakinah Harith, Mohd Hapiz Mahaiyadin, Nizaita Omar, Wan Anwar Fahmi Wan Mohamad, Ismahafezi Ismail, and Ain Khadeeja Zainuzzaman. "Halal Foodstuff Innovation: A Review from The Perspective of Maqasid Al-Daruriyyah." BITARA International Journal of Civilizational Studies and Human Sciences (e-ISSN: 2600-9080) 7, no. 2 (April 2, 2024): 141–153. Accessed May 10, 2026. https://bitarajournal.com/index.php/bitarajournal/article/view/489.

Changalima, Ismail Abdi. "Halal Supply Chain Management: A Bibliometric Analysis of the 100 Most-Cited Publications from

Scopus-Indexed Journals." Social Sciences & Humanities Open 11 (January 1, 2025): 101248. Accessed April 26, 2026. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2590291124004455?utm_source=chatgpt.com.

Harsanto, Budi, Joval Ifghaniyafi Farras, Egi Arvian Firmansyah, Mahir Pradana, and Ardi Apriliadi. "Digital Technology 4.0 on Halal Supply Chain: A Systematic Review." Logistics 8, no. 21 (2024).

Khan, Nohman, Mohammad Falahat, Ihtisham Ullah, Huma Sikandar, and Nguyen Thuy Van. "Technological Innovation for Religious Compliance: A Framework for AI and Blockchain Implementation in Halal Food Supply Chains." emerald.comN Khan, M Falahat, I Ullah, H Sikandar, NT VanJournal of Islamic Marketing, 2025•emerald.com (2025). Accessed May 15, 2026. https://www.emerald.com/jima/article/doi/10.1108/JIMA-04-2025-0263/1300276.

Khosravi, M., N. I. Ali, M. Karbasi, I. A. Brohi, I. A. Shaikh, and A. Shah. "Comparison between NFC/RFID and Bar Code Systems for Halal Tags Identification: Paired Sample T-Test Evaluation." International Journal of Advanced Computer Science and Applications 9, no. 4 (2018). Accessed May 15, 2026. https://www.researchgate.net/profile/Najma-Imtiaz/publication/324967553_Comparison_between_NFCRFID_and_Bar_Code_Systems_for_Halal_Tags_Identification_Paired_Sample_T-Test_Evaluation/links/5af1d942aca272bf42562f10/Comparison-between-NFC-RFID-and-Bar-Code-S.

Kusnadi, A, Y Arkeman, … K Syamsu - Register: Jurnal Ilmiah, and undefined 2023. "Designing Halal Product Traceability System Using UML and Integration of Blockchain with ERP." journal.unipdu.ac.idA Kusnadi, Y Arkeman, K Syamsu, SH WijayaRegister: Jurnal Ilmiah Teknologi Sistem Informasi, 2023•journal.unipdu.ac.id (2023). Accessed May 15, 2026. http://journal.unipdu.ac.id/index.php/register/article/view/3045.

Nafi' A. Avivi, Kuswandi, and Rohman. "E-Nose for Halal Food Authentication: A Review." Food Research 9, no. 3 (2025). Accessed May 15, 2026. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=E-nose+for+halal+food+authentication%3A+a+review+avivi&btnG=.

Nashirudin, Muh, Ramadhan, and Almira Keumala Ulfa. "Strengthening Maqāṣid Al-Sharī'ah Values in Halal Traceability: Evidence and Analysis of Block Chain Based on Halal Supply Chain Applications." Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam 18, no. 1 (May 14, 2024): 95–108. Accessed April 26, 2026. https://ejournal.uinsaizu.ac.id/index.php/almanahij/article/view/9883.

Nawaz, A., A. Afzal, A. Khatibi, A. Shankar, H. Madan, and H. S. Faisal. "Role of Artificial Intelligence in Halal Authentication and Traceability: A Concurrent Review." Food Control (2025). Accessed May 15, 2026. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0956713524007205.

Nurul Bazilah Haji Mohaimin, Siti, Moohamad Ropaning Sulong, and Nur Thaqifah Salihah Haji Mohd Salleh. "Recombinase Amplification Method Applied to Meat and Halal Authentication: Trends and Potential Implications." Journal of Fatwa Management and Research 31, no. 1 (2026). Accessed May 15, 2026. https://jfatwa.usim.edu.my/index.php/jfatwa/article/view/681.

Qanita, Ariza, Nuril Laila Maghfuroh, and Zaydan Muhammad. "Integration of HAS with Blockchain as Halal Sustainability in Maqashid Sharia Perspective." Journal of Halal Product and Research 7, no. 1 (June 30, 2024): 40–51. Accessed May 10, 2026. https://e-journal.unair.ac.id/JHPR/article/view/50411.

Rakhmawati, N. A., H. Fabroyir, I. Hafidz, and S. Arifiani. "Impact of an Augmented Reality App and Gamification on Public Visibility of Halal Certification in Indonesia." International Journal on Food System Dynamics (2025). Accessed May 15, 2026. https://brill.com/view/journals/fsd/aop/article-10.1163-18696945-bja00019/article-10.1163-18696945-bja00019.xml.

Rejeb, A, J G Keogh, K Rejeb, and K Dean. "Halal Food Supply Chains: A Literature Review of Sustainable Measures and Future Research Directions." Foods and Raw Materials 9,

no. 1 (2021): 106–116. https://www.scopus.com/pages/publications/85102596865?origin=resultslist.

Rejeb, Abderahman, Karim Rejeb, Suhaiza Zailani, Horst Treiblmaier, and Karen J. Hand. "Integrating the Internet of Things in the Halal Food Supply Chain: A Systematic Literature Review and Research Agenda." Internet of Things 13 (March 1, 2021): 100361. Accessed April 26, 2026. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2542660521000056?utm_source=chatgpt.com.

Shuib, A., I. Ibrahim, and F. H. Yusoff. "Traceability System of Halal Chicken Supply Chain." In 2021 IEEE 12th control and system graduate research colloquium (ICSGRC) (2021). Accessed May 15, 2026. https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/9515246/.

Standard, Dinar. State of the Global Islamic Economy Report 2024/25. Salaam Gateway, 2024. https://www.dinarstandard.com/insights/sgier-2024-25.

Sunmola, F, G Baryannis, A Tan, K Co, and E Papadakis. "Holistic Framework for Blockchain-Based Halal Compliance in Supply Chains Enabled by Artificial Intelligence." Systems 13, no. 1 (2025). https://www.scopus.com/pages/publications/85215806524?origin=resultslist.

Tarmizi, Ahmad, Kamarulzaman, Abd Rahman, and Atan. "Adoption of Internet of Things among Malaysian Halal Agro-Food SMEs and Its Challenges." Food Research 4, no. 1 (2020): 256–265. Accessed May 15, 2026. https://pdfs.semanticscholar.org/c6e4/b75e29507b37a063dc34ec7a74914875904e.pdf.

Tieman, Marco. Halal Business Management. Halal Business Management. Routledge, 2020. http://dx.doi.org/10.4324/9781003109853.

Widiyanti, Marlina, Urwatul Wusqo, and Syahruddin Kadir. "Decentralized Finance as a Digital Financial System in Maqasid Sharia Perspective." IKONOMIKA 9, no. 1 (May 19, 2024): 51–78. Accessed May 10, 2026. https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/ikonomika/article/view/21522.

Anisah. Green halal: Sinergi industri halal dan pembangunan berkelanjutan. An-Natiq: Jurnal Kajian Islam Interdisipliner. (2024). https://doi.org/10.33474/an-natiq.v4i2.21491

Astuti, A., Razak, S., & Farida, I. The mediating role of wara' in green halal purchase behavior among Generation Z. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan. (2025). https://doi.org/10.20473/vol12iss20254pp375-388

Bahri, N. A., Gilang, M., & Hekawati, N. Integrating Sharia values and green jobs: A socio-economic model for the Indonesia's halal industry. Priviet Social Sciences Journal. (2026). https://doi.org/10.55942/pssj.v6i8.1206

Bakar, M. A., dkk. Halal food industry in Malaysia: Key challenges and the path forward. International Journal of Entrepreneurship and Management Practices. (2025). https://doi.org/10.35631/ijemp.829027

Balqis, R. A., & Nasution, A. W. Analysis of the influence of Maqashid Syariah, marketing strategies, and green products on the halal lifestyle of Indonesian Alwahida Antidote herbal consumers in Medan City. Haqqiyyah: Journal of Islamic and Legal Studies. (2025). https://doi.org/10.65358/haqqiyyah.v1i2.27

Busari, S. A. Standardisation of halal industry towards Sustainable Development Goals (SDGs). International Institute of Islamic Thought and Civilisation/IIUM Repository. (2021). https://doi.org/10.31436/jia.v18i1.1001

Durohman, H. Determinan niat generasi milenial di Indonesia menggunakan kosmetik halal dengan literasi halal sebagai variabel moderasi. LIKUID: Jurnal Ekonomi Industri Halal, (2024). 4(1). https://doi.org/10.15575/likuid.v4i1.31286

Dwiyani, D. A. M. S., dkk Rice strategy: Improving sustainable halal agri-food system through green marketing and shifting consumer behavior with a quintuple helix approach. Halal Studies and Society. (2024). 2(1), 8–10. https://doi.org/10.29244/hass.2.1.8-10

European Financial Reporting Advisory Group. (n.d.). ESRS 1: General requirements. EFRAG.

Ernayani, R., & Firman, F. Transformasi industri halal: Keberlanjutan dan inovasi dalam perekonomian syariah. Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah), 7(1). (2024). https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1490

Firdiansyah, F. A., Rosidi, A., & Nur Iman, A. K. Implementation of green supply chain management in halal supply chain management: A conceptual model. Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Islam, 12(1). (2021). https://doi.org/10.32678/ijei.v12i1.257

Fu'adah, R., & Fadhilah, L. N. Contribution of the halal industry in implementing a sustainable economy in Indonesia. KnE Social Sciences, 10(8). (2025). https://doi.org/10.18502/kss.v10i8.18443

Global Reporting Initiative. GRI 3: Material topics 2021. (2021). https://www.globalreporting.org/publications/documents/english/gri-3-material-topics-2021/

Harahap, B., Tastaftiyan, & Futri, I. N. Islamic law, Islamic finance, and Sustainable Development Goals: A systematic literature review. Sustainability, 15(8), 6626. (2023). https://doi.org/10.3390/su15086626

Karudin, K. M., dkk. Halal logistics, halal manufacturing, competitiveness and halal organizational sustainability: A conceptual exploration. Information Management and Business Review, 16(3(I)S). (2024). https://doi.org/10.22610/imbr.v16i3(i)s.3977

Mayo, A. A., & Ardi. Maqasid al-Shari'ah analysis of circular economy practices in the halal industry. Ukhuwah: Jurnal Ilmu Syariah. (2026). https://doi.org/10.33096/ukhuwah94

Rahayu, G., Sudarman, N. N., & Adjie, D. Conceptual model of MIS for integration of halal and green practices in clothing SMEs based on SSM. Cognitia: International Engineering Journal, 1(3). (2025). https://doi.org/10.63288/ciej.v1i3.12

Razak, S., Syahabuddin, & Raking, J. Assessing social impact in halal business practices: A maslahah-oriented framework for sustainable development. Journal of Islamic Marketing, 17(3), 898–922. (2026). https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2024-0450

Ridhzha, A. S., & Razali, R. Sustainable harmony: Implications of climate change on ecoculture in the context of the halal industry. Jurnal Ekonomi Syariah, Akuntansi dan Perbankan (JESKaPe), 9(1). (2025). https://doi.org/10.52490/jeskape.v9i1.5553

Rozaidah, S., Idris, S. F. P. D. M., Hakimah, W., & Sumardi. Halal-Tayyiban and Sustainable Development Goals. International Journal of Asian Business and Information Management, 13(2). (2022). https://doi.org/10.4018/IJABIM.20220701.oa9

Salim, N., dkk. Influence of social media usage on the green product innovation of manufacturing firms through environmental collaboration. Sustainability, 12(20), 8685. (2020). https://doi.org/10.3390/su12208685

Sari, P. R. K., Ratnasari, R. T., & Osman, I. Integration of Islamic principles and digital technologies for sustainable halal supply chain management: A conceptual framework. Journal of Islamic Accounting and Business Research. (2026). https://doi.org/10.1108/JIABR-06-2025-0367

Warto, Rachman, & Samsuri. Green halal business: A sustainable model for Islamic entrepreneurship. Al-Iqtishad wal Mashlahah, 1(1). (2026). https://doi.org/10.70742/iqtimash.v1i1.472

Yazid, A. A., Mahsun, M., & Nasir, R. Integrating Maqāṣid al-Shariah, ESG, and Halālan Ṭayyiban in Indonesia: A TCCM-based systematic literature review and bibliometric analysis. Lan Tabur: Jurnal Ekonomi Syariah, 7(2). (2026). https://doi.org/10.53515/lt.v7i2.182

Zakariah, H., dkk. Green business practices and the success of Malaysia's halal food companies. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 13(1). (2023). https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v13-i1/15851

Biografi Penulis



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I. adalah dosen Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya. Ia menyelesaikan S1 pertama di IAI Ibrahimy Situbondo [kini telah berubah status menjadi Universitas Ibrahimy] dalam bidang Hukum Ekonomi Islam tahun 1993 dan S1 kedua di Universitas Indonesia Jakarta dalam bidang Ilmu Perpustakaan tahun 1999. Tahun 2002 ia memperoleh Master Ekonomi Islam dari Pascasarjana IAIN Sunan Ampel Surabaya. Enam tahun kemudian ia baru melanjutkan studi S3 bidang Ekonomi Islam pada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan selesai pada tahun 2014. Kini ia menjabat sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya. Karir struktural yang pernah dijabat adalah Kepala Perputakaan Pascasarjana IAIN Sunan Ampel Surabaya (2002-2007; 2010-2013), Kepala Perpustakaan IAIN Sunan Ampel Surabaya (2013-2014), Kepala Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya (2014-2018), dan Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya (2018-2022). Keterlibatan dalam keilmuan adalah penyunting jurnal "el-Qist: Journal of Islamic Economics and Business, penyunting jurnal Indonesian Journal of Waqf Studies, penyunting jurnal MAZAWA, penyunting jurnal Assidanah:

Jurnal Pengabdian Masyarakat, reviewer IJIBEC: International Journal of Islamic Business and Economics, dan reviewer nasional proposal penelitian (http://litapdimas.kemenag.go.id), serta reviewer beberapa berkala ilmiah nasional dan internasional bereputasi. Ia juga turut berkontribusi dalam menjaga mutu perguruan tinggi di Indonesia karena sejak 23 Desember 2019, ia diberi amanah oleh BAN-PT sebagai salah satu asesor nasional. Sejak tahun 2024 hingga sekarang ia dipercaya sebagai pengurus BWI Jawa Timur.



Abdul Latif, S.H.I., M.E.Sy. merupakan dosen Program Studi Ekonomi Islam Universitas Darussalam (UNIDA) Gontor. Beliau menyelesaikan pendidikan Sarjana (S1) di ISID Gontor dan Magister (S2) Ekonomi Syariah di IAIN Ponorogo. Selain aktif mengajar, beliau juga aktif dalam penelitian dan publikasi ilmiah di bidang ekonomi syariah, khususnya wakaf, zakat, keuangan syariah, dan etika bisnis Islam. Dalam bidang organisasi, beliau pernah menjabat sebagai Sekretaris Umum PTMSI Kabupaten Ponorogo serta terlibat dalam berbagai kegiatan akademik dan pengabdian kepada masyarakat. Komitmennya terhadap pengembangan ekonomi Islam diwujudkan melalui pendidikan, penelitian, dan pengabdian sebagai bagian dari pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi.



H. Lian Fuad, Lc., M.A. adalah seorang akademisi yang saat ini menjabat sebagai Dosen di UIN Sunan Ampel Surabaya sejak tahun 2019 hingga sekarang. Beliau memiliki latar belakang pendidikan internasional, menamatkan studi S1 di International University of Africa, Sudan (2007-2011) dan melanjutkan studi S2 di The University of the Holy Qur'an and Islamic Sciences, Sudan (2012-2015). Selama masa studinya, beliau merupakan penerima beasiswa S1 Kemenag serta beasiswa S2 pertukaran pelajar dari IIQ Jakarta.

Dalam perjalanan kariernya, Lian Fuad memiliki pengalaman yang luas baik di bidang pendidikan maupun sosial keagamaan. Beliau pernah menjadi tenaga pengajar di MBI Amanatul Ummah Pacet sejak tahun 2016 sampai 2025, serta pernah mengabdi sebagai dosen di Institut Pesantren KH. Abdul Chalim, Mojokerto pada 2017-2018. Pengalaman organisasinya mencakup peran strategis sebagai Sekretaris (2008-2011) dan kemudian menjadi Ketua PCINU Sudan (2011-2012). Selain itu, beliau juga aktif dalam pelayanan haji, baik sebagai Panitia Haji Mahasiswa maupun Tenaga Musiman Haji di Bandara Jeddah.Sebagai seorang peneliti, Lian Fuad sangat produktif dalam menghasilkan karya ilmiah, terutama yang bertopik zakat, wakaf, dan ekonomi syariah. Beberapa publikasi terbarunya meliputi analisis efektivitas distribusi zakat (2025), strategi fundraising ZIS di berbagai lembaga amil zakat (2024), serta penelitian mengenai peran zakat dan pajak terhadap pertumbuhan ekonomi. Beliau juga aktif dalam pengabdian masyarakat, seperti penguatan literasi wakaf di Gresik serta edukasi sertifikasi halal dan digital marketing bagi UMKM di Probolinggo. Beliau dikenal sebagai pribadi yang teliti dan mampu mengambil keputusan tepat di bawah tekanan, dengan prinsip bahwa bekerja adalah bentuk ibadah kepada Allah.



Walid In'am Ahmad, S.E.I., M.E. lahir di Gresik pada 25 Juli 2002. Ia menyelesaikan pendidikan Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I.) pada Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Trunojoyo Madura pada tahun 2024. Pada tahun yang sama, ia melanjutkan pendidikan Magister Ekonomi (M.E.) dengan konsentrasi Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dan menyelesaikannya pada tahun 2026. Saat ini, ia sedang menempuh pendidikan Doktor (S3) Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Dalam bidang akademik, Walid In'am Ahmad memiliki pengalaman sebagai Asisten Dosen pada Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Trunojoyo Madura, pada periode 2020 hingga April 2024. Ia aktif dalam penelitian dan publikasi ilmiah pada bidang

ekonomi dan keuangan syariah, perilaku konsumen Muslim, halal dan thayyib, industri halal, UMKM, perbankan syariah, serta ekonomi Islam kontemporer. Beberapa karya penelitiannya membahas sistem pembiayaan akad rahn pada BMT, makna halalan thayyiban dan perilaku konsumen Muslim, pengelolaan dana pensiun syariah, serta pemanfaatan syariah payment gateway dalam pengembangan UMKM.

Selain aktif dalam penelitian dan publikasi ilmiah, Walid juga terlibat dalam berbagai kegiatan konferensi akademik. Ia memiliki minat penelitian yang kuat pada pengembangan Ekonomi Syariah, konsep halalan thayyiban, perilaku konsumsi Muslim, industri halal, keuangan syariah, dan pemberdayaan UMKM. Melalui aktivitas akademiknya, ia berupaya mengembangkan kajian ekonomi Islam yang relevan dengan persoalan ekonomi kontemporer dan kebutuhan masyarakat.



Burhanuddin Robbani, M.E. Lulus S1 di Program Studi Ekonomi Islam Universitas Negeri Surabaya (UNESA) pada tahun 2019, Lulus S2 di Program Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel (UINSA) pada tahun 2023. Penulis pernah mengajar sebagai guru ngaji di SD Negeri 1 Sukomulyo Lamongan, pernah juga mengajar di program sanggar guru Al-Qur'an di lembaga Yatim Mandiri Lamongan, saat ini aktif di organisasi kepemudaan di lingkungan RT dan Karang Taruna serta aktif mengajar di TPQ Nurul Huda di Lamongan.



Sugeng Riyadi merupakan praktisi filantropi Islam, zakat, dan wakaf dengan pengalaman lebih dari dua dekade dalam pengelolaan lembaga sosial dan pemberdayaan masyarakat. Saat ini menjabat sebagai Direktur Utama LAZNAS Yatim Mandiri, Direktur Wakaf & Reformasi Birokrasi Yatim Mandiri, Bendahara Koperasi Konsumen Yakin Mandiri Bersama (Kop. YMB), serta Ketua Yayasan Wakaf Infinity Hasanah. Beliau menyelesaikan pendidikan Magister Keuangan Syariah di Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta dan Sarjana Akuntansi di Universitas Darul Ulum Jombang. Dalam pengembangan kompetensi profesional, beliau telah meraih Sertifikasi Amil Dasar BNSP, Sertifikasi Nazir Profesional BWI, serta mengikuti berbagai pelatihan di bidang kepemimpinan, psikologi Islam, public speaking, dan pengelolaan wakaf uang. Selain aktif dalam pengembangan tata kelola wakaf produktif, beliau juga menjadi Pengurus Forum Wakaf Produktif Pusat Bidang Pengembangan Wilayah, dengan fokus mendorong inovasi dan penguatan ekosistem filantropi Islam yang berkelanjutan di Indonesia.



Isvina Vawaidatur Rohmah, M.E. merupakan seorang akademisi dan penulis yang lahir sebagai anak kedua dari tiga bersaudara. Saat ini saya berdomisili di Situbondo, Jawa Timur. Perjalanan pendidikan saya dimulai dari jenjang Sarjana (S1) di Universitas Islam Zainul Hasan Genggong Probolinggo, kemudian penulis melanjutkan studi Magister (S2) di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2022–2024. Saat ini, penulis tengah menempuh pendidikan Doktoral (S3) di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya sejak tahun 2025.

Dalam bidang kepenulisan, penulis telah menghasilkan karya berupa buku yang mengangkat tema pemberdayaan ekonomi perempuan sebagai bentuk kontribusi penulis dalam memperkuat peran perempuan di sektor ekonomi. Selain itu, penulis juga menulis artikel ilmiah, di antaranya membahas tentang dampak inflasi dan nilai tukar uang terhadap pelunasan hutang dalam perspektif fiqh muamalah.



Nur Dinah Fauziah, M.E lahir di Surabaya pada tanggal 09 April 1994. Lulus S1 di Program studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (UINSA) pada tahun 2014, Lulus S2 di Program Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (UINSA) pada tahun 2017. Saat ini sebagai tenaga pengajar (Asisten Ahli) di program studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas KH. Abdul Chalim Pacet Mojokerto Jawa Timur sebagai dosen pengampu mata kuliah Asuransi Syariah, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, dan Manajemen Risiko Keuangan Syariah.



Gabriele Lailatul Muharromah lahir di Jombang, Jawa Timur. Ia menempuh pendidikan menengah atas di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Tambakberas Jombang, yang saat ini dikenal sebagai MAN 3 Jombang. Setelah menyelesaikan pendidikan menengah, ia melanjutkan studi pada Program Studi Ekonomi Islam di Universitas Negeri Surabaya, dan memperoleh gelar Sarjana (S1) di bidang tersebut. Selanjutnya, ia melanjutkan pendidikan pada Program Magister (S2) Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Selain menempuh pendidikan formal, ia juga mengikuti pendidikan nonformal di Pondok Pesantren Jagad 'Alimussirry Surabaya, yang turut memperkaya pemahaman keislaman serta pemikiran keilmuan yang menjadi dasar dalam pengembangan kajian ekonomi Islam.

Saat ini, Gabriele Lailatul Muharromah sedang menempuh Program Doktor (S3) Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Buku kumpulan tulisan ini merupakan salah satu bentuk dedikasi akademisnya dalam membedah nilai-nilai filosofis yang terkandung dalam dinamika ekonomi Islam, sekaligus menjadi ruang dialektika bagi para pemikir ekonomi syariah masa kini. Kontribusinya dalam buku ini merupakan bagian dari upaya pengembangan wacana akademik dalam bidang ekonomi Islam.



Ilham Akbar Ryant Prabowo lahir di Temanggung, Jawa Tengah, pada 25 November 1996. Ia menempuh pendidikan dasar di SD Negeri 1 Jampiroso Temanggung dan SMP Negeri 2 Temanggung, kemudian melanjutkan pendidikan di Pondok Modern Darussalam Gontor, Ponorogo. Pendidikan pesantren membentuk dasar keilmuannya dalam bidang keislaman, bahasa Arab, bahasa Inggris, serta karakter dan kedisiplinan. Ia juga menjalani masa pengabdian di Pondok Modern Mawaridussalam, Deli Serdang, Sumatera Utara, dengan terlibat dalam kegiatan pengajaran, pembinaan, dan pendampingan santri.

Ia kemudian menyelesaikan pendidikan S1 Syariah Islamiyah di Universitas Al-Azhar, Kairo, Mesir, dengan perhatian pada hukum Islam, fikih, fikih muamalah, dan ushul fikih. Kemudian melanjutkan pendidikan pada program Magister Hukum Ekonomi Syariah (M.H.) dan saat ini menempuh program Doktor (S3) Ekonomi Syariah.

Minat akademiknya meliputi Hukum Ekonomi Syariah, fikih muamalah, ekonomi Islam, Islamic worldview, filsafat ekonomi, serta pendidikan pesantren. Kajian yang dikembangkan berupaya mempertemukan khazanah keilmuan Islam dengan persoalan ekonomi dan sosial kontemporer melalui pendekatan normatif, filosofis, dan metodologis.



Dymas Yulia Putri Kusumaningtyas, S.H.I., M.H., adalah seorang akademisi dan saat ini merupakan dosen di Universitas Sunan Drajat Lamongan yang berfokus pada bidang Ekonomi Syariah. Pendidikan Strata-1 diselesaikan pada tahun 2013 pada Program Studi Hukum Bisnis Syariah di Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Pendidikan Strata-2 diselesaikan pada tahun 2015 pada Program Magister Ilmu Hukum dengan konsentrasi Hukum Ekonomi di Universitas Brawijaya Malang. Saat ini (2025-sekarang),

ia menempuh program doktor pada bidang Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya.

Sebagai seorang dosen, ia aktif berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahunan, khususnya yang berkaitan dengan integrasi kebijakan ekonomi, nilai-nilai ekonomi islam dan integrasi keduanya dalam kerangka ekonomi modern. Selain aktif mengajar, ia juga terlibat dalam berbagai kegiatan pemberdayaan masyarakat. Tahun 2018-2023, ia tergabung sebagai pengurus cabang lembaga di bidang non litigasi pada Lembaga Penyuluh dan Bantuan Hukum NU (LPBHNU) Kabupaten Lamongan. Dan sejak tahun 2022, ia bergabung pada kelompok berbadan hukum yang bergerak dibidang wakaf, Persatuan Wakif dan Nadzhir (PERWANA) Kabupaten Lamongan, sebagagai pengawas syariah.

Sebagai peneliti, ia secara rutin mempublikasikan karya ilmiahnya yang berorientasi pada ekonomi syariah kontemporer untuk menjembatani teori ekonomi klasik dengan nilai-nilai syariahnya dan tuntutan keberlanjutan modern, dimana karya-karyanya tidak hanya berhenti ditataran teori, tetapi juga memberikan solusi praktis bagi industri halal dan pemberdayaan ekonomi lokal.

Melalui peran gandanya sebagai pendidik dan peneliti, ia terus perupaya memperkuat ekosistem ekonomi syariah agar lebih inklusif, etis dan relevan dengan tantangan ekonomi global masa depan.

Ekosistem Halal Global

MASA DEPAN INDUSTRI HALAL INDONESIA

Industri halal global telah berevolusi menjadi ekosistem ekonomi kompleks bernilai lebih dari 2 triliun dolar AS pada 2024. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki posisi strategis dalam rantai nilai halal global. Namun, meskipun memimpin global dalam *modest fashion* dan menempati peringkat kedua dalam pariwisata ramah Muslim, Indonesia baru berada di peringkat keempat untuk ekspor pangan halal dan belum masuk lima besar eksportir produk halal global.

Buku ini menghadirkan analisis komprehensif melalui sepuluh bab yang ditulis oleh para ahli ekonomi Islam. Pembahasan mencakup kerangka konseptual resiliensi industri halal melalui rantai pasok berbasis syariah, strategi integrasi Indonesia dalam *Global Halal Value Chain*, sertifikasi halal untuk ekspor produk makanan, wisata halal dalam dinamika keuangan global, serta transformasi Indonesia dari pasar konsumen menjadi produsen dalam rantai nilai halal global. Dimensi geopolitik dibahas melalui analisis implikasi potensi *Agreement on Reciprocal Trade* (ART) Indonesia–Amerika Serikat terhadap perdagangan produk halal.

Buku ini ditutup dengan pembahasan sistem pangan halal berbasis teknologi dalam kerangka *maqashid syariah*. Melalui perspektif multidimensi, buku ini menawarkan peta jalan strategis bagi Indonesia untuk memperkuat posisinya dalam ekosistem halal global, sekaligus menjadi referensi penting bagi akademisi, pembuat kebijakan, dan praktisi industri yang tertarik pada masa depan ekonomi halal Indonesia.

UNIDA Gontor Press
Jl. Raya Siman, Ponorogo, Jawa Timur, Indonesia 63471
HP : +62 821-4197-9785 (WhatsApp)
Email: : press@unida.gontor.ac.id
Website : press.unida.gontor.ac.id

ISBN 978-634-7921-56-7
9 786347 921567