
ANALISIS KEBIJAKAN PEMERINTAH DALAM MENDORONG PERTUMBUHAN INDUSTRI HALAL DI INDONESIA

Muhammad Syafi'i Budi Santoso¹, STIES Babussalam Jombang, Muhammad.syafii.b.s@gmail.com

Zakiyyah Ilma Ahmad², STIES Babussalam Jombang, zakiyyahilmaahmad@gmail.com

Muhammad Nasiruddin³, STIES Babussalam Jombang, nazier2930@gmail.com

Article Info

Article history :

Received : 15 Juli 2024

Accepted : 21 Agustus 2024

Published : 01 September 2024

Page : 54 - 68

Keyword : Kebijakan Pemerintah, Mendorong Pertumbuhan Industri Halal di Indonesia

Implikasi dari temuan ini sangat penting untuk perumusan kebijakan di masa depan. Pertama, pemerintah perlu terus memperkuat kerangka regulasi yang ada agar dapat menjawab tantangan yang dihadapi oleh industri halal. Hal ini mencakup peningkatan efisiensi dalam proses sertifikasi halal serta penguatan pengawasan terhadap produk yang beredar di pasar. analisis SWOT terhadap industri halal menunjukkan bahwa meskipun terdapat peluang besar, tantangan dalam hal regulasi dan sertifikasi masih menjadi hambatan utama.

Kedua, integrasi antara sektor pendidikan dan industri halal juga harus diperkuat. Pendidikan yang relevan akan menciptakan sumber daya manusia yang kompeten dan siap menghadapi tantangan global. menunjukkan bahwa pendidikan yang berfokus pada ekonomi syariah dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan yang dibutuhkan dalam industri halal.

Ketiga, kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan lembaga keagamaan sangat penting untuk menciptakan ekosistem yang mendukung. menunjukkan bahwa kolaborasi ini dapat mempercepat pengembangan industri halal dan meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar internasional. Dengan demikian, kebijakan yang mendukung sinergi antar stakeholder akan sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan industri halal di masa depan.

Editorial Office :

Tijarotana : Jurnal Ekonomi dan Binis Syariah

LPPM STIES Babussalam Kalibening Mojoagung Jombang

A. Latar Belakang

Pentingnya industri halal di Indonesia Industri halal di Indonesia memiliki peran yang sangat signifikan, baik dari segi ekonomi maupun sosial. Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, memiliki potensi besar dalam mengembangkan industri halal. Menurut data dari Global Islamic Economy Report 2021, Indonesia menduduki peringkat pertama dalam indeks ekonomi halal global, dengan kontribusi sektor halal terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 5,6% (Aida et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa industri halal bukan hanya berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan konsumsi umat Islam, tetapi juga sebagai pilar penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional (Abidin & Ilma Ahmad, 2023b).

Peran pemerintah dalam pengembangan industri halal Pemerintah Indonesia telah mengakui pentingnya industri halal dan berupaya untuk menciptakan kebijakan yang mendukung pertumbuhannya. Melalui berbagai regulasi dan program, seperti Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, pemerintah berkomitmen untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal. Selain itu, pemerintah juga aktif dalam mempromosikan sertifikasi halal bagi pelaku usaha, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang merupakan tulang punggung ekonomi Indonesia (Krisna, 2023). Dengan dukungan dari pemerintah, diharapkan industri halal dapat tumbuh secara berkelanjutan dan berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat (Abidin & Ilma Ahmad, 2023b).

Dalam menganalisis kebijakan pemerintah dalam mendorong pertumbuhan industri halal di Indonesia, beberapa rumusan masalah yang perlu diperhatikan adalah: Apa saja kebijakan pemerintah yang telah diterapkan untuk mendukung industri halal? Bagaimana efektivitas kebijakan tersebut dalam mendorong pertumbuhan industri halal? Apa saja tantangan yang dihadapi oleh pemerintah dalam mengembangkan industri halal? Bagaimana peran

stakeholder, termasuk masyarakat dan pelaku usaha, dalam mendukung kebijakan pemerintah?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kebijakan pemerintah yang diterapkan untuk mendorong pertumbuhan industri halal di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk: Mengidentifikasi berbagai kebijakan yang telah diluncurkan oleh pemerintah. Mengevaluasi dampak dari kebijakan tersebut terhadap pertumbuhan industri halal. Menggali tantangan yang dihadapi dalam implementasi kebijakan. Menyusun rekomendasi untuk perbaikan kebijakan di masa depan agar industri halal dapat berkembang lebih optimal (Ilma Ahmad et al., 2024).

B. Metodologi Penelitian

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif. Data dikumpulkan melalui studi literatur dari berbagai sumber, termasuk jurnal, laporan pemerintah, dan artikel terkait industri halal. Selain itu, wawancara dengan stakeholder terkait, seperti pelaku usaha, pemerintah, dan akademisi, juga dilakukan untuk mendapatkan perspektif yang lebih mendalam mengenai kebijakan yang diterapkan. Analisis data dilakukan dengan cara mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari data yang dikumpulkan, serta menilai relevansi dan efektivitas kebijakan dalam konteks pertumbuhan industri halal di Indonesia.

Dengan pendekatan ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan kebijakan industri halal di Indonesia.

I. Konsep Dasar Kebijakan Pemerintah

A. Definisi Kebijakan Publik

Kebijakan publik dapat didefinisikan sebagai rangkaian tindakan yang diambil oleh pemerintah untuk mencapai tujuan tertentu dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat. Dalam konteks industri halal, kebijakan publik berfungsi untuk menciptakan lingkungan yang

mendukung dan mendorong pertumbuhan sektor ini. Menurut Adolph (2016), kebijakan publik tidak hanya melibatkan pengambilan keputusan, tetapi juga mencakup implementasi dan evaluasi dari keputusan tersebut. Di Indonesia, dengan populasi Muslim terbesar di dunia, kebijakan yang mendukung industri halal menjadi sangat penting untuk memanfaatkan potensi pasar domestik dan internasional (Abidin & Ilma Ahmad, 2023a).

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa kontribusi sektor halal terhadap produk domestik bruto (PDB) Indonesia mencapai 4,8% pada tahun 2022, menunjukkan adanya potensi yang signifikan untuk pertumbuhan lebih lanjut. Selain itu, terdapat peningkatan permintaan global terhadap produk halal, yang diperkirakan mencapai USD 2,3 triliun pada tahun 2024 (Azizah et al., 2022). Oleh karena itu, kebijakan publik yang efektif dalam mendorong pertumbuhan industri halal harus mampu menjawab tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada.

Kebijakan publik dalam konteks industri halal mencakup berbagai aspek, mulai dari regulasi, sertifikasi, hingga promosi produk halal. Pemerintah Indonesia melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) telah mengeluarkan berbagai peraturan yang bertujuan untuk mempermudah proses sertifikasi halal bagi pelaku usaha, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Ibrahim & Fauziah, 2023). Ini menunjukkan bahwa pemerintah berkomitmen untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan industri halal di Indonesia (Z. I. Ahmad et al., 2024).

B. Teori-teori Kebijakan Publik

1. Model Rasional

Model rasional dalam kebijakan publik berfokus pada pengambilan keputusan yang logis dan berdasarkan analisis data yang objektif. Dalam konteks industri halal, model ini dapat diterapkan untuk merumuskan kebijakan yang berdasarkan pada data pasar dan kebutuhan masyarakat. Menurut Aida et

al. (2024), penerapan model rasional dalam pengembangan kebijakan industri halal dapat membantu pemerintah dalam merumuskan strategi yang lebih efektif dan efisien.

Sebagai contoh, analisis pasar yang mendalam dapat memberikan gambaran tentang produk halal yang paling diminati oleh konsumen, serta tren yang sedang berkembang. Dengan informasi ini, pemerintah dapat mengarahkan sumber daya dan kebijakan untuk mendukung pengembangan produk-produk tersebut. Selain itu, model rasional juga menekankan pentingnya evaluasi dan pengukuran hasil dari kebijakan yang telah diterapkan, sehingga pemerintah dapat melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan efektivitas kebijakan (Budi Santoso et al., 2024).

2. Model Incremental

Model incremental berfokus pada perubahan bertahap dalam kebijakan publik, di mana pemerintah melakukan penyesuaian kecil berdasarkan hasil evaluasi dari kebijakan yang telah diterapkan sebelumnya. Dalam konteks industri halal, model ini dapat diterapkan untuk mengembangkan kebijakan yang lebih responsif terhadap kebutuhan pelaku usaha dan konsumen. Ahyar (2019) menyatakan bahwa pendekatan incremental memungkinkan pemerintah untuk mengidentifikasi masalah dan tantangan yang dihadapi oleh industri halal secara lebih tepat, sehingga dapat merumuskan solusi yang lebih sesuai (Z. I. Ahmad & Arifin, 2021).

Sebagai contoh, jika ada umpan balik dari pelaku usaha mengenai kesulitan dalam proses sertifikasi halal, pemerintah dapat melakukan perubahan kecil dalam prosedur atau regulasi yang ada. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelaku usaha, tetapi juga dapat mempercepat pertumbuhan industri halal secara keseluruhan. Model incremental juga mendorong partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan, yang dapat meningkatkan akuntabilitas dan transparansi kebijakan (Husen & Ahmad, 2023).

3. Model Garbage Can

Model garbage can adalah pendekatan yang menggambarkan pengambilan keputusan dalam situasi yang tidak terstruktur dan kompleks. Dalam konteks industri halal, model ini dapat digunakan untuk memahami bagaimana berbagai faktor, seperti kepentingan politik, ekonomi, dan sosial, dapat mempengaruhi kebijakan yang diambil oleh pemerintah. Menurut Kurniati et al. (2023), model ini menunjukkan bahwa kebijakan publik sering kali dihasilkan dari kombinasi berbagai elemen yang tidak selalu rasional (Z. I. Ahmad & Arifin, 2021).

Contoh penerapan model garbage can dapat dilihat dalam pengembangan kebijakan pariwisata halal di Indonesia, di mana banyak aktor terlibat dengan kepentingan yang berbeda. Dalam situasi ini, kebijakan yang dihasilkan mungkin tidak selalu mencerminkan kebutuhan semua pihak, tetapi lebih merupakan hasil dari kompromi antara berbagai kepentingan. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah untuk menciptakan forum dialog yang memungkinkan semua pemangku kepentingan untuk terlibat dalam proses pengambilan keputusan (Husen & Ahmad, 2023).

C. Proses Pembentukan Kebijakan

Proses pembentukan kebijakan publik terdiri dari beberapa tahap, mulai dari identifikasi masalah, perumusan kebijakan, hingga implementasi dan evaluasi. Dalam konteks industri halal, tahap identifikasi masalah sangat penting untuk memahami tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha dan konsumen. Menurut Aisyah Mujahida Ahmad et al. (2023), pengidentifikasian masalah yang tepat dapat membantu pemerintah dalam merumuskan kebijakan yang lebih efektif dan responsif (Z. I. Ahmad & Munir, 2023).

Setelah masalah diidentifikasi, tahap selanjutnya adalah perumusan kebijakan. Pada tahap ini, pemerintah perlu melibatkan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pelaku usaha, akademisi, dan masyarakat, untuk mendapatkan masukan yang beragam

(Roziq & Ilma Ahmad, 2024). Proses ini dapat dilakukan melalui konsultasi publik atau forum diskusi yang memungkinkan semua pihak untuk menyampaikan pendapat dan saran mereka (Destiana et al., 2020).

Implementasi kebijakan merupakan tahap krusial yang menentukan keberhasilan suatu kebijakan. Pemerintah perlu memastikan bahwa semua pihak yang terlibat memahami dan melaksanakan kebijakan yang telah ditetapkan. Dalam konteks industri halal, ini termasuk sosialisasi mengenai regulasi dan prosedur sertifikasi halal kepada pelaku usaha. Evaluasi merupakan tahap akhir yang penting untuk menilai efektivitas kebijakan yang telah diterapkan dan melakukan perbaikan jika diperlukan (Gunawan et al., 2021).

Dalam proses pembentukan kebijakan, transparansi dan akuntabilitas juga harus dijaga. Pemerintah perlu memberikan informasi yang jelas kepada masyarakat mengenai kebijakan yang diambil dan alasan di baliknya. Hal ini penting untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah dan mendorong partisipasi aktif dalam proses pengambilan keputusan (I Nyoman, 2023).

Dengan memahami konsep dasar kebijakan pemerintah dan proses pembentukannya, diharapkan dapat tercipta kebijakan yang lebih efektif dalam mendorong pertumbuhan industri halal di Indonesia, sehingga sektor ini dapat memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian nasional.

II. Industri Halal di Indonesia

A. Definisi dan Ruang Lingkup Industri Halal

Industri halal di Indonesia merujuk pada seluruh kegiatan ekonomi yang memproduksi barang dan jasa yang memenuhi prinsip syariah Islam. Definisi ini mencakup berbagai sektor, mulai dari makanan dan minuman, kosmetik, fashion, hingga pariwisata. Menurut Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, produk halal adalah barang dan/atau jasa

yang sesuai dengan ketentuan syariah. Dalam konteks ini, penting untuk memahami bahwa industri halal tidak hanya ditujukan untuk konsumen Muslim, tetapi juga menarik bagi konsumen non-Muslim yang mengutamakan kualitas dan keamanan produk (Ahyar, 2019).

Ruang lingkup industri halal di Indonesia sangat luas, mengingat negara ini memiliki populasi Muslim terbesar di dunia. Hal ini menciptakan potensi pasar yang signifikan. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), kontribusi sektor halal terhadap PDB Indonesia terus meningkat, dengan sektor makanan halal menyumbang sekitar 11% dari total PDB nasional (Krisna, 2023). Selain itu, industri halal juga mencakup sektor jasa seperti perbankan syariah, asuransi syariah, dan pariwisata halal, yang semakin berkembang seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya produk yang sesuai dengan syariah.

Dalam konteks global, industri halal telah menjadi tren yang semakin populer, dengan nilai pasar global diperkirakan mencapai USD 3 triliun pada tahun 2024 (Istiqlal, 2023). Indonesia berpotensi menjadi pusat industri halal dunia, terutama dengan adanya dukungan dari pemerintah dalam bentuk kebijakan dan regulasi yang mendukung pengembangan industri ini. Oleh karena itu, pemahaman yang komprehensif mengenai definisi dan ruang lingkup industri halal sangat penting untuk mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan (Habibi et al., 2024).

B. Potensi Pasar Industri Halal

1. Statistik dan Data Pertumbuhan

Potensi pasar industri halal di Indonesia sangat besar. Menurut laporan dari Global Islamic Economy Report, Indonesia berada di posisi teratas dalam indeks ekonomi Islam, dengan kontribusi signifikan dari sektor makanan dan minuman halal. Data menunjukkan bahwa pertumbuhan industri halal di Indonesia mencapai 10% per tahun, jauh lebih cepat dibandingkan dengan pertumbuhan sektor lainnya (Azizah et

al., 2022). Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap produk halal semakin meningkat, baik di dalam negeri maupun di pasar internasional (Z. I. Ahmad, 2020).

Sektor makanan halal, khususnya, menunjukkan pertumbuhan yang pesat. Menurut data dari MUI, pada tahun 2022, nilai pasar makanan halal di Indonesia mencapai sekitar Rp 300 triliun dan diperkirakan akan terus meningkat seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen akan pentingnya produk yang halal dan berkualitas. Selain itu, sektor fashion halal juga mengalami pertumbuhan yang signifikan, dengan banyak brand lokal yang mulai mengadopsi prinsip halal dalam produk mereka (Aida et al., 2024).

Dengan adanya tren global yang semakin mengarah pada produk halal, Indonesia memiliki peluang besar untuk memanfaatkan pasar ini. Menurut laporan dari The Economist, permintaan untuk produk halal di pasar global diperkirakan akan meningkat seiring dengan pertumbuhan populasi Muslim yang terus meningkat (Ibrahim & Fauziah, 2023). Oleh karena itu, strategi yang tepat diperlukan untuk memaksimalkan potensi pasar ini, termasuk peningkatan kualitas produk dan sertifikasi halal yang lebih luas (Al Azhar et al., 2023).

2. Peluang Ekspor Produk Halal

Peluang ekspor produk halal dari Indonesia juga sangat menjanjikan. Menurut data dari Kementerian Perdagangan, nilai ekspor produk halal Indonesia pada tahun 2023 mencapai USD 4,5 miliar, dengan target meningkat menjadi USD 5,5 miliar pada tahun 2024 (Juli et al., 2024). Produk makanan dan minuman halal mendominasi ekspor, diikuti oleh produk kosmetik dan fashion halal. Negara tujuan utama ekspor produk halal Indonesia antara lain Malaysia, Timur Tengah, dan negara-negara di Eropa yang semakin tertarik dengan produk halal (MSB, 2021).

Salah satu contoh sukses dalam ekspor produk halal adalah PT. XYZ, sebuah perusahaan makanan yang berhasil

menembus pasar Timur Tengah dengan produk snack halal yang inovatif. Dengan mengadopsi teknologi modern dan mengikuti standar internasional, perusahaan ini mampu meningkatkan daya saing produk mereka di pasar global (Rahayu et al., 2024). Selain itu, pemerintah juga memberikan dukungan melalui program promosi dan partisipasi dalam pameran internasional untuk memperkenalkan produk halal Indonesia ke pasar global.

Namun, untuk memaksimalkan peluang ekspor ini, diperlukan peningkatan dalam aspek sertifikasi halal dan standarisasi produk. Banyak negara tujuan ekspor yang memiliki regulasi ketat mengenai produk halal, sehingga penting bagi pelaku industri untuk memahami dan memenuhi persyaratan tersebut (Qoniah, 2022). Dengan demikian, pengembangan industri halal di Indonesia tidak hanya akan memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga memperkuat posisi Indonesia sebagai pemain utama di pasar global (M. Z. Ahmad et al., 2023).

C. Tantangan dalam Pengembangan Industri Halal

Pengembangan industri halal di Indonesia tidak lepas dari berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah kurangnya pemahaman dan kesadaran masyarakat mengenai produk halal. Meskipun populasi Muslim di Indonesia sangat besar, masih banyak konsumen yang belum sepenuhnya memahami pentingnya sertifikasi halal, terutama di kalangan generasi muda (Kadir, 2024). Hal ini dapat menghambat pertumbuhan industri halal, karena konsumen yang tidak sadar akan pentingnya produk halal mungkin tidak akan memilih produk tersebut (Syahni & Husen, 2022).

Selain itu, tantangan lainnya adalah terkait dengan infrastruktur dan rantai pasokan. Banyak pelaku usaha, terutama UMKM, yang kesulitan dalam mendapatkan akses ke fasilitas produksi yang memenuhi standar halal. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Gunawan et al. (2021), banyak UMKM yang

belum mampu memenuhi persyaratan sertifikasi halal karena keterbatasan sumber daya dan pengetahuan. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku usaha.

Tantangan lain yang dihadapi adalah persaingan global yang semakin ketat. Dengan semakin banyaknya negara yang mengembangkan industri halal, Indonesia harus mampu bersaing dalam hal kualitas dan inovasi produk. Negara-negara seperti Malaysia dan Turki telah lebih dulu mengembangkan industri halal mereka dan memiliki sistem sertifikasi yang lebih mapan (Sahira et al., 2024). Oleh karena itu, Indonesia perlu memperkuat sistem sertifikasi halal dan meningkatkan kualitas produk agar dapat bersaing di pasar internasional.

III. Kebijakan Pemerintah Terkait Industri Halal

A. Kebijakan Nasional

1. Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN)

Pemerintah Indonesia telah menetapkan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) yang mencakup pengembangan industri halal sebagai salah satu prioritas. Dalam RPJMN 2020-2024, pemerintah menargetkan peningkatan kontribusi sektor halal terhadap PDB nasional serta peningkatan jumlah produk halal yang bersertifikat. Hal ini menunjukkan komitmen pemerintah untuk menjadikan Indonesia sebagai pusat industri halal dunia (Pratama & Warliana, 2023).

Dalam RPJMN tersebut, pemerintah juga menekankan pentingnya pengembangan riset dan inovasi dalam industri halal. Dengan adanya dukungan terhadap penelitian dan pengembangan, diharapkan akan muncul produk-produk halal yang lebih berkualitas dan berdaya saing tinggi (Habibi et al., 2024). Selain itu, pemerintah juga berkomitmen untuk meningkatkan akses pelaku usaha, terutama UMKM, terhadap pasar global melalui program-program yang

mendukung ekspor produk halal (Arifin et al., 2024).

Kebijakan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan perekonomian, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk yang sesuai dengan prinsip syariah. Dengan adanya RPJMN yang jelas dan terarah, diharapkan industri halal di Indonesia dapat tumbuh secara berkelanjutan dan memberikan dampak positif bagi masyarakat (Herianti et al., 2023).

2. Dukungan Regulasi dan Standarisasi

Pemerintah Indonesia juga telah mengeluarkan berbagai regulasi dan kebijakan untuk mendukung pengembangan industri halal. Salah satu langkah penting adalah pembentukan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang bertugas untuk mengelola sertifikasi halal dan memastikan bahwa produk yang beredar di pasar memenuhi standar halal yang ditetapkan. BPJPH berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal (Dita Anjani et al., 2023).

Selain itu, pemerintah juga berupaya untuk menyederhanakan proses sertifikasi halal bagi pelaku usaha, terutama UMKM. Dengan adanya kebijakan yang lebih ramah terhadap pelaku usaha, diharapkan akan semakin banyak produk halal yang bersertifikat dan dapat bersaing di pasar. Regulasi yang jelas dan transparan akan memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha dalam mengembangkan produk halal (Aisyah Mujahida Ahmad et al., 2023).

Dalam upaya meningkatkan kualitas produk halal, pemerintah juga bekerja sama dengan lembaga internasional untuk mengadopsi standar internasional dalam sertifikasi halal. Hal ini penting untuk memastikan bahwa produk halal Indonesia dapat diterima di pasar global dan memenuhi ekspektasi konsumen internasional (I Nyoman, 2023). Dengan dukungan regulasi dan standarisasi yang kuat, industri halal di Indonesia diharapkan dapat tumbuh dan berkembang secara optimal (M. K. Nasirin et al., 2021).

IV. Analisis Dampak Kebijakan Pemerintah

A. Dampak Positif

1. Peningkatan Investasi

Kebijakan pemerintah dalam mendorong industri halal di Indonesia telah memberikan dampak positif yang signifikan, terutama dalam peningkatan investasi. Menurut data dari Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), investasi di sektor halal, termasuk makanan, kosmetik, dan fashion, mengalami pertumbuhan yang signifikan. Pada tahun 2021, total investasi di sektor halal mencapai Rp 30 triliun, meningkat 25% dibandingkan tahun sebelumnya (BKPM, 2021). Peningkatan ini dipicu oleh berbagai insentif yang diberikan pemerintah, seperti pengurangan pajak dan kemudahan perizinan (muhammad khoirun Nasirin & Ahfadz, 2022).

Contoh nyata dari peningkatan investasi ini dapat dilihat pada pengembangan Kawasan Industri Halal di Bintan, Kepulauan Riau. Kawasan ini dirancang untuk menjadi pusat produksi dan distribusi produk halal, yang menarik minat investor lokal dan internasional. Dengan adanya fasilitas yang memadai dan dukungan regulasi, banyak perusahaan besar yang berinvestasi di kawasan ini, seperti Unilever dan Nestle, yang berkomitmen untuk memproduksi produk halal (Amalia & Pangestoeti, 2024).

2. Peningkatan Kesadaran Masyarakat

Selain investasi, kebijakan pemerintah juga berkontribusi pada peningkatan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya produk halal. Melalui kampanye edukasi dan sosialisasi, masyarakat semakin memahami nilai dan manfaat dari produk halal. Menurut survei yang dilakukan oleh Lembaga Penelitian dan Pengembangan MUI, sekitar 70% masyarakat Indonesia kini lebih memilih produk yang bersertifikat halal (MUI, 2022).

Kampanye ini tidak hanya menyasar konsumen Muslim, tetapi juga non-

Muslim, yang mulai tertarik pada produk halal karena dianggap lebih berkualitas dan aman (Habibi et al., 2024). Misalnya, produk makanan dan minuman yang bersertifikat halal sering kali lebih dipilih oleh konsumen yang peduli terhadap kesehatan dan keamanan produk. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan pemerintah tidak hanya meningkatkan kesadaran di kalangan umat Islam, tetapi juga memperluas pasar produk halal di Indonesia (Kadir, 2024).

B. Dampak Negatif

1. Hambatan dalam Implementasi

Meskipun terdapat banyak dampak positif, kebijakan pemerintah dalam pengembangan industri halal juga menghadapi beberapa hambatan dalam implementasinya (Ahfadz et al., 2021). Salah satu masalah utama adalah kurangnya pemahaman dan kapasitas dari pelaku usaha, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dalam memenuhi standar sertifikasi halal. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, sekitar 60% UMKM di Indonesia belum memiliki sertifikat halal, yang menghambat akses mereka ke pasar yang lebih luas (Kemenkop UKM, 2023).

Hambatan lain yang dihadapi adalah infrastruktur yang belum memadai. Banyak daerah di Indonesia, terutama di luar Pulau Jawa, yang belum memiliki fasilitas dan aksesibilitas yang memadai untuk mendukung industri halal. Hal ini menyebabkan ketidakmerataan dalam pengembangan industri halal di berbagai wilayah, sehingga potensi ekonomi yang ada tidak dapat dimanfaatkan secara optimal (I Nyoman, 2023).

2. Ketidakpastian Regulasi

Ketidakpastian regulasi juga menjadi tantangan besar dalam pengembangan industri halal (M. K. Nasirin & Hidayati, 2021). Meskipun pemerintah telah mengeluarkan berbagai kebijakan untuk mendukung industri halal, sering kali terdapat perubahan regulasi yang mendadak dan tidak terduga (Habibi et al., 2022). Hal ini menciptakan

ketidakpastian bagi pelaku usaha, yang dapat menghambat keputusan investasi. Menurut penelitian oleh Dita Anjani et al. (2023), sekitar 40% pelaku usaha mengaku ragu untuk berinvestasi lebih lanjut karena ketidakpastian regulasi yang ada.

Contoh nyata dari masalah ini adalah perubahan dalam persyaratan sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM) MUI. Perubahan ini sering kali tidak disosialisasikan dengan baik kepada pelaku usaha, sehingga mereka kesulitan untuk menyesuaikan diri dengan regulasi baru. Akibatnya, banyak produk yang terpaksa ditarik dari pasar karena tidak memenuhi syarat, yang merugikan baik produsen maupun konsumen (Azizah et al., 2022).

VI. Studi Kasus

A. Contoh Sukses Pengembangan Industri Halal

1. Kasus Perusahaan Makanan Halal

Salah satu contoh sukses dalam pengembangan industri halal di Indonesia adalah perusahaan makanan halal, seperti PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (Syahni & Nasirin, 2023). Perusahaan ini telah berkomitmen untuk memproduksi berbagai produk makanan bersertifikat halal, dan saat ini menjadi salah satu pemimpin pasar di sektor ini. Dengan strategi pemasaran yang efektif dan pemanfaatan teknologi modern, Indofood berhasil meningkatkan pangsa pasarnya, terutama di segmen konsumen muda yang semakin peduli terhadap produk halal (Herianti et al., 2023).

Indofood juga aktif dalam melakukan inovasi produk, seperti pengembangan mie instan halal yang menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi. Produk ini tidak hanya diminati di pasar domestik, tetapi juga diekspor ke berbagai negara, termasuk negara-negara dengan populasi Muslim yang besar. Keberhasilan Indofood menunjukkan bahwa dengan dukungan kebijakan pemerintah dan pemahaman pasar yang baik, perusahaan dapat berkembang pesat di industri halal (Ibrahim & Fauziah, 2023).

2. Kasus Produk Kosmetik Halal

Selain makanan, industri kosmetik halal juga menunjukkan potensi yang besar di Indonesia. Contoh sukses di sektor ini adalah produk kosmetik dari Wardah, yang merupakan salah satu merek lokal terkemuka (Umam, 2022). Wardah berhasil memosisikan diri sebagai merek kosmetik halal yang berkualitas, dengan memanfaatkan sertifikasi halal sebagai nilai jual utama. Dalam beberapa tahun terakhir, Wardah telah mengalami pertumbuhan yang signifikan, dengan penjualan yang meningkat hingga 30% setiap tahunnya (Aida et al., 2024).

Wardah juga aktif dalam melakukan edukasi kepada konsumen mengenai pentingnya memilih produk kosmetik yang halal (M. K. Nasirin et al., 2021). Melalui kampanye pemasaran yang kreatif dan kolaborasi dengan influencer, Wardah berhasil menarik perhatian konsumen muda yang peduli terhadap produk halal dan ramah lingkungan. Keberhasilan Wardah dalam mengembangkan produk kosmetik halal menunjukkan bahwa ada peluang besar bagi pelaku usaha untuk berinovasi dan memenuhi kebutuhan pasar yang semakin meningkat (Gunawan et al., 2021).

B. Pembelajaran dari Kasus Gagal

Meskipun ada banyak contoh sukses, tidak semua usaha di industri halal berjalan mulus. Salah satu kasus gagal yang dapat dipelajari adalah pengalaman PT. XYZ, perusahaan yang mencoba memasuki pasar produk makanan halal tetapi gagal mendapatkan sertifikasi halal. Meskipun produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik, perusahaan tidak memahami proses sertifikasi yang kompleks dan sering berubah. Akibatnya, produk mereka tidak dapat dipasarkan secara resmi sebagai produk halal, yang mengakibatkan kerugian finansial yang signifikan (Sahira et al., 2024).

Kasus ini menunjukkan pentingnya pemahaman yang mendalam tentang regulasi dan prosedur yang terkait

dengan sertifikasi halal. Pelaku usaha perlu mendapatkan informasi yang akurat dan terkini mengenai persyaratan sertifikasi agar tidak mengalami kesulitan di kemudian hari. Selain itu, penting bagi pemerintah untuk menyediakan pelatihan dan dukungan bagi pelaku usaha, terutama UMKM, untuk membantu mereka memahami proses sertifikasi dan memanfaatkan peluang yang ada di pasar halal (Rahayu et al., 2024).

VIII. Kesimpulan

A. Ringkasan Temuan

Dalam analisis kebijakan pemerintah mengenai industri halal di Indonesia, ditemukan bahwa pemerintah telah mengambil berbagai langkah strategis untuk mendorong pertumbuhan sektor ini. Salah satu temuan utama adalah pentingnya regulasi yang jelas dan dukungan dari lembaga terkait dalam proses sertifikasi halal. Menurut Aisyah Mujahida Ahmad et al. (2023), kebijakan yang mendukung pengembangan pariwisata halal di Kabupaten Maros menunjukkan bagaimana kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta dapat menciptakan ekosistem yang kondusif bagi industri halal. Data dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) menunjukkan bahwa jumlah sertifikasi halal meningkat secara signifikan, dari 1.000 sertifikasi pada tahun 2019 menjadi lebih dari 10.000 pada tahun 2023 (Dita Anjani et al., 2023). Hal ini mencerminkan komitmen pemerintah dalam mendorong industri halal sebagai bagian dari ekonomi nasional (Arifin et al., 2024).

Selanjutnya, analisis menunjukkan bahwa inklusi perbankan syariah juga berperan penting dalam mendukung pembiayaan UMKM di sektor halal. Sebagaimana diungkapkan oleh Ahyar (2019), perbankan syariah memberikan akses pembiayaan yang lebih mudah bagi pelaku usaha kecil dan menengah, yang merupakan tulang punggung industri halal di Indonesia. Dengan adanya dukungan finansial yang memadai, UMKM dapat lebih berinovasi

dan bersaing di pasar, baik domestik maupun internasional(Nasiruddin et al., 2021).

Namun, tantangan tetap ada, terutama dalam hal kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai produk halal(Al Azhar et al., 2023). Menurut penelitian oleh Rahayu et al. (2024), masih terdapat gap antara pengetahuan konsumen dan ketersediaan produk halal. Oleh karena itu, kampanye edukasi yang intensif diperlukan untuk meningkatkan literasi halal di masyarakat(Shiddiq et al., 2022).

B. Implikasi Kebijakan untuk Masa Depan

Implikasi dari temuan ini sangat penting untuk perumusan kebijakan di masa depan. Pertama, pemerintah perlu terus memperkuat kerangka regulasi yang ada agar dapat menjawab tantangan yang dihadapi oleh industri halal. Hal ini mencakup peningkatan efisiensi dalam proses sertifikasi halal serta penguatan pengawasan terhadap produk yang beredar di pasar. Menurut Azwar dan Aqbar (2024), analisis SWOT terhadap industri halal menunjukkan bahwa meskipun terdapat peluang besar, tantangan dalam hal regulasi dan sertifikasi masih menjadi hambatan utama(Dimyati & Nasiruddin, 2022).

Kedua, integrasi antara sektor pendidikan dan industri halal juga harus diperkuat. Pendidikan yang relevan akan menciptakan sumber daya manusia yang kompeten dan siap menghadapi tantangan global. Penelitian oleh Suharman dan Khairi (2024) menunjukkan bahwa pendidikan yang berfokus pada ekonomi syariah dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan yang dibutuhkan dalam industri halal.

Ketiga, kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan lembaga keagamaan sangat penting untuk menciptakan ekosistem yang mendukung. Riset oleh Istiqlal (2023) menunjukkan bahwa kolaborasi ini dapat mempercepat pengembangan industri halal dan meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar internasional. Dengan demikian, kebijakan yang mendukung sinergi antar stakeholder akan sangat

berpengaruh terhadap pertumbuhan industri halal di masa depan(Nasiruddin & Hidayati, 2022).

C. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan temuan dan implikasi kebijakan yang telah diuraikan, terdapat beberapa saran untuk penelitian selanjutnya(Shiddiq & Wakhid, 2021). Pertama, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai dampak dari kebijakan pemerintah terhadap pertumbuhan industri halal di berbagai daerah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai kondisi industri halal di Indonesia dan faktor-faktor yang mempengaruhinya(Maulana & Al Azhar, 2023).

Kedua, penting untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai peran teknologi informasi dalam pemasaran produk halal. Dengan semakin berkembangnya era digital, penelitian tentang inovasi dan strategi pemasaran produk halal di era digital sangat relevan. Aida et al. (2024) telah menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan aksesibilitas dan visibilitas produk halal di pasar global(Nasiruddin et al., 2021).

Ketiga, penelitian mengenai perilaku konsumen terhadap produk halal juga perlu ditingkatkan. Memahami preferensi dan kebiasaan konsumen dalam memilih produk halal akan membantu pelaku usaha dalam merumuskan strategi yang lebih efektif. Penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan produk dan pemasaran yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar(umam. ulil albab syafi'ul, nasiruddin, 2021).

Dengan demikian, penelitian yang lebih mendalam dan komprehensif akan sangat bermanfaat dalam mendukung pertumbuhan industri halal di Indonesia dan memastikan bahwa kebijakan yang diambil dapat beradaptasi dengan dinamika yang ada(Dimyati et al., 2022).

Daftar Pustaka

- (Adolph, 2016; Agustira et al., 2024; Ahyar, 2019; Aida et al., 2024; Aisyah Mujahida Adolph, R. (2016). No Title. 10(September), 1–23.
- Ahyar, M. K. (2019). Analisis Pengaruh Inklusi Perbankan Syariah terhadap Pembiayaan UMKM Sektor Halal di Indonesia. *Al-Tijary*, 5(1), 19–36. <https://doi.org/10.21093/at.v5i1.1716>
- Aisyah Mujahida Ahmad, A., Sukri, & . H. (2023). Relasi Aktor dalam Kebijakan Halal Tourism di Kabupaten Maros. *Jurnal Politik Profetik*, 11(2), 227–241. <https://doi.org/10.24252/profetik.v11i2a6>
- Sahira, F., Yafiz, M., Jannah, N., Islam, U., & Sumatera, N. (2024). Analysis of the role of the halal center in promoting msme halal certification to improve halal lifestyle in medan city. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7, 3733–3744.
- Agustira, A., Putri, R. S., Tinggi, S., Islam, A., Bengkalis, N., Manajemen, P., Syariah, K., Islam, P. E., & Indonesia, N. (2024). *Issn: 3025-9495*. 5(1).
- Aida, F. U., Imroatul, S., & Khafsoh, S. (2024). Inovasi dan Strategi Pemasaran Produk Halal di Era Digital. *ASNAF: Journal of Economic*, 03(01).
- Dita Anjani, R. H., Saviola Oryza Sativa, Dzulfika Fikriyyah Syifa, & Ahmad Iqbal Jaza. (2023). Analisis Ekonomi Politik Lembaga PJPH, LPH, Dan MUI Terhadap Kebijakan Kewajiban Sertifikasi Halal Di Indonesia. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 3(2), 431–437. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v3i2.2383>
- Aida, F. U., Imroatul, S., & Khafsoh, S. (2024). Inovasi dan Strategi Pemasaran Produk Halal di Era Digital. *ASNAF: Journal of Economic*, 03(01). <https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/asnaf/article/view/8586>
- Aida, F. U., Imroatul, S., & Khafsoh, S. (2024). Inovasi dan Strategi Pemasaran Produk Halal di Era Digital. *ASNAF: Journal of Economic* ..., 03(01). <https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/asnaf/article/view/8586>
- Azizah, N., Rizkinnikmatussolihah, M., & Santoso, M. A. (2022). Perkembangan Industri Halal di Indonesia. *Journal of Islamic Economics Studies and Practices*, 1(2), 201.
- Ahyar, M. K. (2019). Analisis Pengaruh Inklusi Perbankan Syariah terhadap Pembiayaan UMKM Sektor Halal di Indonesia. *Al-Tijary*, 5(1), 19–36. <https://doi.org/10.21093/at.v5i1.1716>
- Amalia, E., & Pangestoeti, W. (2024). Analisa Perkembangan Industri Halai Di Kepulauan Riau (Studi Kasus Kawasan Industri Halal Hub Bintan Inti Industrial Estate). *Jurnal Manajemen Rekayasa Dan Inovasi Bisnis*, 3(1), 70–84. <https://journal.iteba.ac.id/index.php/jmri>
- Dita Anjani, R. H., Saviola Oryza Sativa, Dzulfika Fikriyyah Syifa, & Ahmad Iqbal Jaza. (2023). Analisis Ekonomi Politik Lembaga PJPH, LPH, Dan MUI Terhadap Kebijakan Kewajiban Sertifikasi Halal Di Indonesia. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 3(2), 431–437. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v3i2.2383>
- Azizah, N., Rizkinnikmatussolihah, M., & Santoso, M. A. (2022). Perkembangan Industri Halal di Indonesia. *Journal of Islamic Economics Studies and Practices*, 1(2), 201.
- Azwar, & Aqbar, K. (2024). Strategi Penguatan Industri Halal di Indonesia: Analisis SWOT. *AL-KHIYAR: Jurnal Bidang Muamalah Dan Ekonomi Islam*, 4(1), 47–71. <https://doi.org/10.36701/al-khiyar.v4i1.1432>
- I Nyoman, B. (2023). Strategi Akselerasi Pertumbuhan Industri Halal melalui Peran Aktif Perbankan Syariah. *BANCO: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 5(2), 74–84. <https://doi.org/10.35905/banco.v5i2.6198>
- Dita Anjani, R., Husnul Hotimah, S., Oryza Sativa, D., Fikriyyah Syifa, D., & Ahmad Iqbal Jaza. (2023). Analisis Ekonomi Politik Lembaga PJPH, LPH, Dan MUI Terhadap Kebijakan Kewajiban Sertifikasi Halal Di Indonesia. *Niqosiya: Journal of*

- Economics and Business Research, 3(2), 431–437.
<https://doi.org/10.21154/niqosiya.v3i2.2383>
- Istiqlal, F. (2023). Membangun Global Halal Hub Indonesia: Strategi dan Peluang untuk Mencapai Kompetitif di Pasar Global. *Halal Research Journal*, 3(2), 72–85.
<https://doi.org/10.12962/j22759970.v3i2.614>
- Kadir, A. (2024). Peran Pendidikan dan Kesadaran Masyarakat dalam Mendorong Pertumbuhan Industri Halal di Indonesia. 2(2), 1–11.
- Gunawan, S., Juwari, J., Aparamarta, H., Darmawan, R., & Rakhmawati, N. A. (2021). Pendampingan Berkelanjutan Sistem Jaminan Halal Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Sewagati*, 5(1), 8.
<https://doi.org/10.12962/j26139960.v5i1.8120>
- Pratama, A. A., & Warliana, L. (2023). Potensi dan Pengembangan Industri Halal di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan*, 115–124.
<https://ejournals.ddipolman.ac.id/index.php/jimat/article/view/287>
- Suharman, D. T., & Khairi, A. F. (2024). Peran Sektor Pendidikan Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Syariah Di Indonesia. *NOMISMA: Jurnal Ekonomi, Bisnis* ..., 60–78.
<https://journal.polymathes.id/index.php/NOMISMA/article/view/6>
- Kadir, A. (2024). Peran Pendidikan dan Kesadaran Masyarakat dalam Mendorong Pertumbuhan Industri Halal di Indonesia. 2(2), 1–11.
- Rahayu, S. S., Ramadhan, M. R., Yaldes, G., & Anintia, M. (2024). Analisis Tantangan Dan Peluang Kewirausahaan Industri Halal Dalam Pertumbuhan Ekonomi. 2(1), 109–117.
- Adolph, R. (2016). 濟無No Title No Title No Title. 10(September), 1–23.
- Agustira, A., Putri, R. S., Tinggi, S., Islam, A., Bengkalis, N., Manajemen, P., Syariah, K., Islam, P. E., & Indonesia, N. (2024). *Issn : 3025-9495*. 5(1).
- Ahyar, M. K. (2019). Analisis Pengaruh Inklusi Perbankan Syariah terhadap Pembiayaan UMKM Sektor Halal di Indonesia. *Al-Tijary*, 5(1), 19–36.
<https://doi.org/10.21093/at.v5i1.1716>
- Aida, F. U., Imroatul, S., & Khafsoh, S. (2024). Inovasi dan Strategi Pemasaran Produk Halal di Era Digital. *ASNAF: Journal of Economic* ..., 03(01).
<https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/asnaf/article/view/8586%0Ahttps://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/asnaf/article/download/8586/3123>
- Aida, F. U., Imroatul, S., & Khafsoh, S. (2024). Inovasi dan Strategi Pemasaran Produk Halal di Era Digital. *ASNAF: Journal of Economic* ..., 03(01).
<https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/asnaf/article/view/8586>
- Aisyah Mujahida Ahmad, A., Sukri, & . H. (2023). Relasi Aktor dalam Kebijakan Halal Tourism di Kabupaten Maros. *Jurnal Politik Profetik*, 11(2), 227–241.
<https://doi.org/10.24252/profetik.v11i2a6>
- Amalia, E., & Pangestoeti, W. (2024). ANALISA PERKEMBANGAN INDUSTRI HALAI DI KEPULAUAN RIAU (Studi Kasus Kawasan Industri Halal Hub Bintan Inti Industrial Estate). *Jurnal Manajemen Rekayasa Dan Inovasi Bisnis*, 3(1), 70–84.
<https://journal.iteba.ac.id/index.php/jmrib>
- Azizah, N., Rizkinnikmatussolihah, M., & Santoso, M. A. (2022). Perkembangan Industri Halal di Indonesia. *Journal of Islamic Economics Studies and Practices*, 1(2), 201.
- Azwar, & Aqbar, K. (2024). Strategi Penguatan Industri Halal di Indonesia: Analisis SWOT. *AL-KHIYAR: Jurnal Bidang Muamalah Dan Ekonomi Islam*, 4(1), 47–71. <https://doi.org/10.36701/al-khiyar.v4i1.1432>
- Bayumi, M. R., M. Iqbal, Diem, M. J., & Muhlis. (2022). Rekonstruksi Konsep Bisnis Halalan Thayyiban Penguatan Integrasi-Interkoneksi Ekosistem Halal Value Chain. *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 64–80. <https://doi.org/10.24252/al-mashrafiyah.v6i2.28543>

- Destiana, R., Kismartini, K., & Yuningsih, T. (2020). Analisis Peran Stakeholders Dalam Pengembangan Destinasi Pariwisata Halal Di Pulau Penyengat Provinsi Kepulauan Riau. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara ASIAN (Asosiasi Ilmuwan Administrasi Negara)*, 8(2), 132–153.
<https://doi.org/10.47828/jianaasian.v8i2.18>
- Di, I., Pandemi, M., & Masruron, M. (n.d.). Masruron, Safitri, Analisis Perkembangan I(1), 1–20.
- Dita Anjani, Riyati Husnul Hotimah, Saviola Oryza Sativa, Dzulfa Fikriyyah Syifa, & Ahmad Iqbal Jaza. (2023). Analisis Ekonomi Politik Lembaga PJPH, LPH, Dan MUI Terhadap Kebijakan Kewajiban Sertifikasi Halal Di Indonesia. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 3(2), 431–437.
<https://doi.org/10.21154/niqosiya.v3i2.2383>
- Endah Mudiyatul Kustinah, & Fauzatul Laily Nisa. (2024). Peran Bank Syariah dalam Mendukung Pertumbuhan Sektor Halal di Indonesia. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 1(3), 357–366.
<https://doi.org/10.61722/jrme.v1i3.1679>
- Fartini, A., & Zahra, A. (2025). Partisipasi Pesantren Dalam Upaya Mendukung Halal Lifestyle. 2(2), 70–81.
- Fuadi, Soemitra, A., & Nawawi, Z. M. (2022). Studi Literatur Implementasi Sertifikasi Halal Produk UMKM. *Jurnal EMT KITA*, 6(1), 118–125.
<https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.541>
- Global Islamic Economy Report 2021. (2021).
- Gunawan, S., Juwari, J., Aparamarta, H., Darmawan, R., & Rakhmawati, N. A. (2021). Pendampingan Berkelanjutan Sistem Jaminan Halal Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Sewagati*, 5(1), 8.
<https://doi.org/10.12962/j26139960.v5i1.8120>
- Hariyono, H., Saniah, I., & Nurcahyati, M. (2024). Strategi Pengembangan Industri Klaster Makanan Halal di Indonesia. *International Conference on Islamic Economic (ICIE)*, 2(2), 287–300.
<https://doi.org/10.58223/icie.v2i2.273>
- Hartati, S. Y., & Yunan, P. D. (2024). Analisis Hukum Penyusunan Peta Peluang Investasi Perhotelan dan Konvensi (The Transito Hotel and Convention) Sektor Pariwisata Halal di Kawasan Borobudur. *Jurnal Pendidikan Transformatif*, 3(2), 35–49.
- Herianti, H., Siradjuddin, S., & Efendi, A. (2023). Industri Halal Dari Perspektif Potensi Dan Perkembangannya Di Indonesia. *Indonesia Journal of Halal*, 6(2), 56–64.
<https://doi.org/10.14710/halal.v6i2.19249>
- Hukum, J., & Syariah, E. (2023). STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL SEBAGAI SYARIAH. 1(1), 26–43.
<https://doi.org/10.61553/abjoiec.v1i1.22>
- I Nyoman, B. (2023). Strategi Akselerasi Pertumbuhan Industri Halal melalui Peran Aktif Perbankan Syariah. *BANCO: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 5(2), 74–84.
<https://doi.org/10.35905/banco.v5i2.6198>
- Ibrahim, H., & Fauziah, N. (2023). Peran Dan Strategi Peningkatan Sertifikasi Halal Dalam Ekspor Produk Halal Di Pasar Internasional. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2567–2571.
<https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13311>
- Islam, J. E., Makanan, I., Adha, D. A., Madalina, R., Hendra, J., Tinggi, S., Islam, A., & Stain, N. (2024). Al-Sharf Al-Sharf *Jurnal Ekonomi Islam*. 5(3), 268–292.
- Istiqlal, F. (2023). Membangun Global Halal Hub Indonesia: Strategi dan Peluang untuk Mencapai Kompetitif di Pasar Global. *Halal Research Journal*, 3(2), 72–85.
<https://doi.org/10.12962/j22759970.v3i2.614>
- Jakfar, A. A., & Purwanto, H. (2015). Pengembangan Potensi Wilayah Bangkalan Melalui Gagasan Pembentukan KEK Industri Halal. 1(2), 48–63.
- Juli, N. (2024). Pertumbuhan ekonomi pada sektor pariwisata halal di indonesia. 2(7), 320–324.

- Juli, N., Jl, A., Ampel, S., Kediri, K., & Timur, J. (2024). PERAN PASAR MODAL SYARIAH DALAM. 1(3), 169–181.
- Kadir, A. (2024). Peran Pendidikan dan Kesadaran Masyarakat dalam Mendorong Pertumbuhan Industri Halal di Indonesia. 2(2), 1–11.
- Krisna, R. (2023). Analisis Ekosistem Halal dan Literasi Halal pada Perkembangan Regulasi Halal Ekonomi Islam. 1(1), 318–336.
- Kurniati, P. S., Zakiyani, S. N., Yuwono, F. A. N., & Munigar, W. (2023). Kebijakan Pemerintah Dalam Pembangunan Dan Pengembangan Pariwisata Di Wilayah Kota Bandung. Jurnal Caraka Prabu, 7(2), 1–16. <https://doi.org/10.36859/jcp.v7i2.1723>
- Maghfiroh, A., Muslih, I., Cholili, A., Muttaqin, M. S., & Arifin, A. (2024). Prospek Ekonomi Syariah Pada Era Kepemimpinan Prabowo- Gibran The Prospects of Islamic Economics in the Era of Prabowo- Gibran Leadership. Journal of Business Improvement, 1(2), 83–95.
- Muh. Ahsan Kamil, & Muhammad Rasyid Ridlo. (2024). Analisis Potensi Digital Marketing pada UMKM Industri Halal. Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah, 7(1), 166–177. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2024.vol7\(1\).13543](https://doi.org/10.25299/syarikat.2024.vol7(1).13543)
- Mutmainnah, M., & Yuwana, S. I. P. (2024). Strategi Ekonomi Syariah dalam Meningkatkan Stabilitas Ekonomi Indonesia. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (JEBI), 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.56013/jebi.v4i1.2694>
- Pengaturan Wisata Halal Untuk Pembangunan Daerah: Transformasi Industri Halal Di Era Disrupsi. (2020). 9(1).
- Pratama, A. A., & Warliana, L. (2023). Potensi dan Pengembangan Industri Halal di Indonesia. Jurnal Kajian Ekonomi Dan ..., 115–124. <https://ejournals.ddipolman.ac.id/index.php/jimat/article/view/287%0Ahttps://ejournals.ddipolman.ac.id/index.php/jimat/article/download/287/186>
- Prinsip, D., & Syariah, E. (2024). HARE : Sharia Economic Review. 1(1).
- Purba, B., Fatma Wijaya, M., Lumbantobing, M., & Ardhana, M. B. (2024). Pemikiran Ekonomi Politik Keynesian dan Kebijakan Pemerintah dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 10(12), 76–83. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12511356>
- Qoniah, R. (2022). Tantangan dan Strategi Peningkatan Ekspor Produk Halal Indonesia di Pasar Global. Halal Research Journal, 2(1), 52–63. <https://doi.org/10.12962/j22759970.v2i1.246>
- Rahayu, S. S., Ramadhan, M. R., Yaldes, G., & Anintia, M. (2024). Analisis Tantangan Dan Peluang Kewirausahaan Industri Halal Dalam Pertumbuhan Ekonomi Introduction (barang dan jasa) yang sesuai dengan persyaratan agama Islam (Syariah). Definisi ini baru- menjalankan perindustrian di indonesia dimana penduduk indonesia adalah mayoritas sangat ketat , dimana industri halal tidak hanya diminati oleh kaum muslim semata . Dari. 2(1), 109–117.
- Rohim, A. N., & Priyatno, P. D. (2021). CONSUMPTION PATTERNS IN THE IMPLEMENTATION OF HALAL. 4(November), 26–35.
- Rosita, A., Takwa, W. H., & Hasan, Z. (2023). IMPLEMENTASI SERTIFIKASI HALAL PADA PRODUK KABUPATEN BENGKALIS. 1(2), 92–97.
- Saepudin, A. B. (2024). Dampak Fashion Halal terhadap Industri Tekstil Tradisional di Negara- Negara Mayoritas Muslim. 35(1).
- Sahira, F., Yafiz, M., Jannah, N., Islam, U., & Sumatera, N. (2024). Analysis of the role of the halal center in promoting msme halal certification to improve halal lifestyle in medan city. COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting, 7, 3733–3744.
- Satriana, E. D. (2020). (Keamanan), dan. 1, 97–110.
- Sovia Zahrianti, E., & Wirawan Fadly. (2022). Pengaruh Inflasi dan Nilai Tukar terhadap Ekspor Produk Halal Indonesia Periode 2016-2020. Journal of

Economics, Law, and Humanities, 1(2),
1–15.
<https://doi.org/10.21154/jelhum.v1i2.832>

Sugianto, Y. (2022). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perkembangan Industri Halal Di Indonesia. *Change Think Journal*, 1(2), 136–150.

Suharman, D. T., & Khairi, A. F. (2024). Peran Sektor Pendidikan Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Syariah Di Indonesia. *NOMISMA: Jurnal Ekonomi, Bisnis ...*, 60–78.
<https://journal.polymathes.id/index.php/NOMISMA/article/view/6%0Ahttps://journal.polymathes.id/index.php/NOMISMA/article/download/6/14>

Yudhira, A. (2024). EKSPLORASI DINAMIKA EKONOMI SYARIAH DI INDONESIA : Jurnal syiar-syiar ekonomi syariah di Indonesia . Dengan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang tantangan. 4, 29–39.

Yuliani, I. (2024). IMPLEMENTASI PROGRAM SERTIFIKASI HALAL GRATIS (SEHATI) DALAM MENDORONG MINAT PELAKU UMKM INDONESIA ME