

SERTIFIKASI HALAL SEBAGAI INSTRUMEN PENINGKATAN DAYA SAING EKSPOR PRODUK HALAL DI PASAR GLOBAL

Sayyidah Syafiqoh¹

¹STAI Miftahul Ulum Tarate

Email: ikasyafiqoh@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received:

28 Februari 2026

Revised

10 Maret 2026

Accepted:

11 Maret 2026

Online available:

1 April 2026

Kata kunci:

Sertifikasi halal, daya saing ekspor, pasar global.

ABSTRAK

Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia memiliki potensi besar dalam pengembangan industri halal sebagai upaya meningkatkan daya saing ekspor di pasar global. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran industri halal, khususnya sertifikasi halal, sebagai instrumen dalam meningkatkan daya saing ekspor produk halal Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif melalui studi kepustakaan (*literatur review*) yang bersumber dari artikel ilmiah, laporan pemerintah, dan publikasi organisasi internasional. Teknik analisis data dilakukan melalui tahapan pengumpulan, pengorganisasian, serta penarikan kesimpulan secara sistematis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki peran strategis dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas akses pasar, serta memperkuat posisi kompetitif produk halal di pasar internasional. Selain itu, optimalisasi industri halal sebagai instrumen peningkatan daya saing ekspor dapat dilakukan melalui beberapa strategi utama, yaitu peningkatan kualitas dan inovasi produk, perluasan akses pasar global, penguatan peran UMKM dalam rantai pasok internasional, serta pemanfaatan teknologi digital melalui e-commerce. Namun demikian, efektivitas implementasi strategi tersebut sangat bergantung pada dukungan regulasi yang kuat, sistem pengawasan yang efektif, serta harmonisasi standar halal di tingkat global.

ABSTRACT

Keywords:

Halal certification, export competitiveness, global markets

As the country with the largest Muslim population in the world, Indonesia has great potential for the development of the halal industry as a means of enhancing the competitiveness of its exports in the global market. This study aims to analyse the role of the halal industry, particularly halal certification, as a tool for enhancing the export competitiveness of Indonesian halal products. The research method employed is a qualitative approach using a descriptive study through a literature review sourced from scientific articles, government reports, and publications by international

organisations. Data analysis was conducted through the stages of collection, organisation, and systematic conclusion-drawing.

The research findings indicate that halal certification plays a strategic role in enhancing consumer confidence, expanding market access, and strengthening the competitive position of halal products in the international market. Furthermore, the optimisation of the halal industry as a tool for enhancing export competitiveness can be achieved through several key strategies, namely improving product quality and innovation, expanding access to global markets, strengthening the role of SMEs in international supply chains, and utilising digital technology through e-commerce. However, the effectiveness of implementing these strategies is highly dependent on robust regulatory support, an effective oversight system, and the harmonisation of halal standards at the global level.

Pendahuluan

Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia memiliki potensi yang sangat besar dalam pengembangan industri halal. Besarnya jumlah penduduk Muslim menjadikan Indonesia sebagai pasar yang sangat strategis bagi produk halal. Namun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh pelaku industri dalam negeri, karena pasar halal domestik masih banyak dikuasai oleh produk dari luar negeri. Hal ini tercermin dari fakta bahwa Indonesia termasuk salah satu importir terbesar produk makanan dan minuman di dunia.

Kondisi tersebut tentu menjadi perhatian penting bagi pemerintah untuk mendorong penguatan industri halal nasional. Di sisi lain, terdapat berbagai tantangan dalam pemenuhan standar dan sertifikasi halal di dalam negeri. Kebutuhan terhadap produk halal juga terus meningkat dan mencakup berbagai sektor, seperti

industri makanan dan minuman, fesyen muslim, pariwisata halal, farmasi dan layanan kesehatan, serta kosmetik halal.

Oleh karena itu, diperlukan kesadaran dan komitmen masyarakat Indonesia untuk lebih mengutamakan penggunaan produk halal yang diproduksi di dalam negeri sebagai upaya mendukung kemandirian dan daya saing industri halal nasional..

Disahkannya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal menjadi salah satu bentuk komitmen pemerintah dalam mendukung pengembangan industri halal di Indonesia. Regulasi ini bertujuan untuk memberikan jaminan perlindungan serta kepastian kehalalan produk yang dikonsumsi oleh masyarakat (Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional RI 2019). Selain itu, pemerintah juga menyusun rencana induk pengembangan ekonomi syariah yang mencakup berbagai sektor industri halal, seperti makanan dan minuman,

pariwisata halal, fesyen muslim, media dan rekreasi halal, farmasi dan kosmetik halal, hingga energi terbarukan. (Qaniah 2022)

Seiring dengan pertumbuhan populasi Muslim global yang diperkirakan mencapai 2,2 miliar jiwa, permintaan terhadap produk halal terus meningkat dan membuka peluang pasar yang semakin luas. Dalam konteks ini, Indonesia kembali menempati peringkat ketiga dalam *State of the Global Islamic Economy (SGIE) Report 2024/2025* yang dirilis oleh DinarStandard (SGIE 2025). Pencapaian ini menunjukkan konsistensi Indonesia selama tiga tahun berturut-turut sebagai salah satu negara dengan ekosistem ekonomi Islam terkuat di dunia, setelah Malaysia dan Arab Saudi.

Laporan SGIE tersebut mengevaluasi kinerja negara berdasarkan tujuh sektor utama, yaitu makanan halal, keuangan Islam, pariwisata ramah Muslim, fesyen muslimah, kosmetik dan farmasi halal, media dan rekreasi, serta investasi halal. Penilaian dilakukan melalui *Global Islamic Economy Indicator (GIEI)* yang mengintegrasikan berbagai aspek, seperti perdagangan, kebijakan, inovasi, dan investasi. Hasil penilaian menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan pada sektor fesyen muslimah peringkat pertama, pariwisata ramah Muslim peringkat kedua, serta kosmetik dan farmasi halal peringkat kedua. Namun

demikian, Indonesia masih menghadapi sejumlah tantangan pada sektor makanan halal peringkat keempat, keuangan Islam peringkat keenam, dan media serta rekreasi peringkat ketujuh. (Ikatan Ahli Ekonomi Indonesia 2025)

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai tantangan dalam pengembangan produk ekspor halal serta merumuskan strategi peningkatan ekspor produk halal Indonesia di pasar global. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam perumusan kebijakan pemerintah terkait penguatan dan pengembangan industri halal nasional.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan (*literature review*) sebagai pendekatan utama dalam mengkaji peran sertifikasi halal sebagai instrumen kebijakan dalam pengembangan industri halal di Indonesia. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk menelaah, mengidentifikasi, serta mengintegrasikan berbagai temuan dan pemikiran yang telah dikemukakan dalam literatur ilmiah terkait topik tersebut (Sunarta and Darwis 2023). Melalui studi literatur, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai konsep-konsep utama, landasan teoritis, hasil penelitian terdahulu, serta celah penelitian

(*research gap*) yang masih terbuka dalam kajian mengenai sertifikasi halal dan industri halal di Indonesia.

Dalam pelaksanaannya, studi ini dilakukan melalui tahapan sistematis yang meliputi penelusuran, seleksi, evaluasi, dan interpretasi berbagai sumber ilmiah. Data yang digunakan berasal dari beragam publikasi, seperti artikel jurnal nasional dan internasional, buku, laporan penelitian dari instansi pemerintah maupun organisasi terkait, serta dokumen kebijakan yang relevan dengan industri dan sertifikasi halal. Proses analisis data dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu dengan mengorganisasi, merangkum, serta membandingkan informasi dari berbagai sumber untuk mengidentifikasi tema utama, tren kajian, dan pola argumentasi yang berkembang terkait peran sertifikasi halal dalam pengembangan industri halal di Indonesia.

Hasil dan Pembahasan

Konsep Industri Halal dalam Perdagangan Global

Istilah halal berasal dari bahasa Arab *halāl* yang berarti “diperbolehkan” atau “diizinkan”. Konsep halal tidak hanya terbatas pada aspek konsumsi, melainkan juga mencakup seluruh aktivitas, perilaku, dan tindakan dalam kehidupan manusia. Dalam ajaran Islam, pembedaan antara halal dan haram telah dijelaskan secara tegas dalam Al-

Qur'an, di antaranya dalam Q.S. Al-A'raf (7):157.

Selain itu, Al-Qur'an juga menekankan pentingnya memperhatikan aspek kehalalan dalam konsumsi. Dalam Q.S. 'Abasa ayat 24 disebutkan bahwa manusia diperintahkan untuk memperhatikan makanan yang dikonsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa makanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kehidupan manusia, baik dari aspek spiritual maupun sosial. Konsumsi yang halal diyakini dapat memengaruhi diterima atau ditolaknya ibadah serta doa seseorang, sekaligus berdampak pada kehidupan di akhirat.

Penegasan mengenai pentingnya mengonsumsi makanan halal juga terdapat dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 168, yang menginstruksikan manusia untuk mengonsumsi makanan yang halal dan baik (*halalan thayyiban*). Dengan demikian, konsep halal menjadi landasan penting tidak hanya dalam kehidupan individu, tetapi juga dalam pengembangan industri halal, khususnya dalam konteks perdagangan global.

Industri halal merujuk pada seluruh aktivitas produksi yang memenuhi ketentuan syariah, sehingga produk yang dihasilkan dinyatakan halal dan layak dikonsumsi oleh umat Islam. Konsep halal dalam hal ini tidak hanya terbatas pada produk akhir, tetapi juga mencakup keseluruhan proses yang

terlibat dalam rantai pasok. Dengan demikian, industri halal harus mengintegrasikan prinsip kehalalan dalam setiap tahapan operasional, mulai dari proses produksi hingga layanan pendukungnya.

Ruang lingkup industri halal meliputi berbagai aspek kegiatan, seperti pengemasan, pemasaran, manufaktur, logistik, distribusi, pemeliharaan, hingga proses penyembelian, yang seluruhnya harus memenuhi standar halal dari hulu hingga hilir (Mohammad and Backhouse 2014)

Sementara itu, perdagangan internasional merupakan aktivitas pertukaran barang dan jasa antarnegara dalam lingkup global yang dilaksanakan berdasarkan kesepakatan serta perjanjian dagang yang disetujui oleh pihak-pihak terkait (Thamrin and Putra 2022)

Berdasarkan uraian tersebut, konsep industri halal dalam pasar global dapat dipahami sebagai integrasi antara prinsip-prinsip syariah dalam seluruh rantai produksi dengan dinamika perdagangan internasional. Industri halal tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan konsumsi umat Islam, tetapi juga menjadi bagian dari sistem perdagangan global yang menuntut standar kualitas, keamanan, dan kepatuhan terhadap regulasi lintas negara. Dalam konteks ini, penerapan standar halal menjadi nilai tambah (*value added*) yang mampu meningkatkan daya saing produk di

pasar internasional. Oleh karena itu, keberhasilan industri halal dalam pasar global sangat ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam menjaga konsistensi kehalalan produk dari hulu hingga hilir, sekaligus menyesuaikan diri dengan standar dan mekanisme perdagangan internasional yang berlaku.

Instrumen Peningkatan Ekspor Produk Halal

Seiring dengan meningkatnya populasi umat Islam dunia yang berdampak pada pertumbuhan permintaan produk halal secara berkelanjutan, diperlukan berbagai instrumen yang komprehensif untuk meningkatkan ekspor produk halal Indonesia. Beberapa instrumen yang bisa dilakukan adalah (Hendra and Fauziyah 2023)

- a. Peningkatan daya saing produk halal di pasar global.

Dalam menghadapi persaingan industri halal internasional, produk Indonesia dituntut memiliki keunggulan kompetitif, baik dari segi kualitas, inovasi, maupun kepatuhan terhadap standar halal. Beberapa komoditas unggulan seperti kopi menunjukkan tingkat daya saing yang relatif tinggi, sementara komoditas lain seperti buah-buahan dan kacang-kacangan masih memerlukan pematangan. Kebijakan pemerintah, seperti perubahan regulasi ekspor yang memberikan kemudahan bagi

pelaku usaha untuk mengeksport komoditas secara langsung, juga menjadi faktor pendukung dalam meningkatkan daya saing tersebut.

Selain itu, penguatan penelitian dan pengembangan (*research and development*) menjadi langkah penting dalam menghasilkan produk halal yang berkualitas tinggi dan berdaya saing global. Ma'ruf Amin menyampaikan bahwa peningkatan ekspor produk halal dapat dilakukan melalui berbagai langkah strategi, antara lain pemberian insentif, penguatan regulasi, serta pengembangan sistem informasi manajemen perdagangan produk halal yang terintegrasi.

Lebih lanjut, pendirian pusat penelitian dan pengembangan halal (*Halal Center*) juga menjadi strategi penting dalam mendorong inovasi dan penguatan industri halal nasional. Penerapan prinsip ketertelusuran (*traceability*) dalam rantai pasok halal juga menjadi faktor krusial untuk meningkatkan kepercayaan pasar internasional. Dengan adanya jaminan transparansi dalam proses produksi hingga distribusi, produk halal Indonesia diharapkan mampu bersaing dan diterima secara luas, khususnya di negara-negara anggota Organisasi Kerja Sama Islam (OKI).

- b. Optimalisasi Akses Pasar Ekspor Produk Halal

Potensi pasar global industri halal menunjukkan tren pertumbuhan yang signifikan dan berkelanjutan. Pada tahun 2023, total pengeluaran konsumen Muslim pada berbagai sektor ekonomi halal utama—meliputi makanan, farmasi, kosmetik, fesyen muslimah, pariwisata, serta media dan rekreasi—mencapai US\$2,43 triliun dan diproyeksikan meningkat hingga US\$3,36 triliun pada tahun 2028. Di sisi lain, nilai aset keuangan Islam juga mengalami pertumbuhan yang pesat, dari US\$4,93 triliun menjadi estimasi sebesar US\$7,53 triliun pada periode yang sama.

Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa pasar halal tidak hanya terbatas pada konsumen Muslim, tetapi juga telah menjadi bagian dari tren gaya hidup global yang diminati oleh masyarakat internasional. Hal ini berdampak pada meningkatnya permintaan terhadap produk halal dalam perdagangan global. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat untuk memaksimalkan akses pasar ekspor, seperti perluasan jaringan perdagangan internasional, peningkatan kerja sama bilateral dan multilateral, serta pemanfaatan platform digital guna memperluas jangkauan pemasaran produk halal Indonesia di pasar dunia.

- c. Inklusi Ekonomi Halal

Pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu strategi penting dalam mendorong peningkatan ekspor produk halal. Upaya ini dapat dilakukan melalui beberapa program utama, antara lain peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui edukasi dan pelatihan bagi pelaku usaha, penyediaan akses pembiayaan, pengembangan basis data UMKM yang terintegrasi, serta peningkatan literasi dasar yang mendukung aktivitas usaha. Langkah-langkah tersebut dinilai krusial dalam memperkuat pertumbuhan UMKM sekaligus meningkatkan ketahanan ekonomi nasional.

Dalam konteks penguatan peran UMKM pada industri halal, diperlukan pembentukan inkubator bisnis di berbagai sektor sebagai sarana pembinaan, pendampingan, dan transfer pengetahuan. Keberadaan inkubator ini diharapkan mampu membantu UMKM untuk terintegrasi dalam rantai nilai industri halal, baik di tingkat nasional maupun global.

International Trade Centre juga menekankan besarnya potensi pengembangan produk makanan halal serta pentingnya integrasi UMKM dalam rantai pasok global industri halal. Oleh karena itu, diperlukan berbagai strategi pendukung, seperti peningkatan

kapasitas tenaga ahli di bidang sertifikasi dan produksi halal, penguatan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat, serta dorongan terhadap partisipasi pelaku usaha dalam jaringan perdagangan internasional.

Selain itu, pelaku UMKM perlu mendapatkan dukungan dalam bentuk pelatihan dan akses informasi terkait dinamika pasar global, termasuk tren produk halal, peluang kemitraan dengan perusahaan besar, akses pasar internasional, serta prosedur ekspor dan impor di negara tujuan. Dengan demikian, UMKM diharapkan mampu beradaptasi dan berperan aktif dalam rantai pasok global, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan kontribusinya dalam pengembangan industri halal Indonesia.

d. Digitalisasi Ekspor Halal

Pemanfaatan perdagangan berbasis digital (*e-commerce*) menjadi salah satu strategi penting dalam memaksimalkan potensi ekspor produk halal. Perkembangan teknologi digital telah memungkinkan terjadinya transaksi lintas negara secara lebih mudah dan efisien, sehingga membuka peluang yang lebih luas bagi pelaku usaha untuk menjangkau pasar internasional. Dalam hal ini, *e-commerce* tidak hanya memperluas akses pasar, tetapi juga mampu meningkatkan

efisiensi transaksi serta mengatasi berbagai keterbatasan ekonomi, termasuk yang terjadi pada masa pandemi.

Penggunaan *e-commerce* juga berkontribusi dalam mempersingkat rantai distribusi, menekan biaya operasional, serta menjadikan harga produk lebih kompetitif di pasar global. Selain itu, transformasi digital yang didorong oleh pemerintah menjadi langkah strategis dalam memperkuat posisi UMKM dalam ekosistem ekonomi digital.

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah menargetkan integrasi jutaan pelaku usaha ke dalam platform digital sebagai bagian dari upaya percepatan digitalisasi UMKM. Namun demikian, tingkat adopsi teknologi digital oleh UMKM di Indonesia masih relatif rendah dibandingkan dengan negara lain. Oleh karena itu, diperlukan peran aktif pemerintah dalam mendorong pemanfaatan *e-commerce* melalui penyediaan akses terhadap platform digital, peningkatan literasi digital, serta pelatihan yang berkelanjutan bagi pelaku UMKM, khususnya di sektor produk halal.

Dengan optimalisasi penggunaan *e-commerce*, produk halal Indonesia diharapkan mampu menembus pasar internasional secara lebih luas, sekaligus meningkatkan daya

saing dan kontribusi UMKM dalam perdagangan global.

Sertifikasi Halal sebagai Instrumen Daya Saing Global

Sertifikasi halal memiliki peran yang bersifat multidimensional dan strategis dalam pengembangan industri, tidak hanya berfungsi untuk memenuhi kebutuhan konsumen Muslim, tetapi juga memberikan dampak yang lebih luas terhadap dinamika pasar. Salah satu fungsi utamanya adalah sebagai mekanisme untuk membangun dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Keberadaan label halal pada suatu produk menjadi indikator bahwa proses produksi telah memenuhi prinsip-prinsip syariah, sehingga memberikan jaminan keamanan dan kepastian bagi konsumen Muslim saat mengonsumsi. Tingkat kepercayaan ini selanjutnya berkontribusi terhadap terbentuknya loyalitas konsumen serta mendorong peningkatan pangsa pasar produk (Putri and Sjabadhyni 2025)

Lebih lanjut, sertifikasi halal memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan daya saing produk, baik di pasar domestik maupun internasional. Bagi produsen, kepemilikan sertifikat halal dapat menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan produk mereka dari produk pesaing yang belum tersertifikasi. Di pasar domestik, khususnya di negara dengan mayoritas penduduk Muslim, sertifikasi halal kerap menjadi

prasyarat tidak tertulis agar produk dapat diterima secara luas oleh konsumen.

Sementara itu, dalam konteks pasar internasional, terutama di negara-negara dengan populasi Muslim yang besar, sertifikasi halal berfungsi sebagai instrumen penting untuk membuka akses pasar sekaligus memperluas pangsa ekspor. Dengan demikian, keberadaan sertifikasi halal tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga memperkuat posisi produk dalam persaingan global (Setiawan 2020).

Dari perspektif konsumen, berbagai penelitian menunjukkan bahwa keberadaan label halal berkontribusi dalam meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap suatu produk. Label halal tidak hanya dipahami sebagai indikator kepatuhan terhadap syariat, tetapi juga sering diasosiasikan dengan standar kebersihan, keamanan, kesehatan, serta etika dalam proses produksi (Fauzan and Nurhayati 2020).

Menariknya, persepsi positif tersebut tidak hanya berkembang di kalangan konsumen Muslim, tetapi juga diadopsi oleh konsumen non-Muslim yang memandang produk halal sebagai produk yang lebih terjamin kualitas dan keamanannya, serta minim risiko kontaminasi. Dengan demikian, sertifikasi halal tidak lagi semata-mata berfungsi sebagai pemenuhan aspek religius, melainkan telah berevolusi menjadi simbol kualitas dan nilai tambah yang

mampu meningkatkan daya saing produk di pasar.

Meskipun demikian, keberhasilan implementasi sertifikasi halal sangat ditentukan oleh kekuatan regulasi serta efektivitas mekanisme pengawasan yang diterapkan. Sejumlah kajian menegaskan bahwa peran pemerintah menjadi krusial dalam merancang kebijakan yang mampu memperkuat ekosistem halal secara berkelanjutan. Langkah-langkah yang diperlukan meliputi penyelarasan standar halal lintas negara, pemanfaatan sistem digital dalam proses sertifikasi, serta peningkatan kapasitas institusi yang berwenang dalam pengawasan halal (LPPOM MUI 2020). Tanpa dukungan kebijakan yang terintegrasi dan sistem pengawasan yang solid, kepercayaan terhadap sertifikasi halal berpotensi menurun, baik di tingkat nasional maupun dalam hubungan perdagangan internasional (Bahri 2021).

Lebih lanjut, berbagai kajian menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki cakupan peran yang luas, tidak hanya dalam dimensi keagamaan, tetapi juga dalam ranah ekonomi, sosial, hingga kebijakan publik. Di tengah meningkatnya perhatian global terhadap gaya hidup halal, sertifikasi ini berfungsi sebagai penghubung antara prinsip-prinsip syariah dan praktik bisnis kontemporer. Dengan demikian, diperlukan penguatan kajian empiris yang lebih kontekstual untuk menilai

secara mendalam kontribusi sertifikasi halal terhadap perkembangan industri di berbagai sektor (Yuliani and Ridwan 2022).

Kesimpulan dan Saran

Industri halal memiliki potensi yang sangat besar dalam mendorong peningkatan daya saing ekspor Indonesia di pasar global, seiring dengan meningkatnya populasi Muslim dunia dan berkembangnya tren gaya hidup halal secara internasional. Dalam konteks ini, sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kewajiban religius, tetapi juga berperan sebagai instrumen strategis yang mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas akses pasar, serta memperkuat posisi produk dalam persaingan global.

Optimalisasi industri halal sebagai instrumen peningkatan daya saing ekspor memerlukan pendekatan yang komprehensif dan terintegrasi. Hal ini mencakup penguatan daya

saing produk melalui inovasi dan kualitas, perluasan akses pasar internasional, pemberdayaan UMKM dalam rantai pasok global, serta pemanfaatan teknologi digital melalui e-commerce. Selain itu, keberhasilan implementasi sertifikasi halal sangat ditentukan oleh dukungan regulasi yang konsisten, sistem pengawasan yang efektif, serta harmonisasi standar halal di tingkat internasional.

Dengan demikian, pengembangan industri halal tidak dapat dilakukan secara parsial, melainkan harus dibangun dalam suatu ekosistem yang terintegrasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat. Melalui strategi yang tepat dan dukungan kebijakan yang berkelanjutan, industri halal Indonesia berpotensi menjadi kekuatan utama dalam meningkatkan daya saing ekspor sekaligus memperkuat posisi Indonesia dalam perekonomian halal global.

Daftar Pustaka

- Bahri, S. 2021. "Tantangan Harmonisasi Standar Halal Internasional." *Jurnal Hukum Islam*.
- Fauzan, Ali, and Neni Nurhayati. 2020. "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim." *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*.
- Hendra, and Nisa Fauziyah. 2023. "Peran Dan Strategi Peningkatan Sertifikasi Halal Dalam Ekspor Produk Halal Di Pasar Internasional." *Jurnal Minfo Polgan* 12 (2).
- Ikatan Ahli Ekonomi Indonesia. 2025. "Indonesia Ranks 3rd in the World Islamic Economy: Insight SGIE Report 2024/2025." *IAEI*.

- Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional RI. 2019. "Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Syariah Indonesia Tahun 2019-2024."
- LPPOM MUI. 2020. "Sistem Sertifikasi Halal Dan Penerapannya Di Indonesia."
- Mohammad, N., and C. Backhouse. 2014. "A Framework for the Development of Halal Food Products in Malaysia." *Proceedings of the 2014 International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*.
- Putri, Yulianty Chi, and Bertina Sjabadhyni. 2025. "The Impact of Halal Certification and Halal Awareness on Consumer Intentions to Purchase Skincare Products Online." 2(1):1-15.
- Qaniah, Risa. 2022. "Tantangan Dan Strategi Peningkatan Ekspor Produk Halal Indonesia Di Pasar Global." *Halal Research Journal* 2 (1).
- Setiawan, Agus. 2020. "Pengembangan Industri Halal Di Indonesia: Peluang Dan Tantangan." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*.
- SGIE. 2025. "State of the Global Islamic Economy 2025."
- Sunarta, D. A., and A. Darwis. 2023. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Thohar Media.
- Thamrin, H., and Z. N. T. Putra. 2022. "Overview Industri Halal Di Perdagangan Global." *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 5 (1):72-81.
- Yuliani, Ratna, and Muhammad Ridwan. 2022. "Urgensi Riset Lanjutan Tentang Efektivitas Sertifikasi Halal." *Jurnal Studi Islam Dan Ekonomi*.