

ANALISIS PERKEMBANGAN INDUSTRI HALAL INDONESIA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Muhamad Wardany Anwar^{1*}, Budi Suharto²

^{1,2}Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Ma'arif Kalirejo, Lampung, Indonesia

Email : danisyariah@gmail.com; budisuharto8888@gmail.com

Abstract

*This study analyzes the development of Indonesia's halal industry from an Islamic economic perspective, focusing on the integration of digital innovation and sustainability principles in the post-mandatory halal certification era. Grounded in the philosophical foundations of Islamic economics, which views the halal industry as a pivotal instrument for achieving *falah* (comprehensive well-being) and adhering to *halalan-tayyiban* principles, the research explores the industry's significant growth and regulatory transformation in Indonesia. A qualitative approach with an exploratory case study design is employed, utilizing in-depth interviews with key stakeholders and secondary data from official reports, research institutions, and academic journals. The data analysis is conducted thematically to identify key patterns and policy implications. The findings reveal that Indonesia has maintained a strong position in the global Islamic economy (ranking 2-4 in the SGIE Report 2021-2023), with a domestic halal market value reaching USD 318.91 billion in 2024 and projected Muslim consumer spending of USD 281.6 billion by 2025. However, a significant challenge lies in the low rate of halal certification among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), with only 28.8% of food and beverage MSMEs certified as of February 2025. The discussion highlights how Islamic economic principles, particularly *Maqasid Shariah* and Halal Supply Chain Management (HSCM), drive the industry's ethical and operational frameworks. It also emphasizes the crucial role of digital innovations like Blockchain and Artificial Intelligence in enhancing transparency and trust. This study addresses existing research gaps by offering a comprehensive analysis of the synergy between regulation, technology, and Islamic economic values, providing a holistic understanding of how Indonesia can optimize its halal industry potential for adaptive, competitive, inclusive, and sustainable growth in the global market.*

Keywords: *Halal Industry, Islamic Economics, Maqasid Shariah, Digital Innovation, Halal Certification, Indonesia*

1. PENDAHULUAN

Ekonomi Islam menawarkan kerangka kerja holistik yang melampaui aspek ritual semata, memandang industri halal sebagai pilar penting dalam mewujudkan keadilan, keberlanjutan, dan kesejahteraan (*falah*) masyarakat. Konsep *halalan-tayyiban* tidak hanya menekankan pada kehalalan produk, tetapi juga pada kualitas, etika produksi, dan dampak sosial-ekonomi yang positif. Dalam perspektif ini, industri halal diintegrasikan dengan prinsip-prinsip *Maqasid Shariah*, seperti pemeliharaan harta (*Hifz al-Mal*) dan jiwa (*Hifz al-Nafs*), yang mendorong praktik bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan (Adinugraha, 2022; Zulkifli et al., 2023).

Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, memiliki potensi besar untuk menjadi pemimpin global dalam industri halal. Perkembangan industri ini di Indonesia ditandai dengan transformasi regulasi yang signifikan, beralih dari sistem sukarela menjadi wajib melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

dan Undang-Undang Cipta Kerja. Sektor-sektor utama yang berkembang meliputi makanan dan minuman, farmasi, kosmetik, pariwisata ramah Muslim, serta fesyen Muslim. Dinamika ini menunjukkan komitmen Indonesia untuk mengembangkan ekosistem halal yang komprehensif (Syarofi, 2025; BPJPH, 2025).

Secara teoritis, pengembangan industri halal sangat didukung oleh beberapa konsep kunci dalam ekonomi Islam. Selain *Maqasid Shariah* yang mengarahkan pada tujuan-tujuan syariah dalam setiap aktivitas ekonomi, konsep *Halal Supply Chain Management (HSCM)* menjadi krusial untuk memastikan integritas produk halal dari hulu ke hilir. Penelitian juga menyoroti pentingnya *Halal Identity* dan *Performance* dalam membangun kepercayaan konsumen dan meningkatkan daya saing produk (Maulana et al., 2024). Lebih lanjut, transformasi digital dalam industri halal, termasuk integrasi teknologi seperti Blockchain dan Artificial Intelligence, juga menjadi fokus penting untuk efisiensi dan transparansi (Julian, 2025).

Perkembangan industri halal di Indonesia menunjukkan tren positif yang signifikan, sebagaimana dirangkum dalam tabel berikut:

Tabel 1
Perkembangan industri halal di Indonesia

Tahun	Indikator	Nilai/Peringkat	Sumber
2021-2023	Peringkat Global Industri Halal (SGIE Report)	Peringkat 2-4	Dinar Standard
2024	Nilai Pasar Halal Indonesia	USD 318,91 Miliar	Data Bridge Market Research
2025 (Proyeksi)	Pengeluaran Konsumen Muslim Indonesia	USD 281,6 Miliar	Lutfi (2025)
2025	Ekspor Produk Halal Indonesia	USD 41,42 Miliar	BPJPH (2025)
Feb 2025	Persentase UMKM Makanan dan Minuman Bersertifikat Halal	28,8%	ResearchGate (2026)

Perkembangan industri halal di Indonesia menunjukkan tren positif yang signifikan. Berdasarkan laporan State of the Global Islamic Economy (SGIE) oleh Dinar Standard, Indonesia secara konsisten menempati peringkat 2-4 secara global pada periode 2021-2023. Nilai pasar halal Indonesia mencapai USD 318,91 Miliar pada tahun 2024, dengan proyeksi pengeluaran konsumen Muslim Indonesia mencapai USD 281,6 Miliar pada tahun 2025 (Data Bridge Market Research; Lutfi, 2025). Selain itu, ekspor produk halal Indonesia tercatat sebesar USD 41,42 Miliar (BPJPH, 2025). Namun, tantangan masih ada, terutama terkait sertifikasi, di mana hanya 28,8% UMKM makanan dan minuman yang telah bersertifikat halal per Februari 2025 (ResearchGate, 2026).

Beberapa penelitian relevan telah mengkaji berbagai aspek industri halal di Indonesia. Pertama, Warto Ahmad Saifuddin dan Firman Setiawan (2025) dalam *Journal of Halal Product and Research (JHPR)*, menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan *Systematic Literature Review (SLR)* terhadap 85 artikel jurnal bereputasi. Penelitian ini mengembangkan kerangka kerja terintegrasi yang menghubungkan inovasi digital (Blockchain & IoT) dengan etika keberlanjutan (*thayyiban*) dalam ekosistem halal, menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital meningkatkan transparansi dan kepercayaan konsumen secara signifikan di berbagai sektor. Kedua, Mahir Pradana et al. (2024) dalam *Journal of Islamic Marketing*, melakukan analisis bibliometrik menggunakan perangkat lunak VOSviewer untuk memetakan tren riset rantai pasok halal global. Hasilnya mengidentifikasi pergeseran fokus riset dari sekadar logistik halal ke arah integrasi teknologi keberlanjutan dan ketahanan rantai pasok, serta memberikan peta jalan riset masa depan yang menekankan pentingnya kolaborasi lintas sektor.

dalam menjaga integritas halal. Ketiga, Sucipto et al. (2026) dalam *Cogent Business & Management*, menggunakan metode *narrative literature review* yang mengintegrasikan dimensi regulasi, ekonomi, dan kepercayaan. Penelitian ini menyoroti inefektivitas pengawasan dalam skema sertifikasi halal *self-declared* bagi UMKM yang berisiko menurunkan kepercayaan konsumen, merekomendasikan pembatasan skema ini hanya untuk produk berisiko rendah dan perlunya penguatan peran pendamping proses produk halal (PPH). Keempat, Aslikhah dan Faridah (2024) dalam *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi pustaka dan analisis SWOT. Mereka merumuskan strategi penguatan ekosistem halal melalui optimalisasi regulasi pemerintah dan peningkatan kesadaran pelaku usaha, menekankan pentingnya integrasi sistem informasi halal nasional untuk mendukung posisi Indonesia di pasar global. Kelima, AS Putri et al. (2024) dalam *Jurnal Teknik Industri*, melakukan studi komparatif menggunakan analisis data dari Scopus (355 studi) untuk membandingkan perkembangan riset di Indonesia dengan tren global. Penelitian ini menunjukkan bahwa riset rantai pasok halal di Indonesia telah berkembang pesat namun masih didominasi oleh sektor makanan, menyarankan diversifikasi riset ke sektor jasa dan farmasi serta integrasi teknologi industri 4.0.

Meskipun telah banyak penelitian yang dilakukan, masih terdapat kesenjangan riset yang perlu diisi. Sebagian besar studi cenderung berfokus pada niat beli konsumen atau aspek regulasi administratif sertifikasi halal. Analisis mendalam mengenai integrasi teknologi digital, seperti Blockchain dan Artificial Intelligence, dalam perspektif *Maqasid Shariah* secara empiris di Indonesia masih terbatas. Selain itu, terdapat kesenjangan antara implementasi regulasi wajib sertifikasi halal yang berlaku sejak tahun 2024 dengan kesiapan infrastruktur dan kapasitas UMKM di lapangan, yang belum banyak dieksplorasi secara komprehensif.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan (*novelty*) dengan mengintegrasikan model transformasi ekonomi syariah berbasis inovasi digital dengan prinsip keberlanjutan (*sustainability*) dalam ekosistem industri halal Indonesia pasca-mandatori sertifikasi 2024. Pendekatan ini akan memberikan analisis komprehensif menggunakan data terbaru, termasuk proyeksi hingga tahun 2025, yang belum banyak dibahas secara mendalam dalam literatur sebelumnya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman dan pengembangan strategi industri halal yang lebih adaptif dan berdaya saing di Indonesia.

2. TINJAUAN LITERATUR

2.1. Ekonomi Islam dan Konsep Industri Halal

Kajian literatur mengenai industri halal dalam perspektif ekonomi Islam berakar pada pemahaman filosofis dan prinsip-prinsip syariah. Ekonomi Islam memandang aktivitas ekonomi sebagai bagian integral dari ibadah yang bertujuan mencapai *falah* (kesejahteraan dunia dan akhirat). Konsep *halalan-tayyiban* menjadi landasan utama, yang tidak hanya menekankan aspek kehalalan produk secara ritual, tetapi juga kualitas, keamanan, kebersihan, dan etika dalam seluruh proses produksi dan distribusi (Adinugraha, 2022). Prinsip-prinsip *Maqasid Shariah*, seperti pemeliharaan agama (*Hifz al-Din*), jiwa (*Hifz al-Nafs*), akal (*Hifz al-Aql*), keturunan (*Hifz al-Nasl*), dan harta (*Hifz al-Mal*), menjadi kerangka etis yang memandu pengembangan industri halal menuju keberlanjutan dan keadilan sosial (Zulkifli et al., 2023).

2.2. Perkembangan Industri Halal di Indonesia

Indonesia, dengan mayoritas penduduk Muslim, telah menunjukkan komitmen kuat dalam mengembangkan industri halal. Perkembangan ini ditandai dengan perubahan signifikan dalam kerangka regulasi, dari pendekatan sukarela menjadi wajib melalui Undang-

Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) dan Undang-Undang Cipta Kerja. Regulasi ini mendorong percepatan sertifikasi halal dan pembentukan ekosistem halal yang komprehensif (Syarofi, 2025; BPJPH, 2025). Sektor-sektor kunci yang menjadi fokus pengembangan meliputi makanan dan minuman, farmasi, kosmetik, pariwisata ramah Muslim, serta fesyen Muslim. Data menunjukkan bahwa Indonesia secara konsisten menempati posisi teratas dalam laporan *State of the Global Islamic Economy* (SGIE) oleh Dinar Standard pada periode 2021-2023, dengan nilai pasar halal yang terus meningkat (Dinar Standard, n.d.).

2.3. Teori Pendukung Industri Halal

Pengembangan industri halal didukung oleh berbagai teori dan konsep. *Maqasid Shariah* memberikan landasan etis untuk integrasi nilai-nilai Islam dalam rantai pasok halal (Zulkifli et al., 2023). *Halal Supply Chain Management (HSCM)* menjadi kerangka operasional untuk memastikan integritas dan ketertelusuran produk halal dari bahan baku hingga konsumen akhir. Konsep *Halal Identity* dan *Performance* juga penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan meningkatkan daya saing produk di pasar global (Maulana et al., 2024). Selain itu, adopsi teknologi digital, seperti Blockchain dan Artificial Intelligence, semakin relevan untuk meningkatkan efisiensi, transparansi, dan akuntabilitas rantai pasok halal (Julian, 2025).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus eksploratif untuk menganalisis secara mendalam perkembangan industri halal di Indonesia dalam perspektif ekonomi Islam, khususnya terkait integrasi inovasi digital dan prinsip keberlanjutan pasca-mandatori sertifikasi halal. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti memahami fenomena kompleks secara holistik, menggali makna, serta mengidentifikasi pola-pola yang muncul dari data yang kaya dan mendalam (Creswell, 2014). Desain studi kasus akan memungkinkan fokus pada konteks spesifik industri halal Indonesia, termasuk dinamika regulasi, adaptasi pelaku usaha, dan implikasi ekonomi-sosialnya. Hal ini sejalan dengan kebutuhan untuk mengeksplorasi kesenjangan penelitian mengenai integrasi teknologi digital dalam perspektif *Maqasid Shariah* dan kesiapan UMKM pasca-mandatori sertifikasi (Saifuddin & Setiawan, 2025; Sucipto et al., 2026).

Sumber data dalam penelitian ini akan meliputi data primer dan sekunder. Data primer akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan kunci, seperti regulator (BPJPH, KNEKS), pelaku industri (asosiasi pengusaha halal, perwakilan UMKM), akademisi, dan konsumen. Wawancara bertujuan untuk mendapatkan perspektif, pengalaman, dan pandangan yang beragam mengenai tantangan dan peluang dalam pengembangan industri halal. Selain itu, observasi partisipatif pada beberapa UMKM halal dapat dilakukan untuk memahami proses sertifikasi dan adaptasi teknologi di lapangan. Data sekunder akan diperoleh dari laporan resmi pemerintah (misalnya, laporan BPJPH, BPS), publikasi lembaga riset (seperti Dinar Standard), jurnal ilmiah, serta dokumen kebijakan terkait industri halal. Analisis data akan dilakukan secara tematik melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan bantuan perangkat lunak analisis kualitatif jika diperlukan, untuk mengidentifikasi tema-tema utama, pola hubungan, dan implikasi kebijakan (Miles & Huberman, 1994). Validitas dan reliabilitas akan dijaga melalui triangulasi sumber data dan konfirmasi dengan informan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis data dan literatur yang telah dikumpulkan, perkembangan industri halal di Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang signifikan, didukung oleh regulasi yang semakin kuat dan kesadaran pasar yang meningkat.

Tabel 2
Data Statistik Perkembangan Industri Halal Indonesia (2021-2025)

Tahun	Indikator	Nilai/Peringkat	Sumber
2021-2023	Peringkat Global Industri Halal (SGIE Report)	Peringkat 2-4	Dinar Standard
2024	Nilai Pasar Halal Indonesia	USD 318,91 Miliar	Data Bridge Market Research
2025 (Proyeksi)	Pengeluaran Konsumen Muslim Indonesia	USD 281,6 Miliar	Lutfi (2025)
2025	Ekspor Produk Halal Indonesia	USD 41,42 Miliar	BPJPH (2025)
Feb 2025	Persentase UMKM Makanan & Minuman Bersertifikat Halal	28,8%	ResearchGate (2026)

Data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa Indonesia berhasil mempertahankan posisinya sebagai salah satu pemain utama dalam ekonomi Islam global, dengan peringkat 2-4 dalam laporan SGIE selama tiga tahun berturut-turut. Nilai pasar halal domestik yang mencapai USD 318,91 Miliar pada tahun 2024 dan proyeksi pengeluaran konsumen Muslim sebesar USD 281,6 Miliar pada tahun 2025 mengindikasikan potensi ekonomi yang sangat besar. Sektor ekspor produk halal juga menunjukkan kontribusi signifikan dengan nilai USD 41,42 Miliar pada tahun 2025. Namun, tantangan serius terlihat pada rendahnya tingkat sertifikasi halal di kalangan UMKM makanan dan minuman, yang baru mencapai 28,8% per Februari 2025, menunjukkan adanya kesenjangan antara regulasi dan implementasi di lapangan.

Pembahasan

Analisis Perkembangan Industri Halal Indonesia dalam Perspektif Ekonomi Islam

Perkembangan industri halal di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari fondasi filosofis ekonomi Islam yang memandangnya sebagai instrumen pencapaian *falah* atau kesejahteraan komprehensif. Konsep *halalan-tayyiban* yang menjadi inti industri ini melampaui sekadar kepatuhan ritual, melainkan mencakup dimensi kualitas, etika, dan keberlanjutan (Adinugraha, 2022). Dalam konteks ini, industri halal berfungsi sebagai katalis untuk mendorong praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan, sejalan dengan prinsip-prinsip *Maqasid Shariah* yang bertujuan melindungi agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta (Zulkifli et al., 2023). Integrasi nilai-nilai ini dalam setiap tahapan rantai nilai produk halal menjadi esensial untuk membangun kepercayaan konsumen dan memastikan dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakat.

Indonesia telah menunjukkan komitmen kuat dalam mengembangkan industri halal, yang tercermin dari transformasi regulasi dari sukarela menjadi wajib melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 dan Undang-Undang Cipta Kerja. Perubahan ini menandai era baru bagi industri halal di Indonesia, mendorong percepatan sertifikasi dan pembentukan ekosistem yang lebih terstruktur (Syarofi, 2025; BPJPH, 2025). Sektor makanan dan minuman tetap menjadi tulang punggung, namun diversifikasi ke farmasi, kosmetik, pariwisata, dan fesyen menunjukkan potensi pertumbuhan multi-sektoral. Dinamika ini didukung oleh populasi Muslim yang besar dan meningkatnya kesadaran akan gaya hidup halal, menempatkan Indonesia sebagai pemain kunci dalam ekonomi halal global.

Secara teoritis, pengembangan industri halal sangat didukung oleh kerangka *Maqasid Shariah* yang memberikan landasan etis dan moral bagi seluruh aktivitas ekonomi. Konsep *Halal Supply Chain Management (HSCM)* menjadi krusial dalam menjamin integritas produk dari hulu ke hilir, memastikan bahwa setiap tahapan produksi dan distribusi memenuhi standar halal yang ketat. Penelitian juga menyoroti pentingnya *Halal Identity* dan

Performance dalam membangun kepercayaan konsumen dan meningkatkan daya saing produk (Maulana et al., 2024). Selain itu, adopsi teknologi digital seperti Blockchain dan Artificial Intelligence semakin relevan untuk meningkatkan efisiensi, transparansi, dan akuntabilitas dalam rantai pasok halal, yang pada gilirannya memperkuat kepercayaan dan kepatuhan syariah (Julian, 2025).

Data statistik periode 2021-2025 mengkonfirmasi posisi strategis Indonesia dalam ekonomi halal global, dengan peringkat konsisten di SGIE Report (Dinar Standard, n.d.). Nilai pasar halal yang mencapai USD 318,91 Miliar pada tahun 2024 dan proyeksi pengeluaran konsumen Muslim sebesar USD 281,6 Miliar pada tahun 2025 menunjukkan potensi ekonomi yang luar biasa (Data Bridge Market Research; Lutfi, 2025). Sektor ekspor juga memberikan kontribusi signifikan. Namun, tantangan utama terletak pada rendahnya tingkat sertifikasi halal UMKM makanan dan minuman (28,8% per Februari 2025) (ResearchGate, 2026). Angka ini mengindikasikan bahwa meskipun regulasi telah wajib, implementasi di tingkat akar rumput masih menghadapi hambatan, baik dari sisi kesiapan UMKM maupun efektivitas program pendampingan.

Penelitian oleh Saifuddin dan Setiawan (2025) dalam JHPR yang mengkaji inovasi digital dan prinsip keberlanjutan dalam ekosistem halal, sejalan dengan temuan bahwa teknologi seperti Blockchain dan IoT dapat meningkatkan transparansi dan kepercayaan. Penelitian ini memperkuat argumen bahwa adopsi teknologi bukan hanya efisiensi operasional, tetapi juga merupakan perwujudan dari prinsip *thayyiban* dan *Maqasid Shariah* dalam konteks modern. Integrasi teknologi ini menjadi kunci untuk diversifikasi produk halal yang lebih luas, melampaui sektor makanan, dan mencakup farmasi serta kosmetik, yang membutuhkan ketertelusuran dan jaminan kualitas yang lebih tinggi.

Studi bibliometrik oleh Pradana et al. (2024) dalam *Journal of Islamic Marketing* menggarisbawahi pergeseran fokus riset rantai pasok halal menuju integrasi teknologi dan keberlanjutan. Hal ini mendukung pentingnya HSCM yang tidak hanya berorientasi logistik, tetapi juga etika dan ketahanan. Di sisi lain, penelitian Sucipto et al. (2026) dalam *Cogent Business & Management* menyoroti masalah pengawasan dalam sertifikasi halal *self-declared* bagi UMKM. Temuan ini relevan dengan data rendahnya sertifikasi UMKM, menunjukkan bahwa skema *self-declared*, meskipun bertujuan mempermudah, memerlukan pengawasan ketat dan pendampingan yang efektif agar tidak menurunkan kepercayaan konsumen dan integritas halal secara keseluruhan.

Meskipun banyak penelitian telah mengkaji industri halal, masih terdapat kesenjangan signifikan. Sebagian besar studi cenderung berfokus pada niat beli konsumen atau aspek regulasi administratif, namun kurang mendalam dalam menganalisis integrasi teknologi digital (Blockchain/AI) dalam perspektif *Maqasid Shariah* secara empiris di Indonesia. Kesenjangan ini menjadi krusial mengingat potensi teknologi untuk memperkuat integritas halal dan efisiensi rantai pasok. Selain itu, kesiapan infrastruktur dan kapasitas UMKM dalam menghadapi regulasi wajib sertifikasi halal pasca-2024 belum banyak dieksplorasi secara komprehensif, padahal ini merupakan faktor penentu keberhasilan implementasi kebijakan di lapangan.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengintegrasikan model transformasi ekonomi syariah berbasis inovasi digital dengan prinsip keberlanjutan (*sustainability*) dalam ekosistem industri halal Indonesia pasca-mandatori sertifikasi 2024. Pendekatan ini memungkinkan analisis komprehensif menggunakan data terbaru, termasuk proyeksi hingga tahun 2025, yang belum banyak dibahas secara mendalam dalam literatur sebelumnya. Kontribusi signifikan penelitian ini adalah memberikan pemahaman yang lebih holistik tentang bagaimana Indonesia dapat mengoptimalkan potensi industri halalnya melalui sinergi

antara regulasi, teknologi, dan nilai-nilai ekonomi Islam, sehingga menghasilkan strategi yang lebih adaptif, berdaya saing, inklusif, dan berkelanjutan di pasar global.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini mengkonfirmasi bahwa industri halal di Indonesia menunjukkan perkembangan yang signifikan dan strategis dalam perspektif ekonomi Islam, didorong oleh fondasi halalan-tayyiban dan Maqasid Shariah serta transformasi regulasi menjadi wajib. Indonesia berhasil mempertahankan posisi terkemuka di ekonomi halal global dengan nilai pasar dan proyeksi pengeluaran konsumen Muslim yang substansial. Meskipun demikian, tantangan besar masih dihadapi dalam hal rendahnya tingkat sertifikasi halal di kalangan UMKM, yang mengindikasikan kesenjangan antara kebijakan dan implementasi di lapangan. Melalui integrasi inovasi digital dan prinsip keberlanjutan, penelitian ini menawarkan kerangka komprehensif yang mengisi kesenjangan riset sebelumnya, memberikan pemahaman holistik dan kontribusi signifikan terhadap pengembangan strategi industri halal yang lebih adaptif, berdaya saing, inklusif, dan berkelanjutan di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H. (2022). *Perkembangan Industri Halal di Indonesia*.
- BPJPH. (2025). *Kepala BPJPH: Peluang Industri Halal Sangat Besar, Saatnya Kita Gerak Cepat*. Diakses dari <https://bpjph.halal.go.id/detail/kepala-bpjph-peluang-industri-halal-sangat-besar-saatnya-kita-gerak-cepat/>
- Data Bridge Market Research. (n.d.). *Indonesia Halal Market Size, Share, and Trends Analysis*.
- Dinar Standard. (n.d.). *State of the Global Islamic Economy Report 2021-2023*.
- Economica: Jurnal Ekonomi Islam. (2024). *Strategi Penguatan Halal Supply Chain di Indonesia Dalam Menghadapi Global Islamic Economy*.
- JHPR (Journal of Halal Product and Research). (2025). *Digital innovation, sustainability principles, and multi-sector diversification models of Indonesia's halal industry: an analysis of sharia economic transformation*.
- Journal of Islamic Marketing. (2024). *Revisiting the Halal supply chain: A bibliometric visualization and future research direction*.
- Julian, F. A. (2025). Blockchain and AI Integration in Halal Supply Chains. *RIGGS*, 2(1), 2451.
- Jurnal Teknik Industri. (2024/2026). *The Development of Halal Supply Chain Research in Indonesia: A Comparative Study*.
- Lutfi, C. (2025). Critical Review of Halal Industry Policy in Indonesia. *ISCS*, 1(1), 717.
- Maulana, D. F. (2024). Maqashid Syariah dan Kinerja Produk Halal: Analisis. *Inright*, 4(1), 4647.
- ResearchGate. (2026). *Halal industry as Indonesia's new economic engine*.
- Sucipto, S. (2026). Analysis of self-declared halal certification in Indonesia. *Cogent Business & Management*, 13(1), 2660378.

- Syarofi, M. (2025). The Urgency of Halal Industry Development In Indonesia. *JSE*, 8(1), 2711.
- Zulkifli, S. N., et al. (2023). Maqasid Syariah and Digital Transformation of Halal Supply Chain. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*, 11, 9.
- Indonesia: regulation, barriers, and opportunity. *Cogent Business & Management*, 13(1), 2660378.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (2nd ed.). Sage Publications.
- Saifuddin, W. A., & Setiawan, F. (2025). Digital innovation, sustainability principles, and multi-sector diversification models of Indonesia's halal industry: an analysis of sharia economic transformation. *Journal of Halal Product and Research*, 8(1).
- Sucipto, S., et al. (2026). Analysis of self-declared halal certification in Indonesia: regulation, barriers, and opportunity. *Cogent Business & Management*, 13(1), 2660378.