

Peran Halal Value Chain dalam Penguatan Ekosistem Industri Halal di Indonesia: Pendekatan Strategis

Fahath Haikal Aziz¹

UIN Sunan Ampel Surabaya

fahathhaikal07@gmail.com

Article History

Received : 02/12/2024

Revised : 16/12/2024

Accepted : 03/01/2025

Abstract:

The halal industry in Indonesia presents a significant opportunity for economic growth, supported by the country's large Muslim demographic. However, this potential has not been fully realized due to challenges in implementing a comprehensive Halal Value Chain (HVC). This study aims to examine the role of HVC in strengthening Indonesia's halal industry ecosystem by identifying existing obstacles and proposing strategic solutions. Using a descriptive qualitative method with library research, this article identifies key components of HVC and discusses the need for collaboration among stakeholders, alignment with international standards, and digital transformation. The findings highlight the importance of developing an integrated halal infrastructure, enhancing collaboration between sectors, and adopting blockchain technology for transparency. These strategies aim to position Indonesia as a global leader in the halal industry and improve the competitiveness of its halal products in international markets.

Keywords: Halal Value Chain; Halal Industry; Industrial Ecosystem; Halal Products

Abstrak

Industri halal di Indonesia menghadirkan peluang signifikan bagi pertumbuhan ekonomi, didukung oleh demografi Muslim yang besar di negara ini. Namun, potensi ini belum sepenuhnya terwujud karena tantangan dalam menerapkan Rantai Nilai Halal (HVC) yang komprehensif. Studi ini bertujuan untuk mengkaji peran HVC dalam memperkuat ekosistem industri halal Indonesia dengan mengidentifikasi kendala yang ada dan mengusulkan solusi strategis. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan penelitian kepustakaan, artikel ini mengidentifikasi komponen-komponen utama HVC dan membahas perlunya kolaborasi antar pemangku kepentingan, penyelarasan dengan standar internasional, dan transformasi digital. Temuan-temuan tersebut menyoroti pentingnya mengembangkan infrastruktur halal yang terintegrasi, meningkatkan kolaborasi antar sektor, dan mengadopsi teknologi blockchain untuk transparansi. Strategi-strategi ini bertujuan untuk memposisikan Indonesia sebagai pemimpin global dalam industri halal dan meningkatkan daya saing produk halalnya di pasar internasional..

Kata Kunci: Halal Value Chain; Industri Halal; Ekosistem Industri; Produk Halal

PENDAHULUAN

Kemajuan industri halal di Indonesia merupakan respons yang signifikan terhadap evolusi ekonomi bangsa menuju model yang lebih berkelanjutan, ditandai dengan munculnya paradigma baru industrialisasi. Sektor ini tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen Muslim tetapi juga memiliki kapasitas untuk bertindak sebagai katalis penting untuk ekspansi ekonomi. Indonesia berdiri sebagai negara dengan demografi Muslim terbesar secara global, dengan populasi 241,7 juta, yang merupakan sekitar 89,02% dari total populasi 275,34 juta¹. Oleh karena itu, Indonesia diberkahi dengan potensi besar untuk menumbuhkan ekonomi Islam sebagai sumber ekonomi baru. Seperti yang dilaporkan dalam State of The Global Islamic Report (2023), Indonesia telah

¹Kementerian Dalam Negeri Dukcapil, "Data Kependudukan," 2022, <https://dukcapil.kemendagri.go.id/page/read/data-kependudukan>.

mengamankan posisi di antara tiga negara teratas dalam Indikator Ekonomi Islam Global (GIEI). Peningkatan peringkat ini mendukung inisiatif yang bertujuan memperkuat ekosistem halal melalui dukungan kuat untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di berbagai sektor. Selain itu, Indonesia juga telah menjalin kerjasama dengan beberapa negara di seluruh dunia untuk meningkatkan jaminan layanan produk halal².

Indonesia yang telah diakui sebagai negara dengan demografi Muslim paling luas secara global, memiliki prospek yang signifikan untuk kemajuan industri halal, yang mencakup sektor-sektor seperti makanan, minuman, kosmetik, farmasi, dan pariwisata. Sayangnya, potensi ini belum sepenuhnya diaktualisasikan dengan cara yang optimal. Tantangan utama yang dihadapi adalah penegakan halal value chain (HVC) yang tidak memadai di seluruh ekosistem industri halal. Kerangka kerja HVC mengharuskan setiap fase proses, mulai dari hulu hingga hilir, mematuhi kriteria kehalalan yang ketat untuk menjamin bahwa produk secara otentik halal. Namun demikian, pelaksanaan HVC terus menghadapi banyak hambatan besar³.

Masalah utama dalam realisasi HVC di Indonesia adalah fragmentasi infrastruktur halal. Saat ini, banyak operator bisnis, khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), menghadapi hambatan yang signifikan dalam mengamankan akses yang memadai ke fasilitas sertifikasi halal, laboratorium, dan lembaga pendukung lainnya⁴. Selain itu, proses sertifikasi, yang sering dianggap rumit dan berlarut-larut, menimbulkan tantangan yang berbeda bagi pemangku kepentingan industri yang berusaha menerapkan HVC secara konsisten. Kesulitan ini diperburuk oleh kelangkaan sumber daya manusia terlatih yang mahir dalam memahami standar halal di semua aspek rantai pasokan.

Pemerintah Indonesia terus berupaya meningkatkan rantai nilai dalam industri halal, terutama melalui perumusan Masterplan Industri Halal Indonesia⁵, di mana rantai nilai halal diartikulasikan sebagai strategi utama untuk menjamin hilirisasi halal. Untuk mewujudkan rencana strategis ini, sangat penting bahwa ada sinergi dan upaya kolaboratif yang komprehensif di antara berbagai pemangku kepentingan untuk memastikan pencapaian dalam jangka waktu yang ditentukan. Dalam konteks rantai nilai halal, ekosistem mencakup jaringan kompleks dari berbagai sektor, termasuk perusahaan, pemerintah, dan organisasi lembaga swadaya masyarakat, yang terdiri dari minimal beberapa sektor, khususnya: sektor barang dan jasa, infrastruktur, sumber daya manusia (SDM), dan keterlibatan dukungan pemerintah.

Selain itu, peraturan yang berlaku yang berkaitan dengan pemeliharaan produk sering dianggap tidak cukup beradaptasi dengan persyaratan operator bisnis, terutama usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang menghadapi kendala terkait dengan sumber daya keuangan dan aksesibilitas⁶. Prosedur sertifikasi, yang memerlukan investasi finansial yang besar dan komitmen waktu, menghadirkan tantangan berat bagi banyak usaha kecil dan menengah (UKM) dalam memperoleh sertifikasi halal⁷. Akibatnya, produk mereka sering berjuang untuk mempertahankan daya saing di pasar yang semakin jenuh, baik dalam skala domestik maupun di

²State of the Global Islamic Economy Report SGIE, "State of the Global Islamic Economy Report," *DinarStandard*, 2023, 1–40, <https://haladinar.io/hdn/doc/report2018.pdf>.

³Muhammad Fajrul Hakim, "Studi Library Research : Penguatan Ekosistem Halal Value Chain Di Indonesia Untuk Industri Halal Global" 4, no. 4 (2024): 2227–38.

⁴Miftahul Hasanah, Istikomah, and Muhammad Syafii, "Implementasi Halal Value Chain Dalam Mewujudkan Ekosistem Halal Pada Produk Unggulan UD Mitra Jamur Jember," *At-Tasharruf "Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Syariah"* 5, no. 2 (2023): 98–107, <https://doi.org/10.32528/at.v5i2.1131>.

⁵(KNEKS 2023-2029)

⁶Adlin Masood and Aisyah Zaidi, "Empowerment of SME's Sustainability in Halal Cosmetics' Ecosystem by Diagnosing Growth Constraints," *Journal of Islamic Marketing*, 2021, <https://doi.org/10.1108/jima-12-2020-0371>.

⁷Aniq Akhmad Ali Bawafie, Muhammad Danial Thompson, and Rahmawati Muin, "Industri Halal: Paradigma Tauhid Mewujudkan Rantai Nilai Halal Di Indonesia," *Kinerja* 6, no. 02 (2024): 398–405, <https://doi.org/10.34005/kinerja.v6i02.3972>.

arena internasional. Kekurangan infrastruktur halal, ditambah dengan kelangkaan pendidikan mengenai pentingnya HVC, menghalangi kemajuan industri halal Indonesia ke tingkat persaingan global⁸.

Kekurangan penting lainnya berkaitan dengan penerapan teknologi yang tidak memadai untuk mendukung HVC. Memang, inovasi digital seperti blockchain, yang menawarkan peningkatan transparansi dan keterlacakan di setiap fase produksi, memiliki potensi signifikan untuk memfasilitasi pemantauan proses yang cermat dalam rantai nilai halal. Sayangnya, teknologi ini belum secara luas diintegrasikan ke dalam ekosistem industri halal di Indonesia, terutama oleh usaha kecil yang tetap terkendala dalam pengetahuan dan sumber daya yang diperlukan untuk adopsi teknologi tersebut⁹.

Artikel ini dibuat dengan tujuan untuk mengkaji lebih dalam peran halal value chain (HVC) dalam membangun ekosistem industri halal yang kokoh di Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih luas tentang pentingnya HVC serta tantangan yang dihadapi dalam penerapannya. Melalui pendekatan strategis, artikel ini juga berupaya menawarkan solusi yang dapat diterapkan oleh pelaku industri dan pemerintah dalam membangun infrastruktur HVC yang lebih solid. Selain itu, artikel ini bertujuan untuk memperkuat sinergi antar pemangku kepentingan guna menciptakan ekosistem halal yang terpadu dan berdaya saing

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan kepustakaan (*library research*). Penelitian ini menggunakan data sekunder yang didapatkan melalui artikel ilmiah maupun dokumen lainnya yang relevan. Data yang didapatkan tersebut kemudian dianalisis dengan menghasilkan penjelasan deskriptif berupa kata-kata, gambar maupun simbol yang dihubungkan dengan objek penelitian ini¹⁰. Pendekatan ini memungkinkan identifikasi peran halal value chain (HVC) dalam membangun ekosistem industri halal serta pengembangan strategi penguatan yang komprehensif.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dalam tiga tahapan, yaitu reduksi data, kategorisasi data, dan verifikasi data. Reduksi data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyeleksi semua data melalui pemotongan dan penyederhanaan data yang ada sesuai dengan topik penelitian. Selanjutnya dilakukan kategorisasi data yang sudah direduksi sesuai dengan topik penelitian yaitu peran halal value chain dalam ekosistem industri halal. Tahapan terakhir adalah verifikasi data untuk menarik konklusi yang merupakan interpretasi peneliti terhadap data. Verifikasi dilakukan dengan teknik triangulasi, yaitu mengkomparasikan antara satu sumber data dengan sumber data lainnya¹¹.

DISKUSI DAN PEMBAHASAN

Konsep Halal Value Chain (HVC)

Halal Value Chain (HVC) merupakan kolaborasi komprehensif antara beragam industri yang mencakup input, produksi, distribusi, pemasaran, dan konsumsi. Ketika memproduksi produk halal, sangat penting untuk meneliti kualitas bahan baku serta proses teknologi yang digunakan dalam produksi. Berkenaan dengan pengemasan, ini berfungsi sebagai bukti praktik

⁸ E Siswoyo, "Strengthening Halal Industry in Increasing Competitiveness and Economic Opportunities in Industrial Revolution Era 4.0," *Annual International Conference on Islamic Economics and Business (AICIEB)*, 2021, <https://doi.org/10.18326/aicieb.v1i0.9>.

⁹ Irfan Bahar Nurdin, "Pemanfaatan Teknologi Blockchain Untuk Meningkatkan Kualitas Keterjaminan Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Di Indonesia," *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 8, no. 1 (2024): 95–104, <https://doi.org/10.30868/ad.v8i01.6469>.

¹⁰ Hardani Ahyar et al., *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, 2020.

¹¹ Matthew B. & A. Michael Huberman Miles, *Analisis Data Kualitatif* (Jakarta: UI-Press, 2009).

kebersihan dan kepatuhan terhadap standar kebersihan yang dipertahankan sepanjang seluruh proses produksi, yang berpuncak pada produk akhir yang diterima oleh konsumen Muslim¹².

Secara umum, HVC mencakup beberapa tahap penting:

1. Sourcing Bahan Baku Halal: Menjaga kehalalan bahan baku merupakan tahap pertama dalam HVC. Hal ini mencakup seleksi pemasok yang bersertifikat halal, bahan yang diperoleh secara halal, dan metode pemrosesan yang tidak mencemari bahan dengan bahan yang haram.
2. Produksi dan Pengolahan: Tahap ini memerlukan proses produksi yang terjaga dari kemungkinan kontaminasi dengan bahan non-halal atau najis. Proses produksi dalam HVC harus memastikan penggunaan peralatan, fasilitas, dan lingkungan produksi yang memenuhi persyaratan halal.
3. Penyimpanan dan Distribusi: Produk yang sudah diproses harus disimpan dan didistribusikan sesuai standar halal, termasuk dalam pengelolaan gudang dan transportasi yang bebas dari kontaminasi atau pencampuran dengan produk non-halal.
4. Pengemasan dan Pemasaran: Pengemasan harus dirancang untuk menjaga kehalalan dan kualitas produk. Pemasaran juga sebaiknya mempertimbangkan prinsip etis sesuai panduan Islam.

Kerangka kerja yang digunakan untuk mencapai tujuan Indonesia untuk memantapkan dirinya sebagai pusat utama ekonomi syariah di seluruh dunia berfokus pada penguatan rantai nilai halal (HVC). Dalam model ini, berbagai industri yang selaras dengan kebutuhan masyarakat Muslim dibagi menjadi segmen yang berbeda, yang meliputi beberapa kluster (1) yang pertama adalah klaster makanan dan minuman halal; (2) pariwisata halal; (3) fesyen muslim; (4) media dan rekreasi halal; (5) farmasi dan kosmetik halal dan (6) energi terbarukan. Keenam klaster diatas merupakan strategi utama dalam memperkenalkan polah hidup halal (*halal lifestyle*) kepada masyarakat¹³.

Kementerian Agama melalui pemberlakuan Undang-Undang No. 33 Tahun 2014, menetapkan peraturan yang berkaitan dengan jaminan produk halal di Indonesia, mengamanatkan bahwa produsen wajib mendaftarkan produk mereka. Prosedur penerbitan sertifikasi halal mencakup beberapa komponen penting, antara lain Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan Lembaga Inspeksi Halal (LPH). Pembentukan UU ini semakin diperkuat dengan diundangnya Peraturan Pemerintah No. 31 Tahun 2019, yang membahas jaminan produk halal. Peraturan ini bercita-cita untuk meningkatkan kejelasan informasi dan transparansi bagi konsumen produk halal, serta untuk memfasilitasi perluasan pasar industri halal di Indonesia. Produk halal didefinisikan sebagai barang yang memiliki sertifikasi halal, dilambangkan dengan dimasukkannya logo halal pada kemasannya. Bagi penganut Islam, logo halal ini menandakan bahwa produk tersebut sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh syariah Islam. Sebaliknya, bagi non-Muslim, simbol halal berfungsi sebagai indikator kebersihan, kualitas, dan keamanan¹⁴.

Rantai nilai atau analisis rantai nilai, mengacu pada sukseki kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan. Strategi yang berkaitan dengan rantai nilai memerlukan integrasi input, proses manufaktur, mekanisme distribusi, upaya pemasaran, dan konsumsi, yang berpuncak pada produk akhir. Semua elemen ini harus mencerminkan prinsip-prinsip syariah. Dari analisis ini, dapat disimpulkan bahwa konsep halal dalam Islam mencakup

¹² Hasanah, Istikomah, and Muhammad Syafii, "Implementasi Halal Value Chain Dalam Mewujudkan Ekosistem Halal Pada Produk Unggulan UD Mitra Jamur Jember."

¹³ Andro Agil Nur Rakhmad et al., *Development of Halal Value Chain (HVC) Ecosystem Based on Digital Platform to Improve Halal Certified Products on Msmes in East Java*, vol. 1 (Atlantis Press International BV, 2023), https://doi.org/10.2991/978-94-6463-188-3_16.

¹⁴ Hasanah, Istikomah, and Muhammad Syafii, "Implementasi Halal Value Chain Dalam Mewujudkan Ekosistem Halal Pada Produk Unggulan UD Mitra Jamur Jember."

berbagai aspek yang komprehensif. Rantai nilai halal melampaui esensi objek belaka, meluas ke metodologi pemrosesan, sistem penjualan, dan utilitas produk. Jadi, ketika faktor-faktor ini cukup terpenuhi, mereka diyakini memberikan berkat kepada pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi, memberikan manfaat baik pada kesejahteraan fisik mereka maupun aset mereka.

Pendekatan utama untuk meningkatkan rantai nilai halal di Indonesia dilaksanakan melalui lima inisiatif utama, khususnya melalui pembentukan pusat halal di berbagai daerah yang selaras dengan keunggulan komparatif dari masing-masing daerah terkemuka, perumusan standar halal yang efektif dan diakui secara global, pelaksanaan kampanye mempromosikan gaya hidup halal, pengenalan program insentif yang bertujuan mendorong pemangku kepentingan lokal dan internasional untuk berinvestasi dalam kemajuan industri rantai nilai halal (meliputi mentah mentah) bahan, produksi, distribusi, dan promosi), dan penciptaan pusat halal internasional untuk memperkuat kolaborasi antar pemerintah¹⁵.

Paradigma Ekosistem Industri Halal

Ekosistem mewakili tatanan kesatuan kohesif yang memberikan pengaruh timbal balik pada setiap komponen dalam lingkungan hidup, ditandai dengan interaksi yang kompleks antara organisme hidup dan lingkungannya. Interaksi semacam itu dapat menimbulkan transformasi sosial yang secara signifikan mempengaruhi pilihan gaya hidup individu atau kelompok dalam upaya mereka untuk memenuhi kebutuhan mereka. Kepatuhan terhadap prinsip-prinsip halal sangat penting bagi umat Islam di semua aspek kehidupan, termasuk konsumsi barang dan pemanfaatan layanan dan fasilitas. Seiring berjalannya waktu, konsep halal melampaui kebutuhan belaka bagi umat Islam, berkembang menjadi manifestasi perilaku dari identitas seseorang¹⁶. Menurut Kotler, gaya hidup mencakup pola khas keberadaan manusia di dunia, diartikulasikan melalui aktivitas, minat, dan pendapat seseorang, yang secara kolektif menggambarkan diri holistik individu dalam kaitannya dengan lingkungannya. Dalam konteks ini, gaya hidup halal mengacu pada tindakan yang dilakukan oleh individu yang dilaksanakan sesuai dengan kemampuan mereka, ditandai dengan kebenaran, kejujuran, integritas, martabat, dan kepatuhan terhadap ajaran Islam¹⁷.

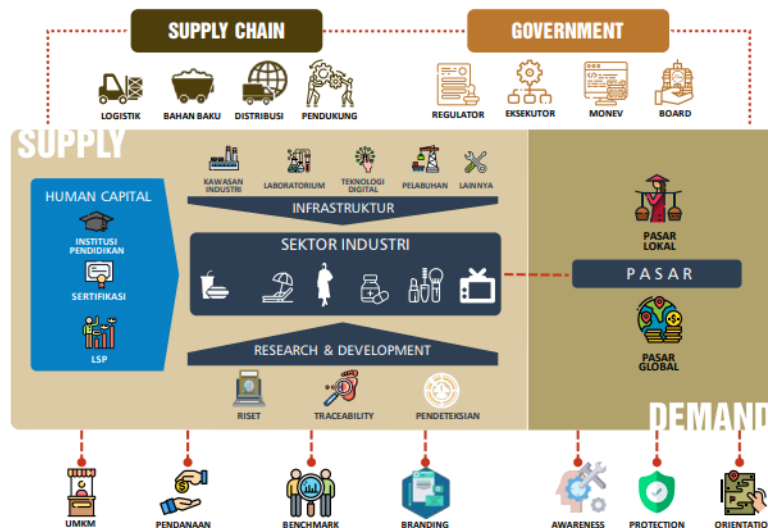
Ekosistem industri halal dikembangkan sebagai salah satu langkah strategis yang tertuang dalam Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia (MEKSI) 2019-2024. Pengembangan ekosistem industri halal ini bertujuan untuk mendukung akselerasi pengembangan industri halal.

¹⁵Muslihati, "Milenial Sebagai Penggerak Ekosistem Halal Value Chain Di Indonesia," *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)* 1, no. 2 (2020): 45–55, <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/ssbm/article/view/16459/9567%0Ahttp://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/ssbm/article/view/16459>.

¹⁶Hakim, "Studi Library Research : Penguatan Ekosistem Halal Value Chain Di Indonesia Untuk Industri Halal Global."

¹⁷Robi Krisna and M Yusuf, "Halal Ecosystem Improvement Study Reviewed of Halal Product Regulations Halal," *International Journal of Research and Review*, 2023, <https://doi.org/10.52403/ijrr.20230243>.

Gambar 1.
Ekosistem Industri Halal



Sumber: Komite Nasional Keuangan Syariah

Ekosistem yang penting untuk kemajuan industri halal menggunakan pendekatan pasokan (*Supply*), permintaan (*demand*), dan pendukung (*enabler*). Dari perspektif pasokan (*supply*), kehadiran industri halal Indonesia di berbagai sektor (termasuk makanan, pariwisata, fashion, obat-obatan, media, dan energi terbarukan) telah menghasilkan berbagai produk halal yang tersedia untuk konsumsi publik. Kapasitas untuk menyediakan beragam produk halal sangat bergantung pada kualitas dan kontribusi sumber daya manusia yang mahir, infrastruktur yang memfasilitasi proses produksi, saluran distribusi yang efisien, dan kemajuan penelitian terkait produk halal Indonesia. Kecukupan sumber daya manusia, di samping pengetahuan dan keahlian mereka yang diperlukan dalam praktik halal, memerlukan kerangka pengembangan yang kuat untuk sumber daya manusia. Perkembangan ini dapat diwujudkan baik melalui lembaga pendidikan formal maupun informal, selain sertifikasi kompetensi (auditor) yang berkaitan dengan halal melalui lembaga pendidikan sertifikasi¹⁸.

Di luar sumber daya manusia, evolusi industri halal memerlukan dukungan infrastruktur yang mendukung kerangka operasional sektor halal Indonesia. Dukungan infrastruktur tersebut dapat diaktualisasikan dengan membangun kawasan industri yang berfungsi sebagai pusat produksi untuk produk halal, laboratorium yang dirancang untuk pengujian dan kemajuan produk halal, sistem teknologi informasi yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi manajerial dan khususnya pemasaran barang-barang halal, di samping dukungan infrastruktur tambahan seperti jaringan transportasi, pelabuhan, bandara, dan fasilitas serupa¹⁹.

Selain itu, kemajuan industri halal memerlukan dukungan infrastruktur yang sangat penting untuk operasionalisasi sektor halal Indonesia. Dukungan infrastruktur ini dapat diwujudkan melalui pembentukan kawasan industri sebagai titik fokus untuk manufaktur produk halal, laboratorium yang memfasilitasi pengujian dan inovasi produk halal, teknologi informasi untuk mengoptimalkan praktik manajemen dan khususnya pemasaran penawaran halal, serta

¹⁸ Nurulhuda Noordin, N Noor, and Zainal Samicho, "Strategic Approach to Halal Certification System: An Ecosystem Perspective," *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 121 (2014): 79–95, <https://doi.org/10.1016/J.SBSPRO.2014.01.1110>.

¹⁹ M Rachman, "Halal Industry in Indonesia: Role of Sharia Financial Institutions in Driving Industrial and Halal Ecosystem," *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 2019, <https://doi.org/10.15408/aiq.v11i1.10221>.

penyediaan infrastruktur pelengkap seperti jalan, pelabuhan, dan bandara. Dukungan tambahan penting untuk perkembangan industri halal meliputi fasilitasi akses ke mekanisme pendanaan yang memadai dan memadai; perbandingan terhadap ekosistem industri halal lainnya untuk pembaruan dan adaptasi berkelanjutan; branding ekstensif memanfaatkan kemajuan pesat dalam teknologi digital; dan meningkatnya keterlibatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai kontributor penting dalam industri halal Indonesia²⁰.

Dalam hal dinamika permintaan, keberadaan industri halal, didukung oleh populasi Muslim yang besar, menempatkan Indonesia sebagai pasar yang sangat menjanjikan untuk ekspansi sektor halal. Sebaliknya, kemajuan industri halal nasional berfungsi sebagai mekanisme perlindungan bagi komunitas Muslim terhadap potensi risiko yang terkait dengan konsumsi produk non-halal²¹. Selain itu, untuk menumbuhkan lingkungan yang kondusif bagi interaksi Penawaran dan Permintaan dalam ekosistem industri halal, pembentukan sistem rantai pasokan yang efisien adalah yang terpenting. Ini termasuk memastikan ketersediaan bahan baku yang memadai, berkualitas tinggi, kompetitif, kerangka kerja logistik yang efektif, jaringan distribusi yang kuat, dan penerapan sistem informasi yang optimal.

Dalam kerangka rantai pasokan, sangat penting untuk membangun sistem logistik yang mahir, di samping ketersediaan bahan baku yang berkualitas, hemat biaya, beragam, dan berkelanjutan, dilengkapi dengan sistem pemasaran yang optimal untuk memastikan daya saing produk halal nasional di pasar halal global²². Selain itu, keterlibatan lembaga tambahan seperti entitas perbankan, industri keuangan non-bank (IKNB), asosiasi bisnis, dan lembaga keuangan yang mematuhi syariah sangat penting. Dukungan dari pemerintah, dalam kapasitasnya sebagai regulator, pelaksana, dan evaluator, sangat penting sebagai kekuatan pendukung dalam ekosistem industri halal nasional. Pemerintah dapat memfasilitasi percepatan pengembangan industri halal Indonesia melalui kebijakan strategis, bantuan keuangan, dan inisiatif bimbingan. Dengan demikian, pemerintah memainkan peran penting dalam membangun kerangka peraturan dasar²³.

Implementasi HVC pada Industri Halal di Indonesia

Dengan demografi muslim yang unggul dan kekayaan alam yang beragam, industri halal Indonesia memiliki potensi untuk berkembang pesat dengan menjadi pusat industri halal dunia. Kita dapat melihat komitmen untuk memperkuat ekosistem HVC di Indonesia dalam berbagai pendekatan dan kontribusinya²⁴. Besarnya basis konsumen untuk produk halal di Indonesia memiliki potensi untuk meningkatkan prospek kemajuan industri halal dalam memenuhi permintaan konsumen baik di dalam negeri maupun internasional. Pasar yang luar biasa untuk penawaran halal di Indonesia sudah matang dengan peluang untuk meningkatkan industri halal, memungkinkannya memenuhi keinginan konsumen baik lokal maupun luar negeri.

Pada saat ini, evolusi industri halal di Indonesia masih terpengaruh oleh domain makanan dan kosmetik. Pada saat yang sama, ada berbagai sektor menguntungkan dalam industri halal yang mengundang studi dan peningkatan yang lebih mendalam. Di bawah ini, kami mengeksplorasi kemungkinan peluang dalam ranah industri halal yang dapat dikembangkan lebih lanjut.

²⁰ Masood and Zaidi, "Empowerment of SME's Sustainability in Halal Cosmetics' Ecosystem by Diagnosing Growth Constraints."

²¹ Siswoyo, "Strengthening Halal Industry in Increasing Competitiveness and Economic Opportunities in Industrial Revolution Era 4.0."

²² K A Adham et al., "Halal Industry in Uzbekistan: Analysis Using the Viable System Model," *Kybernetes*, 2023, <https://doi.org/10.1108/k-11-2022-1598>.

²³ Atmo Prawiro and Fathudin Fathudin, "Challenges in the Halal Industry Ecosystem: Analyzing the Halal Certification Process for Micro, Small, and Medium Enterprises in Lombok, West Nusa Tenggara," *Mazahib*, 2023, <https://doi.org/10.21093/mj.v22i2.7010>.

²⁴ Hakim, "Studi Library Research : Penguatan Ekosistem Halal Value Chain Di Indonesia Untuk Industri Halal Global."

a. Makanan dan Minuman Halal

Salah satu industri halal dengan pendapatan terbesar setiap tahunnya, sektor ini akan terus berkembang karena masyarakat semakin peduli dengan kehalalan barang-barang yang dikonsumsi. Makanan halal sangat terkait dengan semua kebutuhan umat muslim, sehingga perkembangannya meningkat pesat. Mengonsumsi makanan halal harus memenuhi standar kesehatan yang disertifikasi oleh Lembaga Pengawasan Pangan Obat dan Makanan Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI). Sertifikasi halal sekarang menjadi ukuran pelanggan untuk menilai kualitas produk yang dijual. Hal ini terkait dengan kebijakan saat ini yang meningkatkan konsumsi dan distribusi global²⁵.

Industri makanan dan minuman terdiri dari serangkaian aktivitas industri yang berkontribusi pada proses pengolahan, konversi, persiapan, pengawetan, dan pengemasan makanan. Saat ini, industri makanan telah terdiversifikasi. Industri olahan besar dengan proses mekanik dan modal intensif, manufaktur tradisional kecil dan usaha keluarga padat karya. Dengan mengubah komoditas pertanian menjadi produk akhir yang memenuhi berbagai kebutuhan konsumen, industri ini memainkan peran penting dalam rantai makanan global²⁶.

Industri makanan Indonesia telah berkembang pesat dengan berbagai produk, berkat keragaman budaya Indonesia yang kaya dengan berbagai jenis makanan olahan dan cita rasa yang berbeda. Karena keinginan Indonesia untuk meningkatkan produksi pertaniannya, sektor agrikultur berkembang dengan fokus pada peningkatan produksi dan perdagangan makanan. Produk pertanian adalah supplier di sisi hulu rantai nilai makanan halal. Hal ini menjadi penting untuk mengubah makanan menjadi produk siap saji yang dapat dimakan.

Di samping itu, industri makanan dan minuman nasional semakin kompetitif karena jumlahnya semakin banyak. Tidak hanya meliputi perusahaan skala besar, tetapi juga industri kecil dan menengah yang telah menjangkau tingkat kabupaten. Namun, menurut laporan LPPOM MUI, Indonesia adalah negara pengimpor pangan halal terbesar ke-4 di dunia. Belum menjadi pemain utama dalam industri makanan halal secara keseluruhan. Yang memimpin pasar makanan halal di Indonesia adalah Industri besar²⁷.

Industri makanan dan minuman halal harus memastikan bahwa produk halal dari bahan baku hingga produk akhir yang dapat dikonsumsi. Untuk memastikan bahwa barang dan jasa adalah halal, manajemen rantai nilai halal sangat penting. Penanganan produk halal dan tidak halal harus berbeda. Sehingga masyarakat dapat dengan mudah membedakan keduanya, prosesnya harus berlangsung dari hulu hingga hilir²⁸. Dengan rantai nilai halal maka harapan akan standar mutu, kualitas, pelayanan produk dan jasa halal menjadi kenyataan. Semuanya terintegrasi mulai dari input, produksi, distribusi, pemasaran, dan konsumsi.

²⁵ Rakhmad et al., *Development of Halal Value Chain (HVC) Ecosystem Based on Digital Platform to Improve Halal Certified Products on Msmes in East Java*.

²⁶ Hasanah, Istikomah, and Muhammad Syafii, "Implementasi Halal Value Chain Dalam Mewujudkan Ekosistem Halal Pada Produk Unggulan UD Mitra Jamur Jember."

²⁷ SGIE, "State of the Global Islamic Economy Report."

²⁸ Muslihati, "Milenial Sebagai Penggerak Ekosistem Halal Value Chain Di Indonesia."

Gambar 2.
Value Chain Makanan dan Minuman Halal



Sumber: Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024

Kemudian, pastikan bahwa proses dari distribusi produk makanan dan minuman halal juga aman di gudang, saat dikemas, hingga disimpan dalam ruang pendingin, dan saat diolah. Kemudian dalam pemasaran, penting untuk menunjukkan nilai syariah mulai dari supermarket, toko kelontong, hingga konsumen di restoran, hotel, dan rumah makan. Produk tersebut tidak boleh dicampur dengan makanan yang tidak halal. Selanjutnya, untuk memastikan nilai halal dan integritas tetap terjaga, pendanaan harus menggunakan keuangan syariah secara menyeluruh. Asuransi syariah digunakan untuk mengurangi risiko dalam bisnis.

b. Pariwisata Halal

Wisata merupakan kebutuhan penting bagi setiap orang dalam hidupnya. Kehadiran pariwisata menjadi fokus baru sektor ekonomi untuk menawarkan keuntungan melalui promosi destinasi yang bagus. Fasilitas yang tersedia juga menjadi penting dalam pariwisata halal karena dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang menjanjikan. Pariwisata halal didukung oleh kreativitas dan kebaruan sistem sesuai dengan aturan syariah. Diperlukan fasilitas makanan dan minuman halal serta penginapan yang nyaman, higienis, dan bebas perzinahan ²⁹.

Pariwisata adalah salah satu industri yang menjanjikan di seluruh dunia. Peningkatan jumlah destinasi wisata dan investasi mendorong sektor pariwisata menjadi faktor utama dalam menciptakan pendapatan devisa, lapangan kerja, serta pengembangan usaha dan infrastruktur. Selain itu, pariwisata juga menjadi salah satu sektor terbesar dan tercepat pertumbuhannya dibandingkan sektor lain. Di pasar ekonomi syariah global, industri pariwisata halal Indonesia berada di peringkat ke-4 setelah Malaysia, UAE, dan Turki ³⁰. Hal ini menunjukkan bahwa pariwisata halal di Indonesia sudah memenuhi kebutuhan pariwisata halal di seluruh dunia. Kemampuan tersebut dapat digunakan untuk meningkatkan daya saingnya.

Indonesia juga menawarkan destinasi wisata yang ramah untuk wisatawan Muslim. Tempat wisata di Indonesia menonjol karena alam yang lestari, budaya yang beragam dan unik, serta destinasi yang berkualitas tinggi di tingkat global. Berdasarkan situasi sekarang, pariwisata halal di Indonesia didorong untuk menjadi sektor unggulan yang bisa meningkatkan pertumbuhan

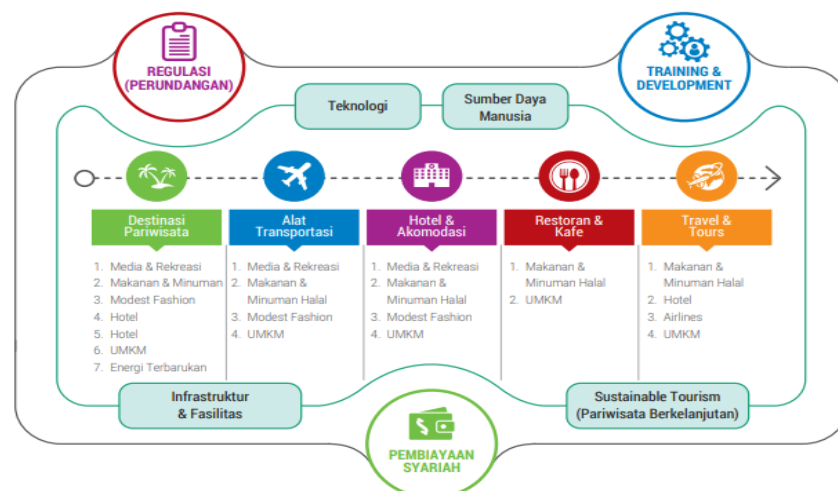
²⁹ Aan Jaelani, "Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects," *MPRA Paper*, no. 76237 (2017): 1–20.

³⁰ Harbeng Masni et al., "Halal Value Chain Education: Economic Improvement Efforts in the Development of Halal Tourism Products," *Juket* 4, no. 1 (2024): 12–14, <https://doi.org/10.54076/juket.v4i1.448>.

ekonomi. Indonesia berupaya memperkenalkan pariwisata halal yang dimiliki ke seluruh dunia. Ini dilakukan dengan mengikuti acara World Halal Tourism di Abu Dhabi pada tahun 2016. Yang dimana Indonesia telah memenangkan 12 dari total 16 kategori penghargaan pada acara tersebut. Indonesia memiliki berbagai faktor yang mendukung perkembangan pariwisata halal untuk menarik minat pasar global. Namun, perlu dilakukan upaya untuk mengembangkan pariwisata halal di Indonesia³¹.

Dalam ekosistem pariwisata halal, ada kesempatan dan tantangan yang perlu dimanfaatkan dengan baik. Beberapa hal yang dijelaskan terdiri dari permintaan dan pasar, teknologi dan informasi, regulasi, pembiayaan, serta riset dan pengembangan. Industri pariwisata halal terhubung erat dengan industri pendukungnya dan merupakan bagian dari rangkaian titik awal. Beberapa titik masuk membentuk rangkaian nilai pariwisata halal yang terdiri dari tujuan wisata, transportasi, hotel dan penginapan, restoran dan kafe, serta perjalanan dan tours. Berikut adalah gambaran tentang rantai nilai industri pariwisata halal yang menunjukkan proses dan hubungan setiap titik masuk beserta ekosistem pendukungnya³².

Gambar 3.
Value Chain Pariwisata Halal



Sumber: Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024

Gambar 3. menunjukkan bahwa industri pariwisata memiliki hubungan saling terkait dengan banyak industri, baik utama maupun pendukung. Ini adalah alasan mengapa pertumbuhan sektor pariwisata memiliki dampak yang besar pada perekonomian. Terutama dalam pariwisata halal, industri terkait termasuk sektor halal, nyata, dan keuangan. Hubungan simultan ini bisa memberi kontribusi besar untuk pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia.

c. Fashion Muslim

Pada tahun 2018 Indonesia telah menempati posisi kedua dalam daftar 10 indikator global untuk fashion Muslim dan menempati posisi ketiga sebagai negara dengan produksi apparel Muslim tertinggi. Angka tersebut sekitar 7,4% dari total pengeluaran global. Ini menunjukkan bahwa Indonesia unggul dalam dunia fesyen Muslim. Jika ditarik kebelakang, Indonesia terus

³¹ Muhammad Fadhlán and Ganjar Eka Subakti, "Perkembangan Industri Wisata Halal Di Indonesia Dan Dunia," *Indonesian Journal of Halal* 5, no. 1 (2020): 76–80.

³² Hakim, "Studi Library Research : Penguatan Ekosistem Halal Value Chain Di Indonesia Untuk Industri Halal Global."

menunjukkan perbaikan dan perkembangan secara signifikan³³. Jumlah populasi muslim di seluruh dunia yang besar dan peningkatan cepat jumlah generasi muda muslim berdampak pada tren mode muslim di masa depan. Peningkatan belanja pakaian dan sepatu oleh konsumen muslim pada tahun 2018 mencapai USD 283 miliar, menunjukkan peluang besar bagi fashion modest Indonesia untuk berkembang lebih luas. Pasar fashion halal di Indonesia adalah yang ketiga terbesar di dunia. Selama tahun 2019, konsumen Indonesia mengeluarkan USD 20 miliar atau sekitar Rp 300 triliun untuk produk fesyen muslim. Untuk berperan lebih besar, kita perlu meningkatkan pemanfaatan sumber daya, produksi fesyen halal, dan proses penelusuran³⁴.

Salah satu faktor penting yang berkontribusi terhadap kemajuan pesat Indonesia di sektor fashion Muslim global adalah keterlibatannya yang dinamis dalam menyelenggarakan berbagai pameran mode Muslim internasional. Contoh penting termasuk Indonesian Muslim Fashion Week, International Indonesian Islamic Fashion Fair, Muslim Fashion Festival Indonesia, dan Modest Fashion Summit terbaru yang diadakan pada bulan Desember 2018. Acara fashion internasional ini berfungsi sebagai platform untuk menampilkan beragam penawaran sektor fashion Muslim Indonesia kepada para pemangku kepentingan mode Muslim dalam skala dunia³⁵.

Tahun 2010 menandai fase awal di mana industri fashion Muslim mulai mendapatkan daya tarik. Di sisi penawaran, kegembiraan seputar mode Muslim diperkuat dengan munculnya perancang busana Muslim. Bersamaan dengan itu, di sisi permintaan, lanskap mode Muslim berkembang karena inisiatif berbasis komunitas merangkul industri fashion Muslim sebagai representasi dari gaya hidup halal³⁶. Pada tahun 2015, berbagai pekan mode telah didirikan untuk mempromosikan beragam produk dalam sektor mode Muslim. Misalnya, Indonesia Islamic Fashion Fair (IIFF) diluncurkan untuk pertama kalinya pada tahun 2010 oleh Indonesia Islamic Fashion Consortium (IIFC). Selanjutnya, pada tahun 2012, Asosiasi Perancang Busana Indonesia (APPMI) menyelenggarakan Indonesia Fashion Week (IFW). Setelah ini, banyak peristiwa serupa dimulai di tingkat regional. Pada tahun 2015, Indonesia Fashion Chamber (IFC) menginisiasi Muslim Fashion Festival Indonesia (MuFEST). Sejak 2016, konsep fashion yang etis dan berkelanjutan dalam industri fashion Indonesia telah mendapatkan momentum yang signifikan. Dalam konteks industri fashion Muslim, perkembangan ini telah selaras dengan nilai-nilai yang dianut oleh sektor ini³⁷.

Sekitar tiga dekade sebelumnya, industri fashion Muslim global mulai meluas dan berdiversifikasi sebagai tanggapan terhadap keinginan penganut berbagai agama, termasuk Islam, untuk mematuhi prinsip-prinsip iman mereka. Sebagai industri yang bergerak dibidang fashion, perlu adanya rantai nilai dalam proses pengembangan fashion Muslim yang tersegmentasi menjadi empat komponen: bahan baku, desainer, produsen, dan pengecer.

³³ Maha, "Trend Fashion Muslim Di Indonesia Saat Ini Dan Kesesuaiannya Dengan Syariat Islam" 7, no. 2 (2021): 224-36.

³⁴ H Peristiw, "Potential of Circular Economy to Indonesia's Sustainable Halal Fashion Industry in The Framework of Accelerating Sharia Economy and Business," *Annual International Conference on ...* 2, no. 1 (2022): 24-31, <http://conference.iainsalatiga.ac.id/index.php/aicieb/article/view/78%0Ahttp://conference.iainsalatiga.ac.id/index.php/aicieb/article/download/78/169>.

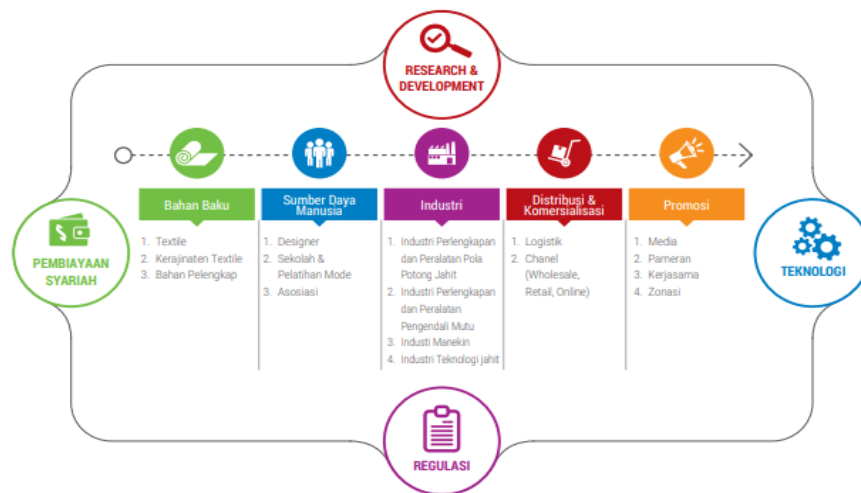
³⁵ Y D Nurcahyanie, M Singgih, and D S Dewi, "Implementing Online Product Reviews and Muslim Fashion Innovation for Resilience during the New Normal in Indonesia," *Sustainability*, 2022, <https://doi.org/10.3390/su14042073>.

³⁶ Destiati Nabila and Firmansyah Firmansyah, "Analysis of Structure, Conduct and Performance of Fashion Industry in Indonesia," *Efficient: Indonesian Journal of Development Economics*, 2021, <https://doi.org/10.15294/efficient.v4i3.48957>.

³⁷ Aldina Shiratina et al., "Implementation Innovation and Value Creation in Improving Business Performance Muslim Fashion," *International Journal of Entrepreneurship* 23 (2019), <https://consensus.app/papers/implementation-innovation-value-creation-improving-shiratina/47dfcbe50e48523c9b4716130203ffc2/>.

Target demografis sektor mode Muslim di Indonesia sangat luas, mengingat sebagian besar penduduk menganut Islam. Saat ini, ada kesadaran yang meningkat di kalangan wanita Muslim mengenai pentingnya kesopanan, yang mengarah pada permintaan yang konsisten untuk produk fashion Muslim. Selain itu, sejumlah besar influencer mode telah muncul di platform seperti Instagram, meningkatkan visibilitas. Pemanfaatan media sosial yang berkembang telah memfasilitasi promosi dan akuisisi barang-barang fashion Muslim, membuatnya semakin mudah diakses oleh konsumen. Sebagai industri yang mengalami ekspansi yang signifikan dan menarik perhatian, sektor fashion Muslim telah menuai manfaat besar dari pertumbuhan populasi kelas menengah di Indonesia yang berkelanjutan. Proliferasi kelas menengah ini berkorelasi erat dengan kapasitas pembelian untuk produk-produk fashion Muslim³⁸.

Gambar 4.
Value Chain Fashion Muslim



Sumber: Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024

Mengenai bahan baku, Indonesia memiliki kekayaan sumber daya alam yang kondusif untuk produksi kapas, terutama bersumber dari budidaya kapas. Meskipun demikian, bahan baku tekstil kapas Indonesia sebagian besar dipasok melalui impor dari negara-negara besar, termasuk China dan Amerika Serikat³⁹. Seperti dilansir Kementerian Perindustrian, impor kapas sebagai bahan baku atau kain katun merupakan sekitar 99,2 persen dari kebutuhan kapas tahunan negara. Ketergantungan pada impor ini menimbulkan kekhawatiran yang signifikan bagi Indonesia, karena fluktuasi suku bunga AS atau perlambatan pertumbuhan ekonomi China dapat berdampak buruk pada kelangsungan hidup sektor tekstil dalam negeri.

Mengenai tantangan pemasaran, meskipun produksi produk berkualitas tinggi, hambatan tetap ada di domain pemasaran. Ini dikaitkan dengan keahlian yang tidak memadai di antara pengusaha mode dalam strategi pemasaran. Selain itu, masih ada kurangnya kemahiran teknologi, terutama di media sosial, yang memainkan peran penting dalam meningkatkan efisiensi pemasaran. Selain itu, tantangan paling signifikan yang dihadapi oleh pengusaha mode, terutama di sektor usaha kecil dan menengah (UKM), berkisar pada aksesibilitas modal. Menurut Kementerian Perindustrian, UKM sering mengalami kesulitan dalam mendapatkan pendanaan

³⁸ Annisa R Beta, "Out of Thin Air: Emerging Muslim Fashion Entrepreneurs and the Spectre of Labour in Indonesia," *Continuum* 35 (2021): 824–37, <https://doi.org/10.1080/10304312.2021.1993569>.

³⁹ Hermawan Kartajaya et al., "Segmenting Islamic Fashion Lifestyle on Indonesian Woman," *Research Journal of Textile and Apparel* 23 (2019): 306–22, <https://doi.org/10.1108/rjta-02-2019-0003>.

karena suku bunga yang sangat tinggi dari lembaga keuangan. Namun, jalan pendanaan alternatif seperti crowdfunding atau inisiatif penggalangan dana telah mulai muncul, difasilitasi oleh Kementerian Koperasi dan UKM untuk mendukung proyek-proyek UKM berbasis e-commerce, sehingga menghadirkan peluang bagi kemajuan berkelanjutan industri fashion Muslim⁴⁰.

d. Farmasi dan Kosmetik Halal

Pada skala internasional, sektor kosmetik dan farmasi menyaksikan lintasan kenaikan yang kuat setiap tahun. Pada 2017, nilai pasar sektor kosmetik mengalami peningkatan lima persen. Saat ini, industri kecantikan menunjukkan tren yang mendukung premiumisasi, tidak hanya melalui peningkatan harga dan branding mewah tetapi juga melalui peningkatan kualitas produk. Proyeksi menunjukkan bahwa segmen perawatan kulit diperkirakan akan berkembang sebesar 31 persen dari 2017 hingga 2022, terutama didorong oleh kawasan Asia Pasifik. Pertumbuhan ini dikaitkan dengan meningkatnya kesadaran akan praktik perawatan kulit, ekspansi pasar perusahaan, dan meningkatnya pola konsumsi di kalangan kelas menengah di kawasan Asia Pasifik, Timur Tengah, dan Afrika⁴¹.

Kosmetik halal merupakan kategori produk yang layak untuk pengembangan, terutama mengingat populasi besar perempuan Muslim di Indonesia, yang menunjukkan potensi signifikan sebagai konsumen produk kosmetik halal yang diproduksi secara lokal. Faktor demografis ini akan secara substansif mempengaruhi perkembangan sektor kosmetik halal⁴². Perlu dicatat bahwa penggunaan kosmetik tidak terbatas pada wanita; pria juga menggunakan produk kosmetik tertentu, seperti bedak. Selain itu, industri farmasi berakar pada Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2009 yang berkaitan dengan praktik farmasi. Saat ini, obat-obatan halal diperkirakan merupakan hampir sepertiga dari total pendapatan yang dihasilkan oleh pasar halal global. Berbagai produk perawatan kesehatan dan obat-obatan menandakan penawaran gaya hidup yang menjanjikan dari industri halal, yang telah menunjukkan kinerja pertumbuhan yang luar biasa. Akibatnya, ada peluang besar bagi sektor ini untuk menembus pasar farmasi global⁴³.

Salah satu kendala utama yang dihadapi oleh sektor farmasi dan kosmetik halal di Indonesia adalah ketergantungan pada bahan baku impor untuk farmasi dan kosmetik, yang seringkali tidak memprioritaskan jaminan kepatuhan halal. Selain itu, ada kebutuhan berkelanjutan untuk meningkatkan kesadaran konsumen mengenai pemilihan dan pemanfaatan produk halal. Tujuan ini dapat dicapai melalui serangkaian inisiatif pendidikan dan promosi yang berkaitan dengan penawaran halal. Selain itu, untuk meningkatkan daya saing industri halal, sangat penting bagi pemerintah untuk mempercepat proses sertifikasi dalam sektor halal di Indonesia. Upaya ini terkait erat dengan komitmen yang ditunjukkan oleh perusahaan dalam mematuhi dan memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh Sistem Jaminan Produk Halal⁴⁴.

⁴⁰ Weka Arum Purnomo, Atmo Prawiro, and Siti Haniatunnisa, "Pengembangan Industri Halal Melalui E-Commerce Pada Sektor Fashion Muslim Indonesia," *An Nawawi*, 2023, <https://doi.org/10.55252/annawawi.v3i2.39>.

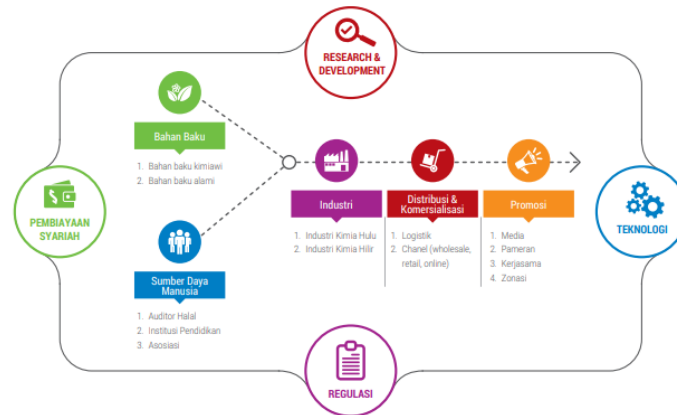
⁴¹ Irfan Harmoko, "Optimalisasi Industri Halal Di Indonesia Melalui Pendekatan Strategis Distinctive Competence," *Reinforce: Journal of Sharia Management* 1, no. 2 (2022): 105–21, <https://doi.org/10.21274/reinforce.v1i2.6439>.

⁴² Raymond Mulyarahardja et al., "Determinants of Purchase Intention of Halal Cosmetic Products among Muslim Females: Evidence from Indonesia," *Journal of Halal Product and Research*, 2023, <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.6-issue.1.55-68>.

⁴³ Dewi Utari, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto Suharto, "Industri Halal Berkontribusi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Era Pandemi Covid-19: Peluang Dan Tantangan," *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 15, no. 1 (2022): 87–98, <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.119>.

⁴⁴ Oskar Hutagaluh, Nasir Hamzah, and Siradjuddin Siradjuddin, "Tantangan Sektor Industri Halal Prioritas Di Indonesia," *Jurnal Alwatzikhoebillah : Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora* 9, no. 2 (2023): 550–57, <https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v9i2.2223>.

Gambar 5.
Value Chain Farmasi dan Kosmetik Halal



Sumber: Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024

Untuk memastikan bahwa proses produksi memenuhi standar Halal, strategi Halal harus dikembangkan dengan menggunakan tolok ukur spesifik, termasuk tujuan rantai nilai, struktur, operasi bisnis, dan kinerja⁴⁵. Dibandingkan dengan tradisional, ada lebih banyak hal yang perlu dipertimbangkan dalam rantai nilai Halal. Dalam penerapan rantai nilai halal, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan (Ab Talib, Hamid & Zulfakar, 2015): peraturan pemerintah, transportasi, data, sumber daya manusia, dan pendekatan masyarakat.

Dalam memperkuat rantai nilai farmasi dan kosmetik halal, diperlukan strategi yang dapat diukur selama periode lima tahun (2019-2024) sebagaimana digambarkan dalam “Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024,” dengan strategi spesifik yang diuraikan sebagai berikut: 1) Peningkatan literasi nilai halal, 2) Posisi sebagai pendorong pasar untuk produk kesehatan halal dan kosmetik, 3) Konsolidasi pasar domestik, 4) Promosi sinergi. Selain itu, ada kebutuhan mendesak untuk mempercepat pelaksanaan strategi dalam industri farmasi dan kosmetik halal, yang meliputi: 1) Pembentukan gerakan gaya hidup halal melalui beragam kegiatan dan media penjangkauan; 2) Kolaborasi dalam bentuk harmonisasi kebijakan antara BPOM dan BPJPH mengenai peredaran obat-obatan halal dan kosmetik; dan 3) Kategorisasi bahan baku yang dicurigai tercemar atau mengandung zat terlarang, atau yang status halalnya tetap ambigu⁴⁶.

Pendekatan Strategis untuk Penguatan Halal Value Chain di Indonesia

Untuk memperkuat Halal Value Chain (HVC) di Indonesia, diperlukan strategi komprehensif yang berfokus pada pengembangan infrastruktur halal, penyelarasan standar internasional, peningkatan kolaborasi, dan penerapan teknologi digital. Pengembangan infrastruktur halal menjadi prioritas, mengingat kebutuhan akan laboratorium halal, kawasan industri halal, serta fasilitas distribusi yang memenuhi standar halal. Kawasan industri halal terintegrasi seperti di Modern Cikande dan Sidoarjo, misalnya, menyediakan akses fasilitas yang memudahkan pelaku industri dalam memastikan kehalalan produk.

Selain infrastruktur, penyelarasan standar halal Indonesia dengan standar internasional seperti ESMA (Uni Emirat Arab) dan JAKIM (Malaysia) akan meningkatkan daya saing produk halal Indonesia di pasar global. Hal ini penting, mengingat standar yang diakui internasional dapat

⁴⁵ Mulyarahardja et al., “Determinants of Purchase Intention of Halal Cosmetic Products among Muslim Females: Evidence from Indonesia.”

⁴⁶ Inna Fauzi, “Menyoal Bisnis Kosmetik Bersertifikat Halal (Analisis Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Prodak Halal),” *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 2022, <https://doi.org/10.21043/bisnis.v10i1.13961>.

membuka akses produk halal Indonesia ke lebih banyak negara, terutama di Timur Tengah dan Asia Selatan⁴⁷.

Kolaborasi antara pemerintah, industri, akademisi, dan lembaga sertifikasi juga krusial untuk memperkuat ekosistem HVC. Pemerintah, misalnya, dapat memberikan insentif bagi perusahaan yang berkomitmen terhadap sertifikasi halal, sementara UMKM yang sering menghadapi kendala biaya sertifikasi dapat didukung melalui subsidi atau pelatihan. Terakhir, adopsi teknologi digital seperti blockchain untuk pelacakan dan transparansi dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dengan menyediakan informasi asal-usul dan kepatuhan halal di setiap tahap rantai pasok.

Dengan strategi-strategi ini, Indonesia dapat memperkuat posisi sebagai produsen halal global, meningkatkan daya saing produk halal di pasar internasional, dan menjadikan industri halal sebagai pilar ekonomi nasional⁴⁸.

a. Pengembangan Infrastruktur Halal yang Terintegrasi

Salah satu hambatan utama dalam penguatan HVC di Indonesia adalah keterbatasan infrastruktur yang mendukung proses sertifikasi dan distribusi produk halal. Menurut Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), hanya ada 50 laboratorium yang terakreditasi untuk pengujian produk halal di Indonesia pada 2022, sementara jumlah produsen makanan dan minuman saja mencapai lebih dari 1,5 juta unit usaha, yang sebagian besar adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)⁴⁹.

Untuk mengatasi hal ini, pemerintah perlu mendukung pengembangan kawasan industri halal yang terintegrasi, seperti Kawasan Industri Halal Sidoarjo di Jawa Timur dan Kawasan Industri Halal Modern Cikande di Banten. Kawasan-kawasan ini dirancang untuk memenuhi seluruh kebutuhan industri halal, termasuk fasilitas produksi, pengemasan, dan distribusi yang terjamin kehalalannya. Dengan mengembangkan lebih banyak kawasan industri halal di berbagai wilayah, pemerintah dapat mendekatkan fasilitas halal ke para produsen di daerah sehingga mereka dapat lebih mudah menjalani proses sertifikasi⁵⁰.

b. Penyelarasan dengan Standar Halal Internasional

Standar halal di Indonesia diatur oleh BPJPH, namun untuk memperkuat daya saing produk halal Indonesia di pasar global, penting bagi produsen untuk memenuhi standar internasional yang diakui secara luas, seperti standar dari lembaga halal di Uni Emirat Arab (ESMA) dan Malaysia (JAKIM).

Saat ini, Indonesia baru memenuhi sekitar 10% standar halal internasional yang ada, yang membuat produk Indonesia terkadang sulit masuk pasar halal global. Dengan berfokus pada penyelarasan standar, Indonesia dapat memperluas pangsa pasar produk halalnya, terutama di negara-negara dengan populasi Muslim besar seperti Timur Tengah, Afrika Utara, dan Asia

⁴⁷ E Ernawati, "The Global Competitiveness Study of Halal Pharmaceuticals and Cosmetics Industry," *Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2019, <https://doi.org/10.32833/MAJEM.V8I1.79>.

⁴⁸ "Integrated Communication Strategy for Awareness of Emotional Marketing Campaign for Beauty Brand," *Asian Journal of Research in Business and Management*, 2023, <https://doi.org/10.55057/ajrbm.2023.5.2.7>.

⁴⁹ Sutandi Sutandi, "Policy Strategy for Halal Logistics Development in Indonesia," *Proceedings of the 1st International Conference on Science and Technology in Administration and Management Information, ICSTIAMI 2019, 17-18 July 2019, Jakarta, Indonesia*, 2021, <https://doi.org/10.4108/EAI.17-7-2019.2302909>.

⁵⁰ N Huda et al., "Strategic Model for Halal Tourism Development in Indonesia: A Preliminary Research," *Indonesian Journal of Halal Research*, 2022, <https://doi.org/10.15575/ijhar.v4i2.11849>.

Selatan. Hal ini membutuhkan pelatihan intensif bagi pelaku industri untuk memahami persyaratan internasional dan meningkatkan proses produksi mereka agar sesuai⁵¹.

Sertifikasi halal menjadi komponen esensial dalam industri halal, karena menjamin bahwa produk yang dikonsumsi oleh umat Islam memenuhi standar syariah. Peningkatan jumlah produk bersertifikat halal bisa dilakukan dengan metode Strategic Assumption Surfacing and Testing (SAST), teknik ini digunakan untuk mengidentifikasi asumsi strategis yang diperlukan dalam pengambilan keputusan dan perencanaan. SAST dapat membantu pemangku kebijakan dan pelaku industri dalam mengidentifikasi prioritas dan strategi penting untuk mencapai target sertifikasi halal secara efektif⁵².

c. Peningkatan Kolaborasi dan Sinergi antara Pemangku Kepentingan

Penguatan HVC tidak mungkin tercapai tanpa kolaborasi lintas sektor antara pemerintah, industri, akademisi, dan lembaga sertifikasi. Pemerintah dapat memainkan peran penting dengan memberikan insentif pajak bagi perusahaan yang berinvestasi dalam pengembangan produk halal dan mengikuti standar HVC⁵³.

Berdasarkan data Kementerian Perindustrian, pada tahun 2023, UMKM menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, namun hanya sekitar 20% dari UMKM yang memiliki sertifikasi halal. Dalam rangka meningkatkan partisipasi UMKM dalam ekosistem halal, BPJPH dan Kementerian Koperasi serta UKM dapat memberikan subsidi sertifikasi halal untuk UMKM yang sering kali terhambat oleh biaya sertifikasi yang tinggi. Kolaborasi ini dapat mencakup pelatihan dan pendampingan khusus bagi UMKM untuk memastikan pemahaman mereka terhadap konsep halal dan pentingnya HVC, serta memperkuat kapasitas mereka untuk bersaing di pasar halal.

Kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan organisasi masyarakat dapat dilakukan dengan menyediakan subsidi atau insentif untuk biaya sertifikasi halal, khususnya bagi UKM. Pemerintah bisa menyiapkan anggaran khusus atau dana bergulir yang membantu mengurangi biaya sertifikasi halal untuk pelaku usaha kecil, sehingga mereka lebih mudah untuk mengikuti standar halal tanpa terbebani biaya yang tinggi. Program subsidi ini akan mempercepat adopsi sertifikasi halal di kalangan UKM serta meningkatkan daya saing produk lokal di pasar nasional maupun internasional⁵⁴.

Selain itu, pemerintah bisa bekerja sama dengan organisasi masyarakat dan lembaga keagamaan untuk menyediakan pelatihan dan pendampingan dalam proses sertifikasi. Melalui pelatihan ini, UKM bisa memahami persyaratan halal, cara memenuhi standar yang ditetapkan, dan panduan praktis untuk proses sertifikasi. Organisasi masyarakat dapat turut serta dengan memfasilitasi informasi, konsultasi, dan mentoring bagi pelaku UKM yang membutuhkan dukungan teknis maupun administratif. Kolaborasi ini tidak hanya mengurangi hambatan

⁵¹ Yuhanis Ladewi et al., "Analysis of Islamic Supply Chain Strategies in Indonesia," *International Journal of Supply Chain Management* 9 (2020): 919–22, <https://consensus.app/papers/analysis-islamic-supply-chain-strategies-indonesia-ladewi/d0da81363271550ea7eddcf364c0a13c/>.

⁵² Akbarizan Akbarizan et al., "Strategy of Halal Certifications Using the Strategic Assumption Surfacing and Testing (SAST)(Case Study at Riau Indonesia)," *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 2023, <https://doi.org/10.46254/an13.20230142>.

⁵³ Anne Charina and Dinna Charisma, "Efektivitas Penerapan Ekosistem Halal Value Chain (HVC) Pada Industri Makanan Dan Minuman Halal Di Indonesia," *Mimbar Agribisnis : Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 2023, <https://doi.org/10.25157/ma.v9i2.10135>.

⁵⁴ E Amalia and Nur Hidayah, "Strategies for Strengthening Halal Industries towards Integrated Islamic Economic System in Indonesia: Analytical Network Process Approach," *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 12 (2020), <https://consensus.app/papers/strategies-strengthening-halal-industries-towards-amalia/f944e26e333a5074aee4a064254590f7/>.

birokrasi dan biaya, tetapi juga meningkatkan kesadaran dan pemahaman UKM tentang pentingnya sertifikasi halal dalam membangun kepercayaan konsumen⁵⁵.

d. Digitalisasi dan Transparansi dalam Rantai Pasok Halal

Digitalisasi rantai pasok adalah langkah penting untuk meningkatkan transparansi dan keterlacakan produk halal dari hulu ke hilir. Teknologi blockchain, misalnya, dapat digunakan untuk mencatat setiap tahap dalam proses produksi dan distribusi dengan cara yang transparan dan tidak dapat diubah, sehingga konsumen dapat yakin bahwa produk halal yang mereka konsumsi memenuhi standar halal pada setiap tahapan⁵⁶.

Menurut survei Asosiasi Blockchain Indonesia, hanya beberapa perusahaan makanan dan minuman yang telah menerapkan teknologi blockchain dalam proses produksi mereka. Namun, penerapan teknologi ini dapat memberikan manfaat besar, terutama bagi ekspor produk halal ke negara-negara yang sangat ketat dalam pengawasan produk halal, seperti negara-negara di kawasan Teluk. Di Indonesia, pengembangan platform digital halal, seperti *Sertifikasi Halal Online* yang diluncurkan oleh BPJPH, merupakan langkah awal yang baik, namun masih perlu diperluas dengan melibatkan lebih banyak pemain industri agar proses ini bisa diakses secara merata oleh semua pelaku usaha. Tantangan yang dihadapi adalah kurangnya penetrasi teknologi dalam rantai pasok terutama di sektor UMKM yang belum terbiasa dengan teknologi digital. Hanya sekitar 20% dari UMKM yang menggunakan platform digital dalam operasional sehari-hari, yang menjadi hambatan dalam adopsi teknologi blockchain dan sistem pelacakan digital⁵⁷.

Digitalisasi rantai pasok halal juga dapat melibatkan penggunaan kode QR atau *tracking* digital yang memungkinkan konsumen melacak asal-usul produk, bahan baku, dan tahapan pemrosesan produk tersebut melalui perangkat ponsel. Transparansi semacam ini meningkatkan kepercayaan konsumen dan dapat meningkatkan preferensi mereka terhadap produk halal Indonesia, yang dapat menjadi keunggulan kompetitif di pasar global.

Kesimpulan

Peran strategis Halal Value Chain (HVC) dalam memperkuat industri halal di Indonesia mengacu pada rangkaian proses yang memastikan kehalalan produk mulai dari bahan baku, produksi, distribusi, hingga pemasaran. Dalam penerapan HVC memiliki pengaruh diberbagai sektor utama seperti makanan dan minuman, pariwisata halal, fashion Muslim, serta farmasi dan kosmetik halal. Halal Value Chain memiliki peran penting dalam penguatan ekosistem industri halal di Indonesia. Melalui penerapan HVC yang efektif, Indonesia dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, mengurangi risiko kontaminasi, meningkatkan daya saing produk, dan mendorong inovasi. Namun, untuk mencapai tujuan ini, dibutuhkan dukungan infrastruktur, penyelarasan standar, sinergi pemangku kepentingan, dan pemanfaatan teknologi digital. Dalam penerapan HVC menghadapi berbagai tantangan seperti kurangnya infrastruktur halal, sulitnya sertifikasi, keterbatasan sumber daya manusia, dan minimnya integrasi teknologi seperti blockchain untuk transparansi rantai pasokan. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan strategi komprehensif yang mencakup pengembangan infrastruktur halal yang terintegrasi, penyelarasan standar internasional, peningkatan kolaborasi lintas sektor, serta digitalisasi dan transparansi melalui teknologi.

⁵⁵ Sutandi, "Policy Strategy for Halal Logistics Development in Indonesia."

⁵⁶ Akhmad Mahbubi, "Sustainable Value Chain Innovation for Strengthening The Indonesian Halal Beef Industry," *Muslim Business and Economic Review*, 2023, <https://doi.org/10.56529/mber.v2i1.154>.

⁵⁷ Moch Mahsun et al., "Blockchain as a Reinforcement for Traceability of Indonesian Halal Food Information through the Value Chain Analysis Framework," *AL-Muqayyad*, 2023, <https://doi.org/10.46963/jam.v6i1.1031>.

DAFTAR PUSTAKA

- Adham, K A, Adlin Masood, N Muhamad, and Zizah Che Senik. "Halal Industry in Uzbekistan: Analysis Using the Viable System Model." *Kybernetes*, 2023. <https://doi.org/10.1108/k-11-2022-1598>.
- Ahyar, Hardani, Universitas Sebelas Maret, Helmina Andriani, Dhika Juliana Sukmana, Universitas Gadjah Mada, M.Si. Hardani, S.Pd., Grad. Cert. Biotech Nur Hikmatul Auliya, et al. *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, 2020.
- Akbarizan, Akbarizan, H Hertina, Sri Murhayati, Nurcahaya Nurcahaya, F Lestari, Mohammad Dzaky Adzkia, and R Kurniawan. "Strategy of Halal Certifications Using the Strategic Assumption Surfacing and Testing (SAST)(Case Study at Riau Indonesia)." *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 2023. <https://doi.org/10.46254/an13.20230142>.
- Amalia, E, and Nur Hidayah. "Strategies for Strengthening Halal Industries towards Integrated Islamic Economic System in Indonesia: Analytical Network Process Approach." *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 12 (2020). <https://consensus.app/papers/strategies-strengthening-halal-industries-towards-amalia/f944e26e333a5074aee4a064254590f7/>.
- Bawafie, Aniq Akhmad Ali, Muhammad Danial Tompson, and Rahmawati Muin. "Industri Halal: Paradigma Tauhid Mewujudkan Rantai Nilai Halal Di Indonesia." *Kinerja* 6, no. 02 (2024): 398–405. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v6i02.3972>.
- Beta, Annisa R. "Out of Thin Air: Emerging Muslim Fashion Entrepreneurs and the Spectre of Labour in Indonesia." *Continuum* 35 (2021): 824–37. <https://doi.org/10.1080/10304312.2021.1993569>.
- Charina, Anne, and Dinna Charisma. "Efektivitas Penerapan Ekosistem Halal Value Chain (HVC) Pada Industri Makanan Dan Minuman Halal Di Indonesia." *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 2023. <https://doi.org/10.25157/ma.v9i2.10135>.
- Dukcapil, Kementerian Dalam Negeri. "Data Kependudukan," 2022. <https://dukcapil.kemendagri.go.id/page/read/data-kependudukan>.
- Ernawati, E. "The Global Competitiveness Study of Halal Pharmaceuticals and Cosmetics Industry." *Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2019. <https://doi.org/10.32833/MAJEM.V8I1.79>.
- Fadhlan, Muhammad, and Ganjar Eka Subakti. "Perkembangan Industri Wisata Halal Di Indonesia Dan Dunia." *Indonesian Journal of Halal* 5, no. 1 (2020): 76–80.
- Fauzi, Inna. "Menyoal Bisnis Kosmetik Bersertifikat Halal (Analisis Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Prodak Halal)." *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 2022. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v10i1.13961>.
- Hakim, Muhammad Fajrul. "Studi Library Research : Penguatan Ekosistem Halal Value Chain Di Indonesia Untuk Industri Halal Global" 4, no. 4 (2024): 2227–38.

- Harmoko, Irfan. "Optimalisasi Industri Halal Di Indonesia Melalui Pendekatan Strategis Distinctive Competence." *Reinforce: Journal of Sharia Management* 1, no. 2 (2022): 105–21. <https://doi.org/10.21274/reinforce.v1i2.6439>.
- Hasanah, Miftahul, Istikomah, and Muhammad Syafii. "Implementasi Halal Value Chain Dalam Mewujudkan Ekosistem Halal Pada Produk Unggulan UD Mitra Jamur Jember." *At-Tasharruf "Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Syariah"* 5, no. 2 (2023): 98–107. <https://doi.org/10.32528/at.v5i2.1131>.
- Huda, N, N Rini, Muslikh Muslikh, Slamet Hidayat, E Takidah, Dian Permata Sari, and Af'idatul Husniyah. "Strategic Model for Halal Tourism Development in Indonesia: A Preliminary Research." *Indonesian Journal of Halal Research*, 2022. <https://doi.org/10.15575/ijhar.v4i2.11849>.
- Hutagaluh, Oskar, Nasir Hamzah, and Siradjuddin Siradjuddin. "Tantangan Sektor Industri Halal Prioritas Di Indonesia." *Jurnal Alwatzikhoebillah: Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora* 9, no. 2 (2023): 550–57. <https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v9i2.2223>.
- "Integrated Communication Strategy for Awareness of Emotional Marketing Campaign for Beauty Brand." *Asian Journal of Research in Business and Management*, 2023. <https://doi.org/10.55057/ajrbm.2023.5.2.7>.
- Jaelani, Aan. "Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects." *MPRA Paper*, no. 76237 (2017): 1–20.
- Kartajaya, Hermawan, M Iqbal, R Alfisyahr, L Devita, and T Ismail. "Segmenting Islamic Fashion Lifestyle on Indonesian Woman." *Research Journal of Textile and Apparel* 23 (2019): 306–22. <https://doi.org/10.1108/rjta-02-2019-0003>.
- KNEKS. "Master Plan Industri Halal Indonesia 2023-2029," n.d.
- Krisna, Robi, and M Yusuf. "Halal Ecosystem Improvement Study Reviewed of Halal Product Regulations Halal." *International Journal of Research and Review*, 2023. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20230243>.
- Ladewi, Yuhanis, A Antoni, Mizan Mizan, and R Melati. "Analysis of Islamic Supply Chain Strategies in Indonesia." *International Journal of Supply Chain Management* 9 (2020): 919–22. <https://consensus.app/papers/analysis-islamic-supply-chain-strategies-indonesia-ladewi/d0da81363271550ea7eddcf364c0a13c/>.
- Maha. "Trend Fashion Muslim Di Indonesia Saat Ini Dan Kesesuaiannya Dengan Syariat Islam" 7, no. 2 (2021): 224–36.
- Mahbubi, Akhmad. "Sustainable Value Chain Innovation for Strengthening The Indonesian Halal Beef Industry." *Muslim Business and Economic Review*, 2023. <https://doi.org/10.56529/mber.v2i1.154>.
- Mahsun, Moch, Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, Nur Asnawi, Ahmad Djalaluddin, and Nur Hasib. "Blockchain as a Reinforcement for Traceability of Indonesian Halal Food Information through the Value Chain Analysis Framework." *AL-Muqayyad*, 2023.

<https://doi.org/10.46963/jam.v6i1.1031>.

- Masni, Harbeng, Erlina Zahar, Zuhri Saputra Hutabarat, Heni Pratiwi, Firman Tara, Sujoko Sujoko, Lili Andriani, and Aziza Aziza. "Halal Value Chain Education: Economic Improvement Efforts in the Development of Halal Tourism Products." *Juket* 4, no. 1 (2024): 12–14. <https://doi.org/10.54076/juket.v4i1.448>.
- Masood, Adlin, and Aisyah Zaidi. "Empowerment of SME's Sustainability in Halal Cosmetics' Ecosystem by Diagnosing Growth Constraints." *Journal of Islamic Marketing*, 2021. <https://doi.org/10.1108/jima-12-2020-0371>.
- Miles, Matthew B. & A. Michael Huberman. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI-Press, 2009.
- Mulyarahardja, Raymond, Afdal Gilang Adhitya, Jessica Wirati, Mula Budiharga, Yoel Ciptadi, and Putra Samuel. "Determinants of Purchase Intention of Halal Cosmetic Products among Muslim Females: Evidence from Indonesia." *Journal of Halal Product and Research*, 2023. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.6-issue.1.55-68>.
- Muslihati. "Milenial Sebagai Penggerak Ekosistem Halal Value Chain Di Indonesia." *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)* 1, no. 2 (2020): 45–55. <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/ssbm/article/view/16459/9567%0Ahttp://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/ssbm/article/view/16459>.
- Nabila, Destiati, and Firmansyah Firmansyah. "Analysis of Structure, Conduct and Performance of Fashion Industry in Indonesia." *Efficient: Indonesian Journal of Development Economics*, 2021. <https://doi.org/10.15294/efficient.v4i3.48957>.
- Noordin, Nurulhuda, N Noor, and Zainal Samicho. "Strategic Approach to Halal Certification System: An Ecosystem Perspective." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 121 (2014): 79–95. <https://doi.org/10.1016/J.SBSPRO.2014.01.1110>.
- Nurcahyanie, Y D, M Singgih, and D S Dewi. "Implementing Online Product Reviews and Muslim Fashion Innovation for Resilience during the New Normal in Indonesia." *Sustainability*, 2022. <https://doi.org/10.3390/su14042073>.
- Nurdin, Irfan Bahar. "Pemanfaatan Teknologi Blockchain Untuk Meningkatkan Kualitas Keterjaminan Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Di Indonesia." *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 8, no. 1 (2024): 95–104. <https://doi.org/10.30868/ad.v8i01.6469>.
- Peristiwo, H. "Potential of Circular Economy to Indonesia's Sustainable Halal Fashion Industry in The Framework of Accelerating Sharia Economy and Business." *Annual International Conference on ...* 2, no. 1 (2022): 24–31. <http://conference.iainsalatiga.ac.id/index.php/aicieb/article/view/78%0Ahttp://conference.iainsalatiga.ac.id/index.php/aicieb/article/download/78/169>.
- Prawiro, Atmo, and Fathudin Fathudin. "Challenges in the Halal Industry Ecosystem: Analyzing the Halal Certification Process for Micro, Small, and Medium Enterprises

- in Lombok, West Nusa Tenggara.” *Mazahib*, 2023. <https://doi.org/10.21093/mj.v22i2.7010>.
- Purnomo, Weka Arum, Atmo Prawiro, and Siti Haniatunnisa. “Pengembangan Industri Halal Melalui E-Commerce Pada Sektor Fashion Muslim Indonesia.” *An Nawawi*, 2023. <https://doi.org/10.55252/annawawi.v3i2.39>.
- Rachman, M. “Halal Industry in Indonesia: Role of Sharia Financial Institutions in Driving Industrial and Halal Ecosystem.” *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 2019. <https://doi.org/10.15408/aiq.v11i1.10221>.
- Rakhmad, Andro Agil Nur, Dediek Tri Kurniawan, Cesya Rizkika Parahiyanti, and Wahyu Nur Hidayat. *Development of Halal Value Chain (HVC) Ecosystem Based on Digital Platform to Improve Halal Certified Products on Msmes in East Java*. Vol. 1. Atlantis Press International BV, 2023. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-188-3_16.
- SGIE, State of the Global Islamic Economy Report. “State of the Global Islamic Economy Report.” *DinarStandard*, 2023, 1–40. <https://haladinar.io/hdn/doc/report2018.pdf>.
- Shiratina, Aldina, Dwi Kartini, Asep Mulyana, A Helmi, and Y Suryana. “Implementation Innovation and Value Creation in Improving Business Performance Muslim Fashion.” *International Journal of Entrepreneurship* 23 (2019). <https://consensus.app/papers/implementation-innovation-value-creation-improving-shiratina/47dfcbe50e48523c9b4716130203ffc2/>.
- Siswoyo, E. “Strengthening Halal Industry in Increasing Competitiveness and Economic Opportunities in Industrial Revolution Era 4.0.” *Annual International Conference on Islamic Economics and Business (AICIEB)*, 2021. <https://doi.org/10.18326/aicieb.v1i0.9>.
- Sutandi, Sutandi. “Policy Strategy for Halal Logistics Development in Indonesia.” *Proceedings of the 1st International Conference on Science and Technology in Administration and Management Information, ICSTIAMI 2019, 17-18 July 2019, Jakarta, Indonesia*, 2021. <https://doi.org/10.4108/EAI.17-7-2019.2302909>.
- Utari, Dewi, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto Suharto. “Industri Halal Berkontribusi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Era Pandemi Covid-19: Peluang Dan Tantangan.” *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 15, no. 1 (2022): 87–98. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.119>.