
MENDORONG PERTUMBUHAN EKONOMI MELALUI EKOSISTEM INDUSTRI HALAL DI INDONESIA

Dika Eri Saputra

Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Nur Ain Nazira

Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Falentia Wiliana Putri

Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Amalia Nuril Hidayati

Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Alamat: Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Jl. Mayor Sujadi
No. 46, Kudsan, Plosokandang, Kedungwaru, Tulungagung-Jawa Timur 66221

Korespondensi penulis: saputraeri224@gmail.com, naziraain219@gmail.com, falentiap@gmail.com,
amalianoeril@gmail.com

Abstrak. *Indonesia's halal industry holds strong potential as a key driver of sustainable economic growth, supported by a Muslim-majority population and growing demand for Sharia-compliant products. The sector has expanded beyond food and beverages into tourism, fashion, cosmetics, Islamic finance, and the creative economy. Using a qualitative approach with the Systematic Literature Review (SLR) method, this study explores the halal ecosystem's role in economic development. Findings show that halal-related sectors contribute to GDP growth, exports, job creation, and foreign exchange reserves. Digital technology adoption, along with MSME and youth empowerment, is vital for advancing the halal industry in the digital age. However, challenges remain, such as limited access to halal certification, low awareness among business actors, and global competition. To overcome these, a collaborative strategy among government, society, and industry players is needed to build a robust halal ecosystem and transform Indonesia from a major consumer into a global hub for halal production.*

Keywords: *Digital Transformation; Halal Industry; Islamic Economy*

Abstrak. Industri halal di Indonesia memiliki potensi besar sebagai penggerak ekonomi berkelanjutan, didukung oleh mayoritas penduduk Muslim dan meningkatnya kesadaran terhadap produk sesuai syariat. Sektor ini berkembang luas, mencakup makanan, minuman, pariwisata, fashion, kosmetik, keuangan syariah, hingga ekonomi kreatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Systematic Literature Review (SLR) untuk mengeksplorasi peran ekosistem industri halal dalam pertumbuhan ekonomi. Hasil kajian menunjukkan kontribusi signifikan terhadap PDB, ekspor, penyerapan tenaga kerja, dan cadangan devisa. Pemanfaatan teknologi digital serta penguatan peran UMKM dan generasi muda menjadi faktor penting dalam akselerasi pengembangan industri halal. Meski demikian, tantangan seperti akses sertifikasi, minimnya pemahaman pelaku usaha, dan persaingan global masih perlu diatasi. Diperlukan strategi kolaboratif antara pemerintah, masyarakat, dan pelaku industri untuk memperkuat ekosistem halal, agar Indonesia dapat menjadi pusat produksi halal dunia.

Kata Kunci: Ekonomi Syariah; Industri Halal; Transformasi Digital

PENDAHULUAN

Industri halal adalah sejumlah kegiatan industri yang melibatkan semua tahap pemrosesan, mulai dari perolehan bahan baku hingga produksi produk atau produk akhir. Selama waktu ini, industri halal identik dengan produk makanan dan minuman. (Azizah et al., 2022) Sesuai dengan meningkatnya persepsi konsep waktu dan halal secara keseluruhan, ruang lingkup industri halal tidak hanya terbatas pada makanan dan minuman saat ini, tetapi juga mencakup berbagai aspek

gaya hidup. Ini termasuk sektor-sektor seperti mode, kosmetik, seni dan budaya, pariwisata, pendidikan dan keuangan, dari media rekreasi. Semua ini didasarkan pada nilai-nilai halal.

Melihat potensi tersebut, jika ditinjau dari sisi demografi, Indonesia sebenarnya memiliki keunggulan dalam mengembangkan industri halal. Hal ini karena mayoritas penduduk Indonesia adalah Muslim, yang secara alami memiliki preferensi terhadap produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip halal. Selain itu, populasi Muslim yang terus bertambah dari waktu ke waktu turut memperbesar potensi pasar domestik bagi industri ini. Melihat peluang tersebut, pemerintah tampaknya telah menyadari pentingnya penguatan industri halal sebagai pilar ekonomi baru. Hal ini dibuktikan dengan langkah pemerintah dalam menjalankan *masterplan* ekonomi syariah, salah satunya melalui pembangunan kawasan industri halal di berbagai wilayah Indonesia, yang ditujukan untuk mempercepat pertumbuhan sektor ini secara terintegrasi dan berkelanjutan.

Untuk menggambarkan peran sektor industri halal dalam perekonomian Indonesia, survei yang dilakukan Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) melalui studi Strategi Pengembangan Industri Nasional menunjukkan bahwa sektor pariwisata menyumbang sekitar 4,9% terhadap PDB Indonesia di tahun 2019. Walaupun pandemi Covid-19 di tahun 2020 berdampak besar pada industri pariwisata secara global, di Indonesia sektor ini tetap berkontribusi sebesar 2,2% terhadap perekonomian nasional, atau setara Rp346 triliun. Selain itu, sektor ini juga mampu menyerap sekitar 21,3 juta tenaga kerja, atau sekitar 16,2% dari total angkatan kerja nasional pada tahun tersebut. (KNEKS, 2022)

Selain sektor pariwisata, sektor industri halal lainnya, seperti ekonomi kreatif, juga menunjukkan perkembangan yang positif. Sektor ekonomi kreatif mengalami pemulihan yang lebih cepat, di mana setelah mengalami kontraksi sebesar 2,4% pada tahun 2020, sektor ini kembali tumbuh sebesar 2,9% pada tahun 2021. Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), sektor ekonomi kreatif berkontribusi sebesar 7,0% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional pada tahun 2021, dengan nilai mencapai Rp1.191 triliun. Selain itu, sektor ini juga mampu menyerap 21,9 juta tenaga kerja, yang mencerminkan kontribusi sebesar 16,7% terhadap total tenaga kerja nasional pada tahun yang sama. (KNEKS, 2022)

Melihat capaian dari dua sektor utama tersebut, dapat disimpulkan bahwa industri halal memiliki potensi besar untuk menjadi solusi dalam menjawab kebutuhan akan sumber pertumbuhan ekonomi baru yang berkelanjutan, serta memperkuat proses industrialisasi di Indonesia ke depan.

KAJIAN TEORI

1. Konsep Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi merupakan proses penting dalam pembangunan negara yang telah dijelaskan dalam berbagai teori. Teori klasik menekankan faktor jumlah penduduk, modal, kekayaan alam, dan teknologi, serta menyatakan bahwa peningkatan populasi awalnya menaikkan pendapatan per kapita, namun produktivitas menurun karena hukum hasil tambahan yang semakin berkurang. Teori neoklasik menambahkan peran modal, tenaga kerja, dan kemajuan teknologi. Teori neokeynes menekankan pentingnya investasi dan permintaan, sedangkan teori pertumbuhan ekonomi baru (*endogen*) menyoroti peran sumber daya manusia. (Prastiwi et al., 2025) Indikator yang digunakan untuk mengukur pertumbuhan ekonomi adalah tingkat pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB). PDB adalah jumlah nilai tambah dari seluruh aktivitas produksi dalam satu periode tertentu dan dihitung berdasarkan data riil agar tidak terpengaruh harga. (Soleh et al., 2011)

Sektor industri memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Kontribusi utamanya adalah penciptaan nilai tambah melalui proses produksi, yang meningkatkan pendapatan nasional dan PDB.(Prabowo et al., 2025) Industri manufaktur adalah penyumbang terbesar terhadap PDB, sekaligus mendorong ekspor dan menyediakan lapangan kerja. Selain itu, industri turut mengembangkan sumber daya manusia. Tantangan yang dihadapi antara lain rendahnya daya saing global, ketergantungan bahan baku impor, dan kurangnya efisiensi dan inovasi. Dibutuhkan investasi dalam riset dan teknologi serta dukungan kebijakan seperti insentif fiskal, infrastruktur, dan kolaborasi lintas sektor. Dalam jangka panjang, industri juga dituntut mengadopsi prinsip industri hijau untuk mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan

2. Ekosistem Industri Halal

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal mengatur bahwa seluruh produk dan layanan yang digunakan, dikonsumsi, atau dimanfaatkan masyarakat Indonesia harus memenuhi standar kehalalan sesuai syariat Islam. Cakupan regulasi ini meliputi makanan, minuman, produk kebersihan, obat-obatan, bahan kimia, produk berbasis rekayasa teknologi, serta layanan seperti pariwisata dan hiburan. Ketentuan ini bertujuan untuk melindungi konsumen Muslim dan mendorong penerapan nilai etika serta spiritual dalam kehidupan sehari-hari, sekaligus memperkuat ekosistem industri halal nasional secara berkelanjutan.

Mengacu pada konsep bahwa ekosistem halal merupakan rangkaian dalam *supply chain* dan *value chain* yang memastikan setiap tahapannya memenuhi standar halal, maka ekosistem halal dapat diartikan sebagai sebuah sistem yang bersifat dinamis. Sistem ini terus berkembang melalui berbagai komponen pendukung yang saling terintegrasi, dengan penyesuaian terhadap ketentuan halal di setiap komponen dan prosesnya. Agar pembentukan dan pengembangan ekosistem halal dapat berlangsung secara sistematis dan menyeluruh, diperlukan adanya peta jalan atau *roadmap* pengembangan halal sebagai panduan dalam pelaksanaannya.(Sukoso et al., 2020)

BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) merupakan lembaga resmi negara yang bertugas menyelenggarakan sistem jaminan produk halal berdasarkan UU No. 33 Tahun 2014. BPJPH mengatur teknis sertifikasi halal, khususnya bagi pelaku UMK melalui skema *self declare*, mulai dari penetapan syarat, bahan yang digunakan, hingga alur proses sertifikasi. BPJPH juga mengelola *platform* digital SiHalal yang digunakan untuk pendaftaran, verifikasi, dan pelaporan secara online. Setelah pendamping melakukan verval lapangan, laporan diserahkan ke BPJPH untuk diperiksa sebelum diajukan ke Komisi Fatwa MUI. Jika disetujui, BPJPH menerbitkan sertifikat halal dan label halal resmi.(Nahrawi et al., 2023)

Sementara itu, Majelis Ulama Indonesia (MUI) memiliki peran penting dalam menetapkan fatwa halal serta membina umat Islam. MUI senantiasa menekankan pentingnya sikap moderat dalam beragama, menolak kekerasan atas nama agama, dan mendorong hidup damai antarumat beragama. Selain mengeluarkan fatwa terhadap aliran yang menyimpang, MUI juga aktif dalam persoalan moral dan sosial seperti pornografi, narkoba, dan pergaulan bebas. Dalam kerja sama dengan pemerintah, MUI dilibatkan dalam penyusunan kebijakan keagamaan seperti sertifikasi halal, kurikulum agama, dan pencegahan radikalisme. Fatwa-fatwanya tidak hanya membahas ibadah, tetapi juga menyentuh aspek publik seperti ekonomi syariah, media sosial, dan vaksinasi.(Hj. Amirah Ahmad Nahrawi, Lc, M.Ec. et al., 2020)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *Systematic Literature Review (SLR)*, yaitu serangkaian metode untuk menemukan, menilai, dan menginterpretasikan semua bahan kajian yang ada guna memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. (Ahmad et al., 2021) Metode ini dipilih untuk menggali informasi secara mendalam dan terstruktur guna mendapatkan pemahaman yang komprehensif mengenai peran ekosistem industri halal dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Kajian ini bersifat deskriptif-analitis, bertujuan untuk mengidentifikasi dan menguraikan secara sistematis konsep-konsep utama yang berkaitan dengan industri halal serta kontribusinya terhadap pembangunan ekonomi nasional. Data yang diperoleh dari hasil telaah pustaka dianalisis secara kualitatif dan diinterpretasikan untuk merumuskan pemahaman yang mendalam terkait potensi dan tantangan dalam pengembangan industri halal di era ekonomi digital.

Pendekatan interpretatif digunakan dalam penelitian ini untuk memahami dinamika dan nilai-nilai dasar yang mendasari industri halal dari sudut pandang ekonomi Islam. Nilai-nilai seperti kehalalan, keberlanjutan (*thayyib*), moderasi (*wasathiyah*), serta tanggung jawab sosial menjadi fokus utama dalam mengkaji bagaimana prinsip-prinsip ini dapat diintegrasikan ke dalam strategi pengembangan ekosistem industri halal secara holistik dan berkelanjutan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Industri Halal di Indonesia

Industri halal di Indonesia memiliki prospek yang sangat luas, baik dalam lingkup nasional maupun internasional, karena melibatkan berbagai sektor seperti makanan, minuman, fashion, pariwisata, hingga layanan keuangan berbasis syariah. Hal ini didukung oleh jumlah penduduk Muslim Indonesia yang mencapai sekitar 237,53 juta jiwa atau 86,9% dari total populasi. Seiring berjalannya waktu, kesadaran masyarakat akan pentingnya produk halal yang aman dan sehat terus mengalami peningkatan. Selain itu, dinamika global menunjukkan bahwa produk halal telah menjadi bagian penting dari sistem perdagangan internasional, dengan standar halal yang diatur dalam *Codex Alimentarius*. Negara-negara non-Muslim pun mulai turut serta dalam pengembangan industri halal dunia, sehingga Indonesia perlu lebih serius memanfaatkan peluang ini agar tidak hanya sebagai konsumen, tetapi mampu menjadi produsen utama yang bersaing di pasar internasional. (Maulana, 2022)

Selain potensi tersebut, Indonesia memiliki peluang besar untuk menjadi pemain utama dalam pasar halal global. Di kawasan Asia Tenggara, negara-negara seperti Malaysia, Filipina, dan Thailand telah aktif mengembangkan industri halal di wilayahnya. Pemerintah Thailand bahkan membentuk Majelis Halal Thailand untuk menetapkan standar halal internasional, dengan nilai ekspor mencapai 57 miliar USD per tahun dan menjangkau pasar di 57 negara mayoritas Muslim, sehingga menempatkan Thailand sebagai eksportir produk halal terbesar kelima di dunia. Melihat kompetisi yang semakin ketat, Indonesia terus melakukan berbagai upaya, salah satunya melalui sektor pariwisata halal dengan target mendatangkan jutaan wisatawan Muslim mancanegara. Selain itu, generasi milenial Muslim dinilai memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan industri halal di berbagai sektor, mulai dari makanan, pariwisata, hingga keuangan syariah dan industri kreatif. (Kurnia & Putri, 2025)

Di sisi lain, meskipun menyimpan potensi besar, industri halal di Indonesia masih menghadapi tantangan dari dalam maupun luar negeri. Secara eksternal, ketatnya persaingan antarnegara menjadi hambatan karena semakin banyak negara, baik Muslim maupun non-

Muslim, yang ikut mengembangkan industri halal. Jika peluang ini tidak dikelola secara optimal, Indonesia berisiko hanya menjadi pasar konsumen di tengah geliat industri halal dunia. Selain itu, perbedaan standar sertifikasi halal antarnegara menimbulkan ketidakteraturan yang dapat memengaruhi kepercayaan pasar internasional terhadap produk Indonesia. Di tingkat domestik, tantangan yang dihadapi berupa masih rendahnya kesadaran masyarakat akan pentingnya jaminan halal terhadap produk yang dikonsumsi. Banyak yang beranggapan bahwa seluruh produk di pasar otomatis halal. Untuk itu, diperlukan edukasi berkelanjutan melalui berbagai media, seminar, maupun kajian guna meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap pentingnya prinsip halal dalam berbagai aspek kehidupan. (Adamsah & Subakti, 2022)

2. Peran Teknologi dalam Pengembangan Industri Halal

Model bisnis *e-commerce* di industri halal terus mengalami pertumbuhan seiring meningkatnya kebutuhan konsumen akan produk halal di era digital. Platform digital yang menekankan kepatuhan terhadap prinsip halal, baik dari sisi produk maupun transaksi, semakin diminati dan dimanfaatkan oleh pelaku UMKM sebagai langkah inovatif untuk meningkatkan daya saing. Digitalisasi dalam industri meliputi berbagai aspek, seperti pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) untuk personalisasi layanan, *blockchain* dalam sertifikasi halal, serta penggunaan sistem pembayaran berbasis syariah. (Koswara, 2025) *Blockchain* adalah sistem yang menyimpan transaksi mata uang digital. Sistem ini tidak dikelola oleh pihak ketiga seperti bank melainkan dikelola oleh semua pengguna. (Nurdin, 2024) Penggunaan teknologi *blockchain* membuka peluang percepatan pertumbuhan industri halal di Indonesia. Teknologi ini mempermudah proses pelacakan produk, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, terutama dalam hal verifikasi kehalalan. Kehadiran *blockchain* di Indonesia dimulai sejak tahun 2008 dan sejak itu terus berkembang. Selain itu, Indonesia memiliki potensi besar dalam memproduksi makanan dan minuman halal untuk memenuhi kebutuhan pasar lokal maupun global.

Inovasi teknologi dalam industri halal memiliki karakteristik khusus yang tidak hanya berfokus pada peningkatan efisiensi dan efektivitas produksi, tetapi juga memastikan bahwa setiap tahap dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi memenuhi standar kehalalan yang ketat. Pertama, desain *syariah-compliant* atau inovasi teknologi dalam industri halal harus selaras dengan prinsip-prinsip syariah. Kedua, inovasi teknologi dalam industri halal sering kali berfokus pada kemampuan untuk melacak setiap komponen produk melalui rantai pasok secara komprehensif. Ketiga, inovasi dalam industri halal harus mengintegrasikan teknologi modern dengan nilai-nilai dan prinsip syariah. Keempat, dalam konteks keberlanjutan, industri halal menghadapi tekanan untuk memastikan bahwa proses produksi tidak hanya halal tetapi juga berkelanjutan. Kelima, teknologi seperti *3D printing* memungkinkan produsen untuk menciptakan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi individu, memastikan bahwa produk tersebut tidak hanya halal tetapi juga selaras dengan nilai-nilai dan kebutuhan konsumen muslim. (Jimmi Qizwini, 2025)

3. Kontribusi Ekosistem Industri Halal terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia

Industri halal di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dan berperan strategis dalam memperkuat perekonomian nasional. Kontribusi sektor ini terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai angka sebesar USD 3,8 miliar setiap tahunnya, sebagaimana dilaporkan oleh Kementerian Keuangan Republik Indonesia pada tahun 2019. Sumber kontribusi tersebut berasal dari tingginya tingkat konsumsi masyarakat terhadap produk-produk halal, serta aktivitas ekspor dan impor yang melibatkan barang dan jasa yang

memenuhi standar kehalalan. Dengan demikian, industri halal tidak hanya memiliki nilai religius dan sosial, tetapi juga memberikan dampak ekonomi yang nyata dan substansial dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan.

Permintaan masyarakat Indonesia terhadap produk halal menunjukkan tren yang sangat signifikan dan menempatkan Indonesia sebagai salah satu konsumen terbesar produk halal di dunia. Berdasarkan data dari Kementerian Keuangan Republik Indonesia tahun 2019, konsumsi produk halal di Indonesia pada tahun 2017 mencapai USD 200 miliar, yang setara dengan 36% dari total pengeluaran rumah tangga dan sekitar 20% dari Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2019) Konsumsi ini diperkirakan akan terus mengalami peningkatan dengan laju pertumbuhan tahunan rata-rata sebesar 5,3%, sehingga pada tahun 2025 diproyeksikan mencapai USD 330,5 miliar. (Katadata, 2020) Namun, menurut Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas), sebagian besar kebutuhan produk halal tersebut masih dipenuhi melalui impor. (Akbar, 2019) Oleh karena itu, penguatan kapasitas produksi domestik dalam sektor industri halal menjadi penting untuk mengurangi ketergantungan terhadap produk impor serta memperbaiki neraca perdagangan. Lebih jauh, peningkatan daya saing produk halal dalam negeri juga membuka peluang bagi Indonesia untuk memperluas ekspor ke pasar global.

Dari sisi ekspor, industri halal memiliki peluang besar untuk berkontribusi dalam meningkatkan nilai ekspor nasional. Diperkirakan, nilai ekspor sektor ini berada di kisaran USD 5,1 miliar hingga USD 11 miliar setiap tahunnya. Pada tahun 2018, industri halal berhasil mencatatkan nilai ekspor sebesar USD 7,6 miliar. Secara global, Indonesia memiliki peluang ekspor produk halal sebesar 3,8. (Indonesia Halal Lifestyle Center, 2019) Potensi ini masih dapat diperluas dengan meningkatkan mutu produk halal yang diekspor. Selain itu, penerapan harga yang kompetitif juga menjadi kunci agar produk Indonesia dapat bersaing di pasar dunia. Apabila produk halal Indonesia mampu bersaing secara global, Indonesia berpeluang besar untuk menjadi pusat industri halal internasional.

Kenaikan ekspor tentu sejalan dengan peningkatan kapasitas produksi. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, dibutuhkan tambahan tenaga kerja, sehingga ekspor berkontribusi positif terhadap penciptaan lapangan kerja. Industri halal juga memberikan dampak ekonomi di bidang ketenagakerjaan. Dari sisi kesempatan kerja, sektor ini mampu menciptakan sekitar 170.000 hingga 330.000 lapangan pekerjaan. (Indonesia Halal Lifestyle Center, 2019) Dengan pertumbuhan industri yang terus berlanjut, jumlah ini berpotensi untuk terus bertambah di masa mendatang.

Ekspor merupakan salah satu komponen utama dalam perdagangan internasional yang memerlukan dukungan pembiayaan melalui cadangan devisa. Cadangan devisa sendiri merupakan aset dalam bentuk valuta asing yang dikelola oleh bank sentral dan berfungsi sebagai alat pembayaran internasional. Peran strategis cadangan devisa mencakup menjaga stabilitas moneter, memenuhi kewajiban pembayaran utang luar negeri, serta berfungsi sebagai simpanan nasional untuk mengantisipasi kebutuhan ekonomi di masa depan. Ketersediaan cadangan devisa yang memadai mencerminkan kekuatan ekonomi suatu negara dalam menghadapi dinamika perdagangan global dan berkontribusi terhadap kepercayaan internasional terhadap stabilitas ekonomi domestik. (Khusnatun & Hutajulu, 2021) Cadangan devisa adalah indikator penting untuk menilai kemampuan suatu negara dalam melakukan transaksi internasional. Posisi cadangan ini tercermin dalam neraca pembayaran, yang mencatat seluruh arus devisa dari aktivitas seperti ekspor, impor, dan aliran modal, sehingga

setiap komponennya dapat memengaruhi jumlah cadangan devisa secara langsung.(Erwina et al., 2018)

Salah satu faktor yang memengaruhi perubahan cadangan devisa adalah nilai ekspor bersih, yaitu selisih antara nilai ekspor dan impor suatu negara. Nilai ini tercermin dalam neraca pembayaran, khususnya pada neraca transaksi berjalan dan neraca modal. Fluktuasi nilai ekspor bersih dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kondisi ekonomi domestik dan global, serta volatilitas nilai tukar mata uang asing. Ketidakstabilan perekonomian nasional, seperti yang terjadi di Indonesia, berpotensi menyebabkan perubahan signifikan dalam jumlah cadangan devisa yang dimiliki oleh negara.(Sayoga & Tan, 2017) Di bawah ini disajikan data mengenai cadangan devisa dan nilai ekspor dari tahun 2019 hingga 2024.

Tabel 1. Data Cadangan Devisa dan Ekspor dari Tahun 2020-2024

Tahun	Cadangan Devisa (Juta USD)	Ekspor (Juta USD)
2020	135.897	163.191
2021	144.905	231.609
2022	137.233	291.904
2023	146.383	258.774
2024	155.719	264.703

Sumber: BPS dan Kementerian Perdagangan (diolah)

Berdasarkan data pada tabel di atas, terlihat bahwa nilai cadangan devisa Indonesia mengalami fluktuasi sepanjang periode 2020 hingga 2024. Pada tahun 2020, cadangan devisa tercatat sebesar 135,897 juta USD dan mengalami peningkatan signifikan di tahun 2021 menjadi 144,905 juta USD. Namun, pada tahun 2022 terjadi penurunan menjadi 137,233 juta USD, sebelum kembali naik di tahun 2023 dan 2024 masing-masing menjadi 146,383 juta USD dan 155,719 juta USD. Secara umum, tren cadangan devisa cenderung meningkat, meskipun sempat menurun di tahun 2022.

Di sisi lain, nilai ekspor menunjukkan tren yang lebih dinamis. Ekspor meningkat pesat dari 163,191 juta USD di tahun 2020 menjadi 291,904 juta USD di tahun 2022. Kenaikan ini menunjukkan adanya pemulihan ekonomi global pasca pandemi yang mendorong permintaan ekspor Indonesia. Meski demikian, ekspor mengalami penurunan di tahun 2023 menjadi 258,774 juta USD sebelum kembali naik tipis di tahun 2024 sebesar 264,703 juta USD. Secara keseluruhan, data ini mencerminkan pentingnya sektor ekspor dalam menopang cadangan devisa Indonesia, meskipun masih dipengaruhi berbagai faktor eksternal seperti kondisi pasar global, harga komoditas, dan situasi geopolitik.

Industri halal menyimpan potensi besar yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan cadangan devisa negara. Terdapat beberapa langkah strategis yang dapat diambil guna mencapai tujuan tersebut. Pertama, dengan mendorong ekspor produk halal. Produk seperti makanan halal dan busana muslim memiliki prospek ekspor yang menjanjikan. Untuk mendukung peningkatan ekspor ini, perlu adanya penguatan kapasitas produksi, peningkatan kualitas produk, serta penerapan strategi harga yang kompetitif.

Langkah kedua adalah memaksimalkan potensi sektor pariwisata halal. Sektor ini berperan penting dalam mendatangkan devisa dan telah membawa sejumlah penghargaan bagi Indonesia. Untuk meningkatkan daya saingnya di kancah global, diperlukan strategi yang komprehensif, antara lain melalui pengembangan paket wisata terpadu, peningkatan kompetensi sumber daya manusia, penyusunan regulasi yang kondusif, serta pemanfaatan teknologi digital.(Katadata, 2020)

Langkah ketiga adalah memperkuat peran sektor keuangan syariah dalam memperluas akses keuangan. Lembaga keuangan berbasis syariah dapat menjadi sumber pembiayaan bagi UMKM yang bergerak di sektor halal. Dengan dukungan pembiayaan yang mencukupi, pelaku UMKM dapat mengembangkan usahanya. Jika jumlah UMKM yang tumbuh semakin banyak, maka produksi dalam negeri akan meningkat dan produk halal Indonesia pun berpeluang lebih besar untuk menembus pasar internasional.

Program inklusi keuangan turut mempermudah transaksi bagi pelaku UMKM. Semakin banyak pelaku usaha yang memanfaatkan layanan keuangan syariah, maka pangsa pasar industri ini juga akan semakin berkembang. Pada akhirnya, pertumbuhan industri keuangan syariah dapat memberikan dampak positif yang lebih luas bagi perekonomian, termasuk dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Melihat potensi besar yang dimiliki, diperlukan kolaborasi dari berbagai pihak untuk mendorong kemajuan industri halal. Pemerintah memiliki peran penting dalam menyusun regulasi yang mendukung perkembangan industri dan produk halal, termasuk penyederhanaan proses sertifikasi. Hal ini sangat penting bagi UMKM agar dapat bersaing di pasar ekspor. Di sisi lain, kesadaran masyarakat mengenai pentingnya produk halal juga perlu ditingkatkan, serta didorong untuk mendukung produk halal lokal melalui konsumsi. Dengan adanya kerja sama antara pemerintah dan masyarakat, menjadikan Indonesia sebagai pusat industri halal dunia bukanlah hal yang tidak mungkin.

Melalui Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), berbagai langkah telah dilakukan untuk mendorong keterlibatan pemerintah daerah dalam memperkuat pengembangan ekonomi dan keuangan syariah di tingkat lokal.

Salah satu program utama yang terus didorong adalah penguatan Industri Halal Nasional, yang dinilai memiliki potensi besar untuk bersaing di pasar global. Ekonomi syariah berperan dalam mendukung pertumbuhan sektor-sektor strategis seperti makanan halal, fashion muslim, produk farmasi, kosmetik, dan pariwisata berbasis prinsip halal. Pengembangan sektor-sektor ini diharapkan dapat meningkatkan posisi daya saing Indonesia di pasar internasional.

Upaya lainnya yang tak kalah penting adalah memperluas inklusi keuangan syariah dengan menyediakan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Strategi ini bertujuan untuk membuka akses keuangan bagi kelompok masyarakat yang belum terjangkau sistem keuangan konvensional, termasuk yang berada di wilayah terpencil atau pedesaan.

Selain itu, peningkatan kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) juga menjadi fokus, melalui penyediaan program pendidikan dan pelatihan di bidang ekonomi syariah. Tujuannya adalah untuk membekali masyarakat dengan keterampilan dan wawasan yang diperlukan agar mampu memanfaatkan sistem ekonomi syariah secara optimal dan bersaing di kancah ekonomi global yang berbasis nilai-nilai Islam.

3. Potensi dan Tantangan Indonesia dalam Meningkatkan Daya Saing Industri Halal di Pasar Global

Industri halal di Indonesia mengalami perkembangan pesat, tidak hanya terbatas pada makanan dan minuman, tetapi juga merambah ke berbagai sektor lain seperti fashion muslim, kosmetik, farmasi, travel, hotel, media, hiburan, keuangan syariah, dan pariwisata halal. Di bidang keuangan syariah, hadirnya Bank Muamalat sejak 1991 menjadi pelopor, disusul Bank Syariah Indonesia (BSI) pada 2021 sebagai bank syariah terbesar hasil merger tiga bank BUMN. Fashion muslim pun berkembang dari sekadar kepatuhan syariat menjadi tren

modern yang menempatkan Indonesia di posisi ketiga industri busana muslim dunia. Di sisi lain, permintaan produk kosmetik dan farmasi halal meningkat seiring kesadaran generasi muda muslim, dengan Wardah sebagai contoh sukses di pasar nasional dan internasional. (Maulana, 2022)

Sektor travel halal juga tumbuh seiring meningkatnya minat masyarakat untuk ibadah haji dan umrah, didukung oleh layanan perjalanan religi. Hotel syariah pun bermunculan sejak kehadiran Hotel Sofyan Jakarta, diikuti hotel-hotel bernuansa Islami lainnya. Di ranah media dan hiburan, film Islami seperti animasi Nussa dan Rara berhasil menarik jutaan penonton. Selain itu, tren produk halal semakin luas dengan regulasi jaminan produk halal dan sertifikasi gratis dari pemerintah, membuka peluang usaha baru seperti kacamata bersertifikat halal dari PT Atalla Indonesia. Sementara di sektor pariwisata, Indonesia berhasil meraih peringkat ke-4 destinasi wisata muslim terbaik dunia menurut *Global Muslim Travel Index* (GMTI) 2021. (Maulana, 2022)

Selain potensi di tiap-tiap sektor, kemajuan teknologi turut menjadi salah satu peluang dalam pengembangan industri halal di Indonesia secara keseluruhan. Teknologi berperan penting dalam memperluas jangkauan sosialisasi serta promosi industri halal di tanah air. Di samping itu, inovasi teknologi juga mendukung proses produksi produk halal agar berlangsung dengan lebih efisien dan efektif. (Jaelani, 2017)

Indonesia, sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia yaitu 237,53 juta jiwa atau 86,9% dari total penduduk, memiliki potensi besar dalam kebutuhan produk halal. Kebangkitan ekonomi syariah dan industri halal menjadi peluang strategis bagi pelaku usaha untuk lebih serius mengembangkan sektor ini, tidak hanya sebagai bentuk kepatuhan syariat, tetapi juga sebagai gaya hidup sehat, aman, dan halal. Seiring berkembangnya industri halal di tingkat nasional, Indonesia berpeluang menjadi pemain utama dalam industri halal global, apalagi kehalalan produk kini telah menjadi standar dalam perdagangan internasional melalui ketentuan *Codex*. Situasi ini memicu banyak negara, termasuk yang bukan mayoritas muslim, ikut bersaing memenuhi permintaan pasar halal dunia. Oleh karena itu, Indonesia perlu memanfaatkan keunggulan jumlah penduduk muslimnya untuk mempercepat pengembangan industri halal, sekaligus mengambil peran sebagai pelopor dan pusat produksi halal dunia. (Maulana, 2022)

Pertumbuhan industri halal dunia terus menunjukkan peningkatan seiring dengan melonjaknya kebutuhan masyarakat muslim secara global. Berdasarkan data dari *The International Trade Centre*, nilai pasar untuk makanan dan minuman halal diprediksi mencapai USD 1 triliun dan terus mengalami tren kenaikan. Namun, meskipun Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, perannya sebagai produsen dan eksportir utama produk halal masih belum optimal. Salah satu penyebab utamanya adalah kurangnya fokus dalam pengembangan produk halal, karena ekspor Indonesia masih didominasi oleh sektor tambang dan perkebunan. Produk halal dari Indonesia yang berhasil masuk pasar global mencakup makanan, kosmetik, dan produk farmasi, dengan negara tujuan seperti Malaysia, Arab Saudi, dan Uni Emirat Arab.

Padahal, laporan *The State of Global Islamic Economy Report 2019/2020* menunjukkan adanya peningkatan konsumsi makanan halal secara global sebesar 3,1%, dari USD 1,13 triliun pada 2018 menjadi USD 1,17 triliun pada 2019, dan diperkirakan akan mencapai USD 1,38 triliun pada 2024. Potensi ini semakin besar dengan mempertimbangkan populasi Indonesia yang sangat besar serta pertumbuhan sektor-sektor industri halal lainnya. (Qoni, 2022)

Di sisi lain, Indonesia juga menghadapi persaingan dari negara-negara non-muslim yang turut mengembangkan industri halal. Negara seperti Malaysia, Brasil, Thailand, dan Tiongkok telah menjadi pemain utama dalam ekspor makanan halal, masing-masing menguasai pangsa pasar sebesar 10,51%, 8,15%, dan 4,97%. Bahkan, mayoritas produk halal yang beredar di negara-negara anggota OKI justru berasal dari negara-negara seperti Brasil, Amerika Serikat, dan Australia. Ini menandakan bahwa isu halal sudah menjadi agenda global. Sejumlah perusahaan besar dunia, seperti Ajinomoto dari Jepang, turut berinvestasi dalam industri halal, antara lain melalui pendirian fasilitas produksi di Malaysia. Dalam laporan yang sama, disebutkan bahwa Indonesia, Malaysia, dan Uni Emirat Arab merupakan tiga negara teratas dengan nilai investasi tertinggi dalam sektor ekonomi Islam, khususnya pada industri makanan halal.(Qoni, 2022)

Tantangan lain yang dihadapi Indonesia adalah masih rendahnya kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya sertifikasi halal. Banyak pelaku usaha kecil belum memahami bahwa sertifikasi tersebut dapat meningkatkan daya saing produk mereka di pasar internasional. Sertifikat halal telah menjadi standar jaminan mutu yang diakui secara global. Selain itu, tingkat kesadaran masyarakat terhadap pentingnya mengonsumsi produk halal juga masih perlu ditingkatkan. Menteri Perdagangan pernah menyampaikan bahwa meskipun sekitar 90% produk makanan di Indonesia sudah tergolong halal, sebagian besar belum disertifikasi secara resmi. Oleh karena itu, diperlukan penyederhanaan proses perolehan sertifikasi halal agar lebih banyak pelaku usaha tertarik dan mampu mengurusnya.(Qoni, 2022)

4. Peran UMKM dan Generasi Muda dalam Penguatan Ekosistem Industri Halal

Selama periode 2015–2019, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menyumbang rata-rata 93% dari total pelaku usaha di Indonesia, sementara Usaha Besar hanya sekitar 7%. Hal ini menunjukkan bahwa struktur industri nasional, termasuk industri halal, sangat mungkin didominasi oleh UMKM.(Yulawati et al., 2022)

Maka dari itu, strategi pengembangan industri halal di Indonesia harus berorientasi pada penguatan UMKM sebagai pelaku utama. Pemerintah perlu menitikberatkan kebijakan peningkatan daya saing pada sektor UMKM dengan fokus pada peningkatan kapasitas keuangan, sumber daya manusia, kemitraan, dan akses pemasaran, karena hingga kini, mayoritas UMKM masih menghadapi berbagai keterbatasan di aspek-aspek tersebut.

Di sisi lain, data BPS tahun 2020 mencatat bahwa generasi muda *milennial* dan *zilenial* mencakup sekitar 54% populasi Indonesia atau sekitar 144 juta jiwa. Kelompok ini merupakan demografi dominan yang sangat berpengaruh terhadap arah pertumbuhan industri, termasuk ekonomi halal.

Sebagai *digital natives*, generasi muda memiliki potensi besar untuk menjadi konsumen utama sekaligus penggerak inovasi dalam industri halal. Oleh karena itu, sinergi antara UMKM dan generasi muda menjadi krusial: UMKM sebagai pelaku utama industri, dan generasi muda sebagai pendorong transformasi melalui adopsi teknologi, digitalisasi, dan perubahan pola konsumsi yang selaras dengan nilai-nilai halal.(Kahila Shanty & Zaerofi, 2024)

Tabel 2. Data Estimasi Komposisi Pelaku Usaha Industri Halal di Indonesia dari Tahun 2020-2024

Tahun	UMKM (%)	Usaha Besar (UB) (%)
2020	92,7	7,3
2021	92,8	7,2

Tahun	UMKM (%)	Usaha Besar (UB) (%)
2022	93,0	7,0
2023	93,1	6,9
2024	93,2	6,8

Sumber: Kemenkop UKM, BPS. Dan KNEKS (diolah)

Tabel estimasi komposisi pelaku usaha di Indonesia dari tahun 2020 hingga 2024 menunjukkan kecenderungan yang konsisten, yaitu dominasi UMKM dengan proporsi yang terus meningkat dari 92,7% pada 2020 menjadi 93,2% pada 2024. Di sisi lain, kontribusi usaha besar mengalami penurunan bertahap dari 7,3% menjadi 6,8% dalam periode yang sama. Pola ini menggambarkan bahwa pertumbuhan jumlah pelaku usaha di Indonesia masih sangat ditopang oleh sektor UMKM, baik karena kemudahan akses memulai usaha kecil maupun semakin luasnya dukungan terhadap sektor ini dari sisi kebijakan dan pembiayaan.

Kecenderungan ini memiliki implikasi besar terhadap strategi pengembangan industri halal nasional. Dengan UMKM sebagai mayoritas pelaku usaha, maka upaya penguatan industri halal harus diarahkan pada peningkatan kapasitas, kualitas produk, dan sertifikasi halal yang terjangkau bagi UMKM. Selain itu, dibutuhkan pendampingan dalam integrasi ke dalam rantai pasok halal, agar UMKM tidak hanya menjadi produsen lokal, tetapi juga berkontribusi pada ekspor produk halal. Dominasi UMKM yang terus tumbuh ini menandakan peran strategis mereka sebagai penggerak utama ekonomi berbasis nilai-nilai syariah di Indonesia.

KESIMPULAN

Industri halal di Indonesia memiliki peluang besar untuk menjadi salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi nasional. Potensi ini didukung oleh jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia serta meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya produk halal yang aman, sehat, dan sesuai syariah. Selain itu, perkembangan teknologi digital seperti *e-commerce*, *blockchain*, dan kecerdasan buatan (AI) turut berperan penting dalam mendukung ekosistem industri halal, khususnya dalam hal verifikasi, distribusi, dan pemasaran produk. Meski demikian, industri halal di Indonesia masih menghadapi sejumlah tantangan baik dari dalam maupun luar negeri, seperti ketatnya persaingan global, perbedaan standar sertifikasi antar negara, serta rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya jaminan halal. Oleh karena itu, jika potensi ini dapat dikelola dan dikembangkan dengan optimal, industri halal tidak hanya mampu meningkatkan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, tetapi juga memperluas pasar ekspor serta menyediakan lapangan kerja yang lebih luas bagi masyarakat. Untuk mendorong pertumbuhan industri halal yang berkelanjutan, pemerintah dan lembaga terkait perlu memperkuat regulasi serta standarisasi sertifikasi halal yang diakui secara internasional, sehingga produk Indonesia memiliki daya saing tinggi di pasar global. Selain itu, edukasi masyarakat mengenai pentingnya produk halal harus terus ditingkatkan melalui berbagai media, seminar, dan program pelatihan. Pelaku industri, khususnya UMKM, juga didorong untuk memanfaatkan perkembangan teknologi digital dalam mengelola bisnis dan proses sertifikasi halal guna meningkatkan efisiensi dan kepercayaan konsumen. Pemerintah diharapkan memberikan dukungan berupa insentif fiskal, kemudahan perizinan, serta pengembangan infrastruktur bagi pelaku industri halal. Terakhir, kolaborasi antara pemerintah, akademisi, pelaku industri, dan komunitas Muslim perlu terus diperkuat dalam membangun ekosistem industri halal yang inklusif, berkelanjutan, dan berorientasi global.

DAFTAR PUSTAKA

Adamsah, B., & Subakti, E. (2022). *Perkembangan Industri Halal Terhadap Pertumbuhan*

- Ekonomi Indonesia*. 5(1), 71–75.
- Ahmad, I., Iqbal, S., Jamil, S., & Kamran, M. (2021). A Systematic Literature Review of E-Banking Frauds: Current Scenario and Security Techniques. *Linguistica Antverpiensia*, 2, 3509 – 3517.
- Akbar, C. (2019). *Konsumsi Produk Halal di RI Tinggi, Bappenas: Kebanyakan Impor*. TEMPO. <https://www.tempo.co/ekonomi/konsumsi-produk-halal-di-ri-tinggi-bappenas-kebanyakan-impor-744834>
- Azizah, N., Rizkinnikmatussolihah, M., & Santoso, M. A. (2022). Perkembangan Industri Halal di Indonesia. *Journal of Islamic Economics Studies and Practices*, 1(2), 201.
- Center, I. H. L. (2019). Indonesia's Halal Economy & Strategy Roadmap. In *Halal Food Safety*. <http://www.halalfoodsafetyuk.co.uk/indonesias-halal-economy-strategy-roadmap/>
- Erwina, T., Haryadi, H., & Mustika, C. (2018). Pengaruh neraca transaksi berjalan, transaksi modal dan utang luar negeri terhadap cadangan devisa Indonesia. *E-Jurnal Perspektif Ekonomi Dan Pembangunan Daerah*, 7(2), 57–70. <https://doi.org/10.22437/pdpd.v7i2.6891>
- Hj. Amirah Ahmad Nahrawi, Lc, M.Ec., M. E. S., Hj. N Fitri Ani Gayo, M. Si han, Arif Fakhruddin, M. A. . ., Dr. H. Burhanuddin Amak, D. T. S., & Alvin Noor Shahab, S. H. (2020). *Peran MUI dalam Praktik Washatiyah.pdf*.
- Jaelani, A. (2017). *Halal Tourism Industry in Indonesia : Potential and Prospects*. 7(3), 25–34.
- Jimmi Qizwini, D. G. P. (2025). INOVASI TEKNOLOGI DAN TRANSFORMASI INDUSTRI HALAL DI INDONESIA: TANTANGAN DAN PELUANG. *PERBANAS JOURNAL OF ISLAMIC ECONOMICS & BUSINESS*, 5(1), 1–14.
- Kahila Shanty, M., & Zaerofi, A. (2024). *Peran Asuransi Syariah dalam Membangun Rantai Nilai Halal The Role of Islamic Insurance in Building Halal Value Chains*. 6(1), 70. <https://ejournal.uit-lirboyo.ac.id/index.php/perbankanArticleDOI:https://doi.org/10.33367//at.v6i1.1492>
- Katadata, T. P. (2020). *Industri Halal untuk Semua*. <https://katadata.co.id/analisisdata/5ea3a73811d32/industri-halal-untuk-semua>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2019). *Nota Keuangan Tahun Anggaran 2019* (p. 479). <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/keuangan-negara/uu-apbn-dan-nota-keuangan>
- Khusnatun, L. L., & Hutajulu, D. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Cadangan Devisa Indonesia. *Ekono Insentif*, 15(2), 79–92. <https://doi.org/10.36787/jei.v15i2.583>
- KNEKS. (2022). Master Plan Industri Halal 2023-2029. In *Kneks*. <https://kneks.go.id/storage/upload/1698379014-Master Plan Industri Halal Indonesia 2023->

2029 Summary.pdf

- Koswara, A. (2025). *E-Commerce dan Industri Halal: Ragam Model Bisnis Digital Terbaru dalam Ekonomi Islam Modern*. 1(1), 1–12.
- Kurnia, A. B., & Putri, J. (2025). *J-EBI : J-EBI : 04(01)*, 1–11.
- Maulana, N. (2022). *Potensi Pengembangan Industri Halal Indonesia Di Tengah Persaingan Halal Global*. 8, 136–150. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v8i2.32465>
- Nahrawi, A. A., Gayo, N. F. A., Arif, S. han F., Amak, B., Supriyatno, T., & Shahab, A. N. (2023). *Pendamping Proses Produk Halal (Pph)*.
- Nuridin, I. B. (2024). Pemanfaatan teknologi blockchain untuk meningkatkan kualitas keterjaminan halal pada produk makanan dan minuman di indonesia. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 8(1), 95–104. <https://doi.org/10.30868/ad.v8i01.6469>
- Prabowo, R., Hasibuan, A., Islam, U., Utara, S., Industri, K., Ekonomi, P., Manufaktur, S., Contribution, I., Growth, E., & Sector, M. (2025). *Open Access KONTRIBUSI INDUSTRI TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI NASIONAL INDUSTRIAL CONTRIBUTION TO NATIONAL ECONOMIC GROWTH*. 02(01), 212–217.
- Prastiwi, I. W., Amalia, D., Khairani, S., Islam, U., & Sumatera, N. (2025). *Teori-Teori Pertumbuhan dan Pembangunan Ekonomi*. 3.
- Qoni, R. (2022). *Tantangan dan strategi peningkatan ekspor produk halal Indonesia di pasar global*. 2(1), 52–63.
- Sayoga, P., & Tan, S. (2017). Analisis cadangan devisa Indonesia dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 12(1), 25–30. <https://doi.org/10.22437/paradigma.v12i1.3931>
- Soleh, A., Fakultas, D., Universitas, E., & Bengkulu, D. (2011). *PERTUMBUHAN EKONOMI DAN KEMISKINAN DI INDONESIA*. 197–209.
- Sukoso, Wiryawan, A., Kusnadi, J., & Sucipto. (2020). *Ekosistem Industri Halal 1* (A. A. Prihanto, M. I. SUKARNA, & H. Harimurti (eds.)). Departemen Ekonomi dan Keuangan.
- Yuliawati, T., Adirestuty, F., Miftahuddin, A., & Hardiansyah, K. (2022). Kebijakan Merger Bank pada Perbankan Syariah: Studi Bibliometrik dan Perspektif Kritis. *Jurnal Inspirasi*, 13(1), 137–155. <https://doi.org/10.35880/inspirasi.v13i1.1979>