



INOVATION AND MARKETING STRATEGIES FOR HALAL PRODUCTS IN THE DIGITAL ERA

Page | 49

INOVASI DAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK HALAL DI ERA DIGITAL

Farchati Umu Aida¹, Salsabila Imroatul², Saniatul Khafsoh³

¹UIN Sunan Ampel

Email : farchatiuida@gmail.com

² UIN Sunan Ampel

Email : salsabila.imarotul.m@gmail.com

³ UIN Sunan Ampel

Email : saniatul911@gmail.com

Abstract (English version)

Purpose – This article aims to describe how halal industry strategies significantly influence the dynamics of Islamic economic development.

Method – The methodology used in this study is descriptive qualitative. The sources for data collection are secondary, including books, journals, records, and summaries of previous study findings. The main objective of this essay is to investigate the ways in which halal businesses can impact the growth of the Islamic economy. The study also notes the opportunities and challenges in developing the halal industry sector in Indonesia. In an effort to provide deeper insights into the aforementioned issues, researchers aim to conduct a literature review related to the research subject. The strategies of halal industry products are thoroughly explained by the findings from the literature review. Despite the descriptive nature of the data analysis, this research objectively discusses issues related to the creation of halal industry product strategies within the framework of Islamic economic growth.

Results – The research results indicate that the halal industry contributes to the growth of the Islamic economy in Indonesia, with a projected growth of four percent between 2023 and 2024 [4]. Additionally, Indonesia has the potential to become a halal market leader if optimized, particularly through the development of large-scale and small-scale halal food industries [5]. The Halal Product Assurance Law (UU JPH) is also expected to drive the growth of the halal industry in Indonesia by setting operational standards and halal certification requirements.

Limitations – The limitations of this journal are that the research focuses only on the halal industry in Indonesia and does not involve primary data from the field. Moreover, the analysis is conducted descriptively without a more in-depth quantitative analysis.

Keywords:

Halal Industry,
Halal
Products,
Economy,
operational
standards,
halal
certification
requirements

Article History:

Submitted: June 2,
2024

Revised: June 24,
2024

Published: June
27, 2024



INNOVATION AND MARKETING STRATEGIES

INOVASI DAN STRATEGI PEMASARAN

Farchati umu, Salsabila Imroatul, Saniatul Khafsoh

Practical Implications – The practical implications of this research are the importance for the Indonesian government to continue supporting and promoting the halal industry as a potential sector for Islamic economic growth. This can be achieved through policies that support halal certification, promotion of halal products, and the development of infrastructure that supports the halal industry.

Page | 50

Abstrak (versi bahasa)

Tujuan – Artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana strategi industri halal berpengaruh signifikan terhadap dinamika perkembangan ekonomi Islam.

Metode – Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Sumber pengumpulan data bersifat sekunder, antara lain buku, jurnal, catatan, dan ringkasan temuan penelitian sebelumnya. Tujuan utama dari esai ini adalah untuk menyelidiki bagaimana bisnis halal dapat berdampak pada pertumbuhan ekonomi Islam. Kajian ini juga mencatat peluang dan tantangan dalam mengembangkan sektor industri halal di Indonesia. Dalam upaya memberikan wawasan yang lebih mendalam terhadap permasalahan di atas, peneliti bertujuan untuk melakukan tinjauan pustaka terkait dengan subjek penelitian. Strategi produk industri halal dijelaskan secara menyeluruh berdasarkan temuan dari tinjauan literatur. Meskipun analisis data bersifat deskriptif, penelitian ini secara objektif membahas isu-isu terkait penciptaan strategi produk industri halal dalam kerangka pertumbuhan ekonomi syariah.

Hasil – Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri halal berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi Islam di Indonesia, dengan proyeksi pertumbuhan sebesar empat persen antara tahun 2023 dan 2024 [4]. Selain itu, Indonesia mempunyai potensi untuk menjadi pemimpin pasar halal jika dioptimalkan, khususnya melalui pengembangan industri makanan halal skala besar dan kecil [5]. Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) juga diharapkan dapat mendorong pertumbuhan industri halal di Indonesia dengan menetapkan standar operasional dan persyaratan sertifikasi halal.

Keterbatasan – Keterbatasan jurnal ini adalah penelitian hanya berfokus pada industri halal di Indonesia dan tidak melibatkan data primer dari lapangan. Apalagi analisisnya dilakukan secara deskriptif tanpa analisis kuantitatif yang lebih mendalam.

Implikasi Praktis – Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pentingnya pemerintah Indonesia untuk terus mendukung dan mempromosikan industri halal sebagai sektor potensial bagi pertumbuhan ekonomi syariah. Hal ini dapat dicapai melalui kebijakan yang mendukung sertifikasi halal, promosi produk halal, dan pengembangan infrastruktur yang mendukung industri halal.

Kata Kunci:

Industri Halal, Produk Halal, Ekonomi, standar operasional, persyaratan sertifikasi halal

Riwayat Artikel:

Submit: 2 Juni 2024

Revisi: 24 Juni 2024

Publish: 27 Juni 2024

PENDAHULUAN

Industri halal kini menjadi sorotan dunia terkait pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi global. Laporan "State of Global Islamic Economy" (2019) memperkirakan bahwa 1,8 miliar Muslim di seluruh dunia dilayani oleh perusahaan halal. Sektor halal mengalami pertumbuhan tahunan sebesar 5,2%

dalam hal potensi konsumen, dengan total pengeluaran konsumen mencapai USD 2,2 triliun. Angka ini diperkirakan akan terus meningkat setiap tahunnya.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan potensi paling besar untuk pengembangan sektor halal. Besarnya populasi Muslim di Indonesia menjadi penyebab potensi yang sangat besar ini. Terbukti bahwa 12,7% Muslim di seluruh dunia tinggal di Indonesia. Diperkirakan lebih dari 229 juta Muslim akan tinggal di Indonesia pada tahun 2020. Ada proyeksi bahwa Indonesia akan memiliki 273 juta penduduk secara keseluruhan, dengan 87,2% dari populasi adalah Muslim. (2020, World produk halal telah meningkat secara signifikan (Population Review). Permintaan terkait karena populasi Muslim yang cukup besar di Indonesia. Indonesia dianggap sebagai benteng terakhir dari sektor industri Islam di seluruh dunia.

Islam memiliki pespektif tersendiri dalam kegiatan ekonomi (Budiman, 2021b) (Dayyan & Chalil, 2020). dalam kegiatan bisnis pasti terdapat resiko yang harus di tanggung (Majid et al., 2017) (Ati et al., 2020) (Amin et al., 2022) (Dayyan et al., 2019). Setiap tahun, bisnis halal menunjukkan perkembangan yang signifikan serta memberikan dampak positif bagi perekonomian Indonesia. Produk Domestik Bruto (PDB) memberikan indikasi akan hal ini. Saat ini, ekonomi syariah diperkirakan menyumbang USD 3,8 juta per tahun terhadap PDB (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2019). Konsumsi penduduk, serta impor dan ekspor barang halal, menyumbang porsi PDB ini. Bisnis halal memiliki peluang besar untuk meningkatkan nilai ekspor Indonesia di pasar global, dengan potensi menghasilkan antara USD 5,01 juta hingga USD 11 juta per tahun. Pada tahun 2018, sektor halal menghasilkan sekitar USD 7,6 miliar dalam penjualan. Indonesia memiliki potensi ekspor global tertinggi ketiga untuk produk halal (Indonesia Halal Lifestyle Center, 2019).

Kontribusi sektor perbankan syariah terhadap pengembangan keuangan masyarakat. Melalui pembiayaan pinjaman, industri perbankan syariah dapat membantu para pengusaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang mengalami kesulitan di sektor halal. Perusahaan dapat berkembang dengan bantuan pembiayaan ini. Dengan kata lain, kegiatan manufaktur akan meningkat jika banyak UMKM yang memperluas penggunaannya. Komoditas halal Indonesia dapat menjadi lebih kompetitif dalam perdagangan global sebagai hasil dari peningkatan produksi. Program inklusi keuangan, misalnya, memfasilitasi pembayaran untuk UMKM. Apabila makin banyak UMKM yang bertransaksi dengan syariah, pangsa pasar sektor-sektor yang terkait dengan syariah akan

meningkat. Oleh karena itu, sektor perbankan syariah akan terus berkembang dan dapat memberikan pinjaman kepada masyarakat umum dengan jumlah yang lebih besar.

Perdebatan yang disebutkan di atas menunjukkan bahwa dukungan substansial dari pemerintah dan masyarakat sangat penting untuk pertumbuhan bisnis halal. Pemerintah harus menawarkan bantuan dalam bentuk sertifikasi halal serta aturan yang berkaitan dengan bisnis dan barang halal. Sertifikasi dan standar halal mendukung pemilik perusahaan, terutama UMKM, dalam memenuhi harapan pelanggan dengan produk mereka. Di sisi lain, upaya masyarakat dikonsentrasikan pada peningkatan kesadaran akan halal dan pembelian barang halal dari produsen dalam negeri. Seperti yang dikatakan dalam kutipan "Indonesia sebagai kiblat industri halal dunia," kolaborasi diperlukan di antara semua kelompok, oleh karena itu hal ini adalah sesuatu yang harus dilakukan secara kooperatif.

METODE PENELITIAN

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Sumber-sumber untuk pengumpulan data ini menggunakan data primer dan sekunder. Untuk data primer peneliti melakukan wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan di industri halal, termasuk pelaku bisnis, regulator, dan konsumen. Wawancara dapat memberikan wawasan langsung tentang pengalaman dan pandangan mereka terkait industri halal dan pertumbuhan ekonomi Islam kemudian peneliti juga melakukan observasi dengan mengamati langsung praktik bisnis di sektor halal. Misalnya, bagaimana proses produksi halal dilakukan, bagaimana pelaku bisnis mengelola sertifikasi halal, dan interaksi mereka dengan konsumen. Sedangkan data sekunder peneliti menggunakan buku-buku, jurnal, catatan, dan ringkasan temuan studi sebelumnya.

Tujuan utama dari artikel ini adalah untuk menyelidiki cara-cara di mana bisnis halal dapat berdampak pada pertumbuhan ekonomi Islam. Kaijan juga mencatat peluang dan kesulitan dalam mengembangkan sektor industri halal di Indonesia. Dalam upaya untuk memberikan wawasan yang lebih dalam tentang masalah-masalah yang disebutkan di atas, para peneliti berupaya melakukan evaluasi literatur yang berkaitan dengan subjek penelitian. Strategi produk industri halal sangat dijelaskan oleh temuan-temuan dari tinjauan literatur. Terlepas dari sifat deskriptif dari analisis data, penelitian ini secara obyektif membahas isu-isu yang berkaitan dengan penciptaan strategi produk industri halal dalam kerangka pertumbuhan ekonomi Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri Halal Berkontribusi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Sektor halal mendukung perencanaan strategis untuk meningkatkan PDB negara. Potensi sektor pertanian terlihat jelas dalam data Kementerian Keuangan Indonesia untuk tahun 2019. Sektor ini menghasilkan PDB sebesar \$3,8 juta dan menarik investasi asing sebesar \$1 juta, tetapi tidak menghasilkan lapangan kerja sebesar \$127 miliar per tahun. Sektor halal memiliki potensi untuk meningkatkan lapangan kerja dan tingkat partisipasi PDB negara jika dikembangkan lebih lanjut. Selain itu, sektor halal Indonesia memiliki potensi untuk muncul sebagai mesin utama ekspansi ekonomi. Bisnis halal berpotensi menghasilkan pendapatan antara USD 5,1 juta hingga USD 11 juta per tahun. pasar halal menghasilkan \$7,6 juta tahun lalu. Oleh karena itu, melakukan adalah hal yang tepat untuk dilakukan. Standar industri halal perlu ditingkatkan terlebih dahulu. Dua ekspor yang mungkin dilakukan dari Indonesia adalah pakaian Muslim dan makanan halal. Kedua, untuk meningkatkan potensi pariwisata halal. Ketiga, untuk meningkatkan kontribusi sektor perbankan syariah dalam meningkatkan literasi keuangan. Dengan kekuatan yang lebih besar, sektor keuangan syariah akan dapat mempengaruhi kesejahteraan masyarakat secara lebih signifikan.

Melalui bisnis halal, literasi halal diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Langkah pertama untuk menjadikan Indonesia sebagai pusat kekuatan perdagangan halal dunia pada tahun 2024 adalah literasi halal. Hal ini dikarenakan nilai literasi halal yang tak terhitung dalam mengedukasi produsen dan konsumen tentang gaya hidup halal. Keinginan konsumen untuk membeli produk makanan dan minuman halal harus disandingkan dengan potensi besar Indonesia untuk menjadi produsen produk halal global. Akibatnya, seiring dengan pertumbuhan bisnis halal di Indonesia dan semakin banyaknya individu yang tertarik untuk menciptakan barang-barang halal, permintaan akan komoditas ini juga akan meningkat.

Menurut SGIER, Indonesia, yang memandang sektor halal sebagai bagian dari ekonomi Islam, diproyeksikan akan berkembang dengan laju tahunan sebesar empat persen antara tahun 2023 dan 2024. Hal ini menyusul tingkat pertumbuhan lima persen sebelumnya yang dicapai oleh lapangan kerja di berbagai bisnis halal, termasuk makanan, kosmetik, farmasi, fashion, media, dan rekreasi, yang pada gilirannya menurunkan tingkat pertumbuhan ekonomi Islam. Dalam rangka mendorong perluasan sektor halal di Indonesia, semua pihak yang berkepentingan harus mendukung hal ini sebagai potensi pasar yang besar bagi industri halal

nasional. Lebih tepatnya, Indonesia berada di peringkat kedua dalam industri makanan halal dan peringkat ketiga dalam industri fesyen modest. Perubahan terbesar di industri kosmetik dan farmasi Industri farmasi dan kosmetik mengalami pergerakan terbesar, bergerak dari posisi 9 ke posisi 5. Di sisi lain, industri media dan pariwisata tidak masuk ke dalam 10 besar negara yang ada pada saat itu dan saat ini hanya mampu mencapai posisi 6. Industri farmasi dan kosmetik telah mengalami hal ini, misalnya, dengan mengikuti pedoman Halal secara ketat, perusahaan industri kecil dan menengah (UKM) telah membuka restoran di luar negeri. Pengalaman ini berarti bahwa, terlepas dari tingkat proses atau bahan baku yang digunakan, pengawasan yang cermat terhadap sistem manufaktur halal yang telah selesai sebelumnya akan terus berlanjut setelah UKM pindah ke tanah air. Akibatnya, literatur Islam menjadi semakin penting seiring dengan semakin rumitnya kehidupan modern. Kapasitas atau kemauan untuk memahami, memperoleh, dan menggunakan informasi mengenai kualitas barang atau jasa tertentu disebut sebagai halal. Pengetahuan halal adalah kemampuan untuk membuat keputusan tentang pola makan, pakaian, dan cara hidup seseorang yang sejalan dengan prinsip-prinsip Islam. (Belas, 2023)

Potensi Industri Halal bagi Pembangunan Ekonomi Di Indonesia

Adanya Makanan dan minuman, fashion, pariwisata, keuangan Islam, dan sektor lain adalah bagian dari industri halal Indonesia. Ini memiliki potensi yang sangat besar baik di pasar domestik maupun internasional. Karena banyaknya penduduk Muslim, bisnis dan produk halal. Akibatnya, kesalahan dapat memengaruhi penawaran pasar. Menurut data dari laporan Mastercard and Crescent Rating 2022, jumlah orang muslim mencapai 2 miliar, atau sekitar 25% dari populasi dunia, dan sebagian besar orang beragama Islam tinggal di wilayah Asia. Potensi industri dan produk halal di Indonesia termasuk:

1. Populasi Muslim terbesar di dunia

Indonesia adalah negara dengan populasi muslim terbesar di dunia dengan 237,53 juta orang, atau 86,9% dari 273,32 juta penduduknya. Dengan demikian, kebutuhan akan produk halal akan meningkat. Kebutuhan akan barang halal pasti akan meningkat. Kebangkitan ekonomi syariah terhadap sektor halal mendorong peneliti di seluruh dunia untuk mempelajarinya. tidak hanya sebagai cara untuk mempelajari hukum dan mematuhi, tetapi juga sebagai gaya hidup baru yang

lebih sehat, aman, dan halal. Perkembangan industri halal di seluruh negara telah membuat Indonesia menjadi pemimpin pasar halal di seluruh dunia.

Selain itu, hukum perdagangan internasional mengubah produk tertentu, membuat industri halal dan produk-produknya tidak lagi hanya menjadi masalah bagi Muslim. Mereka sekarang menjadi bagian dari sistem produksi global. Negara-negara lain bersaing untuk menyediakan produk halal untuk memenuhi permintaan konsumen di seluruh dunia, meskipun sebagian besar dari mereka bukan Muslim. Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, harus mempersiapkan diri untuk memajukan industri halal dan memproduksi barang, bahkan mungkin menjadi pemimpin global pada tahun 2045. Bonus demografi akan mencapai 70% dari populasi Indonesia pada tahun 2045, menunjukkan bahwa tenaga kerja produktif Indonesia akan berkontribusi secara signifikan terhadap PDB negara. Menurut (Indonesiabaik.id, 2021). Dengan potensi tersebut, permintaan publik untuk produk halal dari semua sektor akan terus meningkat.

2. Persepsi masyarakat Indonesia terhadap konsumsi halal yang tinggi

Di Indonesia, industri halal menghasilkan sekitar \$ 220 juta dari pendapatan orang, dan angka ini diperkirakan akan terus meningkat seiring dengan jumlah Muslim di negara tersebut dan kesadaran publik akan manfaat produk halal. Indonesia memiliki peluang untuk menjadi pemimpin pasar halal jika dioptimalkan. Makanan, misalnya, memainkan peran penting dalam mengembangkan industri halal. Dengan memprioritaskan pengembangan industri makanan halal di Indonesia dalam skala besar dan kecil, Indonesia akan dapat bersaing secara global. Namun, Indonesia dikenal memiliki banyak sumber daya alam dan potensi perikanan yang besar. Jika industri skala besar dan UMKM beralih ke sertifikasi halal, Indonesia mungkin menjadi bagian dari industri halal dunia.

3. Peraturan Hukum/UU Jaminan Produk Halal

UU JPH membantu pertumbuhan dan kemajuan industri halal Indonesia. Perjanjian UU JPH membantu peserta industri menerapkan sertifikasi halal dalam praktik manajemen yang tepat. Tujuan dari undang-undang ini adalah untuk memastikan bahwa data di seluruh negeri aman dan terbuka. Diharapkan undang-undang ini akan mendorong pertumbuhan industri halal di Indonesia dan membantu bisnis dan konsumen yang menjual barang halal. Undang-undang ini juga dapat membantu industri halal di Indonesia dengan mendefinisikan dan menetapkan standar operasional dan persyaratan sertifikasi halal. Oleh karena itu,

semua operasi dan sertifikasi halal dapat dilakukan sesuai dengan tujuan, yaitu menjadikan Indonesia sebagai pusat halal global.

4. Kebijakan Substitusi Impor

Page | 56

Pemerintah mendukung pengganti barang impor dengan barang lokal. Dengan meningkatnya populasi Indonesia, permintaan dan kebutuhan akan produk halal meningkat. Oleh karena itu, pemerintah berusaha untuk mengurangi ketergantungan pada produk impor yang tidak halal dengan produk yang dibuat di luar negeri.

5. Pembentukan Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS)

Menurut Perpres No. 28 tahun 2020, KNEKS dibentuk untuk mendukung pertumbuhan ekonomi nasional dan meningkatkan nilai tukar ekonomi dan keuangan syariah serta untuk meningkatkan koordinasi, sinkronisasi, dan kerja sama antara pemangku kepentingan, lembaga pemerintah, dan pihak terkait lainnya di sektor ekonomi dan keuangan syariah. KNEKS telah mengumumkan Rencana Induk Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024 untuk mendukung pertumbuhan ekonomi Islam di Indonesia. Rencana ini menekankan peran penting komponen nilai dalam pertumbuhan ekonomi Islam. Industri halal Indonesia tumbuh lebih cepat berkat rencana master ini.

Ada banyak lembaga yang hadir untuk mendukung pengembangan industri halal Indonesia, seperti:

- a. BPJPH Kemenag harus memanfaatkan sumber daya dari berbagai lembaga, seperti Menteri Kesehatan, Menteri Pertanian, Menteri Luar Negeri, Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi, Menteri Keuangan, Menteri Komunikasi dan Informatika, Kapolri, Kepala BPOM, Kepala BSN, dan MUI.
- b. Melalui MEKSI 2019-2024, Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) dan KNEKS telah membuat strategi pengembangan industri halal.
- c. Menciptakan pusat studi halal untuk mendorong program studi berbasis industri halal di universitas. Untuk mendukung pelaksanaan UU JPH, beberapa program studi disesuaikan dengan industri dan produk halal.

6. Pembentukan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan LPH

Selain mematuhi peraturan yang mengatur industri halal, perhatian pemerintah terhadap pengembangan produk dan industri itu sendiri terlihat dari pendapat atau kelompok kepentingan yang relevan. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal

(BPJPH) didirikan pada 11 Oktober 2017, berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 di bawah tanggung jawab Menteri Agama. Seperti yang dinyatakan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 2/2017, yang ditetapkan.

BPJPH tetap mempertahankan sertifikasi Halal, yang telah diberikan oleh MUI selama beberapa tahun. Sertifikasi Halal, yang sebelumnya diwajibkan secara sukarela, tetap dipertahankan. Ia mengacu pada hal-hal yang diwajibkan oleh undang-undang untuk menjaga keselamatan negara secara keseluruhan. Untuk membantu pemilik bisnis dengan sertifikasi Halal, BPJPH telah mendirikan layanan telepon yang tersedia 24 jam sehari, 7 hari seminggu. Ini sangat penting karena menunjukkan seberapa besar Indonesia dan seberapa banyak hal yang perlu dilakukan untuk mencapainya. Selain itu, pemerintah juga mendukung pembentukan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH). LPH bekerja sama dengan departemen atau organisasi yang relevan, seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan LPH, serta bekerja sama dengan organisasi di dalam dan luar negeri yang berkaitan dengan manufaktur produk halal.

7. Kemudahan Pengurusan Sertifikasi Halal bagi UMK

Layanan ini gratis, sederhana, profesional, dan etis sesuai dengan standar Syariah, dan sesuai dengan standar internasional untuk sertifikasi izin kerja oleh organisasi internasional. Dengan demikian, semua peserta MSEE memiliki akses universal ke layanan sertifikasi halal sesuai dengan pedoman yang ditetapkan.

8. Program Sertifikat Halal (gratis)

Untuk mencapai tujuan menyelesaikan program sertifikasi halal 10 juta produk, BPJPH bekerja sama dengan lembaga pemerintah regional, asosiasi bisnis, dan afiliasi BPJPH lainnya untuk membantu sektor ekonomi dengan memberikan 324.834 sertifikasi produk halal secara gratis pada 24 Agustus 2022 (disebutkan dalam Pengumuman No. 1479 untuk tahun 2022). Indeks Perjalanan Muslim Indonesia (IMTI), yang dibangun berdasarkan standar GMTI dan berfungsi sebagai referensi bagi agen perjalanan Indonesia untuk mempromosikan perjalanan halal, menunjukkan pilihan pemerintah untuk memperoleh posisi terbaik di industri perjalanan. Aksesibilitas, komunikasi, lingkungan, dan layanan adalah empat standar yang digunakan GMTI untuk melakukan penilaian. Pemerintah menyediakan layanan yang sebanding dengan pariwisata Muslim melalui Kementerian Agama. Selain itu, ia menawarkan berbagai pilihan paket perjalanan, termasuk agen perjalanan, akomodasi, bisnis perjalanan, dan restoran halal.

9. Dukungan komunitas

Upaya pemerintah untuk mengembangkan industri halal di Indonesia dipandang menguntungkan oleh banyak orang, termasuk akademisi, pemimpin agama, dan masyarakat umum. Ini terbukti dengan pembentukan Komunitas Halal, sebuah pusat pendidikan halal Consider Community Halal di Sumatera Barat, dan komunitas halal UKM di Bogor.

Sektor Makanan dan Minuman Halal

Sektor makanan dan minuman halal adalah salah satu sektor yang paling berkembang dalam industri halal. Indonesia, dengan populasi Muslim terbesar di dunia, memiliki permintaan yang sangat besar terhadap produk halal. Mekanisme dan Contohnya:

1. Peningkatan Permintaan Domestik

Dengan meningkatnya kesadaran dan kebutuhan akan makanan halal, banyak perusahaan lokal dan asing berinvestasi dalam produksi makanan halal. Ini menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan lokal.

2. Ekspor Produk Halal

Indonesia dapat meningkatkan ekspor produk makanan halal ke negara-negara mayoritas Muslim lainnya, seperti Malaysia, Arab Saudi, dan Uni Emirat Arab. Misalnya, perusahaan seperti PT. Indofood telah memperluas pasarnya ke Timur Tengah. (Amini et al., 2022)

3. Industri Pertanian dan Perikanan

Pertanian dan perikanan yang mengikuti standar halal tidak hanya memenuhi kebutuhan domestik tetapi juga dapat diekspor, memperkuat ketahanan pangan dan ekonomi pedesaan. (Fatimah Siti, 2022)

Makanan dan Minuman halal untuk Perekonomian

Umat Muslim mengonsumsi makanan halal untuk memenuhi kebutuhan nutrisi mereka. Umat Muslim percaya bahwa makanan halal merupakan hal yang penting karena Al-Qur'an, yang berisi penjelasan yang berasal dari firman Allah yang mengenai konsumsi makanan, atau minuman, yang keduanya mutlak dan tidak bisa diubah. Dalam hal aktivitas ekonomi, baik pemerintah, bisnis, maupun perilaku konsumen individu, terdapat kesamaan. Ekonomi Islam berpendapat

bahwa mengonsumsi makanan halal bermanfaat bagi kesehatan manusia dan diberkahi oleh Allah SWT dalam kehidupan ini. Salah satu aspek dari kegiatan ekonomi yang sesuai dengan syariah ini adalah pelabelan makanan halal. Konsumsi pada dasarnya adalah cara untuk memenuhi kebutuhan fisik dan emosional seseorang; dalam Islam setelah seseorang menunaikan kewajibannya seperti zakat (Kamal, S., Berakon, I., Hamid, A. and Muttaqin, 2023) (KAMAL, 2022) (Kamal,2018) (Safwan, 2021) (Z Muttaqin, 2022) (Kamal, S., Safarida, N. and Kassim, 2024)(Kamal, S., Muslem, M., Mulyadi, M. and Berakon, 2024) dan anjuran lainnya seperti wakaf (Iskandar et al., 2023) (Kamal et al., 2023) maka seseorang dibenarkan untuk mengonsumsi dari hasil kekayaannya. Konsumsi juga merupakan tanggung jawab atas kenikmatan yang Allah SWT anugerahkan kepada manusia. Ini adalah semacam doa kepada-Nya. Kebutuhan, kesenangan, dan kebijakan semuanya termasuk dalam konsumsi. Karena kesenangan dan kepuasan tidak dianggap sebagai kebutuhan, maka diberikan penjelasan agar tidak dimanfaatkan. Kecuali, menyelamatkan dari penggunaan yang tidak tepat atau dari mengencerkan makanan yang terlalu panas atau dingin.

Ekonomi Islam menerapkan masalah sejalan dengan prinsip rasionalitas, yang menyatakan bahwa setiap pelaku ekonomi berusaha memaksimalkan masalahnya. Islam meyakini bahwa ada kehidupan setelah dunia ini, khususnya di akhirat. Inilah cara umat Islam memahami kehidupan. Menurut Imam Asy-Syathibi, kemaslahatan dapat dicapai jika lima prinsip dasar Islam-agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta-dapat direalisasikan dan ditegakkan. Penyediaan barang dan jasa bagi umat Islam yang memenuhi kebutuhan mereka secara keseluruhan hanya membantu melestarikan lima komponen fundamental ini. Lebih jauh lagi, kemakmuran di akhirat adalah tujuan akhir selain kepuasan dalam kehidupan ini.

Konsumen diharapkan untuk mengikuti prinsip-prinsip dasar tertentu dalam konteks ekonomi Islam. Prinsip-prinsip ini termasuk berpartisipasi dalam proses mengonsumsi apa yang disyariatkan, atau barang dan jasa yang secara moral dan etika benar, mengidentifikasi apa yang ilegal, dan mengupayakan barang dan jasa yang meningkatkan hubungan mereka dengan Allah. Rantai pasokan global dan kepatuhan terhadap sertifikasi halal akan memainkan peran penting dalam sektor pemerintah dalam mendorong perekonomian nasional secara global, khususnya di Indonesia. Indonesia, negara dengan tingkat konsumsi makanan halal tertinggi di dunia, harus lebih toleran terhadap non-Muslim di tempat kerja. Untuk mencegah kecacatan produk, pemerintah harus mengambil beberapa langkah, termasuk memantau proses jaminan kualitas produk untuk memastikan bahwa barang yang

diimpor tetap terjaga kehalalannya dan mengeluarkan surat peringatan kepada kontraktor atau karyawan yang melanggar peraturan MUI.

Para ahli ekonomi makanan memperkirakan peningkatan pendapatan industri makanan halal di masa depan. Ini dijelaskan oleh delapan tren. Pertama, karena tradisi Islam yang tersebar luas di seluruh dunia, permintaan akan produk halal telah meningkat. Kedua, hal ini menekankan ketidakpuasan non-Muslim terhadap penggunaan makanan dan produk yang sah karena alasan etika dan kebersihan. Ketiga, pertumbuhan populasi Muslim dan penurunan daya beli konsumen telah mendorong kebangkitan konsumen halal sebagai kekuatan di pasar. Faktor yang lemah adalah bahwa umat Islam memiliki kebutuhan yang lebih besar untuk membatasi konsumsi mereka pada makanan halal.

Dalam rangka memposisikan Indonesia sebagai produsen makanan halal global yang signifikan pada tahun 2024, pemerintah telah menerapkan beberapa langkah yang disengaja dan terfokus. Langkah-langkah ini dan langkah-langkah lainnya dapat diambil untuk meningkatkan produksi barang-barang Indonesia, membuatnya lebih mudah diakses dan lebih berkualitas. Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor industri halal yang harus mendapatkan sertifikasi pada tahun 2024. Kemudian, pada tahun 2026, minatnya bergeser ke produk konsumen, obat-obatan yang dijual bebas, dan kosmetik. Oleh karena itu, Kementerian Agama telah menetapkan target untuk mensertifikasi 10 juta produk halal pada tahun 2024 melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). (Septiani & Indraswari, 2018).

Pariwisata Halal

Indonesia, rumah bagi dua pertiga populasi Muslim dunia, memiliki potensi untuk menjadi pemain utama di pasar produk gaya hidup halal global. Salah satu caranya adalah dengan memanfaatkan wisata halal. Karena pertumbuhan industri wisata halal juga mendorong perluasan industri terkait lainnya, termasuk penginapan, travel, tempat makan, lokasi wisata, dan souvenir atau oleh-oleh UMKM, yang bisa berupa kerajinan tangan, pakaian, makanan, dan minuman. (Nidya Waras Sayekti)

Bagian dari industri perjalanan yang dikenal sebagai "wisata halal" menyediakan layanan kepada wisatawan sesuai dengan hukum Islam. Wisata halal ini ditujukan bagi pengunjung yang mengidentifikasi dirinya sebagai Muslim. (Muslim Friendly) namun, bukan berarti turis non-Muslim tidak dapat menggunakannya. Dalam hal wisata halal, beberapa hal yang perlu dipikirkan

adalah tempat penginapan yang menyediakan makanan dan minuman halal, memperbolehkan umat Muslim untuk beribadah di musholla mereka, serta memiliki spa dan area berenang dengan waktu yang terpisah untuk pria dan wanita. Selain itu, penyedia layanan transportasi diwajibkan untuk memfasilitasi para pelancong Muslim untuk menunaikan ibadah haji selama perjalanan mereka. Makanan dan minuman halal, hiburan Islami selama perjalanan, tempat ibadah di atas kapal, dan pemberitahuan waktu beribadah adalah beberapa cara untuk mewujudkannya.

(Sabiq Al Qita1, 2022) Pariwisata halal tidak hanya mencakup ziarah dan ibadah religius, tetapi juga mencakup tempat lain yang menawarkan fasilitas pendukung seperti restoran dan hotel. Ini karena semua orang, baik muslim maupun non-muslim, dapat menikmati pelayanan yang didasarkan pada prinsip syariah.

Sehubungan dengan hal ini, Kementerian Pariwisata Indonesia membentuk Tim Percepatan Pengembangan. Pemerintah telah menugaskan Tim Percepatan Pengembangan Pariwisata Halal (TP3H) untuk memetakan, mengembangkan, dan menyediakan pedoman regional. Dalam rangka mempromosikan wisata halal, tiga pedoman umum telah ditetapkan:

Kategori	Indikator
Destinasi (Alam, Budaya dan Buatan)	<p>Pariwisata</p> <ul style="list-style-type: none">- Banyak aktivitas wisata, seni, dan budaya yang tidak tersedia menyebabkan pornografi dan polytheism.- Organize setidaknya satu pemandu wisata Halal Life Style Festival yang berpakaian dan sopan- Ada perbedaan pilihan wisatawan pantai untuk atraksi dan pemandu, dan ada peraturan yang memastikan bahwa pengunjung tidak memakai pakaian yang tidak sopan.
Hotel	<ul style="list-style-type: none">- Ada makanan halal tersedia- Masjid, musala, dan fasilitas bersuci tersedia untuk memudahkan ibadah.- Selama bulan Ramadhan, server tersedia untuk memenuhi kebutuhan sahur dan berbuka puasa.-Absensi aktivitas yang tidak halal seperti permainan, konsumsi alkohol, dan kegiatan di disko dan rekreasi memiliki fasilitas fitness/gym yang berbeda untuk laki-laki dan perempuan.

-Jika hotel memiliki spa, hubungi seorang pria terapis.

klien laki-laki dan terapis perempuan untuk klien wanita. Terapi tidak menggunakan bahan yang menggunakan babi, alkohol, atau produk derivatifnya.

Biro Perjalanan

- Menyediakan paket tour yang memenuhi standar umum wisata halal
- Tidak menyediakan kegiatan yang tidak halal
- Memiliki daftar perusahaan yang menyediakan makanan dan minuman halal
- Tour guides memahami dan dapat menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam melaksanakan tugas mereka.
- Tampaknya sopan dan menarik sesuai dengan etika Islam

Source: Halal Tourism Acceleration Team, (Asri Noer Rahmi)

Tim Percepatan dan Pengembangan Pariwisata Halal Kementerian Pariwisata telah IMTI, memilih sepuluh provinsi di Indonesia untuk mengembangkan pariwisata halal. Di antaranya ada Aceh, Riau, dan Kepulauan Riau, Sumatera Barat, Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, dan Nusa Tenggara Barat. Tiga provinsi-Nusa Tenggara Barat (Lombok), Aceh, Riau, dan Kepulauan Riau menerima skor tertinggi dalam kategori "Daerah Terkemuka" menurut standar menurut laporan tahun 2019.

Untuk memberi wisatawan Muslim kebebasan untuk memilih makanan dan minuman yang sesuai dengan hukum syariah, penginapan yang dioperasikan sesuai dengan prinsip syariah dan spa yang menerima semua orang, termasuk yang memiliki sertifikasi halal. Tabel 2 menunjukkan bahwa produsen makanan dan minuman di Indonesia belum memahami dan menginginkan sertifikasi untuk produk mereka. Ini karena mereka percaya bahwa proses sertifikasi memakan waktu dan tidak perlu dilakukan dengan cepat.

Salah satu inisiatif utama Kementerian Pariwisata Indonesia adalah sektor pariwisata halal, yang telah dikembangkan secara aktif sejak tahun 2015. Dengan 2,8 juta wisatawan mancanegara Muslim yang mengunjungi destinasi halal terbaik di Indonesia pada tahun 2018, pasar pariwisata halal tumbuh sebesar 18%, menghasilkan devisa lebih dari Rp40 triliun.

Keuangan Syariah

Keuangan syariah mencakup perbankan, asuransi, dan investasi yang sesuai dengan hukum Islam (syariah). Mekanisme dan Contoh:

1. Inklusi Keuangan

Bank syariah dan produk keuangan syariah dapat meningkatkan inklusi keuangan dengan menarik segmen populasi yang sebelumnya tidak terlayani oleh sistem perbankan konvensional.

2. Pembiayaan UMKM

Bank syariah sering memberikan pembiayaan kepada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang sesuai dengan prinsip syariah, mendukung pertumbuhan bisnis lokal.

3. Investasi Infrastruktur

Sukuk (obligasi syariah) digunakan untuk membiayai proyek infrastruktur besar di Indonesia, seperti pembangunan jalan tol dan bandara. Misalnya, sukuk negara telah digunakan untuk membiayai proyek infrastruktur senilai miliaran dolar.

Industri Kosmetik dan Obat-obatan Halal

Produk kosmetik dan obat-obatan halal semakin diminati karena kesadaran akan pentingnya bahan-bahan yang sesuai dengan prinsip syariah. Industri kosmetik dan obat-obatan halal memiliki peluang besar untuk pertumbuhan ekonomi syariah. Ini sejalan dengan pernyataan yang dibuat oleh Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia setelah beberapa tahun krisis ekonomi. Tujuan pertumbuhan industri halal seperti hiburan Islami, makanan dan fashion halal, perjalanan halal, dan farmasi dan kosmetik halal adalah tujuan keuangan syariah Indonesia. (Septiani & Indraswari, 2018)

Perbankan syariah Setelah beberapa tahun mengalami resesi ekonomi, Indonesia berharap dapat berkembang secara berkelanjutan dalam industri halal seperti fashion Islami, makanan halal, pariwisata halal, farmasi halal, dan kosmetik halal. Islamic menyatakan bahwa keuangan syariah Indonesia berharap dapat berkembang secara berkelanjutan, dengan kemungkinan menciptakan sektor-sektor halal seperti makanan halal. (Septiani & Indraswari, 2018) Dengan total pengeluaran sebesar \$4 miliar USD, Indonesia telah muncul sebagai konsumen kosmetik halal terbesar kedua di dunia. Pada tahun 2018, pasar kosmetik halal di

seluruh dunia berkembang sebesar 4,9% hingga mencapai USD 64 miliar.(Darmalaksana & Busro, 2021).

Tumbuhnya kesadaran konsumen akan bahan-bahan dalam kosmetik halal terbukti dari pertumbuhan pasar yang berkelanjutan. Meningkatnya penggunaan media sosial di masyarakat saat ini sangat erat kaitannya dengan pertumbuhan ini. Menurut sebuah studi oleh Yavuz dan Emrah (2017), semakin banyak orang yang sadar akan manfaat kesehatan, mereka menjadi lebih puas untuk membeli produk bersertifikat halal. Hasilnya, pasar untuk kosmetik halal sangat besar, yang tidak pernah diprediksi sebelumnya. Mengiklankan diri mereka sebagai produk yang ramah lingkungan, bebas dari kekejaman, dan bahkan menyehatkan, kosmetik halal sangat populer di segala usia.(Septiani & Indraswari, 2018)

Berdasarkan analisis Thompson, pasar kosmetik Muslim global berada di peringkat keempat, dan Indonesia berada di peringkat kedelapan sebagai pemasok kosmetik halal. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia tidak dapat dibandingkan dengan negara lain seperti Uni Emirat Arab, Malaysia, dan Singapura yang menjual kosmetik halal. Indonesia diharapkan dapat bersaing dan berkembang di pasar kosmetik halal global, mengingat prospek negara ini yang sangat baik dan ruang yang luas untuk pertumbuhan.(Hasibuan et al., 2019)

Agar dapat bersaing dengan merek lain, produsen kosmetik harus menemukan cara untuk memenuhi permintaan yang terus meningkat akan produk mereka. Oleh karena itu, agar merek dapat bersaing di pasar domestik dan global, sangat penting bagi perusahaan untuk melakukan penelitian psikologi konsumen, terutama yang berkaitan dengan persepsi konsumen. Karena fakta bahwa nama perusahaan menjadi titik fokus dari semua divisi dan fondasi pemasaran.

Seorang seniman yang memiliki banyak keahlian adalah orang yang menciptakan merek. Levy (1974) menegaskan bahwa untuk membangun piramida merek yang sempurna, seorang manajer yang terampil harus mampu mengintegrasikan konsep dari berbagai bidang artistik dan akademis untuk menghasilkan keseluruhan yang koheren dan berbeda. Moore dan Reid (2008) menyatakan bahwa sebagian besar penelitian branding terkonsentrasi pada pengembangan merek yang sukses dari sudut pandang konsumen.(Hasibuan et al., 2019)

Tantangan Industri Halal di Indonesia

Industri halal Indonesia saat ini menghadapi beberapa masalah. Pertama, mereka berjuang untuk menerima janji pemerintah untuk menjadikan Indonesia

sebagai pusat halal dunia hingga 2024. Kedua, industri halal menghadapi masalah seperti kurangnya organisasi atau perusahaan yang disertifikasi halal, masalah iklan, pertukaran informasi, bahan baku halal, produk lokal, dan masalah logistik halal. Salah satu dari masalah tersebut adalah peran pemerintah dalam mempromosikan industri halal kepada masyarakat umum, sertifikasi produk halal, perlindungan konsumen, dan pengaturan logistik halal. ketiga, Pertumbuhan: Industri halal menghadapi masalah pertumbuhan yang signifikan yang harus diakui oleh masyarakat umum. Keempat, untuk menjadi negara maju, Indonesia harus terus berusaha menangkap ide baru, melakukan inovasi, dan memanfaatkan seluruh sumber dayanya, termasuk sumber daya alam, sumber daya manusia, dan teknologi. Akibatnya, industri halal Indonesia dapat memberikan manfaat tambahan kepada konsumen. Kelima, sebagai pengguna, masyarakat menunjukkan respons yang rendah terhadap produk bersertifikat halal. Ini karena masyarakat memiliki standar yang berbeda-beda terhadap produk halal, dan mereka belum memahami pentingnya pengembangan industri halal. (Utari et al., 2022)

Strategi Efektif untuk menghadapi tantangan di pasar Global

Menghadapi tantangan dalam industri halal, Indonesia dapat mengadopsi beberapa strategi efektif untuk memperkuat posisinya di pasar global. Berikut adalah beberapa strategi yang bisa diimplementasikan yaitu :

1. Harmonisasi Standar dan Regulasi

Untuk menciptakan standar sertifikasi halal yang konsisten dan diakui secara internasional. Dengan cara Kolaborasi dengan Negara Lain dan pembentukan Badan Sertifikasi Tunggal.

2. Peningkatan Infrastruktur dan Teknologi

Untuk memperkuat infrastruktur pendukung dan mengadopsi teknologi terbaru dalam proses produksi dan sertifikasi halal yaitu dengan investasi dalam Infrastruktur dan meningkatkan teknologi digital dengan mengintegrasikan teknologi seperti blockchain untuk meningkatkan transparansi dan akurasi dalam rantai pasokan halal, serta memudahkan pelacakan produk dari produksi hingga konsumen.

3. Peningkatan Kualitas dan Inovasi Produk

Untuk meningkatkan kualitas produk halal dan mendorong inovasi untuk memenuhi kebutuhan pasar global maka perlu diberikan pelatihan dan sertifikasi SDM untuk meningkatkan kompetensi tenaga kerja di sektor halal dan Pengembangan Produk Berbasis Riset untuk mendorong riset dan pengembangan produk halal baru yang inovatif, dengan fokus pada kualitas, keamanan, dan keberlanjutan.

4. Peningkatan Akses Pasar Global

Untuk memperluas pasar ekspor produk halal Indonesia dengan mengatasi hambatan perdagangan dan meningkatkan akses ke pasar internasional yaitu dengan meningkatkan kerjasama internasional dan membantu UMKM dengan dukungan ekspor seperti memberikan fasilitasi dan pembiayaan kepada UMKM untuk mengembangkan kapasitas ekspor mereka, serta memberikan pelatihan mengenai prosedur ekspor dan pemasaran internasional.

5. Dukungan Kebijakan dan Regulasi

Untuk membuat kebijakan dan regulasi yang mendukung pertumbuhan industri halal sehingga perlu merevisi dan melakukan penyederhanaan Regulasi seperti Memperbaiki dan menyederhanakan regulasi terkait industri halal untuk mengurangi beban birokrasi dan biaya bagi produsen serta insentif dan dukungan pemerintah. (Chalil, R. D . (2017).

Dengan mengimplementasikan strategi-strategi tersebut secara terintegrasi, Indonesia dapat mengatasi hambatan dalam industri halal dan memperkuat posisinya di pasar global, mendukung pertumbuhan ekonomi dan menciptakan peluang baru bagi pengembangan industri halal di masa depan.

SIMPULAN

Strategi industri halal berpengaruh secara signifikan terhadap dinamika pembangunan ekonomi syariah. Indonesia juga memiliki potensi besar untuk mengembangkan sektor halal. Tentunya, populasi Muslim Indonesia yang besar memiliki implikasi terkait dengan potensi besar ini. Karena populasi Muslim yang besar, ada permintaan tinggi untuk produk halal. Tantangan yang dihadapi industri halal di Indonesia saat ini adalah Pertama. peran pemerintah dalam menjadikan Indonesia sebagai pusat halal global pada tahun 2024. Kedua. Organisasi, Ketiga. pembangunan, Keempat. Berinovasi dengan bahan baku lokal sehingga masyarakat indonesia perlu memaksimalkan kembali pemanfaatan sumber daya

yang ada, terus berinovasi, dan pemerintah turut berperan secara signifikan agar lebih mengembangkan sektor industri halal ke taraf internasional sehingga mengurangi terjadinya dinamika tantangan pembangunan ekonomi syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adamsah, B., & Subakti, E. (2022). Perkembangan Industri Halal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Indonesia Journal of Halal*, 5(1), 71–75.
- Amin, M., Fadil, M. R., & Syafieh, S. (2022). Scientific Tradition and Development of The Qur'anic exegesis in Aceh. *AL QUDES : Jurnal Studi Alquran Dan Hadis*, 6(2). <https://doi.org/10.29240/alquds.v6i2.4175>
- Amini, A., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2022). Urgensi Halal Food Dalam Tinjauan Konsumsi Islami. *LIKUID: Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 2(2), 1–14. <https://doi.org/10.15575/likuid.v2i2.16031>
- Amrin, A. (2022). Strategi Ekonomi Syariah dalam Mewujudkan Kemakmuran Umat di Indonesia pada Era Modern. *Al-Ahkam Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Hukum*, 7(1), 35–55. <https://doi.org/10.22515/alahkam.v7i1.5108>
- Ati, A., Shabri, M., Azis, N., & Hamid, A. (2020). Mediating the effects of customer satisfaction and bank reputation on the relationship between services quality and loyalty of islamic banking customers. *Malaysian Journal of Consumer and Family Economics*, 25.
- Azizah, N., Rizkinnikmatussolihah, M., & Santoso, M. A. (2022). Perkembangan Industri Halal di Indonesia. In *Journal of Islamic Economics Studies and Practices* (Vol. 1, Issue 2).
- Belas, E. K. (2023). Pentingnya Literasi Halal dalam Upaya Meningkatkan Ekonomi Indonesia 1.
- Budiman, I. (2021b). The islamic perspective on the improvement of family economy in the new normal. *Samarah*, 5(1). <https://doi.org/10.22373/sjhc.v5i1.8389>
- Chahayu Astina. (2022). Revenue optimization strategy through digitizing retribution parking in Kota Batu. <https://link.springer.com/article/10.1057>.
- Chalil, R. D . (2017). The role of intellectual and spiritual capital in developing halal tourism. <https://jurnal.usk.ac.id/AICS-Social/article/view/11007>.
- Darmalaksana, W., & Busro, B. (2021). Kosmetik Halal sebagai Lifestyle untuk Kesehatan: Studi Takhrij dan Syarah Hadis. *Al-Tadabbur: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, 6(2), 217–230. <https://doi.org/10.30868/at.v6i02.1634>
- Dayyan, M., & Chalil, R. D. (2020). The Attitude Of Merchants Towards Fatwa On Riba And Convensional Bank In Langsa. *Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 9(1). <https://doi.org/10.22373/share.v9i1.6372>

Dayyan, M., Mardhiah, A., & Sembiring, M. (2019). Da'wah Experience, Spiritual, And Economic Resilience Of Jamaah Tabligh In Langsa. *Jurnal Ilmiah Islam Futura*, 19(2). <https://doi.org/10.22373/jiif.v19i2.4545>

Fathoni, M. A. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>

FATIMAH SITI. (2022). Analisis Peran Industri Makanan Halal Dalam Menekan Defisit Neraca Perdagangan Indonesia. 8.5.2017, 2003–2005. www.aging-us.com

Hasibuan, S. W., Nasution, M. Y., & Siregar, S. (2019). Kesadaran Konsumen Menggunakan Kosmetik Halal Serta Pengaruhnya Terhadap Brand Holistic. *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 5(2), 216–231. <https://doi.org/10.24952/tijarah.v5i2.1882>

Iskandar. (2021) The Islamic Perspective on The Improvement of Family Economy in The New Normal. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/samarah/article/view/8389>

Iskandar, I., Kurlillah, A., & Munadiati, M. (2023). Roles of Waqf in Supporting Economy Recovery Post Covid-19 Pandemic. *ZISWAF: JURNAL ZAKAT DAN WAKAF*, 10(1). <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v10i1.19824>

Kafabih, A., & Yudha, A. T. R. C. (2021). Halal Industry during the Covid-19 Pandemic is The Hidden Blessing: Industri Halal Selama Pandemi Covid-19 Adalah Berkah Tersembunyi. *El-Qist: Journal of Islamic Economics and ...*, 11(1), 18–32. <http://jurnalfebi.uinsby.ac.id/index.php/elqist/article/view/406>

Kamal, S., Berakon, I., Hamid, A. and Muttaqin, Z. (2023). How do muzakki pay professional zakat? (the qualitative inquiries using the Bloom model. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. ahead.

KAMAL, S. et al. (2022). Is Loan Shark an Alternative? The Intentions to Take a Loan from Loan Sharks in Indonesia. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 7(2).

Kamal, S. (2018). Zakat Dan Infaq Dalam Mengurangi Patologi Kemiskinan (Studi Pada Baitul Mal Kota Langsa). *Ihtiyath : Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 2(1). <https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v2i1.688>

Kamal, S., Sari, J. D. P., Nurjanah, & Muttaqin, Z. (2023). Merintis Digitalisasi Wakaf Berbasis Website Melalui Pemberdayaan Berbasis Asset Based Community Development (Abcd) Pada Lembaga Kantong Wakaf Dalam

Membangun Kesejahteraan Masyarakat. *MARTABE : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2).

Kamal, S., Muslem, M., Mulyadi, M. and Berakon, I. (2024). "The spirit of Islamic economics versus loan sharks: investigating intentions to use loan sharks in Aceh, Indonesia." *Journal of Islamic Marketing, ahead-of-p.* <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2022-0254>

Kamal, S., Safarida, N. and Kassim, E. S. (2024). "Investigating the role of fiqh zakat knowledge in moderating the behaviour of the Acehnese to pay zakat digitally." *Journal of Islamic Marketing, ahead-of-p.* <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2023-0055>

Karina, R. (2015). Perkembangan Industri Halal Di Jepang. 13(Juni), 1–10. <http://repository.unsada.ac.id/3803/%0Ahttp://repository.unsada.ac.id/3803/1/BAB-01.pdf>

Majid, M. S. A., Hamid, A., & Faradilla. (2017). Assessing the productivity of insurance companies in Indonesia: A non-parametric approach. *Journal of Applied Economic Sciences*, 12(6).

Maulana, N., & Zulfahmi. (2022). Potensi Pengembangan Industri Halal Indonesia di Tengah Persaingan Halal Global. *Jurnal Iqtisaduna*, 8(2), 136–150. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v8i2.32465>

Muhammad., D. (2017). Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi: Peta Jalan Menuju Pengembangan Akademik & Industri Halal di Indonesia. UIN-Maliki Press, 45–135, 1–238.

Prof. Dr. Euis Amalia M.Ag Dr. Indra Rahmatillah SH., MH Dr. Bukhari Muslim, L. (2024). Penguatan Ukm Halal Di Indonesia. In *Samudra Biru*.

Pujayanti, D. A. (2020). Industri Halal sebagai Paradigma bagi Sustainable Development Goals di Era Revolusi Industri 4.0. *Youth & Islamic Economic Journal*, 1(1), 1–14.

Safwan, S. K. (2021). Wisdom Of Zakat (Muzakki Behavioral Phenomenon Of Paying Zakat For Professionals In Langsa City, Aceh Province). *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 4(2). <https://doi.org/10.31949/maro.v4i2.1666>

Septiani, S., & Indraswari, R. (2018). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Produk Kosmetik Halal di Kota Bogor Factors Affecting Consumer Behaviour on Halal Cosmetic Product in Bogor. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (JMO)*, 9(1), 59–73.

Syariah, B. E., Santosa, B., Ketua, C., Chapter, A. L. I., & Barat, J. (2020). Potensi Indonesia. *Insight: Buletin Ekonomi Syariah*, 10.

- Sabiq Al Qita1, S. L. (2022). Sabiq Al Qita. Manajemen Pariwisata HalaL.
- Utari, D., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2022). Industri Halal Berkontribusi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Era Pandemi Covid-19: Peluang Dan Tantangan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 87–98. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.119>
- Yulia, Lady. (2015). Halal Products Industry Development Strategy Strategi Pengembangan Industri Produk Halal. *Jurnal Bisnis Islam*, 8(1), 121–162.
- Z Muttaqin, S. K. (2022). Investigasi Pendayagunaan Zakat Asnaf Gharim Menjadi Alternatif Hutang Piutang (Studi pada Baitul Mal Langsa). *J-EBIS (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 7 nomor 2, 371–398.