



Daya Saing Industri Halal di Era Global: Tinjauan Etika Bisnis, Keberlanjutan, dan Peran Pemerintah

Fitriyani¹, Akhmad Sugianur², Lisnawati²

¹Ekonomi Syariah , Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam ,UIN Palangka Raya, G obos, Palangkaraya, Kalimantan Tengah, Indonesia, 73112

²Ekonomi Syariah , Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam ,UIN Palangka raya, G obos, Palangkaraya, Kalimantan Tengah, Indonesia, 73112

Penulis Korespondensi: hyyfitt07@gmail.com¹, akhmadsugianur123@gmail.com², lisnawati@uinpalangkaraya.ac.id³

Abstract. *This study discusses the competitiveness of the global halal industry, which is influenced by business ethics, sustainability, consumer awareness, and the role of government. The halal industry is no longer viewed solely as compliance with Islamic law, but also as a strategic economic sector in the international market. This study aims to analyze the role of Islamic business ethics, sustainability principles, and government support in enhancing the competitiveness of the halal industry. The research uses a qualitative approach through a literature review of various journals, books, and other scientific sources related to the halal industry. The findings show that the implementation of Islamic business ethics, such as honesty, trustworthiness, fairness, and transparency, can increase consumer trust and loyalty toward halal products. In addition, sustainability principles provide added value as consumers increasingly pay attention to environmental, social, safety, and product quality aspects. The government also plays an important role through regulations, halal certification, MSME empowerment, halal product promotion, and international cooperation to expand market access. Therefore, the synergy between business ethics, sustainability, consumer awareness, and government support becomes a key factor in strengthening the competitiveness of the halal industry.*

Keywords: Halal industry; competitiveness; Islamic business ethics; sustainability; government role.

Abstrak. Penelitian ini membahas daya saing industri halal global yang dipengaruhi oleh etika bisnis, keberlanjutan, kesadaran konsumen, dan peran pemerintah. Industri halal kini tidak hanya dipahami sebagai kepatuhan terhadap syariah, tetapi juga sebagai sektor ekonomi strategis di pasar internasional. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran etika bisnis Islam, prinsip keberlanjutan, dan dukungan pemerintah dalam meningkatkan daya saing industri halal. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui studi literatur dari berbagai jurnal, buku, dan sumber ilmiah terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam, seperti kejujuran, amanah, keadilan, dan transparansi, dapat meningkatkan kepercayaan serta loyalitas konsumen terhadap produk halal. Selain itu, prinsip keberlanjutan memberi nilai tambah karena konsumen semakin memperhatikan aspek lingkungan, sosial, keamanan, dan kualitas produk. Pemerintah juga berperan penting melalui regulasi, sertifikasi halal, penguatan UMKM, promosi produk halal, dan kerja sama internasional untuk memperluas akses pasar. Dengan demikian, sinergi antara etika bisnis, keberlanjutan, kesadaran konsumen, dan dukungan pemerintah menjadi faktor utama dalam memperkuat daya saing industri halal.

Kata kunci: Industri halal; daya saing; etika bisnis Islam; keberlanjutan; peran pemerintah.

PENDAHULUAN

Industri halal di era global tidak lagi dipahami semata sebagai representasi kepatuhan terhadap prinsip syariah, melainkan telah berkembang menjadi sektor strategis yang menghubungkan nilai religius, dinamika ekonomi, dan persaingan global (Norvadewi, 2025). Pertumbuhan populasi Muslim dunia, meningkatnya kesadaran

halal, serta perubahan pola konsumsi masyarakat telah mendorong industri halal menjadi salah satu pilar penting dalam ekonomi global. Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar memiliki potensi besar dalam mengembangkan industri halal, namun pada saat yang sama juga dihadapkan pada tantangan daya saing, kualitas produk, dan kesiapan sistem pendukung industri (Hariani, 2024). Dengan demikian, pembahasan mengenai industri halal tidak cukup hanya pada aspek sertifikasi, tetapi harus mencakup etika bisnis, keberlanjutan, serta peran pemerintah dalam memperkuat daya saing.

Dalam konteks globalisasi, persaingan industri halal semakin ketat karena tidak hanya melibatkan negara-negara Muslim, tetapi juga negara non-Muslim yang aktif mengembangkan produk halal sebagai bagian dari strategi ekspor (Bilqis, 2025). Kondisi ini menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya memenuhi standar halal secara administratif, tetapi juga mampu menghadirkan produk yang berkualitas, inovatif, dan berdaya saing tinggi. Selain itu, perkembangan teknologi digital dan perubahan perilaku konsumen turut mempercepat transformasi industri halal ke arah yang lebih kompleks dan kompetitif. Oleh karena itu, daya saing industri halal sangat ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengintegrasikan nilai halal dengan praktik bisnis modern yang efisien dan adaptif (Nurullaily, 2026). Fenomena ini menunjukkan bahwa industri halal tidak lagi sekadar kebutuhan religius, melainkan telah menjadi bagian dari gaya hidup global yang menekankan kualitas dan keamanan produk (Saputra et al., 2025).

Di tengah persaingan global yang semakin kompleks, daya saing industri halal tidak hanya ditentukan oleh sertifikasi halal semata, tetapi juga oleh penerapan etika bisnis yang kuat. Etika bisnis menjadi fondasi penting dalam pengembangan industri halal. Prinsip-prinsip seperti kejujuran, transparansi, keadilan, dan tanggung jawab tidak hanya menjadi tuntutan moral, tetapi juga menjadi faktor yang memengaruhi kepercayaan konsumen. Dalam industri halal, etika bisnis tidak dapat dipisahkan dari konsep halal itu sendiri, karena kehalalan produk tidak hanya dilihat dari bahan dan proses, tetapi juga dari cara bisnis dijalankan. Dengan demikian, penerapan etika bisnis yang konsisten dapat memperkuat reputasi perusahaan, meningkatkan loyalitas konsumen, serta menjadi keunggulan kompetitif dalam pasar global (Atika et al., 2026).

Selain etika bisnis, aspek keberlanjutan (*sustainability*) juga menjadi perhatian utama dalam pengembangan industri halal modern. Konsumen saat ini tidak hanya mempertimbangkan kehalalan produk, tetapi juga memperhatikan dampak lingkungan, sosial, dan ekonomi dari proses produksi. Konsep halal yang terintegrasi dengan prinsip *thayyib* menunjukkan bahwa produk halal seharusnya tidak hanya halal secara hukum, tetapi juga baik, aman, dan berkelanjutan. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk mengadopsi praktik bisnis yang ramah lingkungan, efisien dalam penggunaan sumber daya, serta bertanggung jawab secara sosial. Integrasi antara halal dan keberlanjutan ini menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing industri halal di tingkat global (Putriningsih & Stiawan, 2025).

Peran pemerintah juga menjadi elemen kunci dalam mendorong penguatan industri halal. Kebijakan yang mendukung, regulasi yang jelas, serta sistem sertifikasi yang kredibel merupakan faktor penting dalam menciptakan ekosistem industri halal yang sehat. Pemerintah tidak hanya berfungsi sebagai regulator, tetapi juga sebagai fasilitator dan akselerator dalam pengembangan industri halal melalui berbagai program, seperti penguatan UMKM, digitalisasi, serta promosi produk halal di pasar internasional. Tanpa dukungan pemerintah yang optimal, potensi besar industri halal sulit untuk dikembangkan secara maksimal (Bastian & Fitri, 2025).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dilihat bahwa daya saing industri halal tidak hanya ditentukan oleh satu faktor, melainkan oleh interaksi antara etika bisnis, keberlanjutan, dan peran pemerintah dalam satu kerangka yang terintegrasi. Namun demikian, dalam berbagai kajian yang ada, ketiga aspek tersebut masih sering dibahas secara terpisah, sehingga belum memberikan gambaran yang utuh mengenai bagaimana daya saing industri halal dapat dibangun secara komprehensif. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengkaji keterkaitan antara etika bisnis, keberlanjutan, dan peran pemerintah dalam meningkatkan daya saing industri halal di era global.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran etika bisnis dalam membangun kepercayaan dan reputasi industri halal, mengkaji pentingnya keberlanjutan dalam meningkatkan nilai dan daya saing produk halal, serta menjelaskan kontribusi pemerintah dalam menciptakan ekosistem industri halal yang kompetitif. Selain itu,

penelitian ini juga berupaya melihat bagaimana ketiga aspek tersebut saling berinteraksi dalam membentuk daya saing industri halal secara menyeluruh.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian industri halal, tetapi juga memberikan implikasi praktis bagi pelaku usaha dan pembuat kebijakan dalam merumuskan strategi yang lebih efektif, adaptif, dan berkelanjutan dalam menghadapi persaingan global.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (library research). Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan dan mengkaji berbagai sumber literatur yang berkaitan dengan daya saing industri halal global, etika bisnis Islam, keberlanjutan, dan peran pemerintah. Sumber data yang digunakan berupa data sekunder yang diperoleh dari jurnal ilmiah, buku, artikel, dan sumber akademik lainnya yang relevan dengan topik penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur dari berbagai sumber terpercaya, baik nasional maupun internasional. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dengan cara memahami, membandingkan, dan menghubungkan berbagai teori serta hasil penelitian sebelumnya.

Melalui metode studi kepustakaan, penelitian ini bertujuan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antara etika bisnis, keberlanjutan, kesadaran konsumen, dan dukungan pemerintah dalam meningkatkan daya saing industri halal di tingkat global.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Etika Bisnis Halal dalam Perspektif Islam

Etika bisnis dalam Islam menjadi salah satu faktor penting dalam perkembangan industri halal. Dalam praktiknya, etika bisnis Islam tidak hanya menekankan keuntungan, tetapi juga memperhatikan nilai moral dan tanggung jawab terhadap konsumen (Atika et al., 2026). Prinsip seperti kejujuran, keadilan, amanah, dan keterbukaan menjadi dasar dalam menjalankan kegiatan usaha agar sesuai dengan syariat Islam (Ashari & Panorama, 2024).

Penerapan etika bisnis halal dapat dilihat dari cara pelaku usaha menjaga kualitas produk, memastikan bahan yang digunakan halal, serta memberikan informasi yang jelas kepada konsumen. Misalnya, produsen harus memastikan bahwa proses produksi tidak mengandung unsur haram dan tidak merugikan konsumen. Selain itu, dalam Islam pelaku usaha juga dilarang melakukan penipuan, mengurangi timbangan, maupun memasarkan produk secara berlebihan hingga menyesatkan pembeli.

Dalam kegiatan bisnis, prinsip kejujuran memiliki pengaruh besar terhadap kepercayaan konsumen. Konsumen cenderung lebih percaya kepada produk yang memiliki kejelasan bahan, proses produksi, dan sertifikasi halal. Kepercayaan tersebut menjadi nilai penting bagi industri halal, terutama di tengah persaingan pasar global yang semakin ketat (Wibowo et al., 2025). Oleh karena itu, etika bisnis tidak hanya dipahami sebagai kewajiban agama, tetapi juga sebagai strategi untuk mempertahankan loyalitas konsumen.

Selain itu, etika bisnis Islam juga berkaitan dengan tanggung jawab sosial. Pelaku usaha tidak hanya fokus memperoleh keuntungan, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan pekerja, keamanan produk, dan dampak usaha terhadap masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa konsep bisnis dalam Islam memiliki tujuan yang lebih luas, yaitu menciptakan kemaslahatan bersama.

Di era globalisasi, penerapan etika bisnis halal menjadi semakin penting karena masyarakat mulai lebih selektif dalam memilih produk. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan harga dan kualitas, tetapi juga memperhatikan apakah produk tersebut diproduksi secara etis dan sesuai nilai halal. Dengan demikian, penerapan etika bisnis Islam dapat membantu meningkatkan citra perusahaan, memperkuat daya saing industri halal, serta memperluas peluang pasar baik di tingkat nasional maupun internasional (Sahib & Ifna, 2024).

2. Manajemen Keberlanjutan dalam Industri Halal

Manajemen keberlanjutan memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan industri halal. Konsep keberlanjutan tidak hanya berfokus pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan.

Dalam industri halal, prinsip ini sejalan dengan nilai Islam yang menekankan tanggung jawab, keseimbangan, dan pemanfaatan sumber daya secara baik (Putriningsih & Stiawan, 2025).

Penerapan manajemen keberlanjutan dapat dilihat dari proses produksi yang lebih efisien dan ramah lingkungan. Perusahaan mulai memperhatikan penggunaan bahan yang aman, pengurangan limbah produksi, serta menjaga kebersihan produk agar sesuai dengan standar halal. Langkah tersebut dapat meningkatkan kualitas produk sekaligus membangun kepercayaan konsumen terhadap industri halal.

Selain itu, keberlanjutan juga berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap pekerja dan masyarakat. Pelaku usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga perlu memperhatikan kesejahteraan pekerja, keamanan produk, dan dampak usaha terhadap lingkungan sekitar (Achmad, 2023). Hal ini membuat industri halal memiliki nilai tambah dibandingkan produk lainnya.

Dalam persaingan global, penerapan manajemen keberlanjutan menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing industri halal. Konsumen saat ini tidak hanya melihat label halal, tetapi juga memperhatikan bagaimana produk diproduksi (Salsabila, 2023). Oleh karena itu, perusahaan yang mampu menerapkan prinsip keberlanjutan memiliki peluang lebih besar untuk mempertahankan kepercayaan konsumen dan memperluas pasar internasional.

3. Tren Global dan Prospek Bisnis Halal

Industri halal mengalami perkembangan yang cukup pesat di berbagai negara. Peningkatan jumlah penduduk Muslim di dunia menjadi salah satu faktor utama yang mendorong tingginya permintaan terhadap produk halal (Hariani, 2024). Selain itu, kesadaran masyarakat mengenai pentingnya produk yang aman, bersih, dan berkualitas juga ikut memperluas pasar industri halal secara global.

Perkembangan teknologi dan perdagangan internasional membuat produk halal semakin mudah dipasarkan ke berbagai negara. Industri halal saat ini tidak hanya mencakup makanan dan minuman, tetapi juga berkembang pada sektor kosmetik, farmasi, fashion, pariwisata, hingga keuangan syariah. Kondisi ini menunjukkan

bahwa bisnis halal memiliki peluang yang besar untuk terus berkembang di masa depan (Rahmawati & Sobana, 2023).

Tren global juga menunjukkan bahwa produk halal mulai diminati oleh konsumen non-Muslim. Banyak masyarakat menganggap produk halal memiliki standar kebersihan dan keamanan yang lebih baik. Hal tersebut membuat produk halal tidak hanya dipandang sebagai kebutuhan agama, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup yang sehat dan berkualitas (Bilqis, 2025).

Meskipun memiliki peluang yang besar, industri halal juga menghadapi berbagai tantangan dalam persaingan global. Pelaku usaha dituntut untuk mampu memenuhi standar internasional, menjaga kualitas produk, serta terus melakukan inovasi agar dapat bersaing dengan produk dari negara lain. Selain itu, sertifikasi halal dan perkembangan teknologi produksi menjadi faktor penting dalam mendukung daya saing industri halal (Suriyati, 2025).

Secara keseluruhan, prospek bisnis halal di era global masih sangat menjanjikan. Permintaan pasar yang terus meningkat membuka peluang bagi pelaku usaha untuk memperluas pasar hingga tingkat internasional. Dengan dukungan inovasi, kualitas produk, dan penerapan prinsip halal yang konsisten, industri halal memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu sektor ekonomi yang terus berkembang di masa mendatang.

4. Kesadaran Konsumen terhadap Produk Halal dan Keberlanjutan

Kesadaran konsumen terhadap produk halal mengalami peningkatan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Masyarakat kini semakin memperhatikan kehalalan produk yang mereka konsumsi, terutama pada makanan, minuman, kosmetik, dan produk kebutuhan sehari-hari lainnya. Konsumen tidak hanya melihat label halal sebagai simbol agama, tetapi juga sebagai jaminan kualitas, kebersihan, dan keamanan produk. Hal ini membuat produk halal memiliki nilai lebih di mata masyarakat (Kusumah et al., 2025).

Perkembangan teknologi informasi dan media sosial turut memengaruhi tingkat kesadaran konsumen. Informasi mengenai bahan produk, proses produksi, hingga isu terkait keamanan pangan dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat. Kondisi

ini membuat konsumen menjadi lebih selektif dalam memilih produk. Banyak konsumen mulai memperhatikan apakah produk yang dibeli benar-benar memenuhi standar halal dan diproduksi secara bertanggung jawab (Larasati & Juandanilisyah, 2025). Oleh karena itu, transparansi dari pelaku usaha menjadi hal yang sangat penting untuk menjaga kepercayaan konsumen.

Selain aspek halal, konsumen saat ini juga mulai peduli terhadap keberlanjutan suatu produk. Produk yang diproduksi dengan memperhatikan dampak lingkungan dan tanggung jawab sosial cenderung lebih diminati. Misalnya, penggunaan bahan yang aman, pengurangan limbah produksi, serta proses produksi yang tidak merusak lingkungan menjadi perhatian bagi sebagian konsumen (Arsyad et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa pola konsumsi masyarakat mulai berubah ke arah yang lebih sadar terhadap isu lingkungan dan keberlanjutan.

Meningkatnya kesadaran konsumen memberikan pengaruh besar terhadap perkembangan industri halal. Pelaku usaha dituntut untuk tidak hanya menjaga kehalalan produk, tetapi juga meningkatkan kualitas dan tanggung jawab dalam proses produksi. Perusahaan yang mampu menjaga kepercayaan konsumen biasanya memiliki peluang lebih besar untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan memperluas pasar. Sebaliknya, jika ditemukan pelanggaran terkait kehalalan atau kualitas produk, tingkat kepercayaan konsumen dapat menurun.

5. Peran Pemerintah dan Kerja Sama Internasional

Pemerintah memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan industri halal di era global. Pemerintah berfungsi sebagai pembuat kebijakan yang mengatur standar dan sistem sertifikasi halal agar produk yang beredar di masyarakat terjamin kualitas dan kehalalannya. Adanya regulasi yang jelas membantu pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi sesuai standar yang telah ditetapkan. Selain itu, kebijakan pemerintah juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal yang dihasilkan (Anam et al., 2023).

Pemerintah juga berperan sebagai fasilitator dalam membantu perkembangan industri halal, terutama bagi pelaku usaha kecil dan menengah. Dukungan tersebut dapat berupa pelatihan, pendampingan sertifikasi halal, bantuan promosi, hingga

pengembangan infrastruktur industri halal. Melalui dukungan tersebut, pelaku usaha dapat lebih mudah meningkatkan kualitas produk dan memperluas akses pasar (Indriastiningsih et al., 2024). Hal ini penting karena masih banyak usaha kecil yang mengalami kendala dalam memenuhi standar halal dan persaingan global.

Selain dukungan dalam negeri, kerja sama internasional juga menjadi faktor penting dalam perkembangan industri halal. Kerja sama antarnegara dapat membuka peluang ekspor produk halal ke pasar internasional. Dengan adanya hubungan kerja sama tersebut, produk halal dari suatu negara dapat lebih mudah diterima di negara lain melalui pengakuan sertifikasi halal dan standarisasi produk (Adawiyah et al., 2025).

Perkembangan industri halal global juga mendorong pemerintah untuk meningkatkan daya saing nasional melalui inovasi dan penguatan regulasi. Negara-negara dengan industri halal yang maju umumnya memiliki dukungan pemerintah yang kuat, baik dalam kebijakan, promosi, maupun pengembangan teknologi (Nasution, 2020). Oleh karena itu, pemerintah perlu terus memperkuat strategi pengembangan industri halal agar mampu bersaing dengan negara lain yang juga aktif mengembangkan sektor halal.

Secara keseluruhan, peran pemerintah dan kerja sama internasional memiliki pengaruh besar terhadap pertumbuhan industri halal. Dukungan regulasi, fasilitas usaha, serta hubungan kerja sama antarnegara dapat membantu meningkatkan kualitas dan daya saing produk halal di pasar global. Dengan adanya sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan kerja sama internasional, industri halal memiliki peluang besar untuk terus berkembang dan menjadi sektor ekonomi yang kuat di masa depan.

Dalam persaingan global, meningkatnya kesadaran konsumen akan produk yang halal, aman, berkualitas, dan berkelanjutan mendorong industri halal untuk terus berkembang. Guna menangkap peluang dan memperkuat daya saing di tingkat nasional maupun internasional, pelaku industri wajib terus berinovasi dan meningkatkan standar produksi mereka (Nasution, 2020).

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa daya saing industri halal global dipengaruhi oleh penerapan etika bisnis Islam, prinsip keberlanjutan, kesadaran konsumen, dan dukungan pemerintah. Etika bisnis Islam seperti kejujuran, amanah, keadilan, dan transparansi mampu meningkatkan kepercayaan serta loyalitas konsumen terhadap produk halal. Selain itu, penerapan prinsip keberlanjutan memberikan nilai tambah bagi industri halal karena konsumen semakin memperhatikan aspek lingkungan, sosial, keamanan, dan kualitas produk. Perkembangan teknologi digital dan meningkatnya permintaan pasar global juga memberikan peluang besar bagi industri halal untuk berkembang di tingkat internasional. Pemerintah memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan industri halal melalui regulasi, sertifikasi halal, penguatan UMKM, promosi produk halal, dan kerja sama internasional. Dengan demikian, sinergi antara etika bisnis, keberlanjutan, kesadaran konsumen, dan dukungan pemerintah menjadi faktor utama dalam memperkuat daya saing industri halal di pasar global.

Berdasarkan hasil penelitian, pelaku usaha diharapkan dapat menerapkan etika bisnis Islam secara konsisten serta meningkatkan kualitas dan keberlanjutan produk agar mampu mempertahankan kepercayaan konsumen. Pemerintah juga perlu memperkuat kebijakan dan dukungan terhadap pengembangan industri halal, khususnya bagi UMKM, agar mampu bersaing di pasar internasional. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena menggunakan metode studi kepustakaan sehingga data yang digunakan bersumber dari literatur dan belum didukung oleh penelitian lapangan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan metode wawancara, observasi, atau pendekatan kuantitatif agar memperoleh hasil yang lebih mendalam dan komprehensif mengenai perkembangan industri halal.

DAFTAR REFERENSI

- Achmad, W. (2023). Pemetaan sosial dan tanggung jawab sosial perusahaan: Dinamika program pemberdayaan di Indonesia. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 4367–4380.
- Adawiyah, R., Yulianti, D., & Khansa, N. (2025). Kerja Sama Indonesia dengan Uni Emirat Arab dalam Meningkatkan Industri Halal Indonesia Tahun 2018-2023.

- Padjajaran Journal of International Relations*, 7(2), 222–240.
- Anam, M. K., Alvianti, R., Zainuddin, M., Syakur, A., Khalik, J. A., Anam, C., & Sariati, N. P. (2023). Sosialisasi program sertifikasi halal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen pada produk UMKM di Desa Jerukwangi. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 728–732.
- Arsyad, A. W., Salsabila, L., Dani, D. P., Mahmudah, M., & Saputra, H. (2025). *Keberlanjutan Dan Tanggung Jawab Sosial Dalam Industri Kecantikan: Strategi, Inovasi, dan Perilaku Konsumen*. Star Digital Publishing.
- Ashari, D., & Panorama, M. (2024). Etika Bisnis Dalam Ekonomi Mikro Islam. *Jurnal Studi Islam Indonesia (JSII)*, 2(2), 271–284.
- Atika, R., Andriko, A., & Hendrianto, H. (2026). *Integrasi Etika Bisnis Dalam Rantai Nilai (Halal Value Chain): Strategi Peningkatan Daya Saing Kopi Bubuk Sendok Emas Di Kabupaten Rejang Lebong*. Institut Agama Islam Negeri Curup.
- Bastian, R. A., & Fitri, C. D. (2025). Analisis kebijakan pemerintah dalam mendukung perkembangan industri halal: A Sytematic Literature Review. *Desultannah: Journal Education and Social Science*, 3(2), 95–104.
- Bilqis, A. H. (2025). Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia di Pasar Global melalui Strategi Pemasaran Produk Halal. *At-Tajir: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(2), 140–151.
- Hariani, D. (2024). Peningkatan produktivitas dan daya saing UMKM halal food Indonesia. *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 5(2), 374–390.
- Indriastiningsih, E., Parmini, P., As' ady, M., Siregar, R., & Bakri, A. A. (2024). Peran pemerintah dalam pengembangan industri halal. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(12), 5940–5953.
- Kusumah, M. D., Pratama, M. Z., Putra, I. A., Azmi, F., & Hidayati, A. N. (2025). Peran industri halal dalam memperkuat pertumbuhan ekonomi indonesia. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(5).
- Larasati, A., & Juandanilsyah, J. (2025). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Kesadaran Merek dan Loyalitas Merek Pada Generasi Milenial. *Jurnal Impresi Indonesia*, 4(10), 3867–3874.
- Nasution, L. Z. (2020). Penguatan industri halal bagi daya saing wilayah: Tantangan dan

- agenda kebijakan. *Journal of Regional Economics Indonesia*, 1(2), 33–57.
- Norvadewi, M. A. (2025). Industri Halal Global: Peluang, Tantangan Dan Strategi Pengembangan. *Era Baru Ekonomi Islam: Membangun Industri Halal Dan Inovasi Berkeadilan*, 133.
- Nurullaily, S. (2026). Model integratif pengaruh sertifikasi halal, literasi keuangan syariah, dan adopsi digital terhadap kinerja dan daya saing umkm halal di yogyakarta. *Jurnal lentera bisnis*, 15(1), 1818–1832.
- Putriningsih, S., & Stiawan, D. (2025). INOVASI DALAM FASHION MUSLIM SEBAGAI BAGIAN DARI EKONOMI KREATIF HALAL (Studi Kasus Rabbani Di Batang). *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 160–170.
- Rahmawati, R., & Sobana, D. H. (2023). Analisis Keunggulan Komparatif Produk Halal Dalam Perdagangan Internasional. *Likuid Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 3(2), 66–76.
- Sahib, M., & Ifna, N. (2024). Urgensi Penerapan Prinsip Halal dan Thayyib dalam Kegiatan Konsumsi. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(1), 53–64.
- Salsabila, M. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal dan Kesadaran Halal Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Youth & Islamic Economic Journal*, 4(2), 22–28.
- Saputra, D. E., Nazira, N. A., Putri, F. W., & Hidayati, A. N. (2025). Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Melalui Ekosistem Industri Halal Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(4), 81–93.
- Suriyati, C. (2025). Tanggung Jawab Pelaku Usaha atas Produk Cacat dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ilmu Hukum*, 1(1), 1–7.
- Wibowo, H. S., Atmaja, R., Saleh, I., & Taufikkurrohman, D. (2025). Pengaruh Sertifikasi Halal, Religiusitas, dan Halal Awareness terhadap Minat Beli Konsumen UMKM. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 13(1), 1–17.