

## PELUANG EKONOMI DAN TANTANGAN REGULASI DALAM INDUSTRI HALAL DI INDONESIA: SEBUAH ANALISIS STRATEGIS

Safana Salsabila<sup>1</sup>, Juliana Putri<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam, IAIN Lhokseumawe, Indonesia

Email Correspondence: [asraffillah@gmail.com](mailto:asraffillah@gmail.com)

---

### Article History:

Received: 2025-03-26, Accepted: 2025-03-27, Published: 2025-03-31

---

### ABSTRACT

*This research explores the economic opportunities and regulatory challenges in Indonesia's halal industry. As the country with the largest Muslim population, Indonesia has significant potential in various halal industry sectors, including halal food, Islamic finance, halal tourism, and Muslim fashion. However, several regulatory challenges hinder the development of this industry, such as discrepancies in halal standards, lack of public awareness, and suboptimal regulatory implementation. This study employs a qualitative descriptive method with a literature review approach. Data was collected from scientific articles, industry reports, and official documents over the past five years (2019–2024). The analysis process involved data reduction, thematic categorization, and verification using triangulation techniques. The findings indicate that although Indonesia's halal industry has promising prospects, various regulatory and policy implementation challenges still obstruct its growth. Key challenges include the harmonization of halal certification, enhancing local product competitiveness, and increasing consumer awareness of halal products. To position Indonesia as a global leader in the halal industry, strategies such as regulatory strengthening, human resource development, and enhanced international cooperation are necessary.*

**Keywords:** *Halal Industry, Regulation, Economic Opportunities, Strategy.*

### ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi peluang ekonomi dan tantangan regulasi dalam industri halal di Indonesia. Dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi besar dalam berbagai sektor industri halal, seperti makanan, keuangan syariah, pariwisata halal, dan busana Muslim. Namun, beberapa tantangan regulasi masih menjadi hambatan dalam pengembangan industri ini, termasuk perbedaan standar halal, kurangnya kesadaran masyarakat, serta implementasi regulasi yang belum optimal. Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan dengan pendekatan kualitatif. Data yang dikumpulkan berasal dari artikel ilmiah, laporan industri, serta dokumen resmi dalam kurun waktu lima tahun terakhir (2019–2024). Proses analisis dilakukan melalui reduksi data, pengelompokan tematik, serta verifikasi dengan teknik triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun industri halal Indonesia memiliki prospek cerah, berbagai kendala regulasi dan implementasi kebijakan masih menghambat pertumbuhannya. Tantangan utama mencakup harmonisasi sertifikasi halal, peningkatan daya saing produk lokal, serta kesadaran konsumen terhadap produk halal. Untuk menjadikan Indonesia sebagai pusat industri halal global, dibutuhkan strategi berupa penguatan regulasi, peningkatan kualitas SDM, serta kerja sama internasional yang lebih erat.

**Kata Kunci:** *Industri Halal, Regulasi, Peluang Ekonomi, Strategi.*

## PENDAHULUAN

Industri halal kini menjadi arus utama dalam dunia. Ini tercermin dari prospek yang selalu berkembang tiap tahun. Laporan dari State of The Global Islamic Report (2022) menyatakan bahwa sekitar 1,8 miliar orang Muslim adalah konsumen dalam industri halal (Ismatulloh & Jannah, 2024). Sektor ini memiliki peluang konsumen yang meningkat sebesar 5,2% setiap tahun, Dengan jumlah pengeluaran keseluruhan yang mencapai 2,2 triliun dolar. Proyeksi ini menunjukkan peningkatan yang berkelanjutan tiap tahunnya. Pertumbuhan tahunan rata-rata (CAGR) industri halal diproyeksikan akan mencapai 6,2% dalam periode 2018 hingga 2024. Pengeluaran ini menunjukkan peningkatan sebesar 8,9% dari tahun 2020, dan aset keuangan Islam diperkirakan akan mencapai \$3,6 triliun pada tahun 2021, naik 7,8% dari \$3,4 triliun pada tahun 2020. Selain itu, angka-angka ini memperkirakan bahwa Jumlah total uang yang akan dibelanjakan oleh konsumen di industri halal diperkirakan akan naik menjadi 3,2 triliun dolar pada tahun 2024, menunjukkan Industri halal memiliki potensi yang sangat menjanjikan di masa depan.(Global, 2022).

Sangat penting untuk mengembangkan sektor halal di Indonesia karena berkontribusi besar pada peningkatan ekonomi (Imronah & Nginayati, 2024). Industri halal menarik investasi asing sebesar 1 miliar dolar dan menciptakan 127 ribu lapangan kerja setiap tahunnya, dan berkontribusi pada PDB Indonesia sebesar 3,8 miliar dolar setiap tahunnya. Dengan pengoptimalan lebih lanjut, Industri halal memiliki kemampuan untuk mendorong peningkatan ekspor dan menambah simpanan devisa negara. (Indonesia k. k., Media keuangan, 2019)

Salah satu negara yang memiliki populasi mayoritas umat Islam terbanyak di dunia adalah Indonesia. Indonesia menyumbang sebanyak 12,7% dari keseluruhan Populasi umat Islam di seluruh dunia. Dilihat dari jumlah, Diestimasi ada sejumlah 229 juta orang yang beragama islam menetap di negara Indonesia di tahun 2020, jumlah penduduk Indonesia diperkirakan mencapai 273 juta orang. dengan populasi Muslim sebesar 87,2%. (World Population Review, 2020). Kemudian pada tahun 2021, populasi Muslim di Indonesia diperkirakan akan meningkat menjadi 237,53 juta orang dengan persentase sebesar 86,9% (Portal Data Kementerian Agama Republik Indonesia, 2021). Karena banyaknya orang Muslim, permintaan mengenai barang halal juga tinggi. Sebagian besar orang menganggap Indonesia menjadi pusat industri halal global (Firdaus & Masngudi, 2023). Bahkan, Indonesia adalah pembeli barang halal terbesar di tahun 2019, membelanjakan US\$144 miliar. Indonesia

berada di urutan keenam di dunia untuk pariwisata Muslim yang ramah dengan total 11,2 miliar dolar, dan di urutan ketiga di dunia untuk konsumen fashion Muslim, dengan total 16 miliar USD. Total sebesar \$5,4 miliar telah digunakan, industri kosmetik halal Indonesia berada di posisi keenam, sementara industri farmasi halal menempati posisi kedua. (Indonesia k. k., 2021)

Industri halal adalah bagian strategis dari peningkatan ekonomi. Hal ini dapat diamati dari kontribusi yang semakin meningkat dari industri halal terhadap ekonomi nasional, seperti yang ditunjukkan oleh peningkatan proporsi sektor halal terhadap PDB dari 24,3% pada tahun 2016 menjadi 24,86% pada tahun 2020 (Sudrajat, 2023). Pemerintah mendukung kemajuan ini dengan mendirikan 3 area industri halal di Serang, Sidoarjo, dan Bintan. Kawasan ini hendak dijadikan Klaster industri halal dengan tujuan menjadi pusat industri halal yang terkemuka secara global. Jika dimanfaatkan dengan lebih baik, industri halal memiliki peluang untuk meningkatkan ekspor dan simpanan devisa negara. (Indonesia K. K., 2021) . Oleh karena itu, Indonesia seharusnya telah memulai pengembangan industri halal guna membangun ekonomi menuju potensi penuhnya.

Namun, beberapa tantangan regulasi masih menjadi hambatan bagi pertumbuhan industri halal di Indonesia. Kendala utama meliputi ketidaksepahaman standar halal di tingkat global, implementasi Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang belum optimal, serta kurangnya infrastruktur sertifikasi halal yang mudah diakses oleh usaha kecil dan menengah (UKM) (Sudrajat & Wahyuningsih, 2023). Oleh karena itu, diperlukan analisis mendalam untuk memahami strategi terbaik dalam pengembangan industri halal guna mengoptimalkan pertumbuhan ekonomi nasional.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penititan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan dengan pendekatan kualitatif. Penelitian lapangan adalah jenis penelitian yang dilakukan secara langsung di lokasi atau lingkungan alami tempat fenomena yang dikaji berlangsung (Sugiyono, 2017). Sedangkan pendekatan kualitatif dalam penelitian adalah metode yang menitikberatkan pada pemahaman mendalam terhadap fenomena yang dikaji, dengan fokus pada makna, pengalaman, serta interpretasi subjek penelitian (Moleong, 2019). Penelitian ini melakukan analisis data melalui tiga langkah, yaitu mengurangi data, mengelompokkan data ke dalam kategori, dan memverifikasi data. Data direduksi dengan mengidentifikasi dan menyederhanakan sesuai dengan fokus penelitian. Kemudian, data dikelompokkan

berdasarkan topik penelitian, bagaimana industri halal memengaruhi ekonomi Indonesia. Untuk mencapai kesimpulan, langkah terakhir adalah verifikasi data. Verifikasi dilakukan melalui teknik triangulasi, yakni membandingkan data dari berbagai sumber untuk memastikan konsistensi dan keandalan data (Neuman, 2014). Detail metode penelitian yang digunakan adalah:

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Peluang Industri Halal di Indonesia**

Kapasitas Industri halal di Indonesia mencuat karena banyaknya masyarakat yang beragama islam di negara ini. Peluang bagi industri halal di Indonesia dapat terlihat dari beberapa bagian, Contoh sektor-sektor tersebut adalah makanan halal, keuangan syariah, pariwisata halal, serta fashion Islam. Di bawah ini merupakan pemaparan tentang kemampuan yang dimiliki oleh tiap-tiap sektor tersebut.

#### **a. Sektor Makanan Halal**

Pemenuhan kebutuhan makanan halal adalah esensial bagi keberlangsungan hidup umat Islam. Hal ini penting untuk menjaga kontinuitas kehidupan seorang Muslim. Dengan melihat jumlah populasi Muslim di Indonesia, jelas bahwa negara ini memiliki potensi besar di sektor makanan halal. Salah satu potensi yang sangat mencolok merupakan kemampuan yang pasti. Sebagai pasar terbesar di dunia untuk makanan dan minuman yang halal, diperkirakan Indonesia akan mengeluarkan sekitar USD 146,7 miliar untuk konsumsi makanan halal di tahun 2022.(State of Global Islamic Economy Report, 2022).

Support dari pemerintah terhadap industri makanan halal Indonesia juga dianggap sebagai peluang besar, Sesuai dengan regulasi Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Badan Penjaminan Produk Halal (BPJPH) didirikan sebagai tanggapan atas dukungan ini. Dengan didirikan 27 Oktober 2017, BPJPH, yang berada di bawah pengawasan Kementerian Agama, bertujuan untuk mengganti cara menjamin barang halal di Indonesia dari pilihan menjadi kewajiban. Hal ini dilakukan dengan tujuan mendorong kemajuan sektor halal di Indonesia, khususnya dalam bidang makanan halal, dan memberikan keamanan dan keyakinan kepada pelanggan Muslim. (Aziz et al., 2019).

#### **b. Sektor Keuangan Islam**

Sejak didirikan pada tahun 1992, sektor keuangan Islam, seperti yang diwakili oleh Bank Muamalat Indonesia, telah membantu berkembangnya industri halal di

Indonesia. Setiap tahunnya, aset keuangan Islam meningkat sebanyak 13,97%, mencapai Rp1.287,65 triliun.(OJK, 2019).

Dengan total aset senilai USD 86 miliar, Indonesia menduduki peringkat ketujuh di pasar aset keuangan Islam secara global. Di samping itu, Indonesia juga masuk dalam lima besar dalam daftar Top 10 Keuangan Islam ( State of the Global Islamic Economy Report. 2022.). Digabungkan dengan persentase pangsa pasar perbankan syariah sebesar 5,94% dan pangsa pasar industri keuangan non-bank (IKNB) sebesar 2,75%, pangsa pasar industri keuangan mencapai 8,69% pada tahun 2021. (CNN Indonesia 2019) . Perkembangan industri keuangan ini menunjukkan potensi besar industri keuangan Islam di Indonesia.

#### c. Sektor Pariwisata Halal

Indonesia, dengan beragam warisan budaya dan tradisi keagamaan yang kaya, terkenal dengan pemandangan alamnya yang memukau dan keramahan penduduknya, menjadikannya destinasi utama dalam industri pariwisata. Ketika berbicara tentang pariwisata halal, Indonesia memiliki potensi besar, menawarkan berbagai atraksi bagi wisatawan halal, mulai dari masjid, istana, situs sejarah, hingga pengalaman kuliner halal (Jaelani, 2017).

Apresiasi yang besar diberikan pada potensi pariwisata halal di Indonesia karena Indonesia berhasil mendapat peringkat pertama dalam kategori utama Top 10 Destinasi OKI bersama Malaysia dengan nilai 78. Di samping itu, Indonesia menduduki posisi teratas dalam dua kategori lainnya, yaitu Top 10 Destinasi Komunikasi dan Top 10 Destinasi Layanan. ( Crescent Rating 2021 ). Tidak hanya itu, Selain itu, dalam Top 10 Perjalanan Ramah Muslim, Indonesia berada di peringkat keempat. ( State of Global Islamic Economy Report, 2019). Selain itu, Melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, pemerintah telah menetapkan sepuluh destinasi wisata Muslim yang ramah lingkungan di Indonesia. Daerah-daerah tersebut mencakup Aceh, Sumatera Barat, Riau dan Kepulauan Riau, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, Nusa Tenggara Barat, dan Sulawesi Selatan adalah beberapa tujuan (Katadata 2020).

Sejumlah alasan mengapa pariwisata halal sangat menguntungkan di Indonesia adalah Peningkatan jumlah penduduk Muslim yang berlangsung dengan cepat secara proporsional, peningkatan signifikan dalam pendapatan kelas menengah penduduk Muslim, dan banyaknya pemuda Muslim yang senang melakukan perjalanan, Akses

mudah terhadap informasi pariwisata, serta fasilitas yang bersahabat, dan layanan yang memuaskan, ketersediaan perjalanan selama bulan Ramadhan yang menarik, dan pertumbuhan bisnis perjalanan yang semakin cepat untuk memenuhi kebutuhan wisatawan (Alawafi Ridho Subarkah, 2018)

#### d. Sektor Busana Muslim

Industri pakaian muslim Indonesia memiliki potensi yang luar biasa dan terus berkembang. pertumbuhan yang signifikan setiap tahunnya. Di tahun 2019, nilai ekspor pakaian muslim Mencapai angka 9,2 miliar dolar AS, yang merupakan sekitar 9,8% dari keseluruhan ekspor industri manufaktur. Konsumsi busana muslim di pasar nasional meningkat rata-rata 18,2%, mencapai 20 miliar dolar.(Redaksi FIN, 2019)

Dengan pengeluaran total sebesar 21 miliar dolar, Indonesia menempati peringkat ketiga dalam daftar Sepuluh pasar fashion muslim terkemuka dan sepuluh pasar konsumen muslim teratas. (State of Global Islamic Economy Report, 2019). Peran dan Pengakuan dan dukungan dari pemerintah, termasuk ratifikasi Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, dan meningkatnya jumlah designer pakaian muslim, serta adanya acara peragaan busana muslim yang menggeliat, bersama dengan respon positif dari masyarakat, semuanya menciptakan peluang yang besar untuk pengembangan lebih lanjut (A. I. Faried 2019; Aan Nasrullah 2018).

Selain keunggulan yang dimiliki oleh setiap sektor, Salah satu prospek industri halal secara keseluruhan di Indonesia adalah kemajuan teknologi. Teknologi baru telah meningkatkan Penyebarluasan informasi serta Upaya untuk memperkenalkan dan mempromosikan industri halal di Indonesia. Ditambah, kemajuan ini mempercepat dan mempercepat proses manufaktur produk halal. (Faried, 2019; Jaelani, 2017).

## 2. Tantangan Industri Halal Di Indonesia

Di samping peluang yang tersedia dalam industri halal di Indonesia, Bersama-sama, Terdapat sejumlah tantangan yang harus dipertimbangkan, khususnya oleh pemerintah, serta pihak-pihak terkait. Meskipun Indonesia memiliki Sebagian besar dari penduduknya adalah Muslim, menjadikannya memiliki jumlah populasi Muslim terbesar di dunia. tidak mudah untuk memperkirakan bahwa Indonesia berpotensi menjadi pionir dalam semua sektor industri halal.

Dalam langkah-langkah yang diambil oleh pemerintah untuk mencapai status sebagai pusat industri halal global pada tahun 2024, ada dua hambatan, Dengan kata lain, tantangan di dalam dan luar negeri, dari penelitian Fathoni dan Saputri, Indonesia

menghadapi tiga tantangan eksternal, yaitu:

a. Banyaknya Jumlah Negara Pesaing

Pesaing negara -negara terdiri dari Malaysia, Brunei Darussalam, Turki, Pakistan, Qatar, dan Uni Emirat Arab adalah contoh negara pesaing yang terdiri dari orang Muslim dan non-Muslim.(Fathoni, 2020), Yordania, Bahrain, Kuwait, Iran, Oman, Sri Lanka, Mesir, Tunisia, Azerbaijan, Albania, Bangladesh, dan Lebanon adalah antara negara-negara lain. (State of the Global Islamic Economy Report, 2020) . Namun, negara-negara yang tidak menganut agama Islam termasuk Australia, Thailand, Singapura, Inggris, Italia (Fathoni, 2020), Spanyol, Kanada, Prancis, Afrika Selatan, Nigeria, dan Belanda. (State of the Global Islamic Economy Report, 2020).

Akibat munculnya negara-negara pesaing ini, hal itu pasti akan memengaruhi penyerapan produk yang halal di Indonesia di arena global. Karena itu, agar menghindari menjadi negara yang menonton atau membeli produk halal di seluruh dunia, perlu meningkatkan Kualitas produk dan pelayanan harus ditingkatkan agar dapat bersaing dengan pesaing dari negara-negara lain. Selain itu, masuknya produk asing ke dalam negeri akan mengancam produk domestik karena tingkat konsumsi masyarakat Indonesia akan menurun. (Fathoni dan Tasya Hadi, 2020).

b. Belum Adanya Sertifikat Halal Yang Berlaku Secara Global

Salah satu penyebabnya adalah kenyataan bahwa tidak ada kesepakatan antara Negara-negara di berbagai belahan dunia mengikuti standar internasional dalam mengadopsi sertifikasi halal. Tak hanya itu, tiap negara mempunyai regulasi sertifikat halal yang khas bagi mereka sendiri.

Partisipasi negara non-Muslim dalam industri halal secara internasional, seperti dijelaskan sebelumnya, tidak bisa dilepaskan dari kesenjangan dalam penetapan standar produk halal oleh negara-negara Muslim. Sehingga, Faktanya, negara-negara yang mayoritasnya tidak beragama Muslim memainkan peran yang signifikan dalam pembuatan barang halal. Jika Indonesia ingin menjadi pusat industri halal global, keadaan ini harus dipertimbangkan dengan serius, minimal dengan menjadi pelopor dalam memulai standar sertifikasi halal global.

c. Ketidakcocokan Negara-Negara Muslim Dalam Menetapkan Standar Produk Halal.

Menurut ihram.co.id, Dea Alvi Soraya dan Zahrotul Oktaviani, Ahmet Gelir, pemimpin Serikat Halal Dunia, menekankan bahwa kesenjangan dalam penetapan

standar produk halal di negara-negara Muslim merupakan tantangan bagi dunia Islam. Dampaknya, Negara-negara yang sebagian besar tidak beragama Islam juga berpartisipasi dalam pembuatan produk halal. Namun, masalah produk halal merupakan masalah syariah yang harus ditangani oleh badan yang disertifikasi yang memiliki pengetahuan dan kepedulian terhadap ajaran Islam.(Dea Alvi and Oktaviani, 2021).

Selain menghadapi tantangan dari eksternal, Indonesia juga menghadapi tantangan internal, yakni:

a. Kurangnya Kesadaran Halal Di Masyarakat Indonesia.

Demikian pula, Masyarakat Indonesia masih kurang memahami halal. Banyak warga Indonesia meyakini bahwa seluruh produk yang dijual di toko adalah halal. (Pryanka, 2018). Tingkat religiusitas dan pemahaman tentang konsep halal dengan kesadaran halal. Penelitian yang dilakukan oleh Nusran dan rekan-rekannya (2018) menemukan bahwa tingkat religiusitas mempengaruhi perilaku konsumen yang memilih produk halal lebih banyak daripada pengetahuan tentang barang-barang halal itu sendiri. Kartika (2020) dan Kurniawati & Savitri (2019) melakukan penelitian tambahan yang menunjukkan bahwa keyakinan agama seseorang, Faktor-faktor seperti masalah kesehatan, merek dan label halal, dan paparan umum memengaruhi kesadaran halal. Tambahan, studi oleh Yasid dan kawan-kawan (2016) menunjukkan bahwa keyakinan agama, identitas individu, dan paparan media berdampak pada kesadaran akan halal.

Pada zaman milenial ini, terdapat beragam metode yang bisa digunakan untuk mengedukasi masyarakat tentang produk halal agar lebih mudah diakses dan dimengerti, berawal media sosial, situs web, publikasi cetak, televisi, dan sebagainya. Pemilihan Media yang paling berhasil bisa diadaptasi sesuai dengan kebutuhan masyarakat. misalnya untuk penduduk perkotaan, bisa dilakukan melalui platform daring seperti media sosial dan situs web. Sementara itu, untuk daerah terpencil, pendekatan melalui televisi dan radio lebih sesuai.

b. Terdapat Isu Terkait Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal

Undang-undang Jaminan Produk Halal mulai berlaku pada tanggal 17 Oktober 2019 setelah mendapatkan persetujuan pada tahun 2014. Waktu yang dibutuhkan setelah disahkan pada tahun 2019, masih berlanjut karena Proses sertifikasi halal dilaksanakan secara bertingkat. (Fajaruddin, 2018). Kemudian, pelaksanaan undang-undang ini masih

terhambat oleh sejumlah masalah. Salah satunya adalah pemerintah belum menerbitkan Perpu yang berkaitan dengan penerapan UU JPH. Perpu terkait penerapan Undang-Undang Jaminan Produk Halal seharusnya diterapkan maksimal dua tahun setelah disahkan, yaitu pada Tahun 2016. Namun, pemerintah baru mengeluarkannya di Tahun 2019, yang menunda penerapannya selama tiga tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah telah melanggar undang-undang yang ditetapkan untuk Implementasi Undang-Undang Jaminan Produk Halal. (Kusnadi, 2019).

Terdapat juga keterlambatan mengenai penyiapan peraturan menteri. Implementasi Undang-undang Jaminan Produk Halal memerlukan peraturan-peraturan menteri sebagai panduan pelaksanaan UU tersebut. Peraturan menteri agama mencakup peraturan yang mengatur aspek jaminan produk halal, Produk yang belum mendapatkan sertifikasi halal, langkah-langkah yang harus diikuti untuk mendapatkan sertifikat halal, standar tertentu untuk mengharamkan Barang-barang dan kategori produk yang memerlukan sertifikasi halal. Selain itu, peraturan menteri dari kementerian keuangan juga perlu dikeluarkan terkait biaya sertifikasi halal. Namun, sampai saat ini, Meskipun Undang-Undang Jaminan Produk Halal telah berlaku, belum ada peraturan menteri yang dikeluarkan. Oleh karena itu, secara Aspek hukum dan kerangka normatif dari Undang-Undang Jaminan Produk Halal masih dalam proses pembentukan yang belum sepenuhnya terwujud. (Kusnadi, 2019).

Permasalahan berbeda yang ditemui Ada kemungkinan Undang-Undang Jaminan Produk Halal akan menghambat pertumbuhan ekonomi dan menghalangi pelaku usaha . Ayat 1 Pasal 21 menegaskan bahwa tempat, lokasi, dan peralatan untuk memproses produk halal harus terpisah. Persyaratan ini dapat menimbulkan beban bagi Pelaku bisnis, terutama UMKM, mungkin merasa terbebani dengan biaya tambahan yang tidak diperlukan. Dalam konteks menghambat pertumbuhan ekonomi, Penerimaan sertifikasi halal Indonesia di negara-negara penerima ekspor dianggap sangat penting. Tanpa pengakuan tersebut, Produk dari Indonesia tidak bisa diakui di negara tersebut, dan sebaliknya.. Keadaan ini berpotensi menghambat perdagangan internasional, dengan dampak yang merugikan bagi pertumbuhan ekonomi. Otoritas terkait perlu mengantisipasi potensi hambatan ini dengan bekerja sama secara bilateral maupun multilateral untuk memfasilitasi kelancaran arus perdagangan Indonesia. Penting untuk memastikan bahwa undang-undang yang telah disahkan tidak membuat perdagangan internasional Indonesia terhambat.

c. Kurangnya Kesadaran Masyarakat Indonesia Dalam Hal Berkompetisi

Kurangnya kesadaran masyarakat Indonesia dalam hal kompetisi adalah salah satu kelemahan. Kebiasaan belanja yang cenderung konsumtif dan kurangnya kesadaran akan pentingnya peran sebagai produsen barang dan jasa menjadi faktor kunci. Akibatnya, Di pasar Indonesia, mayoritas produk yang ada berasal dari luar negeri, baik itu barang-barang sehari-hari maupun produk industri besar. Produk-produk tersebut tidak hanya dijual di tempat-tempat modern seperti mal dan supermarket, tetapi juga di pasar tradisional. Terutama di platform online atau e-commerce yang populer di kalangan penduduk Indonesia, terutama generasi milenial Berdasarkan data survei We Are Social dikutip dari buku harian Katadata.co.id pada April 2021, Indonesia menempati posisi teratas dalam daftar 10 negara dengan tingkat penggunaan e-commerce tertinggi di dunia, dengan 88,1% dari pengguna internet menggunakan e-commerce. (Andrea Lidwina, 2021). Situasi ini memberikan peluang sekaligus tantangan bagi Indonesia dalam menghadapi persaingan di industri halal global.

Tak hanya itu, masih terdapat berbagai tantangan regulasi yang menghambat perkembangannya, di antaranya:

a. Harmonisasi Standar Halal Global

Saat ini, belum ada standar halal yang berlaku secara universal, sehingga setiap negara memiliki kebijakan dan persyaratan sertifikasinya masing-masing. Hal ini menyebabkan perbedaan dalam proses sertifikasi halal dan menyulitkan perdagangan lintas negara. Negara pesaing seperti Malaysia dan Uni Emirat Arab telah lebih dahulu memiliki sistem sertifikasi yang lebih diakui secara internasional, sehingga produk halal dari Indonesia harus bersaing lebih ketat untuk mendapatkan pengakuan global.

b. Implementasi Undang-Undang Jaminan Produk Halal

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal telah diberlakukan sejak 2019, namun pelaksanaannya masih menemui beberapa kendala. Salah satu tantangan terbesar adalah keterbatasan jumlah auditor halal yang dapat melakukan sertifikasi, serta tingginya biaya sertifikasi bagi UKM yang masih menjadi beban bagi pelaku usaha kecil. Berdasarkan data BPJPH (2023), baru sekitar 40% dari total produk yang beredar di Indonesia yang telah bersertifikasi halal.

c. Kesadaran Konsumen dan Pelaku Usaha

Survei yang dilakukan oleh Bank Indonesia (2023) menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat terhadap pentingnya sertifikasi halal masih tergolong rendah.

Hanya sekitar 55% konsumen yang secara aktif mencari produk yang telah bersertifikat halal. Di sisi lain, banyak pelaku usaha, terutama UKM, yang masih kurang memahami prosedur sertifikasi halal serta manfaat jangka panjang dari kepatuhan terhadap regulasi halal.

d. Persaingan dengan Produk Impor

Tingginya jumlah produk impor yang masuk ke Indonesia juga menjadi tantangan tersendiri bagi industri halal dalam negeri. Data dari Kementerian Perdagangan (2023) menunjukkan bahwa sekitar 30% produk halal yang beredar di Indonesia merupakan produk impor. Hal ini dapat mengancam daya saing produk lokal, terutama jika produk luar negeri lebih mudah mendapatkan pengakuan dan sertifikasi halal internasional dibandingkan produk dalam negeri.

### 3. Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia

Beberapa langkah yang bisa diambil untuk mendorong pertumbuhan industri halal di Indonesia:

a. Mengoptimalkan peluang manusia yang berkualitas

Usaha ini melalui upaya peningkatan Keahlian dan keterampilan tenaga kerja, yang meliputi aspek spiritual, intelektual, dan praktikal. Aspek spiritual, melibatkan kesatuan dalam tujuan yang didasarkan pada rasa takut kepada Tuhan Yang Maha Kuasa. Sementara itu, aspek intelektual mencakup pengetahuan dan keahlian, didukung dengan keterampilan khusus dalam berbagai industri (praktikal). Peningkatan SDM dilakukan melalui sertifikasi profesional dan pengembangan kemampuan khusus. Saluran pendidikan merupakan sarana utama dalam menggalakkan pengembangan SDM yang unggul. Peran perguruan tinggi dalam penguatan SDM tak terpisahkan. Perguruan tinggi memiliki tanggung jawab untuk tidak hanya melatih Tenaga kerja yang kompeten dan berpengalaman di bidangnya, serta menghasilkan penelitian berkualitas, termasuk dalam konteks industri produk halal. Sarana laboratorium dan infrastruktur ilmiah yang dimiliki perguruan tinggi membantu dalam mendukung pengembangan bisnis bagi UMKM melalui inkubasi yang berfokus pada produk halal.

Kolaborasi dengan pelaku industri menjadi kunci untuk memastikan keseluruhan proses inkubasi berjalan secara terintegrasi. Perguruan tinggi perlu mengintensifkan kerja sama dengan dunia industri. Sebagai institusi pendidikan, perguruan tinggi memiliki tanggung jawab penting dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang ekonomi dan keuangan Islam. Meskipun survei yang dilakukan oleh Bank Indonesia

menunjukkan adanya peningkatan literasi keuangan dan ekonomi Islam di tingkat nasional pada tahun 2021, mencapai 20,1% dari 16,3 persen pada tahun sebelumnya, angka ini masih rendah mengingat populasi Muslim yang besar di Indonesia. Oleh karena itu, diperlukan upaya maksimal yang lebih besar untuk meningkatkan literasi ini (Nur Syamsiyah, 2022)

b. Diperlukan strategi yang kuat untuk mensosialisasikan sertifikasi halal

Produk halal, mencakup makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, produk biologi, produk kimia, produk rekayasa genetika, dan juga barang serta layanan terkait dengan penyembelihan, pengolahan, distribusi, serta penyajian.

c. Dapat disertifikasi jika bahan dan proses pembuatannya jelas halal.

Pelaku usaha harus memiliki Komitmen dan tanggung jawab untuk memastikan kehalalan produk melalui implementasi Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH). Selain itu, produk yang bersertifikat halal perlu mendapatkan fasilitas dan kemudahan agar dapat diproduksi, didistribusikan, dan diperdagangkan tanpa hambatan berarti. Sejak 17 Oktober 2019, penunjukan BPJPH telah membuka babak baru dalam jaminan produk halal di Indonesia. Jika sebelumnya jaminan produk halal (JPH) dilakukan secara sukarela oleh masyarakat. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014, tugas JPH menjadi tanggung jawab negara (pemerintah) dan menjadi kewajiban.

Kewajiban sertifikasi halal bagi produk, baik itu barang maupun jasa, memiliki implikasi yang signifikan. Dari satu perspektif, keharusan ini menjamin bahwa produk yang dikonsumsi dan digunakan oleh masyarakat memenuhi standar kehalalan. Namun, dari sisi lain, kewajiban ini menantang bagi pemerintah untuk mengkoordinasikan berbagai aspek rantai nilai halal yang tersebar di sejumlah sektor. Karena itu, kolaborasi dan kerjasama yang luas sangat diperlukan. (Fajaruddin, 2018)

d. Menciptakan ekosistem halal membutuhkan kerja sama dan harmoni yang kuat antara berbagai pemangku kepentingan halal

Proses Sertifikasi halal, sebagai bagian dari jaminan produk halal, melibatkan proses yang panjang dari awal hingga akhir produk. Sertifikasi dalam rantai nilai halal juga melibatkan banyak pihak. Penentuan kehalalan produk memerlukan kontribusi dari lembaga lain seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai otoritas agama, serta lembaga pengawas atau pengujian produk (LPH). Pengawasan produk dilakukan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), sementara distribusi barang dan produk berada di bawah pengawasan beberapa kementerian seperti kementerian perindustrian,

perdagangan, pertanian, dan bea cukai.

Pertanggungjawaban kerjasama internasional dengan lembaga halal dari negara lain merupakan tugas Kementerian Luar Negeri. Selain itu, berbagai jenis usaha, termasuk perusahaan besar, menengah, kecil, dan mikro, dikelola dan dipantau oleh beberapa kementerian atau lembaga, seperti Kementerian Kesehatan, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM), pemerintah daerah (Pemda), dan Kementerian Perdagangan (Kemendag).

e. Banyak pihak yang terlibat dalam proses pengesahan halal

Skema deklarasi mandiri halal oleh pelaku UMK harus melibatkan organisasi keagamaan, lembaga Islam, perguruan tinggi, pemerintah daerah, asosiasi, serta kemitraan strategis lainnya, termasuk platform e-commerce dan digital. Untuk memastikan bahwa layanan sertifikasi halal tersedia secara efektif, diperlukan konsolidasi internal serta koordinasi dan komunikasi yang baik antara lembaga-lembaga terkait.

f. Kerjasama internasional memastikan kehalalan produk

Salah satu masalah utama terkait produk halal ini terjadi ketika produk dari luar negeri diperkenalkan di Indonesia. Hingga saat ini, sertifikasi halal untuk produk asing dilakukan melalui kerjasama antar bisnis (B to B). Namun, dengan diberlakukannya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014, Undang-Undang Cipta Kerja Nomor 11 Tahun 2020, dan PP Nomor 39 Tahun 2021, kerjasama internasional didasarkan pada pengakuan dan penerimaan bersama sertifikat halal (mutual recognition and agreement, MRA).

Dalam kaitannya dengan hubungan bilateral dan multilateral antar negara, keberadaan lembaga sertifikasi halal sangat penting untuk memastikan bahwa produk luar negeri yang masuk ke Indonesia sesuai dengan standar halal. Sebaliknya, dengan adanya kesepakatan saling mengakui ini, produk halal Indonesia dapat diterima di berbagai negara sebagai produk ekspor karena memenuhi standar halal yang seragam. Kerjasama internasional di sektor halal meliputi berbagai bidang, termasuk aspek jaminan kualitas halal, pengembangan sumber daya halal, teknologi terkait halal, dan pengakuan sertifikat halal (berdasarkan PP 39 Tahun 2021, Pasal 119). Indonesia memiliki potensi untuk menjadi penggerak utama dalam industri halal global. Standar halal yang diterapkan di Indonesia, yang diatur oleh MUI dan LPPOM-MUI, telah diakui oleh banyak negara.

Manfaat tambahan dari kerjasama ini termasuk investasi halal dari negara-negara lain. Selain memperkuat ikatan hubungan bilateral, pengakuan dan penerimaan produk halal yang sebelumnya menjadi hambatan dapat lebih mudah diatasi. Manfaat bagi pelaku

bisnis dan pengusaha dalam negeri akan semakin bertambah dengan kerjasama pengembangan teknologi di sektor halal, diversifikasi produk yang diminati dan dibutuhkan di negara-negara investor, serta kontak bisnis yang dapat mendorong ekspor produk halal dari Indonesia. Ini sejalan dengan peran Indonesia sebagai produsen halal terkemuka di dunia.

#### **4. Peran Industri Terhadap Petumbuhan Ekonomi**

Industri halal terus menunjukkan pertumbuhan yang menggehirkan setiap tahunnya, memberikan dampak positif pada perekonomian Indonesia, yang tercermin dalam Produk Domestik Bruto (PDB). Ekonomi syariah telah terbukti memberikan kontribusi sebesar USD 3,8 miliar terhadap PDB setiap tahun, seperti yang dilaporkan oleh Kementerian Keuangan Republik Indonesia pada tahun 2019. Dampak ini terlihat dalam pola konsumsi masyarakat Indonesia dan aktivitas ekspor serta impor produk halal.

Penggunaan produk halal di Indonesia mencapai tingkat yang sangat besar, bahkan menjadi yang terbesar di dunia. Pada tahun 2017, total penggunaan produk halal di Indonesia mencapai USD 200 miliar, yang meliputi lebih dari 36% dari total pengeluaran rumah tangga. Angka ini juga setara dengan sekitar 20% dari Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2019). Penggunaan produk halal diperkirakan akan terus meningkat dengan laju pertumbuhan rata-rata sekitar 5,3%. Diproyeksikan bahwa pada tahun 2025, penggunaan produk halal di Indonesia akan mencapai USD 330,5 miliar, seperti yang diungkapkan oleh Nur Syamsiyah (2022). Menurut Bappenas, mayoritas dari penggunaan besar ini berasal dari produk impor (Akbar, 2019). Dengan peningkatan produksi di sektor industri halal, kita dapat mengurangi defisit dalam neraca perdagangan. (Indonesia, 2019). Malah Meningkatkan ekspor produk halal bukanlah suatu hal yang tidak mungkin bagi kita.

Kegiatan ekspor merupakan bagian penting dari perdagangan internasional. Dalam konteks perdagangan internasional, diperlukan sumber pembiayaan yang berasal dari cadangan devisa. Cadangan devisa merujuk pada total nilai aset luar negeri yang dikelola oleh pemerintah dan bank-bank devisa untuk memenuhi kebutuhan transaksi internasional. (Purba, 2016). Cadangan devisa menjadi indikator yang menggambarkan seberapa baik suatu negara dalam menjalankan perdagangan internasional. Kondisi cadangan devisa tercermin dalam neraca pembayaran. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa elemen-elemen yang ada dalam neraca pembayaran berpengaruh terhadap cadangan devisa. (Nur Syamsiyah, 2022)

Salah satu elemen yang berdampak pada cadangan devisa adalah saldo ekspor. Saldo ekspor tercatat dalam neraca pembayaran, terutama pada Sektor perdagangan dan investasi. Keseimbangan ekspor dipengaruhi oleh situasi ekonomi domestik dan global, serta fluktuasi nilai tukar mata uang asing. Ketidakstabilan ekonomi Indonesia secara signifikan memengaruhi jumlah cadangan devisa. (Syamsurijal Tan et al., 2017). Data tentang cadangan devisa dan nilai ekspor dari tahun 2015 hingga 2019 tersedia sebagai berikut.

**Tabel 1.**  
**Data Cadangan Devisa dan Ekspor dari Tahun 2015-2019**

Tahun	Cadangan Devisa (Juta USD)	Ekspor (Juta USD)
2019	129.183,28	167.497
2020	135.897,00	163.3
2021	144.905,38	175.3
2022	137.233,27	190.0
2023	146.383,75	210.5

Sumber: Bank Indonesia

Industri halal menawarkan potensi besar yang dapat digunakan untuk meningkatkan nilai cadangan devisa. Ada beberapa strategi yang dapat diterapkan untuk memaksimalkan potensi tersebut. Langkah pertama adalah meningkatkan ekspor produk-produk industri halal. Produk makanan halal dan pakaian muslim memiliki potensi besar untuk diekspor oleh Indonesia.

Langkah kedua adalah memperluas Potensi pariwisata halal merupakan salah satu aspek yang memiliki potensi besar untuk meningkatkan cadangan devisa. Khususnya karena Indonesia telah meraih berbagai penghargaan di sektor pariwisata halal. Oleh karena itu, langkah-langkah yang diperlukan adalah meningkatkan kualitas pariwisata halal Indonesia dengan merancang strategi yang tepat. Upaya strategis tersebut meliputi peningkatan integrasi paket wisata, peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM), pengembangan regulasi yang mendukung, dan pemanfaatan kemajuan teknologi. (Katadata, 2020).

Langkah ketiga adalah untuk memperkuat peranan industri Menggunakan keuangan syariah sebagai sarana untuk mencapai inklusi keuangan adalah tujuan yang penting. Industri keuangan syariah dapat menjadi penyokong dalam memberikan akses modal kepada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang beroperasi di sektor halal melalui penyediaan pembiayaan. Modal ini dapat digunakan untuk memperluas operasi bisnis mereka. Bila

banyak UMKM memperluas operasi mereka, ini akan menghasilkan peningkatan dalam aktivitas produksi. Produksi yang lebih besar mungkin membawa barang halal Indonesia ke pasar internasional.

Kita membutuhkan dukungan dari semua pihak untuk memperkuat dan mengembangkan industri halal. Pemerintah dapat membantu dengan menetapkan regulasi terkait Produk dan sektor industri halal bersama dengan proses sertifikasi halal merupakan fokus utama. Peraturan dan sertifikasi halal berperan penting dalam mendukung bisnis, terutama UMKM, mendapatkan akses ke pasar ekspor. Namun, visi Indonesia sebagai pusat industri halal dunia dapat dicapai dengan kolaborasi Kolaborasi dan kerjasama dari seluruh pihak. Dukungan masyarakat dapat berupa upaya untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya halal serta membeli barang halal yang dibuat dalam negeri.

## **PENUTUP**

Indonesia memiliki banyak kesempatan untuk mengembangkan industri halal. Kesempatan ini mencakup sektor makanan halal, Industri keuangan syariah, industri pariwisata halal, dan industri mode Muslim. Ada tantangan baik dari luar maupun dari dalam Dalam upaya memajukan industri halal. Tantangan eksternal meliputi persaingan dari negara-negara lain, ketiadaan sertifikat halal global yang diakui secara luas, dan perbedaan pendapat Kolaborasi antara negara-negara Muslim dalam menetapkan standar produk halal. Sementara itu, Tantangan internal termasuk kurangnya kesadaran akan pentingnya konsep halal di kalangan masyarakat Indonesia dan kendala-kendala yang terkait dengan peraturan seperti Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, serta kurangnya kesadaran masyarakat Indonesia dalam berkompetisi.

Di samping tantangan-tantangan tersebut, seorang ahli ekonomi dari institut Core Indonesia bahwa menyatakan Industri halal di Indonesia masih menghadapi rintangan, yaitu:

1. Banyak pihak dan regulator belum mewujudkan peluang bisnis dalam industri halal.
2. Ketersediaan bahan baku yang sesuai dengan kriteria halal terbatas.
3. Pemahaman terbatas dari beberapa produsen yang tidak didukung oleh infrastruktur yang memadai.
4. Perbedaan dalam standar dan sertifikasi produk halal.
5. Jumlah produk impor yang memasuki Indonesia.

Di samping kendala-kendala yang telah disebutkan di atas, kekurangan kinerja bank-bank syariah dalam mendukung pertumbuhan dan kemajuan industri halal juga merupakan tantangan penting dalam pengembangan industri halal di Indonesia.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Akbar, C. (2019). Konsumsi Produk Halal Di RI Tinggi, Bappenas: Kebanyakan Impor. *TEMPO.CO*.
- Aziz, M., Rofiq, A., & Ghofur, A. (2019). Regulasi Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal di Indonesia Perspektif Statute Approach. *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman*, 14(1), 151–170. <https://doi.org/10.15642/islamica.2019.14.1.150-170>
- Crescent Rating. (2019). “Global Muslim Travel Index 2019.” Global Muslim Travel Index
- Fajaruddin, F. (2018). Efektivitas Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Dalam Perlindungan Konsumen. *DE LEGALATA: Jurnal Ilmu Hukum*, 3(2), 204–216. <https://doi.org/10.30596/dll.v3i2.3151>
- Fariied, A.I. 2019. “Implementasi Model Pengembangan Industri Halal Fashion Di Indonesia”. Jepa 4(2).
- Fathoni, M. A. (2020a). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>
- Fathoni, Muhammad Anwar, and Syahputri Tasya Hadi. 2020. “Potret Industri Halal Indonesia: Peluang Dan Tantangan”. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6.(3): 428.
- Firdaus, D. A., & Masngudi, M. (2023). Comparative Analysis of Waqf Link Governance of Sukuk (CWLS) Money to Finance Infrastructure in the Perspective Studies of Law Number 41 of 2004 and Sharia Economic Law Study. *Wealth: Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(2), 135–160. <https://doi.org/10.24090/wealth.v2i2.9676>
- Imronah, A., & Nginayati, E. (2024). *The Role of Women in Family Economy in Kalipurwo Village: A Social and Islamic Economic Analysis*. 04(02), 136–146.
- Ismatulloh, A. M., & Jannah, Z. (2024). Al Qur ’ an dalam Praktik Sosial: Hafizah Sebagai Agen Transformasi. *UhumulQur’an: Jurnal IlmuAl-Qur’an Dan Tafsir*, 4(September).
- Jaelani, A. 2017. “Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects.” *SSRN Electronic Journal* 7(3).
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2019). “Media Keuangan.” Kementerian Keuangan 14(140)
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. 2021. “Media Keuangan.” Kementerian Keuangan 14: 140.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia 2021. “Pemerintah Terus Upayakan Pemulihan Ekonomi namun tetap waspada dengan pandemic covid”. Kementerian Keuangan. Com.
- Lidwina, Andrea, 2021. “Penggunaan ECommerce Indonesia Tertinggi Di Dunia”. *Katadata.Co.Id*.
- Nasrullah, A. (2018). “Analisis Potensi Industri Halal Bagi Pelaku Usaha Di Indonesia.” *At-Taahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah* 6(1):50–78
- Neuman, W.L., Djamba, Y.K. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. 7th ed. USA: Pearson
- Nur Syamsiyah, Y. A. (2022). HALAL INDUSTRY IN INDONESIA: OPPORTUNITIES, CHALLENGES AND STRATEGIES. *JURNAL OF ISLAMICECONOMICS AND BUSINESS*, 1(<https://openrecruitment.radenfatah.ac.id/index.php/IEB/issue/view/804>), 36–46.
- Pembangunan, P. E., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2017). Analisis cadangan devisa Indonesia dan faktor-faktor yang mempengaruhinya Pundy Sayoga\*; Syamsurijal Tan. In *Jurnal Paradigma Ekonomika* (Vol. 12, Issue 1).
- Purba, N. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Cadangan Devisa Di Indonesia. Medan: Universitas Negeri Medan.
- Redaksi FIN. (2019). “Ekspor Produk Fashion Muslim Tembus USD 9,2 Miliar.” Fajar

Indonesia Network.

- Sayoga, P., Tan, S. (2017). "Analisis Cadangan Devisa Indonesia Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya." *Jurnal Paradigma Ekonomika* 12(1):25–30.
- Subarkah, AR. 2018. "Potensi Dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat)." *Sospol: Jurnal Sosial Politik* 4(2): 49–72.
- Sudrajat, B. (2023). Strategi Pelayanan Tour Leader Biro Haji dan Umroh Untuk Meningkatkan Repeat Order Calon Jamaah Pada PT. Imprensa Media Wisata. *An-Nawa: Jurnal Studi Islam*, 5(2), 149–160. <https://doi.org/10.37758/annawa.v5i2.774>
- Sudrajat, B., & Wahyuningsih, A. (2023). Manajemen Pengaturan Jam Kerja Untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan Menggunakan Pendekatan Gender Di Apotek Enggal Sehat Majenang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 9(2), 105–114. <https://doi.org/10.37058/jem.v9i2.7972>
- Yasid, F.F., Andriansyah, Y. (2016). "Factors Affecting Muslim Students Awareness of Halal Products in Yogyakarta, Indonesia." *International Review of Management and Marketing* 6(S4):27–31