

PELUANG DAN TANTANGAN REGULASI PRODUK HALAL INDONESIA DALAM ERA GLOBALISASI

Sahliyah¹, Virda Azzahrotul Jannah², Muhammad Fatkhul Arifin³, Hawa Gazani⁴,
Muhammad Ersya Faraby⁵

Ekonomi Syariah, Universitas Trunojoyo Madura, Madura, Indonesia

220721100189@student.trunojoyo.ac.id, 220721100103@student.trunojoyo.ac.id,

220721100137@student.trunojoyo.ac.id, hawa.gazani@trunojoyo.ac.id,

ersya.faraby@trunojoyo.ac.id

Abstract

Indonesia's halal industry shows strong potential for growth, supported by its large Muslim population and rising awareness of halal products. However, the implementation of halal regulations and certification continues to face challenges such as a limited number of auditors, complex administrative procedures, and low halal literacy among SMEs. This study examines the opportunities and challenges of developing halal regulations in Indonesia within the context of globalization through a literature-based qualitative approach. The findings emphasize the need for simpler, more accessible certification processes, along with improved human resource capacity and stronger integration of the domestic halal supply chain to enhance global competitiveness. Theoretically, the study contributes to Islamic economic literature, while practically offering strategic recommendations to strengthen Indonesia's position as a global halal industry hub.

Keywords: *Halal industry, regulation, halal certification, competitiveness, globalization*

Abstrak

Industri halal di Indonesia memiliki prospek pertumbuhan besar berkat dominasi penduduk Muslim dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk halal. Meski demikian, penerapan regulasi serta sertifikasi halal masih mengalami hambatan, seperti minimnya auditor, proses administrasi yang rumit, dan rendahnya pemahaman halal di kalangan UMKM. Penelitian ini bertujuan mengkaji peluang dan tantangan pengembangan regulasi halal di Indonesia dalam konteks globalisasi melalui studi kepustakaan. Hasil kajian menekankan perlunya penyederhanaan dan peningkatan aksesibilitas sertifikasi halal, disertai peningkatan kompetensi sumber daya manusia serta penguatan rantai pasok halal domestik untuk memperkuat daya saing global. Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi pada literatur ekonomi syariah, sedangkan secara praktis memberikan rekomendasi strategis guna memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat industri halal dunia.

Kata Kunci: *Industri halal, regulasi, sertifikasi halal, daya saing, globalisasi*

Article history

Received: November 2025

Reviewed: November 2025

Published: November 2025

Plagiarism checker no 80

Doi : prefix doi :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. Pendahuluan

Indonesia dengan mayoritas penduduk Muslim, memiliki potensi besar dalam industri halal global, termasuk makanan, keuangan syariah, wisata halal, dan busana Muslim. Besarnya populasi Muslim di Indonesia menuntut tanggung jawab besar untuk memastikan ketersediaan produk halal yang dapat diandalkan (Dina Angelina, 2025). Indonesia merupakan negara dengan potensi yang sangat besar untuk pertumbuhan industri halal. Tentu saja, populasi Muslim yang cukup besar di Indonesia berdampak pada potensi yang sangat besar ini. Sebanyak 12,7% Muslim di seluruh dunia berada di Indonesia. Berdasarkan data statistik, diproyeksikan bahwa 229 juta Muslim akan tinggal di Indonesia pada tahun 2020. Dengan perkiraan 273 juta orang yang tinggal di Indonesia, komunitas Muslim mencapai 87,2% dari keseluruhan populasi negara ini. Dengan jumlah populasi Muslim yang cukup besar, ada permintaan yang tinggi untuk produk halal.

Dikatakan bahwa Indonesia mewakili pasar industri halal global. Pada kenyataannya, Indonesia menghabiskan total USD 218,8 miliar untuk barang-barang halal pada tahun 2017 (Muhammad Anwar Fathoni, 2020). Namun masyarakat Indonesia masih dihadapkan pada berbagai kendala dalam mengembangkan industri halal. Hambatan tersebut mencakup implementasi kebijakan Jaminan Produk Halal (JPH) yang belum optimal, keterbatasan sertifikasi dan standardisasi produk halal, serta peta jalan pengembangan industri halal yang belum jelas. Selain itu, sumber daya manusia, khususnya para produsen, masih banyak yang kurang memahami dan belum memberikan perhatian penuh terhadap pentingnya produk halal. Kesadaran mengenai produk halal di kalangan pelaku usaha kecil juga masih rendah, terutama terkait aspek pendidikan, pengetahuan, dan promosi halal. Tantangan lainnya meliputi keterbatasan bahan baku yang sesuai dengan standar halal serta belum adanya kesepakatan definisi yang jelas mengenai produk halal. Lebih jauh, sebagian besar industri masih sangat bergantung pada bahan impor (Jannah & Malahayati, 2024).

Kehalalan produk adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan sebuah produk yang dihasilkan dan diolah dengan memenuhi standar kehalalan yang telah ditetapkan. Kehalalan produk sangat penting, terutama dalam agama Islam, karena konsumsi makanan dan minuman yang halal adalah kewajiban bagi umat Muslim. Oleh karena itu, definisi kehalalan produk sangatlah penting untuk dipahami oleh semua pihak yang terkait dengan produksi, distribusi, dan konsumsi produk (Dirhamzah et al., 2024). Ada kemungkinan sebagian masyarakat Indonesia belum menyadari pentingnya sertifikasi halal pada produk yang mereka konsumsi, khususnya di kalangan pedagang kecil maupun industri rumahan. Banyak pelaku usaha, terutama dalam sektor makanan, kosmetik, dan farmasi, kurang memperhatikan kualitas bahan baku serta proses produksinya, meskipun mayoritas penduduk Indonesia adalah Muslim. Kondisi ini antara lain dipengaruhi oleh rendahnya tingkat pendidikan, lemahnya pengawasan, serta anggapan keliru bahwa produk halal hanya relevan bagi kelompok tertentu, padahal seharusnya menjadi standar umum bagi umat Islam (Maulizah & Sugianto, 2024).

Pemerintah Indonesia telah menetapkan sejumlah regulasi untuk mendukung dan mengatur perkembangan industri halal. Salah satunya melalui Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) yang diberlakukan sejak 2014, yang mewajibkan setiap produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Indonesia memiliki sertifikasi halal. Regulasi ini bertujuan memberikan kepastian hukum bagi konsumen Muslim sekaligus mendorong daya saing produk halal Indonesia di kancah global. Penelitian Tri Wahyuni menunjukkan bahwa generasi milenial di Indonesia semakin kritis dalam memilih produk, khususnya terkait makanan, kosmetik, dan obat-obatan. Kesadaran mereka terhadap pentingnya produk halal juga meningkat seiring dengan tren gaya hidup Islami. Sebelum membeli, mereka cenderung mencari informasi lebih dulu mengenai kualitas produk melalui media sosial dan platform daring (Wahyuni et al., 2022).

Tulisan ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai peluang dan tantangan yang dihadapi dalam proses produksi produk halal di tengah persaingan pasar global, seperti keterbatasan standardisasi, kurangnya literasi halal di kalangan pelaku usaha, serta rendahnya efisiensi rantai pasok dan inovasi produk. Melalui kajian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan regulasi produk halal di Indonesia agar lebih adaptif terhadap tantangan global serta mampu memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat industri halal dunia.

2. Tinjauan Pustaka

Produk Halal

Halal merupakan istilah dari bahasa Arab yang artinya diperbolehkan, legal, dan sesuai hukum Islam atau syariah. Jika dikaitkan dengan produk farmasetik, makanan, dan minuman, maka halal dapat dimaknai sebagai produk farmasetik, makanan atau minuman yang diperbolehkan untuk dikonsumsi oleh seorang muslim. Aturan syariah memperbolehkan setiap orang untuk makan dan minum atau mengonsumsi segala sesuatu, termasuk produk farmasetik, yang disukai sepanjang produk tersebut tidak bersifat haram. Sedangkan menurut UU JPH, produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai syariat Islam dan jaminan produk halal adalah kepastian hukum terhadap kehalalan suatu produk yang dibuktikan dengan sertifikat halal. Sedangkan di dalam Al-Qur'an ditegaskan bahwa makanan dan minuman yang diharamkan adalah bangkai, darah, babi, dan daging hewan yang disembelih dengan menyebut nama selain Allah SWT, serta Khamr atau minuman yang memabukkan. Sebenarnya apa yang diharamkan Allah SWT untuk dimakan jumlahnya sangat sedikit. Selebihnya, apa yang ada di muka bumi ini pada dasarnya adalah halal, kecuali yang dilarang secara tegas dalam Al Qur'an dan Hadits (Sayekti, 2020).

Regulasi Produk Halal

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia regulasi diartikan sebagai sebuah peraturan, secara lebih lengkap regulasi merupakan cara untuk mengendalikan manusia atau masyarakat dengan suatu aturan atau pembatasan lainnya, pengertian ini menjelaskan bahwa regulasi adalah peraturan yang dibuat sebagai upaya untuk mengendalikan manusia atau masyarakat. Sedangkan Pengertian regulasi secara umum adalah upaya yang diciptakan untuk mengendalikan manusia atau masyarakat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan di dalam kehidupan Bersama (Supriyadi & Asih, 2020). Peraturan sebelum tahun 2014 yang menyinggung mengenai masalah kehalalan terutama terkait makanan, obat-obatan dan kosmetik sudah cukup banyak dikeluarkan, namun secara teknis belum dapat dijadikan sebagai payung hukum yang kuat dan mengikat terhadap persoalan kehalalan produk kepada produsen (pelaku usaha) maupun jaminan kepada konsumen.

Maka belum ada jaminan kepastian hukum yang mengatur tentang halal, terlebih perundang-undangan di atas masih bersifat voluntary padahal jaminan halal menjadi keniscayaan dan sangat mendesak terutama dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen dan kancas perdagangan global. Lahirnya Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UUJPH) sesungguhnya makin mempertegas betapa mendesaknya persoalan halal-haram dalam rantai produksi dari pelaku usaha hingga sampai dan dikonsumsi oleh konsumen. Karena diantara mereka ada peran pihak seperti distributor, sub-distributor, grosir, pengecer sebelum sampai ke tangan konsumen akhir. Diberlakukannya UUJPH pihak konsumen (masyarakat luas) mendapatkan kepastian hukum terhadap produk makanan dan barang konsumsi lainnya. Demikian pula dengan pelaku usaha, hadirnya UUJPH memberikan panduan bagaimana mengolah, memproses, memproduksi, dan memasarkan produk kepada masyarakat konsumen serta bagaimana membuat informasi produk halal kepada konsumen (Diky Faqih Maulana, 2025).

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan (*literature review*). Studi pustaka (*library research*) yaitu metode dengan pengumpulan data dengan cara memahami dan mempelajari teori-teori dari berbagai literatur yang berhubungan dengan penelitian tersebut. Sumber data dalam penelitian ini sepenuhnya berupa data sekunder, yakni pengumpulan data tersebut menggunakan cara mencari sumber dan menkontruksi dari berbagai sumber contohnya seperti buku, jurnal dan riset-riset yang sudah pernah dilakukan. Bahan pustaka yang didapat dari berbagai referensi tersebut dianalisis secara kritis dan harus mendalam agar dapat mendukung proposisi dan gagasannya (Adlini et al., 2022).

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan industri halal di Indonesia memiliki potensi besar, namun masih menghadapi beragam kendala. Kesadaran masyarakat terhadap produk halal terus meningkat, terutama di kalangan generasi muda yang semakin selektif dalam konsumsi (Tri Wahyuni & Miti Yarmunida, 2022). Meski regulasi Jaminan Produk Halal telah diterapkan, pelaksanaannya belum optimal karena keterbatasan auditor, proses sertifikasi yang rumit, serta biaya yang tinggi bagi pelaku usaha kecil. Ketergantungan pada bahan pengembangan industri halal membutuhkan kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat. Pemerintah perlu menyederhanakan proses sertifikasi agar mudah diakses oleh UMKM (Miza et al., 2022).

Selain itu, penguatan sektor pertanian dan industri bahan halal domestik penting untuk mengurangi ketergantungan impor. Meningkatnya kesadaran masyarakat perlu diimbangi dengan edukasi dan pendampingan agar peluang pasar halal dapat dimanfaatkan secara maksimal. Secara keseluruhan, kemajuan industri halal di Indonesia ditentukan oleh efektivitas kebijakan, kesiapan sumber daya manusia, dan integrasi rantai pasok nasional. Sinergi antar pihak diharapkan mampu memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat industri halal global.

Peluang Produk Halal di Indonesia

1. Industri Makanan dan Minuman

Indonesia memiliki potensi yang besar untuk mengembangkan industri halal, terutama di sektor makanan dan minuman, mengingat persaingan yang ketat di pasar halal global. Industri makanan halal merupakan kontributor terbesar terhadap pengeluaran nasional untuk produk halal. Oleh karena itu, dengan fokus pada peningkatan sektor makanan dan minuman halal melalui pertumbuhan industri berskala besar dan pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Indonesia memiliki potensi besar untuk memperkuat daya saingnya di pasar global. Selain itu, sumber daya alam Indonesia yang melimpah di bidang pertanian, perikanan, peternakan, dan perkebunan merupakan aset berharga. Dengan mendorong semua pelaku industri mulai dari korporasi besar hingga UMKM untuk mengejar sertifikasi halal, potensi Indonesia untuk menjadi pusat global industri makanan dan minuman halal akan semakin terwujud (Muhammad Alfarici Baehaqi et al., 2025).

2. Lembaga Keuangan Syariah

Sektor keuangan syariah di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang konsisten selama bertahun-tahun. Menurut data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), total aset keuangan syariah meningkat sebesar 13,97% pada tahun 2018, mencapai IDR 1.287,65 triliun. Prestasi ini menempatkan Indonesia sebagai negara ketujuh terbesar di pasar aset keuangan syariah global, dengan aset senilai sekitar USD 86 miliar. Selain itu, Indonesia menempati peringkat kelima dalam daftar Top 10 Keuangan Syariah berdasarkan Laporan Keadaan Ekonomi Syariah Global 2019. Pada tahun yang sama, pangsa pasar industri keuangan syariah Indonesia mencapai 8,69% (Minarni & Dkk, 2024).

Bank Muamalat, yang didirikan pada tahun 1991, menjadi pelopor perbankan syariah di Indonesia dengan menerapkan prinsip pembagian keuntungan pada berbagai layanan, termasuk pembiayaan, asuransi, dan investasi berbasis syariah. Industri keuangan syariah mencatat tonggak sejarah penting pada Februari 2021 dengan pendirian Bank Syariah Indonesia (BSI) bank syariah terbesar di negara ini melalui merger tiga bank milik negara: Bank Mandiri, BNI, dan BRI. BSI memainkan peran penting sebagai katalis utama dalam mendorong aktivitas ekonomi, terutama dalam ekosistem industri halal (Nora Maulana & Zulfahmi, 2022).

3. Pariwisata Halal

Indonesia, sebagai negara kepulauan, diberkahi dengan keindahan alam yang melimpah mulai dari pantai, gunung, hingga danau masing-masing menawarkan daya tarik unik yang menarik wisatawan domestik maupun internasional. Selain lanskapnya yang memukau, keragaman budaya dan etnis Indonesia menjadi daya tarik tambahan dalam sektor pariwisata. Faktor-faktor ini menciptakan potensi besar untuk pengembangan pariwisata halal, yang mencakup layanan perjalanan yang sesuai dengan syariat Islam, akomodasi, hotel, penawaran kuliner, dan elemen pendukung lainnya yang memperkuat industri pariwisata negara ini (Herianti & Dkk, 2023).

Indonesia memiliki potensi yang signifikan untuk mengembangkan sektor pariwisata halal, didukung oleh beragam destinasi yang ramah bagi wisatawan Muslim atau pelancong halal. Destinasi tersebut meliputi situs-situs keagamaan seperti masjid dan makam tokoh-tokoh terkenal, landmark sejarah seperti istana, atraksi warisan budaya, serta penawaran kuliner yang dijamin halal. Potensi yang luas ini telah mendapatkan pengakuan global, sebagaimana dibuktikan dengan pencapaian Indonesia di peringkat pertama bersama Malaysia sebagai destinasi teratas di antara negara-negara anggota Organisasi Kerjasama Islam (OKI) dengan skor 78. Selain itu, Indonesia juga meraih peringkat pertama dalam dua kategori tambahan, yaitu Top 10 Destinasi - Komunikasi dan Top 10 Destinasi - Layanan, serta menempati peringkat keempat dalam kategori Top 10 Destinasi Ramah Muslim (Minarni et al., 2024).

4. Industri Pakaian Halal

Pakaian Muslim telah berkembang menjadi aspek yang mendasar dalam identitas Muslim di Indonesia, berubah menjadi tren modern dan gaya hidup. Permintaan akan busana Muslim kini melampaui batas-batas keagamaan, menjadi bagian integral dari budaya kontemporer. Kemunculan para pengusaha muda di industri fashion halal terutama di segmen hijab telah berhasil membawa Indonesia mendapatkan pengakuan di kancah global melalui berbagai acara dan pameran internasional. Prestasi ini membenarkan posisi Indonesia sebagai pusat industri fashion Muslim terbesar ketiga di dunia (Maulana & Zulfahmi, 2022).

Tantangan Produk Halal di Indonesia

1. Implementasi Regulasi dan Kompleksitas Sertifikasi Halal

Penerapan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal masih mengalami berbagai rintangan operasional yang signifikan. Peralihan tanggung jawab sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) ke Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) telah menciptakan kerumitan administratif yang membingungkan bagi pelaku usaha, terutama di kalangan UMKM. Dari beberapa temuan menunjukkan bahwa kerumitan regulasi sering kali menimbulkan kebingungan dalam prosedur yang menghalangi kepatuhan, dan inisiatif digital dari BPJPH menghadapi beberapa masalah aksesibilitas, terutama untuk UKM di wilayah pedesaan (Maulana et al., 2025).

Keterbatasan jumlah auditor halal yang telah tersertifikasi menyebabkan proses sertifikasi memakan waktu dan biayanya relatif tinggi. Hal ini membuat banyak pelaku usaha, khususnya yang berskala mikro dan kecil, kesulitan untuk mendapatkan layanan sertifikasi. Selain itu, kurangnya pemahaman tentang prosedur yang baru dan persyaratan dokumentasi

yang lebih ketat semakin memperburuk keadaan, sehingga tingkat penerimaan sertifikasi halal di Indonesia masih rendah jika dibandingkan dengan potensi pasarnya (Ikhwan, 2024).

2. Keterbatasan Sumber Daya Manusia dan Literasi Halal

Kurangnya pemahaman dan kesadaran mengenai pentingnya produk halal di antara pelaku industri, terutama di kalangan produsen kecil dan menengah, menjadi penghalang besar bagi perkembangan industri halal di Indonesia. Penelitian menunjukkan bahwa para fasilitator halal menghadapi tantangan utama dalam menyediakan sertifikasi halal mandiri untuk produk Usaha Mikro dan Kecil, seperti rendahnya pemahaman tentang halal dan kurangnya dedikasi terhadap praktik halal. Banyak pengusaha melihat sertifikasi halal sebagai beban tambahan dan bukan sebagai keuntungan kompetitif. Selain itu, jumlah auditor halal yang berkompeten dan terakreditasi terbatas, menciptakan ketidakseimbangan antara jumlah auditor dan pelaku usaha. Ketiadaan program pelatihan dan pendidikan yang sistematis tentang standar halal, yang mencakup pemilihan bahan baku, proses produksi, serta penanganan dan distribusi, membuat banyak pelaku usaha tidak sepenuhnya memahami aspek-aspek penting dalam menjaga kehalalan produk (Sholeh & Mursidi, 2023).

3. Ketergantungan pada Bahan Baku Impor dan Kerentanan Rantai Pasok

Industri halal di Indonesia masih sangat bergantung pada bahan baku yang diimpor, khususnya di bidang farmasi, kosmetik, dan makanan yang diolah. Data dari Bank Indonesia tahun 2023 menunjukkan bahwa hanya sekitar 30% dari industri halal di negara ini yang menerapkan prinsip *supply chain* halal berdasarkan sertifikasi. Ini menunjukkan adanya kekurangan yang signifikan antara pembuatan produk halal dan pengelolaan rantai pasok yang memenuhi standar internasional. Ketergantungan ini menyebabkan kelemahan dalam rantai pasok halal, karena tidak semua negara yang mengekspor memiliki persyaratan halal yang sama dengan Indonesia. Proses untuk memverifikasi kehalalan bahan baku impor memerlukan kerjasama internasional yang rumit serta biaya yang cukup tinggi. Selain itu, infrastruktur logistik halal yang tidak terintegrasi dengan baik dapat menyebabkan risiko terjadinya kontaminasi silang selama transportasi dan penyimpanan. Penelitian menunjukkan bahwa usaha kecil dan menengah di Indonesia kurang memiliki infrastruktur untuk pengujian dan logistik yang diperlukan untuk memisahkan bahan halal dan non-halal, sehingga menyulitkan usaha untuk mencegah kontaminasi (Holger, 2024).

4. Fragmentasi Standar dan Hambatan Harmonisasi Regional

Perbedaan dalam standar halal di berbagai negara Muslim merupakan tantangan besar untuk ekspor produk halal dari Indonesia. Hambatan non-tarif, seperti variasi standar halal, proses sertifikasi, dan peraturan lokal masih menjadi masalah utama dalam perdagangan produk halal di ASEAN. Sebagai contoh, standar halal yang diterapkan di Malaysia oleh JAKIM berbeda dari yang ada di Indonesia yang diatur oleh BPJPH, sehingga produk halal bersertifikat dari Indonesia sering harus melalui proses verifikasi tambahan. Harmonisasi standar halal di negara-negara ASEAN masih terbatas, dengan setiap negara memiliki sistem sertifikasi dan pemahaman masing-masing. Tidak adanya perjanjian pengakuan timbal balik yang menyeluruh antara Indonesia dan negara-negara importir utama membuat produsen harus menjalani sertifikasi ganda, yang menambah biaya dan kerumitan. Situasi ini mengurangi daya saing produk halal Indonesia di pasar internasional dan menghambat peluang ekspor (Luqman et al., 2025).

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Indonesia memiliki peluang yang sangat besar dalam pengembangan industri halal, meskipun masih dihadapkan pada berbagai hambatan, khususnya dalam aspek regulasi, kualitas sumber daya manusia, serta keterpaduan rantai pasok. Pelaksanaan Undang-Undang Jaminan Produk Halal masih perlu diperkuat melalui optimalisasi layanan sertifikasi berbasis digital dan peningkatan kapasitas serta jumlah auditor

halal. Selain itu, pemerintah diharapkan memperluas ketersediaan laboratorium pengujian halal di berbagai daerah serta mengembangkan sistem logistik halal yang terintegrasi untuk menjamin konsistensi mutu produk dari hulu hingga hilir. Pada tataran internasional, Indonesia perlu berperan aktif dalam upaya harmonisasi standar halal antarnegara ASEAN guna mempermudah proses perdagangan dan memperkuat daya saing produk halal di pasar global.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena menggunakan pendekatan studi kepustakaan, sehingga belum mampu merepresentasikan kondisi empiris di lapangan secara menyeluruh. Oleh karena itu, penelitian lanjutan disarankan untuk menerapkan metode survei atau wawancara langsung dengan pelaku industri halal agar diperoleh data yang lebih faktual dan komprehensif mengenai efektivitas kebijakan serta tantangan implementasinya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974-980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- [2] Bin, N., Muthiadin, C., & Galib, M. (2025). Halal Certification Process in Indonesia from the Perspective of Regulators and Industry Practitioners. *Muttaqien: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 6(1), 1-16.
- [3] Diky Faqih Maulana. (2025). Penerapan Regulasi Jaminan Produk Halal di Indonesia: Tinjauan Kemaslahatan dalam Negara Kebhinnekaan. *IN RIGHT: Jurnal Agama Dan Hak Azazi Manusia*, 13(2), 325-351. <https://doi.org/10.14421/inright.v13i2.4055>
- [4] Dina Angelina, R. F. (2025). TANTANGAN DAN PROSPEK STANDARISASI HALAL INDONESIA DI ERA GLOBALISASI. *Jurnal Hukum Dan Kewarganegaraan*, 13(7), 2.
- [5] Dirhamzah, Lajo, M. N., & Hafsani. (2024). Syariat Produk Halal. In *Jawa Tengah: EUREKA MEDIA AKSARA* (p. 1).
- [6] Herianti, H., & Dkk. (2023). Industri Halal Fashion dari Perspektif dan Perkembangannya di Indonesia. *Indonesia Journal of Halal*, 6(2), 60.
- [7] Ikhwan, I. (2024). *Systematic Review on Indonesia Halal Certification*. 6(2), 1-11.
- [8] Jannah, M., & Malahayati. (2024). Analisis Tantangan dan Peluang Industri Halal di Indonesia. *MUBEZA: Pemikiran Hukum Dan Ekonomi Islam*, 14(2), 55-64. <https://doi.org/10.54604/mbz.v14i2.394>
- [9] Kohl, H. (2024). *Decarbonizing Value Chains* (Issue Gcsm). <https://doi.org/10.1007/978-3-031-93891-7>
- [10] Maulana, N., & Zulfahmi. (2022). Potensi Pengembangan Industri Halal Indonesia Di Tengah Persaingan Halal Global. *Jurnal Iqtisaduna*, 8(2), 139.
- [11] Maulizah, R., & Sugianto, S. (2024). Pentingnya Produk Halal di Indonesia: Analisis Kesadaran Konsumen, Tantangan Dan Peluang. *El-Suffah: Jurnal Studi Islam*, 1(2), 132. <https://doi.org/10.70742/suffah.v1i2.49>
- [12] Minarni, & Dkk. (2024). Strategi Pengembangan Industri Halal di ndonesia Berbasis Maqashid Syariah dan Etika Bisnis Islami. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(3), 3077.
- [13] Minarni, Yuliana, I., Nanik, W., & Sawitr, D. (2024). Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia Berbasis Maqashid Syariah dan Etika Bisnis Islami. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3(10), 3075-3086. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i3.15036>
- [14] Muhammad Alfarici Baehaqi, Latifah, A. K., Putri, V. A. M., Rama, D. D., & Hidayati, A. N. (2025). Peluang Dan Tantangan Industri Halal Di Indonesia. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(5), 5-6.
- [15] Muhammad Anwar Fathoni, T. H. S. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>
- [16] Sayekti, N. W. (2020). JAMINAN PRODUK HALAL DALAM PERSPEKTIF KELEMBAGAAN.

- Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, 5(2), 193-209.
<http://www.kemenperin.go.id/artikel/1830/Produk-Halal-RI-Belum-Mendominasi>,
- [17] Sholeh, M., & Mursidi, A. (2023). Implementation Culture Certified of Halal Food in Indonesia 2023. *El-Hekam: Jurnal Studi Keislaman*, 8(June), 138-149.
- [18] Supriyadi, E. I., & Asih, D. B. (2020). REGULASI KEBIJAKAN PRODUK MAKANAN HALAL DI INDONESIA. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 18-28.
- [19] Syakirunn, L., Sain, Z. H., & Lawal, U. S. (2025). Innovation strategies and competitiveness of the multisectoral halal industry in the digital era and ASEAN economic integration. *International Journal of Halal Industry*, 1(2), 181-203.
- [20] Tri Wahyuni, Miti Yarmunida, and D. A. (2022). Kesadaran Halal Masyarakat Terhadap Produk UMKM Makanan Di Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 133.
- [21] Wahyuni, T., Yarmunida, M., & Arisandi, D. (2022). Kesadaran Halal Masyarakat terhadap Produk UMKM Makanan di Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1376-1382. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2473>