

## Pengembangan Industri Halal: Rantai Nilai, Sertifikasi, dan Strategi Menjadi Pusat Halal Dunia

Abdul Aziz<sup>1</sup>, Abdul Husenudin<sup>2</sup>, Azkia Zahratunnisa<sup>3</sup>, Asya Khoerunnisa<sup>4</sup>,  
Haura Alya Taufiq<sup>5</sup>, Amin Putriana<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup>Institut Ummul Quro Al Islami Bogor

*abdul.aziz@iuqibogor.ac.id<sup>1</sup>, abdul.husenudin@iuqibogor.ac.id<sup>2</sup>*

### ABSTRACT

The halal industry has evolved into a strategic economic sector that extends beyond religious considerations to encompass competitiveness, consumer trust, and global value chain integration. Indonesia, as the country with the largest Muslim population, holds significant potential to become a global halal hub. However, this potential is still constrained by several challenges, particularly in strengthening the halal value chain and ensuring the effective implementation of halal certification, especially among regional micro, small, and medium enterprises (MSMEs). This study aims to analyze the role of the halal value chain and halal certification in supporting the development of the halal industry in Indonesia, with a specific focus on the Bogor region as a representative MSME halal food cluster. The research adopts a qualitative descriptive approach through a comprehensive literature review of academic books and reputable national and international journal articles, including Scopus-indexed publications, published up to 2025. The findings indicate that an integrated halal value chain, supported by credible halal certification and adequate halal 55555Nevertheless, a gap remains between national policy frameworks and their implementation at the regional level, particularly in terms of halal standard awareness, technological readiness, and stakeholder collaboration. This study contributes conceptually to the halal industry literature and provides practical implications for strengthening halal industry ecosystems at both regional and national levels.

**Keywords :** halal industry, halal value chain, halal certification, MSMEs, Indonesia.

### ABSTRAK

Industri halal telah berkembang menjadi sektor ekonomi strategis yang mencakup daya saing, kepercayaan pelanggan, dan integrasi rantai nilai global di samping pertimbangan keagamaan. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar, Indonesia memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi pusat halal bagi dunia. Namun, sejumlah kendala masih membatasi potensi ini, terutama dalam hal memperkuat rantai nilai halal dan menjamin keberhasilan penerapan sertifikasi halal, khususnya di kalangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) regional. Dengan penekanan pada wilayah Bogor sebagai sampel kluster UMKM makanan halal, studi ini berupaya meneliti bagaimana rantai nilai halal dan sertifikasi halal membantu pertumbuhan bisnis halal di Indonesia. Melalui evaluasi ekstensif terhadap buku-buku ilmiah dan makalah jurnal nasional dan internasional yang kredibel, termasuk publikasi yang terindeks Scopus, yang diterbitkan hingga tahun 2025, studi ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan daya saing industri halal membutuhkan rantai nilai halal terintegrasi yang didukung oleh sertifikasi halal yang andal dan sistem logistik halal yang sesuai. Namun, masih terdapat kesenjangan antara kerangka kebijakan nasional dan implementasinya di tingkat regional, terutama dalam hal kolaborasi pemangku kepentingan, kesiapan teknologi, dan pemahaman tentang standar halal. Selain menawarkan saran yang bermanfaat untuk memperkuat ekosistem industri halal di tingkat regional dan nasional, studi ini memberikan kontribusi konseptual terhadap literatur tentang sektor halal.

**Kata kunci :** industri halal, rantai nilai halal, sertifikasi halal, UMKM, Indonesia

## **PENDAHULUAN**

Indonesia dikenal sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, dengan sekitar 237,53 juta Muslim, atau 86,9% dari populasi dunia pada tahun 2021. Situasi ini memberikan Indonesia peluang besar untuk mengembangkan industri halal, yang saat ini bukan hanya kebutuhan tetapi juga bagian dari gaya hidup masyarakat. Indonesia sekali lagi mempertahankan posisinya sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia. Menurut angka yang dirilis oleh Timesprayer pada 3 Maret 2025, terdapat sekitar 244,7 juta umat Islam di Indonesia dari total populasi negara sebesar 281,3 juta jiwa. Industri halal mencakup sejumlah industri, termasuk makanan, minuman, kosmetik, obat-obatan, dan pariwisata. Permintaan terhadap produk-produk ini masih terus meningkat baik di pasar domestik maupun luar negeri. Karena mencakup pemilihan, pembuatan, dan distribusi bahan baku sesuai dengan standar syariah, gagasan Rantai Nilai Halal (KVP) merupakan komponen penting. Sekitar 23% perekonomian Indonesia berasal dari KVP, yang diprediksi akan meningkat sebesar 4,7% hingga 5,5% pada tahun 2024 (Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah [KNEKS] & Ikatan Ahli Ekonomi Islam Indonesia [IAEI], 2024).

Saat ini, pasar halal lebih dari sekadar masalah preferensi konsumen Muslim atau agama. Makanan, minuman, kosmetik, farmasi, perjalanan halal, dan layanan perbankan Islam semuanya termasuk dalam ekosistem ekonomi global ini. Nilai pasar bisnis halal global diperkirakan akan meningkat seiring dengan perluasan populasi Muslim di seluruh dunia dan meningkatnya kesadaran konsumen akan jaminan kualitas produk. Selain sebagai tanda kepercayaan, sertifikasi halal memainkan peran strategis dalam persaingan pasar global yang semakin rumit. Sejak awal dekade ini, telah terjadi perubahan yang signifikan dalam penelitian rantai nilai halal, terutama di Asia Tenggara, dengan penekanan kuat pada UMKM dan industri makanan halal, menurut studi bibliometrik terbaru (Ali et al., 2025).

Materi ini didasarkan pada pengetahuan bahwa rantai nilai halal menggabungkan unsur-unsur integritas syariah di setiap tahapnya, mulai dari bahan baku hingga produksi, distribusi, dan konsumsi akhir, yang membedakannya dari konsep manajemen rantai nilai konvensional. Untuk menjamin bahwa produk tidak hanya halal secara teknis tetapi juga terjamin bagi konsumen sepanjang siklus distribusi, integritas ini harus dijunjung tinggi. Dalam konteks global, produsen yang ingin memasuki pasar ekspor menghadapi tantangan tambahan karena persyaratan halal yang berbeda di berbagai negara, sehingga diperlukan harmonisasi dan sertifikasi yang diakui secara internasional (Bastian & Fitri, 2025).

Rantai nilai halal penting karena memengaruhi kepercayaan pelanggan, daya saing produk halal lokal, dan nilai tambah ekonomi. Penelitian tentang fungsi sertifikasi halal menunjukkan bahwa sertifikasi ini merupakan strategi untuk menumbuhkan loyalitas dan kepercayaan pelanggan di seluruh rantai pasokan, di samping menjadi alat untuk kepatuhan syariah. Menurut penelitian tersebut, integrasi pasar dan efisiensi rantai pasokan ditingkatkan oleh transparansi dan keandalan sertifikasi (Bastian & Fitri, 2025).

## **METODE PENELITIAN**

Studi ini menggunakan strategi tinjauan pustaka yang dikombinasikan dengan metodologi kualitatif deskriptif. Buku-buku akademik, makalah resmi, dan artikel jurnal nasional dan internasional yang kredibel yang berkaitan dengan industri halal, rantai nilai, dan sertifikasi halal ditelusuri untuk mengumpulkan data. Untuk menjamin kebaruan dan relevansi studi, literatur yang digunakan dipilih dari sumber yang diterbitkan hingga tahun 2025 (Rusydia et al., 2023).

Topik-topik utama yang muncul dalam literatur, seperti gagasan rantai nilai halal, fungsi sertifikasi halal, kesulitan yang dihadapi UMKM, dan strategi pengembangan industri halal, diidentifikasi melalui analisis data dengan menggunakan metodologi analisis konten. Setelah itu, temuan analisis digabungkan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang keadaan, kesulitan, dan prospek pertumbuhan industri halal di Indonesia (Rusydia et al., 2023).

## **Kondisi Umum Pengembangan Industri Halal**

Sektor halal berkembang pesat dan sangat kompetitif di seluruh dunia. Banyak negara berlomba-lomba menciptakan ekosistem halal terintegrasi, baik Muslim maupun non-Muslim. Industri halal diposisikan sebagai sektor ekspor utama melalui strategi nasional yang dirancang oleh negara-negara seperti Malaysia, Uni Emirat Arab, dan Thailand. Selain sertifikasi, mereka memprioritaskan promosi global, penelitian dan inovasi, serta penguatan logistik halal (Ali et al., 2025).

Tidak adanya standar sertifikasi halal yang sepenuhnya universal merupakan salah satu hambatan utama bagi pertumbuhan bisnis halal di seluruh dunia. Setiap negara memiliki standar teknis, organisasi sertifikasi, dan pendekatan hukum Islam (fiqh) yang berbeda-beda. Perdagangan internasional terhambat oleh keadaan ini karena perusahaan harus memodifikasi barang mereka untuk memenuhi peraturan yang berbeda yang berlaku di negara tujuan. Karena keterbatasan sumber daya dan kapasitas adaptasi, UMKM menghadapi tantangan besar dalam lingkungan ini (Tieman, 2024).

Penguatan rantai nilai halal dipandang dalam literatur ilmiah sebagai cara taktis untuk mengatasi fragmentasi standar dan meningkatkan produktivitas industri halal. Keseragaman proses produksi, ketertelusuran bahan baku, dan pengendalian mutu semuanya dimungkinkan oleh rantai nilai halal yang terintegrasi. Selain itu, dengan meningkatkan nilai tambah produk dan meningkatkan kepercayaan konsumen, integrasi rantai nilai meningkatkan posisi tawar pelaku korporasi di pasar global.

Namun, kesiapan institusi, infrastruktur, dan sumber daya manusia terkait erat dengan pertumbuhan rantai nilai halal. Upaya untuk memperkuat sektor halal berisiko menjadi terpecah dan tidak berkelanjutan tanpa dukungan kebijakan yang stabil dan kerja sama antar pelaku.

## **Kondisi Khusus Industri Halal di Bogor**

Undang-Undang Penjaminan Produk Halal dan pembentukan Badan Penjaminan Produk Halal (BPJPH) telah memberikan Indonesia struktur regulasi yang cukup kuat di tingkat nasional. Peraturan ini memperjelas tugas-tugas organisasi terkait dalam sistem penjaminan halal dan menyoroiti persyaratan sertifikasi halal untuk barang-barang tertentu. Secara normatif, peraturan ini menunjukkan dedikasi pemerintah untuk melindungi konsumen dan meningkatkan daya saing industri halal (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014).

Namun pada kenyataannya, masih ada sejumlah hambatan dalam implementasi kebijakan ini, terutama di tingkat regional dan UMKM. Pentingnya sertifikasi halal sebagai rencana bisnis jangka panjang seringkali diabaikan oleh UMKM. Alih-alih dipandang sebagai investasi yang dapat meningkatkan daya saing dan akses pasar, sertifikasi justru dipandang sebagai pengeluaran dan beban administratif. Karena itu, partisipasi dan kepatuhan UMKM terhadap sistem sertifikasi halal masih sangat rendah (Bastian & Fitri., 2025).

Dalam hal ini, wilayah Bogor memberikan contoh yang menarik. Bogor memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi klaster industri halal karena tingginya aktivitas UMKM, terutama di sektor makanan dan minuman. Keunggulan utamanya meliputi kedekatannya dengan Jakarta, aksesibilitas pasar, dan budaya konsumen halal yang kuat. Namun, rantai nilai halal belum terintegrasi secara memadai untuk sepenuhnya memenuhi potensi ini (Maulana & Jafar., 2025).

Beberapa UMKM di Bogor telah berhasil mengintegrasikan konsep halal ke dalam seluruh proses bisnis dan menunjukkan pertumbuhan daya saing. Namun, sebagai UMKM besar, masih terdapat tantangan di bidang standar produksi halal, logistik, akses informasi, dan pendampingan. Situasi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kebijakan nasional dan realitas implementasi lokal (Bastian & Fitri., 2025).

## **Regulasi Sertifikasi**

Sejak disahkannya Undang-Undang Penjaminan Produk Halal, peraturan sertifikasi halal di Indonesia telah berubah secara signifikan. Dengan bantuan Lembaga Pengawas Halal (LPH) dan fungsi historis LPPOM (Badan Pengawas Halal Indonesia) sebagai pelaksana audit halal, Sistem Penjaminan Produk Halal (JPH) menempatkan negara sebagai aktor utama dalam mengelola sertifikasi halal melalui Badan Penjaminan Produk Halal (BPJPH). Tujuan normatif sistem ini adalah untuk meningkatkan kepastian hukum, akuntabilitas, dan transparansi sertifikasi halal (LPPOM MUI, 2023).

Namun, sejumlah studi menunjukkan bahwa masih ada masalah operasional dalam peralihan ke sistem sertifikasi halal. Tantangan utamanya adalah kerumitan proses, kelangkaan LPH (Lembaga Korporasi), dan kesiapan UMKM untuk memenuhi kriteria teknis. Selain itu, sertifikasi halal masih dipandang sebagai kebutuhan administratif daripada keunggulan kompetitif. Keadaan ini menekankan

bagaimana hukum sertifikasi dan rencana pengembangan industri halal perlu diintegrasikan lebih erat (Maulana & Jafar, 2025).

## **Kajian Rantai Nilai Halal: Sektor Pertanian, Manufaktur, dan Ekspor**

Sertifikasi halal produk harus terus dijaga di setiap tingkatan produksi, mulai dari pengadaan dan pengolahan bahan baku hingga distribusi dan pemasaran, sesuai dengan literatur tentang rantai nilai halal. Rantai nilai halal di Indonesia sebagian besar berbasis pada industri manufaktur makanan halal dan pertanian. Namun, standar produksi yang buruk dan ketertelusuran bahan baku terus menjadi masalah yang signifikan, terutama bagi UMKM (Rusyidiana et al., 2023).

Tantangan tambahan bagi rantai nilai halal Indonesia di industri ekspor meliputi keterbatasan infrastruktur logistik halal dan perbedaan kriteria sertifikasi antar negara. Terlepas dari keunggulan pasar domestik dan bahan bakunya, produk halal Indonesia kesulitan bersaing di pasar global. Studi tentang rantai nilai halal menunjukkan bahwa sertifikasi halal saja tidak cukup untuk mendorong pertumbuhan ekspor dan daya saing global tanpa integrasi hulu-hilir yang kuat (Fernando et al., 2025).

## **Hambatan dan Peluang Pengembangan Industri Halal Indonesia**

Menurut tinjauan literatur, hambatan utama bagi pertumbuhan industri halal di Indonesia adalah kurangnya pengetahuan di kalangan pelaku korporasi, biaya dan kesulitan sertifikasi, kesiapan rantai nilai halal, dan koordinasi pemangku kepentingan. UMKM, khususnya yang berada di tempat-tempat seperti Bogor, yang memiliki potensi besar sebagai klaster industri halal tetapi belum sepenuhnya terintegrasi ke dalam ekosistem halal nasional, sangat terpengaruh oleh tantangan-tantangan ini (Bastian & Fitri., 2025).

Di sisi lain, bisnis halal di Indonesia memiliki potensi besar untuk berkembang berkat pasar domestik yang cukup besar, kebijakan pemerintah yang mendukung, dan meningkatnya permintaan produk halal di seluruh dunia. Indonesia memiliki peluang nyata untuk meningkatkan posisinya sebagai pusat global untuk bisnis halal dengan memperkuat rantai nilai halal, menyederhanakan proses sertifikasi melalui LPH dan LPPOM, dan menerapkan saran strategis dari laporan SGIE. Kemampuan untuk mengintegrasikan praktik industri, akreditasi, dan peraturan dari tingkat nasional hingga regional secara andal sangat penting untuk keberhasilan (Fernando et al., 2025).

## **Masalah Penelitian (*Research Gap*)**

Sejumlah studi sebelumnya telah menunjukkan bahwa implementasi, bukan kerangka kebijakan, terus menjadi penghalang bagi pertumbuhan industri halal di Indonesia. Tidak banyak studi empiris yang menghubungkan rantai nilai halal, sertifikasi halal, dan taktik untuk meningkatkan daya saing regional; sebaliknya, sebagian besar penelitian berkonsentrasi pada elemen normatif, hukum, atau potensi makroekonomi industri halal.

Pertama, banyak penelitian membahas sertifikasi halal secara terpisah, tidak menghubungkannya dengan keseluruhan rantai nilai halal. Alih-alih menjadi

prosedur administratif yang berdiri sendiri, sertifikasi halal seharusnya dipandang sebagai komponen dari sistem rantai nilai terintegrasi. Kedua, masih sangat sedikit studi yang secara khusus meneliti bagaimana rantai nilai halal diimplementasikan di tingkat regional, terutama di klaster UMKM seperti Bogor. Hal ini benar meskipun daerah merupakan kekuatan utama di balik ekonomi halal negara, terutama dalam hal manufaktur dan distribusi barang halal yang berasal dari UMKM. Ketiga, kerangka analitis menyeluruh yang menggabungkan sudut pandang ekonomi Islam, manajemen rantai nilai, dan strategi pertumbuhan sektor halal masih kurang. Kesenjangan ini memungkinkan penelitian ini untuk memberikan kontribusi baik secara akademis maupun praktis.

## Penelitian Terdahulu yang Mendukung

Penguatan rantai nilai halal sangat meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing produk halal, terutama di negara-negara dengan basis UMKM yang kuat, menurut studi internasional yang diindeks oleh Scopus. Penelitian ini menekankan pentingnya menggabungkan sertifikasi halal, logistik halal, dan sistem jaminan mutu sebagai strategi industri yang terpadu (Ribowo et al., 2025).

Sejumlah studi yang dilakukan secara nasional telah menunjukkan bahwa sertifikasi halal menguntungkan UMKM dalam hal akses pasar, peningkatan penjualan, dan kepercayaan konsumen. Studi-studi ini juga menunjukkan bahwa tanpa bantuan manajemen rantai nilai yang baik, yang mencakup pasokan bahan baku halal, prosedur produksi yang terstandarisasi, dan distribusi, keuntungan dari sertifikasi halal tidak akan maksimal.

UMKM yang secara rutin menerapkan konsep rantai nilai halal lebih kompetitif dibandingkan UMKM yang hanya fokus pada produk jadi, menurut sebuah studi kasus industri makanan halal di Jawa Barat. Hasil ini mendukung klaim bahwa pertumbuhan industri halal perlu dilakukan secara metodis dan komprehensif (Maulana & Jafar., 2025).

## Landasan Teori Per Variabel

Teori Rantai Nilai, atau *Value Chain Theory*, membantu menjelaskan bagaimana setiap tahap produksi dan distribusi menghasilkan nilai tambah, terutama dalam konteks halal di mana kepercayaan konsumen sangat bergantung pada integritas setiap tahap (Porter., 1985).

Teori Sertifikasi Sebagai Sinyal (*Signaling Theory*) menjelaskan bahwa sertifikasi halal berfungsi sebagai sinyal ke pasar, mendorong kepercayaan konsumen dan legitimasi produk.

Teori Strategi Industri menggambarkan bagaimana suatu negara, seperti Indonesia, dapat menggunakan sertifikasi halal dan rantai nilai untuk meningkatkan penjualan di pasar internasional.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan industri halal harus dipandang sebagai sistem terintegrasi yang mencakup rantai nilai halal, sertifikasi

halal, dan rencana pengembangan industri. Landasan utama untuk menjaga integritas produk halal secara konsisten dari hulu hingga hilir adalah rantai nilai halal. Sekalipun suatu produk telah bersertifikasi halal, masih ada kemungkinan ketidakpatuhan terhadap persyaratan halal jika tidak ada integrasi rantai nilai yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa rantai nilai halal merupakan komponen strategis dalam meningkatkan daya saing industri halal, bukan hanya sekadar komponen teknis (Ali et al., 2025).

Percakapan ini juga menunjukkan betapa pentingnya sertifikasi halal sebagai alat untuk membangun kredibilitas dan menumbuhkan kepercayaan pelanggan. Selain diwajibkan oleh hukum, sertifikasi halal merupakan indikator kualitas yang memengaruhi sikap konsumen dan akses pasar. Namun, kualitas pelaksanaan di tingkat operasional memiliki dampak signifikan terhadap efektivitas sertifikasi. Jika prinsip-prinsip halal tidak digunakan di seluruh rantai nilai, sertifikasi dapat berubah menjadi formalitas administratif yang tidak berpengaruh pada kemampuan perusahaan untuk bersaing.

Masih terdapat kesenjangan antara kebijakan nasional dan praktik lokal di Indonesia, khususnya di sektor UMKM. Penguatan rantai nilai dan sertifikasi halal belum cukup dipertimbangkan oleh banyak UMKM sebagai strategi bisnis jangka panjang. Hal ini terlihat dari perbedaan kesiapan UMKM untuk sepenuhnya menerapkan persyaratan halal di wilayah Bogor. UMKM yang berhasil mengintegrasikan rantai nilai dan sertifikasi halal berkinerja lebih baik daripada UMKM yang masih menggunakan metode konvensional.

Meskipun rencana Indonesia untuk menjadi kekuatan global dalam bidang makanan halal memiliki landasan kebijakan yang kuat, masih ada sejumlah hambatan struktural yang perlu diatasi. Pengembangan industri halal terhambat oleh kurangnya kerja sama antar pemangku kepentingan, biaya sertifikasi, kesiapan infrastruktur logistik halal, dan kurangnya pemahaman di antara pelaku bisnis. Tujuan Indonesia untuk menjadi pusat halal dunia berisiko hanya tetap berada di tingkat norma dan kebijakan jika ekosistem halal yang terintegrasi tidak diperkuat (KNEKS., 2023).

Secara keseluruhan, temuan diskusi mendukung gagasan bahwa rencana pengembangan industri kontekstual, sertifikasi halal, dan rantai nilai halal bekerja sama untuk menentukan seberapa baik bisnis halal berkembang. Pendekatan holistik yang mengintegrasikan pemerintah, pelaku korporasi, lembaga sertifikasi, dan masyarakat diperlukan untuk memperkuat industri halal, baik secara nasional maupun regional, seperti di Bogor. Strategi ini sangat penting agar sektor halal dapat berkembang secara numerik serta menjadi berkelanjutan dan kompetitif dalam ekonomi global (Ali et al., 2025).

## **KESIMPULAN**

Mengingat status demografis Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia dan dukungan kebijakan nasional yang terus meningkat, jelas dari tinjauan literatur dan diskusi bahwa negara ini memiliki potensi yang sangat besar untuk pertumbuhan industri halal. Industri halal kini dapat dipandang

sebagai sektor strategis yang mendukung kepercayaan konsumen, daya saing ekonomi, dan integrasi Indonesia ke dalam rantai nilai halal global, bukan hanya sebagai masalah keagamaan semata.

Temuan studi ini menunjukkan bahwa dasar utama untuk menjamin kualitas produk halal yang konsisten dari hulu hingga hilir adalah rantai nilai halal. Efektivitas sertifikasi halal dan kepercayaan pelanggan dapat terganggu oleh integrasi rantai nilai halal yang tidak memadai. Oleh karena itu, meningkatkan daya saing ekonomi halal nasional, khususnya untuk UMKM, membutuhkan peningkatan rantai nilai halal, terutama di sektor manufaktur, distribusi, dan pertanian.

Selain itu, sertifikasi halal telah terbukti menjadi alat penting untuk legitimasi dan indikator kualitas di pasar. Namun, UMKM masih memandang sertifikasi halal sebagai kebutuhan administratif dan belum sepenuhnya mengadopsinya sebagai strategi komersial. Perbedaan ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman, kesiapan, dan dukungan dari ekosistem bagi pelaku bisnis terutama di tingkat regional menentukan kinerja sistem Jaminan Produk Halal di samping peraturan perundang-undangan.

Studi ini menunjukkan potensi besar sebagai klaster sektor halal berbasis UMKM di lingkungan regional seperti wilayah Bogor, namun masih terdapat masalah terkait integrasi rantai nilai, logistik halal, dan dukungan teknis. Untuk memastikan rencana Indonesia menjadi pusat global bisnis halal dapat diimplementasikan dengan sukses dan berkelanjutan, sangat penting untuk menutup kesenjangan antara kebijakan nasional dan implementasi lokal.

Secara keseluruhan, studi ini menunjukkan bahwa sinergi kebijakan, sertifikasi halal, dan penguatan terintegrasi rantai nilai halal sangat penting untuk keberhasilan pertumbuhan bisnis halal di Indonesia. Untuk mendorong industri halal tidak hanya pada pertumbuhan numerik tetapi juga pada daya saing dan keberlanjutan dalam ekosistem ekonomi global, strategi holistik yang melibatkan pemerintah, organisasi sertifikasi, perusahaan, dan masyarakat sangatlah penting.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. H., Tan, K. H., & Ismail, M. D. (2025). Halal value chain integration and competitiveness of halal industries: A systematic review. *Journal of Islamic Marketing*, 16(1), 1-18
- Bastian, R. A., & Fitri, C. D. (2025). Analisis kebijakan pemerintah dalam mendukung perkembangan industri halal: A systematic literature review. *Desultana: Journal of Education and Social Science*, 3(2), 95-104.
- Fernando, Y., Eing, G. C., & Wahyuni-TD, I. S. (2025). Metaverse-supply chain and halal behavior: Bibliometric analysis, framework and implications. *Journal of Islamic Marketing*, 16(4), 1174-1208.
- IHLC. (2024). *Indonesia Halal Industry Outlook 2024*. Jakarta: Indonesia Halal Lifestyle Center.
- KNEKS. (2023). *Outlook Ekonomi Syariah Nasional 2023*. Jakarta: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah.

- L., & Hasan, N. (2023). Implementasi UU Jaminan Produk Halal dan Tantangannya. *Jurnal Hukum Islam*, 15(2), 211–225.
- Latif, I. A., Syazwan, N. A., & Ismail, N. (2022). Integrating Halal Supply Chain in Industry 4.0: Challenges and Opportunities. *Journal of Islamic Marketing*, 13(1), 150–164.
- LPPOM MUI. (2023). Analisis Kendala Sertifikasi Halal oleh UMKM di Indonesia. Bogor: LPPOM MUI.
- Maulana, N., & Jafar, W. (2025). Analisis kesiapan ekosistem halal value chain Indonesia dalam mendukung daya saing produk halal lokal di pasar global. *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues*, 5(2), 93–103.
- OJK. (2022). Laporan Tahunan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan. Oktaviani,
- Ribowo, S., Beik, I. S., Nurhayati, I., & Richana, N. (2025). *Analysis of the halal value chain in a globally competitive local brand*. Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah, 9(2), 377–388.
- Rusydiana, A. S., Irfany, M. I., As-Salafiyah, A., & Tieman, M. (2023). Halal supply chain: A bibliometric analysis. *Journal of Islamic Marketing*, 14(12), 3009–3032.
- Salsabila, S., & Putri, J. (2025). Peluang dan Tantangan Regulasi dalam Industri Halal. 04(01), 23–40.
- Tieman, M. (2024). *Halal supply chain management: Principles and practices (2nd ed.)*. World Scientific.
- Trishananto, Y., Mas'ud, F., Setiawan, & Fauziah, U. N. (2024). *Formulating policies for halal tourism in Indonesia based on Islamic law*. Ijtihad: Jurnal Wacana Hukum Islam Dan Kemanusiaan, 24(1), 47–70
- Ubaidillah, H., & Ningtyas, M. A. (2024). Kontribusi Majelis Ulama Indonesia Provinsi Jawa Timur. *As-Syifa: Journal of Islamic Studies and History*, 4(1), 1–26.
- UNCTAD. (2023). Trade and Development Report 2023: Inclusive and Sustainable Global Value Chains. Geneva: United Nations.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.
- Wijayanti, D., & Fatmah, N. (2025). Comparative Analysis and Development of the Indonesian and Malaysian Halal Industries Reviewed Based on The Global Islamic Economy. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan.*, 13(2), 145–167.
- Wilson, J. A. J., & Liu, J. (2019). Halal branding: The cultural and ethical integrity of halal marketing. *Journal of Islamic Marketing*, 10(4), 1071-1081.