PENGARUH PRODUK *HALAL FOOD*, FESYEN MUSLIM DAN PERTUMBUHAN EKONOMI TERHADAP PERKEMBANGAN EKSPOR PRODUK HALAL DI INDONESIA

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana

ANISKA PRATIWI

NIM. B1061211033

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

PONTIANAK

2025

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama	:	Aniska Pratiwi
NIM	:	B1061211033
Jurusan	:	Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Program Studi	:	Ekonomi Islam
Judul Skripsi	:	Pengaruh Produk *Halal Food*, Fesyen Muslim dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Perkembangan Ekspor Produk Halal di Indonesia

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).

Apabila di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Skripsi dengan judul tersebut di atas.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 08 Agustus 2025



Aniska Pratiwi
NIM. B1061211033

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini, Pembimbing Skripsi Mahasiswa :

Nama	:	Aniska Pratiwi
NIM	:	B1061211033
Jurusan	:	Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Program Studi	:	Ekonomi Islam
Konsentrasi	:	Bisnis Islam
Judul Tugas Akhir (TA)	:	Pengaruh Produk Halal Food, Fesyen Muslim, dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Perkembangan Ekspor Produk Halal di Indonesia

Menyatakan bahwa skripsi tersebut telah dikoreksi dan disetujui untuk diuji.

Pontianak, 06 Agustus 2025
Pembimbing Utama



Dr. H. Wahyudi, S.E., M.Si
NIP. 196312091989031004

LEMBAR PERTANGGUNGJAWABAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama	:	Aniska Pratiwi
NIM	:	B1061211033
Jurusan	:	Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Program Studi	:	Ekonomi Islam
Judul Skripsi	:	Pengaruh Produk *Halal Food*, Fesyen Muslim dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Perkembangan Ekspor Produk Halal di Indonesia

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 08 Agustus 2025

Aniska Pratiwi
NIM. B1061211033

LEMBAR YURIDIS

Pengaruh Produk Halal Food, Fesyen Muslim, dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Perkembangan Ekspor Produk Halal di Indonesia

Penanggung Jawab Yuridis

Aniska Pratiwi
B1061211033

Jurusan	:	Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Program Studi	:	Ekonomi Islam
Tgl Ujian Skripsi/Tugas Akhir	:	27 Agustus 2025

Majelis Penguji

No.	Majelis Penguji	Nama/NIP	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
1.	Pembimbing Utama	Dr. H. Wahyudi, S.E., M.Si.	11/09 2025	
		NIP 196312091989031004		
2.	Ketua Penguji	Dr. H. Bustami, S.E., M.Si.	11/09 2025	
		NIP 196206121989031004		
3.	Anggota Penguji	Aya Sofia Ardelia, S.E.I., M.E.	10/09 2025	
		NIP 199411302022032018		

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus
Dalam Ujian Skripsi/Tugas Akhir

Pontianak, 12 SEP 2025
Koordinator Program Studi Ekonomi Islam

Dr. H. Memet Agustiar, S.E., M.A.
NIP 196308151987031005

UCAPAN TERIMA KASIH

Bismillahirrahmannirrahim

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah Subhanallah ta'ala, atas rahmat dan hidayah-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"PENGARUH PRODUK *HALAL FOOD*, FESYEN MUSLIM DAN PERTUMBUHAN EKONOMI TERHADAP PERKEMBANGAN EKSPOR PRODUK HALAL DI INDONESIA".** Shalawat dan salam tidak lupa penulis haturkan kepada baginda Nabi Muhammmad SAW beserta keluarga dan sahabatnya. Penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan yang ditentukan guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak. Penulisan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu yang ditentukan tanpa pertolongan Allah SWT, serta berbagai pihak yang telah memberikan dukungan**,** bantuan, bimbingan, dorongan doa hingga motivasi kepada penulis.

Pada kesempatan yang baik ini, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Cinta pertama saya, Ayahanda Alm. Bapak Agustiansyah. Beliau memang tidak sempat menemani penulis dalam perjalanan selama menempuh perkuliahan, tetapi kepergianmu menjadi sumber kekuatan penulis untuk tetap kuat berjuang tertatih sendiri dan mampu menyelesaikan skripsi ini, meskipun ragamu memang sudah tidak bisa penulis jangkau tapi namamu akan tetap menjadi motivasi tertinggi sampai detik ini. Terimakasih atas segala pengorbanan dan cinta tulus kasih sayang yang diberikan walaupun singkat tapi sangat berarti bagi penulis.
2. Pintu surga saya, Ibunda Rosmiati. Terimakasih karena telah menjadi sumber dari segala kasih sayang, cinta tulus yang menjadi motivasi semangat bagi penulis, dan tak kenal lelah selalu mendoakan serta memberikan perhatian, selalu menemani, memberikan nasihat dan dukungan yang tiada hentinya diberikan kepada penulis untuk kemudahan selama perkuliahan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.

3. Adik penulis yang tersayang (Odit Syahputra dan Najwa Safira), Terimakasih telah selalu menjadi pendukung dalam penyelesaian skripsi ini, dan selalu menjadi motivasi dalam diri ini untuk menunjukkan contoh yang terbaik kepada kalian.
4. Seluruh keluarga besar saya yang selalu mendukung, memotivasi dan menyemangati penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Bapak Dr. H. Wahyudi, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah sabar memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan kepada saya dari awal hingga akhir penulisan skripsi sampai selesai.
6. Prof. Dr. Garuda Wiko, S.H., M.Si. selaku Rektor Universitas Tanjungpura Pontianak.
7. Ibu Dr. Barkah, S.E., M.Si, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
8. Ibu Dr. Nurul Bariyah, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
9. Bapak Dr. H. Memet Agustiar, S.E. M.A. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
10. Bapak Dr. H. Bustami, S.E., M.Si. dan Ibu Metasari Kartika, S.E., M.E. selaku Dosen Penguji Seminar Proposal dan Ibu Aya Sofia Ardelia, S.E.I., M.E. selaku dosen penguji sidang skripsi yang telah memberikan saran dan masukan untuk penyempurnaan penulisan skripsi ini.
11. Seluruh jajaran Bapak dan Ibu Dosen pengajar khususnya di Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura yang telah memberikan begitu banyak pelajaran ilmu dan nasehat selama kegiatan pembelajaran selama di kampus.
12. Staf Akademik, Tata Usaha dan Staf Perpustakaan serta Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura. Terimakasih atas kerjasamanya dalam proses perkuliahan dan proses dalam mengurus kelengkapan administrasi dari persiapan seminar, sidang, dan lain-lainnya.
13. Sahabat seperjuangan semasa kuliah saya (Anjani, Sintia, Hani, Lala, Fina) yang dari maba hingga akhir sebagai teman terbaik di bangku perkuliahan

yang sudah membersamai penulis. Terima kasih atas seluruh bantuan, dukungan, tawa canda yang diberikan serta semua cerita yang dilalui bersama-sama menjadi kenangan indah selama perkuliahan, See you on top guys.

14. Seluruh teman-teman seperjuangan Prodi Ekonomi Islam Angkatan 2021 yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang sudah menjadi bagian dari perjalanan selama perkuliahan. Teman-teman Ekis B yang menjadi bagian dari pengalaman berharga penulis semasa kuliah.
15. Dan terakhir, Terima kasih kepada diri saya sendiri yang selalu mengusahakan semuanya. Terima kasih sudah sekuat ini dan bertahan sampai sejauh ini. Terima kasih untuk tetap berusaha kuat dan tidak menyerah walau sering kali merasa putus asa, namun memilih untuk kembali bangkit lagi dan menyelesaikan semua ini. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Bagaimanapun kehidupanmu selanjutnya, hargai dirimu, rayakan dan berbahagialah atas segala proses yang berhasil dilalui untuk masa depan yang lebih baik.

Semoga semua jasa kebaikan dari semua pihak yang telah diberikan, mendapat balasan berlipat-lipat ganda dari Allah SWT serta menjadi amal jariyah. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan baik dari segi isi maupun teknik penulisannya. Oleh karena itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan agar menjadi lebih baik. Akhir kata, semoga skripsi ini menjadi skripsi yang berguna dan bermanfaaat bagi semua pihak, Aaminn Yarabbal Alamin.

Pontianak, 22 September 2025



Aniska Pratiwi
NIM. B1061211033

PENGARUH PRODUK *HALAL FOOD*, FESYEN MUSLIM DAN PERTUMBUHAN EKONOMI TERHADAP PERKEMBANGAN EKSPOR PRODUK HALAL DI INDONESIA

Oleh:

Aniska Pratiwi

Program Studi Ekonomi Islam
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tanjungpura

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh produk *halal food*, fesyen muslim, dan pertumbuhan ekonomi terhadap perkembangan ekspor produk halal di Indonesia. Latar belakang penelitian didasari oleh pesatnya pertumbuhan industri halal di Indonesia yang memiliki potensi besar untuk menjadi pemain utama di pasar halal global, namun masih menghadapi tantangan dalam peningkatan kinerja ekspor. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda metode *Ordinary Least Square* (OLS). Data sekunder yang digunakan bersumber dari Kementerian Perdagangan RI, Kementerian Perindustrian RI, dan Badan Pusat Statistik (BPS) dalam bentuk data *time series* triwulanan (tahun 2009–2024). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel *halal food* dan fesyen muslim berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan ekspor produk halal. Sementara itu, variabel pertumbuhan ekonomi juga memberikan pengaruh positif, namun tidak signifikan dalam setiap periode pengamatan. Secara simultan, ketiga variabel independen terbukti memengaruhi perkembangan ekspor produk halal secara signifikan. Temuan ini menegaskan pentingnya penguatan sektor *halal food* dan fesyen muslim sebagai komoditas ekspor unggulan, disertai strategi peningkatan kualitas, sertifikasi halal internasional, dan diversifikasi pasar. Pemerintah dan pelaku industri disarankan untuk memperkuat ekosistem industri halal melalui kebijakan yang memfasilitasi akses pasar global, optimalisasi infrastruktur pendukung, dan peningkatan daya saing produk halal Indonesia.

Kata kunci: *Halal food*, Fesyen muslim, Pertumbuhan ekonomi, Ekspor produk halal, Indonesia

PENGARUH PRODUK *HALAL FOOD*, FESYEN MUSLIM DAN PERTUMBUHAN EKONOMI TERHADAP PERKEMBANGAN EKSPOR PRODUK HALAL DI INDONESIA

RINGKASAN

1. Latar Belakang

Industri halal merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia, mengingat negara ini memiliki populasi Muslim terbesar di dunia. Permintaan global terhadap produk halal, khususnya *halal food* dan fesyen muslim, terus meningkat seiring dengan perkembangan pasar halal internasional. Namun, meskipun memiliki potensi besar, kontribusi ekspor produk halal Indonesia di pasar global masih relatif rendah dibandingkan negara pesaing. Rendahnya daya saing, keterbatasan sertifikasi halal internasional, dan hambatan akses pasar menjadi faktor yang membatasi optimalisasi sektor ini. Oleh karena itu, diperlukan analisis empiris mengenai pengaruh *halal food*, fesyen muslim, dan pertumbuhan ekonomi terhadap perkembangan ekspor produk halal, sehingga dapat menjadi dasar bagi perumusan kebijakan dan strategi peningkatan kinerja ekspor Indonesia.

2. Permasalahan

Rendahnya kontribusi ekspor halal Indonesia di pasar global sebagai produsen *halal food* dan fesyen muslim, nilai ekspor produk halal masih tertinggal dibandingkan negara pesaing seperti Malaysia dan Thailand. Belum optimalnya pemanfaatan sektor *halal food* dan fesyen muslim sebagai komoditas unggulan ekspor. Kualitas, inovasi produk, dan penetrasi pasar internasional masih terbatas sehingga belum mampu mendorong peningkatan signifikan pada nilai ekspor. Serta masih ada kendala dalam standardisasi dan sertifikasi halal internasional. Perbedaan standar antarnegara tujuan ekspor dan keterbatasan akses terhadap sertifikasi halal global menghambat perluasan pasar. Keterbatasan infrastruktur pendukung ekspor halal, termasuk logistik, distribusi, dan promosi internasional yang kurang terintegrasi, sehingga memperlambat penguatan posisi Indonesia di rantai pasok halal global.

3. Tujuan Penelitian

1) Menganalisis pengaruh *halal food* terhadap perkembangan ekspor produk halal di Indonesia.
2) Menganalisis pengaruh fesyen muslim terhadap perkembangan ekspor produk halal di Indonesia.

3) Menganalisis pengaruh pertumbuhan ekonomi terhadap perkembangan ekspor produk halal di Indonesia
4) Menganalisis pengaruh simultan dari *halal food*, fesyen muslim, dan pertumbuhan ekonomi terhadap perkembangan ekspor produk halal di Indonesia

4. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda. Data yang digunakan adalah data sekunder dalam bentuk *time series* periode 2009–2024. Penelitian ini bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Perdagangan, dan publikasi resmi lainnya. Variabel independen terdiri dari nilai produk ekspor *halal food*, nilai produk ekspor fesyen muslim, dan pertumbuhan ekonomi sedangkan variabel dependen adalah total nilai ekspor produk halal Indonesia. Penelitian ini kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan software SPSS 26, melalui serangkaian uji mulai dari analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik (normalitas, multikoliniearitas, autokorelasi, heteroskedastisitas), Serta pengujian statistik (uji t, uji F) dan terakhir uji R^2 (koefisien determinasi).

5. Hasil Penelitian

Hasil penelitian menujukkan bahwa variabel produk *Halal food* berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan ekspor produk halal di Indonesia, yang dibuktikan dengan nilai Sig. 0,025 (< 0,05). Variabel produk fesyen muslim berpengaruh signifikan terhadap perkembangan ekspor produk halal di Indonesia dengan nilai Sig. 0,001 (< 0.05). Sementara itu, variabel pertumbuhan ekonomi menujukkan nilai sig. 0,447 (> 0,05) menujukkan tidak ada pengaruh signifikan dari pertumbuhan ekonomi terhadap ekspor produk halal. Secara simultan, ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap perkembangan ekspor produk halal Indonesia, yang ditujukkan oleh nilai F-statistik 8,219 dan lebih besar dari nilai F tabel (2,755) serta nilai probabilitas F-statistik 0,000 (< 0,05), yang berarti produk *halal food*, fesyen muslim, dan pertumbuhan ekonomi secara bersama-sama berperan dalam perkembangan ekspor produk halal di Indonesia.

6. Kesimpulan dan Saran

Penelitian ini menyimpulkan bahwa produk *halal food* dan fesyen muslim memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan ekspor produk halal di Indonesia, sedangkan pertumbuhan ekonomi memberikan pengaruh positif namun tidak selalu signifikan pada seluruh periode pengamatan. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Hakim dan Amaliyah (2024) yang menunjukkan bahwa sektor pangan halal dan fesyen muslim berkontribusi besar

terhadap peningkatan nilai ekspor Indonesia. Selain itu, hasil ini juga memperkuat studi kompetitivitas ekspor *halal food* yang menekankan pentingnya inovasi, sertifikasi, dan branding dalam menembus pasar global. Meskipun demikian, pengaruh pertumbuhan ekonomi yang tidak konsisten menunjukkan bahwa faktor makroekonomi perlu dipadukan dengan strategi sektoral agar potensi ekspor halal Indonesia dapat dioptimalkan.

Saran penelitian mencakup agar pemerintah dan pelaku usaha fokus pada penguatan kedua sektor tersebut melalui peningkatan kualitas produk, inovasi desain, dan pemenuhan standar sertifikasi halal internasional. Meskipun pertumbuhan ekonomi berpengaruh positif namun tidak selalu signifikan, perbaikan iklim usaha, dukungan infrastruktur, dan kemudahan akses pasar ekspor perlu terus ditingkatkan untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi perkembangan industri halal. Selain itu, strategi pemasaran global yang agresif serta diversifikasi tujuan ekspor dapat memperluas pangsa pasar dan memperkuat posisi Indonesia dalam rantai pasok halal dunia.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI ii
LEMBAR PERTANGGUNGJAWABAN SKRIPSI iii
LEMBAR PENGESAHAN iv
UCAPAN TERIMA KASIH v
ABSTRAK viii
RINGKASAN ix
DAFTAR ISI xii
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xv
DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 10
1.3 Tujuan Penelitian 10
1.4 Kontribusi Penelitian 11
1.4.1 Kontribusi Teoritis 11
1.4.2 Kontribusi Praktis 11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 12
2.1 Landasan Teori 12
2.1.1 Industri Halal 12
2.1.2 Produk Halal 14
2.1.3 Pertumbuhan Ekonomi Perspektif Ekonomi Islam 16
2.1.4 Perdagangan Internasional Perspektif Ekonomi Islam 19
2.2 Kajian Empiris 24
2.3 Kerangka Konseptual 30
2.4 Hipotesis Penelitian 30

BAB III METODE PENELITIAN 31
3.1 Jenis Penelitian 31
3.2 Sumber Data 31
3.3 Metode Pengumpulan Data 31
3.4 Definisi Operasional 32
3.5 Metode Analisis Data 34
3.5.1 Model Analisis Data 34
3.5.2 Analisis Statistik Deskriptif 34
3.5.3 Uji Asumsi Klasik 35
3.5.4 Pengujian Statistik 37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 39
4.1 Hasil Penelitian 39
4.1.1 Uji Statistik Deskriptif 39
4.1.2 Uji Asumsi Klasik 40
4.1.3 Pengujian Statistik 44
4.2 Pembahasan 48
4.2.1 Pengaruh *Halal Food* Terhadap Ekspor Produk Halal di Indonesia 48
4.2.2 Pengaruh Fesyen Muslim Terhadap Ekspor Produk Halal di Indonesia 49
4.2.3 Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Ekspor Produk Halal di Indonesia 51
4.2.4 Pengaruh *Halal Food*, Fesyen Muslim, dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadao Ekspor Produk Halal di Indonesia 52

BAB V PENUTUP 55
5.1 Kesimpulan 55
5.2 Saran 56

DAFTAR PUSTAKA 57
LAMPIRAN 61

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top 10 Global Islamic Economy Indicator Score 2
Tabel 4.1 Uji Statistik Deskriptif 39
Tabel 4.2 Uji Normalitas 41
Tabel 4.3 Uji Multikolinearitas 42
Tabel 4.4 Uji Autokorelasi Durbin-Watson Test 44
Tabel 4.5 Uji t (Parsial) 45
Tabel 4.6 Uji F (Simultan) 47
Tabel 4.7 Uji Adjusted R-Square 48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Overview Industri Halal 1
Gambar 1.2 Nilai Ekspor pada Enam Negara Tujuan Utama 7
Gambar 2.1 Kerangka Konsep 30
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot..... 43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Olahan 61
Lampiran 2 Hasil Uji Statistik Deskriptif 63
Lampiran 3 Hasil Uji Normalitas 64
Lampiran 4 Hasil Uji Multikoliniearitas 64
Lampiran 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas 65
Lampiran 6 Hasil Uji Autokorelasi 65
Lampiran 7 Hasil Uji Statistik (Uji t) 65
Lampiran 8 Hasil Uji Simultan (uji F) 66
Lampiran 9 Uji Koefisien Determinasi (*R*2) 66
Lampiran 10 Permintaan Surat Izin Penelitian 67

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri halal telah berkembang menjadi salah satu sektor yang semakin signifikan di dunia, terutama dengan bertambahnya populasi Muslim secara global. Produk halal tidak hanya menjadi kebutuhan utama bagi umat Muslim, tetapi juga mulai menarik minat konsumen non-Muslim karena dinilai lebih sehat, bersih, dan aman. Di Indonesia, yang diakui sebagai suatu bangsa yang didominasi oleh sebagian besar penduduknya dengan angka populasi muslim terbesar yang mencakup 12,7 persen dari keseluruhan populasi Muslim di seluruh dunia, industri halal memiliki peluang besar.

Menurut laporan RISSC, di tahun 2023, populasi penduduk muslim di Indonesia berjumlah 240,62 juta jiwa, yang mewakili 86,7 persen dari total penduduk nasional sebanyak 277,53 juta jiwa (Annur, 2023). Seiring dengan peningkatan jumlah populasi Muslim yang substansial setiap tahunnya, hal ini menjadikannya incaran pasar bagi para penggiat usaha di berbagai belahan dunia, khususnya dalam ranah industri halal. Beberapa sektor industri halal, seperti *halal food*, keuangan syariah, farmasi, fesyen muslim, kosmetik, serta media dan hiburan, juga menunjukkan peningkatan peringkat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya.

Gambar 1.1 Overview Industri Halal



Sumber : State Of The Global Islamic Economy Report 2023/2024

Menurut Laporan *The State of Global Islamic Economy* (SGIE) 2023/2024 mencatat bahwa Indonesia mengalami kenaikan urutan menjadi posisi ke-3 dari

yang sebelumnya di tahun 2019 Indonesia menempati di urutan ke-4 dalam indeks ekonomi Islam global secara keseluruhan diantara negara-negara berpenduduk muslim di seluruh dunia, tepatnya dibawah Malaysia dan Saudi Arabia (Dinar Standard, 2023). Pada laporan SGIE 2023/2024 memperkirakan bahwa pada tahun 2022, sekitar 2 miliar konsumen Muslim di seluruh dunia membelanjakan sekitar US$2,29 triliun di beragam sektor seperti makanan, kosmetik, fesyen, farmasi, pariwisata, dan media/rekreasi. Semua sektor ini dipengaruhi oleh prinsip konsumsi etis yang didasarkan pada ajaran Islam. Jumlah tersebut mencerminkan pertumbuhan sebesar 9,5% dibandingkan belanja muslim yang mencapai US$2 triliun di tahun 2021. Peningkatan tren gaya hidup halal di dunia, terutama di Indonesia diprediksi akan mempengaruhi tingginya permintaan terhadap produk halal.

Tabel 1.1. Top 10 Global Islamic Economy Indicator Score

Islamic Finance		**Halal Food**		**Muslim-Friendly Travel**	
1	Malaysia	1	Malaysia	1	Turki
2	Saudi Arabia	2	Indonesia	2	United Arab Emirates
3	Iran	3	Turki	3	Tunisia
4	Bahrain	4	Singapore	4	Saudi Arabia
5	Kuwait	5	Thailand	5	Malaysia
6	United Arab Emirates	6	Australia	6	Morocco
7	Indonesia	7	United Arab Emirates	7	Jordan
8	Oman	8	Brazil	8	Bahrain
9	Qatar	9	Kazakhstan	9	Kazakhstan
10	Maldives	10	Bahrain	10	Uzbekistan
Media & Recreation		**Modest Fashion**		**Pharma & Cosmetics**	
1	Malaysia	1	Turki	1	Singapore
2	Singapore	2	Malaysia	2	Belgium
3	China	3	Indonesia	3	Malaysia
4	Qatar	4	Singapore	4	France
5	United Kingdom	5	Italy	5	Indonesia
6	Indonesia	6	Spain	6	Turki
7	Bahrain	7	China	7	Egypt
8	Netherlands	8	United Arab Emirates	8	Thailand
9	Canada	9	United Kingdom	9	United Kingdom
10	Turki	10	Germany	10	Tunisia

Sumber : State Of The Global Islamic Economy Report 2023/2024

Laporan SGIE 2023 menyebutkan bahwa Indonesia berhasil mempertahankan urutan kedua pada kategori Makanan Halal dan posisi ketiga

dalam kategori *Modest Fashion*. Sementara itu, sektor obat-obatan dan kosmetik halal Indonesia mengalami peningkatan dari peringkat 8 ke peringkat 5. Dalam kategori Media dan Rekreasi, Indonesia naik secara signifikan dari posisi 23 ke peringkat 6, setelah sebelumnya tidak termasuk dalam 10 besar. Namun, di sektor Keuangan Islam, Indonesia turun satu peringkat dari posisi keenam ke posisi ketujuh (Media Indonesia, 2023).

Sektor makanan dan minuman halal merupakan sektor yang sejauh ini menjadi segmen terbesar dari ekonomi Islam di Indonesia. Dalam sektor makanan halal, Indonesia berada di peringkat kedua setelah Malaysia. Rencana yang diluncurkan oleh Kementerian Agama melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) tampaknya mulai menunjukkan hasil positif. Mengingat pemerintah berkomitmen untuk menjadi Global Halal Hub, diperlukan pembangunan ekosistem halal nasional, antara lain melalui program inisiatif Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) bagi sejuta penggiat wirausaha skala mikro dan kecil pada tahun 2023, bertujuan untuk memperkuat partisipasi dalam sektor halal. Konsumsi makanan dan minuman halal oleh masyarakat muslim di Indonesia pada tahun 2022 mencapai USD 1,4 triliun dan diproyeksikan cenderung bertambah menjadi USD 1,89 triliun di tahun 2024, melalui pertumbuhan sebesar 6,1% (Indonesia Halal Lifestyle Center, 2023).

Industri fesyen Muslim yang juga berada di peringkat ketiga tentunya memiliki peluang besar untuk berkembang secara global, khususnya di pasar Asia Tenggara lainnya yang memiliki selera fesyen Muslim yang serupa. Sektor fesyen Muslim ini sebagian besar didominasi oleh entitas usaha kecil, dan menengah. Pada tahun 2022, konsumsi masyarakat Muslim di Indonesia untuk industri fesyen Muslim mencapai USD 318 miliar dan diprediksikan akan bertambah menjadi USD 428 miliar di tahun 2024 dengan pertumbuhan sekitar 6,1% (Indonesia Halal Lifestyle Center, 2023).

Indonesia, sebagai negara dengan komposisi demografis yang didominasi oleh pemeluk agama Islam, memiliki potensi signifikan untuk mengakselerasi

penguatan mutu dan kapasitas pada sektor industri halal. Namun, dinamika pengembangan industri halal di tanah air masih dihadapkan pada sejumlah tantangan, di antaranya keterbatasan pembangunan infrastruktur pendukung, optimalisasi sistem penjaminan kehalalan produk, serta peningkatan kontribusi sektor halal terhadap keseimbangan neraca perdagangan nasional. Sebagai upaya strategis dalam memperkokoh sektor ini, pemerintah memberlakukan kebijakan sertifikasi halal yang diharapkan dapat mengoptimalkan efisiensi, memperkuat daya saing industri, serta membuka cakrawala akses pasar halal di kancah internasional (Widiastuti, 2020).

Pertumbuhan industri halal tidak terlepas dari keterlibatan aktif pemerintah dalam mendorong akselerasi kemajuan sektor ini, yang ditunjukkan melalui pembentukan Pusat Pengembangan Industri Halal oleh Kementerian Perindustrian. Industri berbasis prinsip halal merupakan ranah strategis yang memiliki prospek signifikan untuk dioptimalkan pada era kontemporer. Industri halal mewakili daya beli masyarakat muslim dalam produk dan kebutuhan gaya hidup yang paling terpengaruh secara struktural oleh nilai-nilai Islam. Seiring perkembangannya, sektor industri halal telah merambah ke berbagai sektor industri mulai dari makanan dan minuman halal, fesyen muslim, farmasi dan kosmetik halal, wisata halal, media dan rekreasi bertema Islam, dan keuangan syariah (Nafisah & Nisa, 2024).

Menurut data dari Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), segmen terbesar pada lingkup pasar industri halal adalah makanan dan minuman yang mencakup 43% dari total pasar. Selanjutnya, sektor fashion dan media/rekreasi menyumbang 23%, diikuti oleh sektor pariwisata atau travel sebesar 8%, farmasi 7%, dan kosmetik 5%. Konsumsi barang halal diproyeksikan akan terus tumbuh pada tingkat rata-rata tahunan sebesar 5,3%. Di tahun 2024, konsumsi produk halal di Indonesia diperkirakan nantinya mencapai USD 330,5 miliar.

Pemerintah, melalui Kementerian Perindustrian, mentargetkan sektor halal food dan fesyen muslim menjadi sektor utama sebagai prioritas untuk pengembangan produk industri halal yang dapat diekspor (Perindustrian, 2021). Untuk memperluas ekspor produk halal, diperlukan produksi komoditas yang tinggi diimbangi dengan peningkatan standar kualitas produk halal. Penetapan harga yang sesuai dengan mutu produk halal serta kemampuan untuk bersaing secara global juga berperan dalam meningkatkan nilai ekspor industri halal di Indonesia. Melihat dari berbagai bidang industri halal serta jumlah populasi Muslim di Indonesia, selayaknya Indonesia mampu meningkatkan nilai ekspor industri halal secara signifikan (Purnama & Auwalin, 2019). Indonesia harus memanfaatkan peluang distribusi produk halal global dengan memperkuat ekspor industri halalnya serta mempertimbangkan faktor-faktor yang berpengaruh (Erika, 2022).

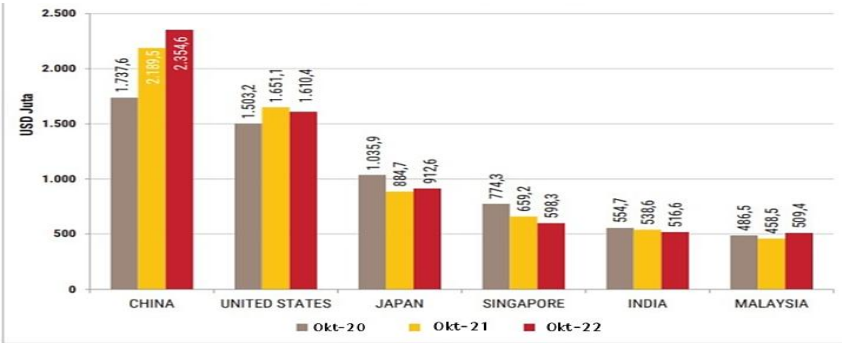
Berdasarkan temuan studi yang dilakukan oleh Samsul dkk., (2022), dalam penelitiannya mengenai peluang dan tantangan industri halal Indonesia, terdapat sejumlah faktor yang menjadi penghambat kemajuan sektor ini yang terklasifikasi dalam faktor internal dan eksternal. Pertama, minimnya kesadaran halal di kalangan masyarakat Indonesia. Kedua, lambatnya proses regulasi terkait sertifikasi halal. Ketiga, rendahnya kesiapan masyarakat Indonesia untuk bersaing di kancah pasar global yang sebagian besar disebabkan oleh kecenderungan perilaku konsumtif, sehingga tingkat impor produk halal masih relatif tinggi.

Selain daripada faktor-faktor internal yang telah diuraikan, terdapat pula faktor eksternal yang turut berdampak pada perkembangan industri halal di Indonesia. Pertama, adanya banyak negara yang menjadi kompetitor. Kemunculan negara-negara pesaing dalam industri halal ini seiring dengan meningkatnya tren gaya hidup halal di kalangan masyarakat global, bahkan negara-negara non-muslim seperti Singapura, Inggris, dan Italia juga ikut berpartisipasi dalam pasar industri halal. Kedua, belum adanya standar halal yang diakui secara internasional menjadi satu diantara beragam masalah yang masih ditemui (Nafisah & Nisa, 2024).

Potensi Indonesia sebagai suatu bangsa yang memiliki populasi pemeluk agama islam terbanyak sekaligus konsumen utama di industri halal ternyata masih menunjukkan tingkat ekspor yang relatif rendah. Fakta ini juga mendapat perhatian serius dari pemerintah, mengingat kontribusi proporsi ekspor produk halal Indonesia hanya mencapai 3,8% dari keseluruhan pangsa pasar halal global (Sechan, 2022). Sektor industri halal di Indonesia mempunyai prospek yang substansial untuk memperbesar nilai ekspor produk halal nasional. Setiap tahunnya, industri ini berkontribusi pada nilai ekspor yang berkisar antara USD 5,1 miliar hingga USD 11 miliar (Kamila, 2021).

Aktivitas ekspor makanan dan minuman yang tersertifikasi halal ke berbagai negara-negara anggota Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) membuat sektor industri makanan dan minuman halal meningkat. Meskipun Indonesia telah berhasil mengembangkan sektor makanan dan minuman halal, negara ini masih belum menjadi produsen utama di tingkat global. Menurut data KNEKS yang diperoleh melalui *Dinar Standard* dapat dinyatakan bahwa Indonesia memperoleh peringkat pertama untuk jumlah konsumsi makanan dan minuman halal, diasumsikan memperoleh US$135 miliar pada tahun 2023. Sedangkan untuk kategori fesyen muslim, Indonesia menduduki peringkat ke-5 sebagai konsumen fesyen muslim, tetapi Indonesia belum masuk kedalam lima besar produksi ekspor produk halal ke negara-negara OKI. Maka dari itu, pada kedua sektor tersebut, Indonesia belum menduduki negara ekspor terbesar ke negara-negara OKI. Kondisi ini memperlihatkan bahwa Indonesia masih pasif dalam menjalankan peran sebagai produsen yang dapat mengekspor memproduksi berbagai produk halal food dan *fashion modest*.

Gambar 1.2 Nilai Ekspor pada Enam Negara Tujuan Utama (USD Juta)



Sumber : Laporan kementerian perindustrian RI (2022)

Pada Oktober 2022, total nilai ekspor Indonesia menuju Amerika Serikat mengalami kontraksi senilai USD 40,61 juta atau setara dengan penurunan 2,46% dibandingkan capaian pada periode yang sama tahun 2021. Penurunan ini menempati posisi ketiga terbesar di antara destinasi utama ekspor Indonesia, setelah Singapura yang merosot sebesar USD 60,94 juta dan Australia yang menurun senilai USD 47,44 juta. Sebaliknya, secara *month-to-month*, negara tujuan dengan lonjakan ekspor tertinggi pada Oktober 2022 adalah Tiongkok, dengan peningkatan mencapai USD 165,09 juta atau 7,54%. Menguatnya kinerja perekonomian Tiongkok diperkirakan menjadi salah satu faktor pendorong akumulasi ekspor Indonesia ke negara tersebut. Peningkatan juga tercatat pada Jepang, di mana nilai ekspor Indonesia pada bulan yang sama naik cukup signifikan, yakni sebesar USD 27,84 juta atau 3,15% dibandingkan realisasi pada Oktober 2021.

Dalam konteks ini, Pemerintah Indonesia juga bertekad untuk membantu kemajuan produk halal melalui penerbitan UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Peraturan ini dirancang untuk menyediakan keamanan serta jaminan terkait kehalalan produk yang dikonsumsi oleh masyarakat (Qoniah, 2022). Sertifikasi kehalalan yang dikeluarkan oleh BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) difungsikan menjadi standar penilaian guna menetapkan status kehalalan suatu produk. Secara umum, pelaku usaha diharuskan untuk mengajukan permohonan yang kemudian akan menjalani serangkaian proses,

mulai dari evaluasi, penentuan, pengujian, verifikasi, hingga publikasi sertifikat halal berdasarkan fatwa MUI (Warto & Samsuri, 2020).

Adanya kesadaran tersebut, masyarakat muslim perlu memperhatikan kehalalan suatu produk, sehingga membuat masyarakat muslim lebih selektif dalam memilih produk halal yang sesuai dengan syariat Islam. Sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh BPJPH (Badan Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal) dijadikan sebagai tolak ukur suatu produk dapat dikategorikan halal. Secara garis besar, pelaku usaha harus mengajukan permohonan untuk selanjutnya dilakukan proses verifikasi, penentuan, evaluasi, penelaahan, hingga pengesahan sertifikat halal selaras dengan ketetapan fatwa Majelis Ulama Indonesia (Rahayu, 2020).

Dalam ranah perdagangan lintas negara, aktivitas ekspor memegang peranan krusial sebagai katalisator akselerasi pertumbuhan perekonomian. Ekspor berfungsi sebagai salah satu sumber utama perolehan devisa bagi negara dengan sistem perekonomian terbuka, mengingat jangkauannya yang dapat menembus berbagai kawasan di luar negeri, sehingga berimplikasi pada peningkatan kapasitas produksi yang pada gilirannya mendorong ekspansi ekonomi (Nopiana dkk., 2022). Hal ini diantisipasi mampu menyumbangkan kontribusi substansial terhadap laju pertumbuhan sekaligus kestabilan ekonomi nasional.

Pertumbuhan ekonomi nasional turut menjadi faktor penting dalam mendorong ekspor. Stabilitas makroekonomi, peningkatan infrastruktur, serta dukungan kebijakan pemerintah terhadap pengembangan ekonomi syariah menjadi katalisator bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar internasional. Pertumbuhan ekonomi yang sehat juga meningkatkan kapasitas produksi domestik, efisiensi distribusi, dan inovasi produk yang sesuai dengan permintaan pasar global (Ginting, 2017).

Menurut Suryana (2000), terdapat dua variabel esensial yang memengaruhi laju ekspansi perekonomian, yakni peningkatan total *output* Produk Domestik Bruto (PDB) serta eskalasi jumlah penduduk. Peningkatan total output PDB dapat terwujud apabila suatu negara mampu meraih manfaat dari aktivitas

spesialisasi. Spesialisasi tersebut hanya dapat terlaksana apabila tersedia kapasitas pasar yang memadai untuk menyerap hasil produksi. Ruang lingkup pasar yang luas dapat diwujudkan melalui intensifikasi perdagangan lintas negara dan penanaman modal. Aktivitas perdagangan internasional sendiri diklasifikasikan ke dalam dua kategori utama, yaitu ekspor dan impor.

Pada tahun 2020, pangsa ekspor bahan makanan halal mencapai 93,52%. meningkat dari 93,04% pada tahun sebelumnya (Bank Indonesia, 2021). Dalam hal itu menempatkan Indonesia tergolong sebagai bagian dari negeri dengan tingkat konsumsi produk yang tersertifikasi halal paling signifikan dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi syariah di masa depan. Apabila kebutuhan produk halal dalam negeri dapat terpenuhi. Indonesia mempunyai daya besar untuk memperluas pasar ekspor produk halal secara internasional. Salah satu langkah untuk mewujudkan hal ini adalah dengan meningkatkan mutu produk halal yang akan diekspor, agar lebih kompetitif di pasar internasional (Erika, 2022).

Aktivitas ekspor ialah komponen integral berasal dari jual beli global. Dalam perdagangan global, dibutuhkan pendanaan yang bersumber dari cadangan devisa (Fathoni & Syahputri, 2020). Cadangan devisa berfungsi sebagai indikator untuk menilai tingkat kapasitas suatu wilayah dalam melakukan perdagangan internasional. Sektor industri halal dapat dimanfaatkan untuk memperbesar nilai cadangan devisa dengan cara meningkatkan nilai ekspor dari industri halal itu sendiri.

Namun demikian, meskipun peluang ekspor produk halal cukup besar, tantangan dalam hal standarisasi, sertifikasi internasional, dan kompetisi global masih menjadi hambatan yang perlu diatasi. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji sejauh mana pengaruh produk halal food, fesyen Muslim, dan pertumbuhan ekonomi terhadap perkembangan ekspor Indonesia yang akan dikaji pada rentang waktu 15 tahun terakhir dari periode 2009-2024. Hasil kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam merumuskan strategi yang lebih

tepat untuk meningkatkan daya saing ekspor nasional di pasar halal global. Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini berjudul "Pengaruh Produk Halal Food, Fesyen Muslim, dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Perkembangan Ekspor Produk Halal di Indonesia".

1.2 Rumusan Masalah

1) Bagaimana pengaruh produk *halal food* terhadap perkembangan ekspor produk halal di Indonesia
2) Bagaimana pengaruh produk fesyen muslim terhadap perkembangan ekspor produk halal di Indonesia
3) Bagaimana pengaruh pertumbuhan ekonomi terhadap perkembangan ekspor produk halal di Indonesia
4) Bagaimana pengaruh simultan dari produk *halal food*, fesyen muslim, dan pertumbuhan ekonomi terhadap perkembangan ekspor produk halal di Indonesia

1.3 Tujuan Penelitian

1) Untuk menganalisis pengaruh produk *halal food* terhadap perkembangan ekspor produk halal di Indonesia.
2) Untuk menganalisis pengaruh produk fesyen muslim terhadap perkembangan ekspor produk halal di Indonesia.
3) Untuk menganalisis pengaruh pertumbuhan ekonomi terhadap perkembangan ekspor produk halal di Indonesia.
4) Untuk menganalisis pengaruh simultan dari produk *halal food*, fesyen muslim, dan pertumbuhan ekonomi terhadap perkembangan ekspor produk halal di Indonesia.

1.4 Kontribusi Penelitian

1.4.1 Kontribusi Teoritis

Dapat menyajikan pemahaman serta perspektif mendalam terkait dampak sertifikasi halal terhadap sektor industri halal, serta kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia. Selain itu, hasil dalam penelitian ini dapat dijadikan rujukan utama dan landasan bagi penelitian lanjutan yang berfokus pada analisis keterkaitan industri halal dengan perkembangan ekspor di indonesia.

1.4.2 Kontribusi Praktis

a) Bagi pemerintah, diharapkan memperoleh wawasan yang lebih mendalam mengenai praktik halal melalui penelitian ini, sehingga dapat mempercepat pertumbuhan jumlah produk halal serta mempermudah perolehan sertifikasinya.
b) Bagi peneliti berikutnya, riset ini dapat berfungsi sebagai media dalam menghimpun informasi dan pemahaman terkait berbagai aspek yang berhubungan dengan industri syariah di Indonesia.