

INNOVATIVE STRATEGIES OF THE HALAL INDUSTRY IN ADVANCING INDONESIA'S ECONOMIC GROWTH TRANSFORMATION

Abdurahman¹, Miftahus Surur² Naili Nuril Aufa Manik³

¹ Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta; abdurahman31amng@gmail.com

² Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta; Miftahsurur695@gmail.com

³ Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta; aufamanik@gmail.com

Abstract

Keywords:

Halal Industry,
Innovative
Strategies,
Economic Growth

Indonesia, as the country with the largest Muslim population in the world, possesses significant potential for developing the halal and sharia industries. However, this potential has not been fully optimized, particularly in the context of global competition. The halal nature of a product is a primary requirement for Muslim consumers, not only for food and pharmaceuticals but also for other consumer goods. The halal industry is now experiencing rapid growth, evolving beyond halal products to encompass a halal lifestyle. This research employs a normative legal approach with a library research method to delve deeper into the development of the halal industry in Indonesia. The findings reveal several noteworthy insights, including: 1) Increased Contribution to the National GDP. 2) Enhanced Global Competitiveness through Technological Innovation. 3) Economic Multiplication Effects and Support for MSMEs. 4) Sustainability and Green Industry in Halal Products

Abstrak

Kata kunci:
(Industri Halal;
Strategi Inovatif;
Pertumbuhan
Ekonomi)

Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, memiliki potensi besar dalam mengembangkan industri halal dan syariah. Potensi ini belum sepenuhnya dioptimalkan terutama dalam persaingan global. Kehalalan suatu produk menjadi kebutuhan utama bagi konsumen Muslim yang tidak hanya berlaku pada produk makanan, obat-obatan, tetapi juga barang konsumsi lainnya. Industri halal kini mengalami perkembangan pesat, bukan hanya sekadar produk halal tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup halal. Penelitian ini menggunakan pendekatan hukum normatif dengan metode penelitian kepustakaan untuk menggali lebih dalam tentang perkembangan industri halal di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan temuan yang menarik antara lain: 1) Peningkatan Kontribusi terhadap PDB Nasional. 2) Peningkatan Daya Saing Global melalui Inovasi Teknologi. 3) Efek Multiplikasi Ekonomi dan Dukungan UMKM. 4) Keberlanjutan dan Industri Hijau dalam Produk Halal.

Diajukan :
Desember 2024

Diterima : Januari
2025

Diterbitkan :
Januari 2025

Corresponding Author:

Miftahus Surur

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta; Miftahsurur695@gmail.com

PENDAHULUAN

Industri halal kini telah menjadi sektor yang tidak hanya berkembang pesat di Indonesia, tetapi juga di pasar global. Indonesia, dengan populasi Muslim terbesar di dunia, memiliki potensi luar biasa untuk menjadi pusat industri halal global (Nusran, 2023). Menurut Meylinda & Matondang, (2023), pengeluaran konsumen Muslim untuk produk halal terus meningkat dan mencakup berbagai sektor, seperti makanan, pariwisata, fashion, farmasi, dan kosmetik. Tren ini tidak hanya mencerminkan peningkatan kesadaran akan produk halal, tetapi juga menunjukkan permintaan yang kuat terhadap produk yang memenuhi standar syariah (Wibowo, 2023). Sektor ini menawarkan peluang yang besar untuk mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia, namun transformasi industri halal masih menghadapi sejumlah tantangan yang perlu diatasi (Yafi, 2024).

Secara spesifik, tantangan terbesar yang dihadapi oleh industri halal di Indonesia berkaitan dengan inovasi produk dan layanan yaitu penguatan regulasi yang lebih ketat, serta persaingan global yang semakin ketat (Abdullah et al., 2024). Kemudian terdapat pula peluang besar untuk mendorong ekonomi nasional melalui pengembangan industri halal, dengan mengoptimalkan potensi sumber daya alam dan kekayaan budaya Indonesia yang kaya akan produk-produk halal (Abdullah et al., 2024). Ada pendapat dari Salaheldeen & Battour (2024) tentang Salah satu elemen penting dalam mendukung transformasi industri halal adalah inovasi. Inovasi dalam produk, teknologi, serta pengelolaan rantai pasok halal menjadi kunci untuk memperkuat daya saing Indonesia di pasar internasional.

Dalam kerangka teori ekonomi, transformasi industri halal di Indonesia dapat dianalisis melalui berbagai teori pertumbuhan ekonomi (Qizam et al., 2024). Teori pertumbuhan ekonomi endogen (*Endogenous Growth Theory*) yang diperkenalkan oleh Paul Romer (1990) menjelaskan bahwa inovasi dan investasi dalam sumber daya manusia serta teknologi dapat menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi jangka panjang (Raxim o'gli, 2024). Inovasi dalam industri halal bukan hanya terbatas pada produk akhir, tetapi juga mencakup inovasi dalam rantai pasok halal (*Halal Supply Chain Management*) dan adopsi teknologi baru yang meningkatkan transparansi dan efisiensi operasional (Purusottama et al., 2023). Dengan demikian, sektor industri halal berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia yang lebih berkelanjutan dan inklusif (Qizam et al., 2024).

Teori pembangunan inklusif (*Inclusive Development Theory*) memberikan perspektif yang relevan dalam konteks ini. Teori ini menekankan bahwa pertumbuhan ekonomi harus melibatkan pemerataan pembangunan, dengan memperhatikan keberlanjutan sosial dan ekonomi (Boachie & Adu-Darko, 2024). Industri halal yang berbasis pada prinsip-prinsip syariah tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan sosial, seperti pemberdayaan UMKM, penciptaan lapangan kerja, dan penguatan ekonomi lokal, yang sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals, SDGs*) (Sari et al., 2024).

Strategi inovatif dalam industri halal juga mencakup penerapan digitalisasi, seperti sistem manajemen rantai pasok berbasis teknologi blockchain untuk memastikan kehalalan dan transparansi produk (Dashti et al., 2024). Hal ini sangat penting untuk meningkatkan daya saing Indonesia di pasar global, di mana konsumen semakin menginginkan produk yang tidak hanya memenuhi standar halal, tetapi juga aman, berkualitas, dan transparan. Teori difusi inovasi (*Diffusion of Innovation Theory*) oleh Everett Rogers (1962) memberikan wawasan tentang bagaimana teknologi dan inovasi baru dapat diadopsi oleh masyarakat dan pelaku industri (Mbatha, 2024). Dalam konteks ini, penerapan teknologi baru dalam industri halal, baik itu untuk sertifikasi produk, distribusi, maupun pemasaran, dapat mempercepat proses transformasi industri halal Indonesia menjadi lebih kompetitif secara global (Ernawati et al., 2024).

Penting untuk dicatat bahwa teori keunggulan komparatif (*Comparative Advantage Theory*) yang dikemukakan oleh David Ricardo (1817) juga dapat menjelaskan potensi Indonesia dalam mengembangkan industri halal. Dengan kekayaan alam dan budaya yang melimpah, Indonesia dapat memanfaatkan sumber daya lokal untuk menghasilkan produk halal yang standar syariah dan memiliki keunggulan kompetitif di pasar global (N'Souvi & Sun, 2024). Pengembangan industri halal berbasis pada produk yang berkelanjutan dan ramah lingkungan juga dapat mengoptimalkan potensi Indonesia dalam menghadapi permintaan pasar internasional yang semakin peduli dengan isu keberlanjutan.

Meskipun terdapat berbagai penelitian yang membahas tentang pengembangan industri halal di Indonesia, masih terdapat kekurangan kajian yang secara spesifik mengkaji *strategi inovatif* dalam transformasi industri halal yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia (Marnita, 2024). Sebagian besar penelitian yang ada lebih berfokus pada regulasi atau analisis produk, tanpa memberikan perhatian yang cukup pada adopsi teknologi baru dan inovasi dalam pengelolaan rantai pasok halal. Sebagai contoh, penelitian yang ada cenderung mengkaji aspek produksi dan sertifikasi halal (Fauzi et al., 2024). Sehingga tidak banyak yang mengidentifikasi cara-cara inovatif dalam mengelola rantai pasok halal yang dapat meningkatkan efisiensi dan transparansi. Selain itu, belum banyak penelitian yang mengeksplorasi potensi kolaborasi antara berbagai sektor pemerintah, pelaku industri, maupun akademisi dalam membentuk ekosistem halal yang lebih integratif di Indonesia, padahal kolaborasi ini dapat mempercepat transformasi dan meningkatkan daya saing Indonesia di pasar global.

Maka penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana *strategi inovatif* dalam industri halal dapat berperan sebagai pendorong transformasi ekonomi Indonesia dan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung keberhasilan strategi tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian pustaka untuk menganalisis peran strategi inovatif dalam transformasi industri halal dan dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia (Qizam et al, 2024). Data diperoleh dari literatur primer, seperti buku dan artikel jurnal, serta literatur sekunder,

termasuk laporan industri dan dokumen pemerintah. Proses pengumpulan data melibatkan identifikasi, seleksi, dan klasifikasi sumber berdasarkan relevansi dengan tema penelitian. Analisis dilakukan secara deskriptif-analitis melalui reduksi, penyajian, dan penarikan Kesimpulan (Rusdyani, 2023). Validitas penelitian dijamin melalui triangulasi sumber, evaluasi kualitas literatur, dan prioritas pada data terkini. Penelitian ini memberikan landasan teoretis yang kuat, meskipun terbatas pada data sekunder, dan menawarkan wawasan penting untuk mendukung pengembangan industri halal di Indonesia (Dashti et al., 2024).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini menemukan bahwa industri halal telah memberikan dampak yang signifikan terhadap transformasi ekonomi Indonesia. Sektor halal yang mencakup berbagai bidang seperti makanan, kosmetik, pariwisata dll berperan sebagai pendorong penting bagi perekonomian nasional. Beberapa temuan utama dalam penelitian ini terkait dengan peningkatan kontribusi sektor halal terhadap PDB, daya saing global yang semakin meningkat, efek multiplikasi yang mendukung UMKM dan penciptaan lapangan kerja, serta keberlanjutan melalui produk halal berbasis industri hijau.

Peningkatan Kontribusi terhadap PDB Nasional

Industri halal Indonesia terus menunjukkan perkembangan yang signifikan dan berkontribusi besar terhadap PDB negara. Sektor makanan halal, kosmetik halal, dan pariwisata halal merupakan pilar utama yang menunjukkan peningkatan dalam beberapa tahun terakhir. Menurut laporan *State of the Global Islamic Economy* pada tahun 2023 kontribusi sektor halal terhadap PDB Indonesia meningkat sebesar 8,5% dibandingkan dengan tahun sebelumnya, menjadikan Indonesia sebagai salah satu pasar halal terbesar di dunia (Qadri & Malik, 2024). Hal ini mencerminkan bahwa industri halal bukan hanya memenuhi kebutuhan konsumen Muslim domestik, tetapi juga telah menjadi komoditas penting yang mengarah pada ekspor, memberikan peluang bagi perekonomian Indonesia untuk berkembang lebih jauh (Herianingrum et al., 2024).

Kontribusi ini juga berkaitan dengan berkembangnya industri halal yang menjadi bagian penting dari diversifikasi ekonomi Indonesia. Perkembangan sektor ini tidak hanya menciptakan lapangan kerja tetapi juga mempengaruhi industri lain yang terkait, seperti sektor pertanian, manufaktur, dan logistik. Ekspansi sektor halal juga turut mengangkat peran Indonesia di kancah global, menunjukkan potensi negara ini dalam memenuhi permintaan pasar halal internasional (Napitupulu et al., 2024).

Peningkatan Daya Saing Global melalui Inovasi Teknologi

Salah satu faktor utama yang mendorong peningkatan daya saing industri halal Indonesia di pasar global adalah inovasi teknologi yang diterapkan dalam berbagai aspek produksi dan distribusi produk halal. Penerapan teknologi seperti blockchain dalam pelacakan rantai pasok halal telah terbukti meningkatkan transparansi dan kepercayaan konsumen terhadap produk halal Indonesia. Dengan memanfaatkan

teknologi ini, Indonesia dapat memastikan bahwa produk yang diekspor telah memenuhi standar halal yang ketat dan dapat dipertanggungjawabkan (Susiang et al., 2024).

penggunaan platform e-commerce halal juga telah memperluas jangkauan pasar Indonesia. Di pasar global yang semakin mengarah ke digitalisasi, kehadiran marketplace halal menjadi penting untuk mempermudah transaksi antara produsen Indonesia dengan konsumen internasional. Laporan Bank Indonesia di tahun 2023 menunjukkan bahwa ekspor produk halal Indonesia meningkat 12% pada tahun 2022, dengan fokus pada pasar Timur Tengah dan Asia Tenggara, yang menjadi pasar utama bagi produk halal (Qolbi et al., 2024).

Pengembangan produk berbasis riset dan inovasi juga mendorong daya saing produk halal Indonesia. Dengan menggunakan penelitian ilmiah dan teknologi untuk mengembangkan produk baru mematuhi standar kualitas internasional, Indonesia semakin dilirik oleh konsumen global (Siwiyanti et al., 2024). Hal ini memungkinkan produk halal Indonesia untuk bersaing dengan produk-produk dari negara lain yang memiliki industri halal berkembang.

Efek Multiplikasi Ekonomi dan Dukungan UMKM

Salah satu dampak paling signifikan dari industri halal adalah efek multiplikasi yang terjadi dalam perekonomian Indonesia. Dengan berkembangnya industri halal, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) lokal dapat lebih mudah mengakses pasar global, menciptakan lapangan kerja baru, dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi daerah (Maulida et al., 2024). Produk halal yang diproduksi oleh UMKM kini memiliki peluang untuk dipasarkan secara internasional melalui platform digital dan e-commerce, memperluas pasar mereka tanpa terbatas oleh lokasi geografis (Huang & Kumarasinghe, 2024).

Industri halal juga mendukung keberlanjutan ekonomi dengan mempromosikan produk halal berbasis industri hijau. Banyak pelaku industri halal yang mulai berfokus pada produk yang tidak hanya memenuhi standar kehalalan tetapi juga ramah lingkungan. Hal ini mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs), yang bertujuan untuk menciptakan industri yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga menjaga keberlanjutan lingkungan (Napitupulu et al., 2024).

Kebijakan pemerintah yang mendukung transformasi ini, seperti Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) dan pembentukan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), memberikan insentif yang mendorong lebih banyak pelaku usaha untuk berinovasi dalam sektor halal. Proses sertifikasi halal yang dipermudah juga mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas produk mereka dan memenuhi permintaan pasar yang semakin kompetitif (Istiqlal, 2023).

Keberlanjutan dan Industri Hijau dalam Produk Halal

Aspek keberlanjutan semakin menjadi fokus utama dalam industri halal Indonesia. Produk halal yang berbasis industri hijau tidak hanya memperhatikan

kehalalan produk tetapi juga memprioritaskan dampak lingkungan dalam proses produksinya. Hal ini sejalan dengan tujuan global untuk mencapai pembangunan berkelanjutan (SDGs), terutama di bidang lingkungan dan sosial. Produk halal berbasis industri hijau membantu mengurangi jejak karbon dan mendukung pengelolaan sumber daya alam yang lebih efisien (Sukardi et al., 2024).

Penerapan prinsip ekonomi sirkular dan produksi yang ramah lingkungan semakin penting dalam menarik minat konsumen yang peduli terhadap isu keberlanjutan. Seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen global terhadap isu-isu lingkungan, industri halal Indonesia memiliki peluang untuk memperkuat posisinya sebagai pemimpin dalam produk halal yang tidak hanya memenuhi kebutuhan agama tetapi juga mendukung keberlanjutan ekologis (Kandpal et al., 2024). Ini membuka peluang bagi Indonesia untuk menciptakan produk yang memenuhi standar global baik dari sisi kehalalan maupun keberlanjutan.

PEMBAHASAN

Industri Halal sebagai Sektor Strategis dalam Ekonomi

Industri halal telah menjadi salah satu pilar penting dalam perekonomian global, dengan nilai pasar yang diperkirakan mencapai USD 2,3 triliun pada tahun 2021 (Nazaruddin et al., 2023). Potensi ini sangat besar mengingat populasi Muslim yang dominan di Indonesia. Hal ini sejalan dengan pandangan (Akbar et al., 2024) yang menyatakan bahwa industri halal mampu menciptakan peluang bisnis baru di sektor makanan, kosmetik, pariwisata, dan keuangan syariah. Menurut Hassan & Fernando (2024), negara-negara dengan ekosistem halal yang terintegrasi dapat meningkatkan daya saing melalui inovasi produk halal dan optimalisasi rantai pasok halal (*Halal Supply Chain*).

Penelitian lain oleh Nurhayati (2023) menunjukkan bahwa keberhasilan industri halal bergantung pada keberlanjutan standar halal, digitalisasi, dan adopsi teknologi baru. Di Indonesia, penerapan sertifikasi halal oleh *Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal* (BPJPH) menjadi langkah strategis untuk meningkatkan kualitas produk halal di pasar domestik dan internasional.

Peran Inovasi dalam Industri Halal

Teori *Diffusion of Innovation* oleh Rogers (1962) menjadi relevan dalam menganalisis bagaimana inovasi diterapkan dalam industri halal. Menurut (Maulida et al., 2024), inovasi dalam produk dan proses produksi halal dapat memperluas penetrasi pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Misalnya, digitalisasi dalam pemasaran dan pengelolaan rantai pasok halal telah memberikan nilai tambah signifikan, terutama dalam meningkatkan transparansi dan efisiensi distribusi.

Kajian dari (Harsanto et al., 2024) juga menyoroti pentingnya inovasi berbasis teknologi seperti blockchain untuk memastikan transparansi dalam rantai pasok halal. Teknologi ini memungkinkan konsumen untuk melacak asal usul dan kualitas produk halal secara real-time. Studi lain menemukan bahwa integrasi inovasi teknologi dalam

sertifikasi halal memberikan kepercayaan lebih besar kepada konsumen terhadap produk yang dihasilkan (Rahman, 2024).

Hubungan Industri Halal dengan Pertumbuhan Ekonomi

Transformasi industri halal juga memiliki implikasi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Menurut teori pertumbuhan endogen (Qizam et al., 2024). Investasi pada teknologi, inovasi, dan pengembangan sumber daya manusia menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi (Sutono et al., 2023). Dalam konteks industri halal, penelitian oleh Meylinda & Matondang (2023) menunjukkan bahwa pengembangan industri halal secara langsung meningkatkan kontribusi terhadap PDB melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan ekspor produk halal.

Penelitian lain oleh P. Rahman et al. (2023) menyebutkan bahwa keberlanjutan industri halal bergantung pada sinergi antara regulasi pemerintah, inovasi, dan adopsi standar internasional. Di Indonesia, sektor halal berpotensi untuk menjadi penggerak ekonomi baru (*new economic driver*), terutama dalam mendukung agenda pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals*).

Tantangan dan Peluang dalam Pengembangan Industri Halal di Indonesia

Meskipun memiliki potensi besar, pengembangan industri halal di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan. Studi oleh Yaacob & Rahman (2023) mengidentifikasi bahwa kurangnya infrastruktur halal, regulasi yang belum terintegrasi, serta rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya produk halal menjadi hambatan utama. Namun, peluang untuk memperbaiki kondisi ini sangat besar, terutama dengan dukungan pemerintah melalui regulasi seperti UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (Hadi et al., 2023).

Peluang lain adalah integrasi sektor halal dengan perkembangan ekonomi digital. Menurut (Maulida et al., 2024) digitalisasi memungkinkan industri halal untuk menjangkau pasar yang lebih luas, terutama melalui e-commerce dan platform digital. Hal ini menjadi salah satu strategi yang relevan bagi Indonesia untuk meningkatkan daya saing industri halal di kancah internasional (Nazir, 2024).

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi inovatif memainkan peran yang sangat penting dalam mendorong transformasi industri halal di Indonesia, yang pada gilirannya berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi negara. Inovasi dalam sektor halal, seperti digitalisasi, adopsi teknologi blockchain, dan pengembangan produk berbasis penelitian, telah meningkatkan daya saing Indonesia di pasar global. Hal ini tercermin dalam peningkatan kontribusi sektor halal terhadap PDB nasional dan pertumbuhan ekspor produk halal yang signifikan.

industri halal juga memberikan efek multiplikasi ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, pengembangan UMKM, dan kontribusi terhadap keberlanjutan melalui produk halal berbasis industri hijau. Dukungan kebijakan pemerintah, seperti Undang-Undang Jaminan Produk Halal dan pembentukan BPJPH, telah mempercepat transformasi industri halal dan memperkuat posisi Indonesia di pasar global.

Namun, tantangan berupa persaingan internasional, kurangnya kolaborasi lintas sektor, dan rendahnya literasi halal di kalangan produsen lokal masih perlu diatasi. Oleh karena itu, integrasi antara berbagai sektor, baik pemerintah, pelaku industri, maupun masyarakat, sangat penting untuk mengoptimalkan potensi industri halal Indonesia

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, F. D., Witro, D., Makka, M. M., Is, M. S., & Wiwaha, S. M. (2024). Contemporary Challenges for Sharia Financial Institutions to Increase Competitiveness and Product Innovation Perspective of Sharia Economic Law: Evidence in Indonesia. *MILRev: Metro Islamic Law Review*, 3(2), 141-173.
- Akbar, W., Kurniawan, R., Dakhoir, A., & Fahmi, C. (2024). Optimization of Sharia Banking Regulations in Developing the Halal Cosmetic Industry in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah*, 22(1), 1-12.
- Boachie, C., & Adu-Darko, E. (2024). The effect of financial inclusion on economic growth: the role of human capital development. *Cogent Social Sciences*, 10(1), 2346118.
- Dashti, L. A. H. F., Jackson, T., West, A., & Jackson, L. (2024). Enhancing halal food traceability: a model for rebuilding trust and integrity in Muslim countries. *Journal of Islamic Marketing*, 15(12), 3382-3408.
- Ernawati, E., Tajuddin, T., Arifuddin, A., Suriadi, L. O., Asizah, N., & Ariani, W. O. R. (2024). Halal certification digital transformation in the triggering of product competitiveness in the global halal market. *BIS Economics and Business*, 1, V124003-V124003.
- Fauzi, M. A., Mohd Ali, N. S., Mat Russ, N., Mohamad, F., Battour, M., & Mohd Zaki, N. N. (2024). Halal certification in food products: science mapping of present and future trends. *Journal of Islamic Marketing*.
- Hadi, D. P., Adi, P. H., & Ahmad, A. A. (2023). The Impact of the Omnibus Law Cipta Kerja on the Sustainability of MSMEs and Economic Growth by Applying the Canvas Model Business Method and the Use of Financial Technology, Especially Crowdfunding and Microfinance. *International Journal of Sustainable Development & Planning*, 18(2).
- Harsanto, B., Farras, J. I., Firmansyah, E. A., Pradana, M., & Apriliadi, A. (2024). Digital Technology 4.0 on Halal Supply Chain: A Systematic Review. *Logistics*, 8(1), 21.
- Hassan, I. S., & Fernando, Y. (2024). Integrating servitisation into the halal supply chain: a roadmap for sustainable business growth. *Journal of Islamic Marketing*.
- Herianingrum, S., Alan Nur, M., Rusgianto, S., Hapsari, M. I., Huseyin, E., Firmansyah, F., & Febriyanti, A. R. (2024). Gravity model of trade approach: what drives Indonesia's seafood export and its halal market potency in OIC (Organization of Islamic Cooperation) countries. *Journal of Islamic Marketing*, 15(8), 2016-2035.
- Huang, Q., & Kumarasinghe, P. J. (2024). Unleashing global opportunities: Exploring the digitalization journey of small and medium-sized enterprises in China and Sri

- Lanka's thriving E-commerce landscapes. *Heliyon*, 10(17).
- Istiqlal, F. (2023). Membangun Global Halal Hub Indonesia: Strategi dan Peluang untuk Mencapai Kompetitif di Pasar Global. *Halal Research Journal*, 3(2), 72–85.
- Kandpal, V., Jaswal, A., Santibanez Gonzalez, E. D. R., & Agarwal, N. (2024). Circular economy principles: shifting towards sustainable prosperity. In *Sustainable Energy Transition: Circular Economy and Sustainable Financing for Environmental, Social and Governance (ESG) Practices* (pp. 125–165). Springer.
- Marnita, M. (2024). Directions for the development of the halal ecosystem in public policy: a study of Islamic law and legislation in Indonesia. *Al-Ishlah: Jurnal Ilmiah Hukum*, 27(2), 156–177.
- Maulida, M., Gunawan, M. A., & Rosyidah, H. (2024). Encouraging MSME Growth with Digital Platforms: Halal Competition and Innovation Strategy. *International Conference on Islamic Economics (ICIE)*, 1, 380–389.
- Mbatha, B. (2024). Diffusion of Innovations: How Adoption of New Technology Spreads in Society. In *Information, Knowledge, and Technology for Teaching and Research in Africa: Human Machine Interaction and User Interfaces* (pp. 1–18). Springer.
- Meylinda, S., & Matondang, R. A. (2023). Strengthening of Islamic principles in the halal industry for sustainable development goals. *Islamic Economics Methodology*, 2(1).
- N'Souvi, K., & Sun, C. (2025). Do exports and domestic prices influence aquaculture shrimp production: Evidence from the key South and Southeast Asian countries. *Aquaculture International*, 33(1), 1–21.
- Napitupulu, R. M., Sukmana, R., Rusydiana, A. S., Cahyani, U. E., & Wibawa, B. M. (2024). The nexus between halal industry and Islamic green finance: a bibliometric analysis. *Journal of Islamic Marketing*, 15(10), 2508–2527.
- Nazaruddin, L. O., Gyenge, B., Fekete-Farkas, M., & Lakner, Z. (2023). The future direction of halal food additive and ingredient research in economics and business: a bibliometric analysis. *Sustainability*, 15(7), 5680.
- Nazir, M. (2024). Technology and Digital Transaction in Halal Retailing. In *Emerging Technology and Crisis Management in The Halal Industry: Issues and Recent Developments* (pp. 123–137). Springer.
- Nurhayati, N. (2023). Digital innovation in halal logistics: an Indonesian case study. *Agripreneur: Jurnal Pertanian Agribisnis*, 12(2), 23–37.
- Nusran, M. (n.d.). Halal Indonesia: A Crossroads in the Making. *Global Journal of Engineering and Technology [GJET]*.
- Purusottama, A., Sunitiyoso, Y., & Simatupang, T. M. (2023). Exploring the potential of blockchain adoption for promoting value innovation: A case of the halal industry. *Business Process Management Journal*, 29(7), 2034–2058.
- Qadri, H. M.-D., & Malik, F. A. (2024). Emergence of Islamic Digital Economy. In *Islamic Finance in the Modern Era* (pp. 12–25). Routledge.
- Qizam, I., Berakon, I., & Ali, H. (2024). The role of halal value chain, Sharia financial

- inclusion, and digital economy in socio-economic transformation: a study of Islamic boarding schools in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*.
- Qolbi, A., Atiya, N., & Rustanti, E. (2024). Tren Penelitian Konsumsi Produk Halal di Dunia; dengan pendekatan Bibliometric. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 911–917.
- Rahman, M. M. (2025). Halal Industry 4.0 and Knowledge Management: Technological Integration and Sustainability. In *Innovative Ventures and Strategies in Islamic Business* (pp. 221–246). IGI Global Scientific Publishing.
- Rahman, P., Zhang, Z., & Musa, M. (2023). Do technological innovation, foreign investment, trade and human capital have a symmetric effect on economic growth? Novel dynamic ARDL simulation study on Bangladesh. *Economic Change and Restructuring*, 56(2), 1327–1366.
- Raxim o'g'li, R. D. (2024). THEORY OF ECONOMIC GROWTH: FROM CLASSICAL MODELS TO MODERN APPROACHES. *Modern Education and Development*, 16(2), 155–163.
- Rusdyani, A. (2023). Determination of Criminal Liability of Enterprises in Forest Fires under the Principle of Strict Responsibility. *Journal of Social Science Humanities and Literature*, 6(4), 141–148.
- Salaheldeen, M., & Battour, M. (2024). Fostering innovation capability and sustainable innovation in halal industry: the role of halal entrepreneurs' success. *Journal of Islamic Marketing*, 15(3), 777–799.
- Sari, R. K., Alfarizi, M., & Ab Talib, M. S. (2024). Sustainable strategic planning and management influence on sustainable performance: findings from halal culinary MSMEs in Southeast Asia. *Journal of Modelling in Management*.
- Siwiyanti, L., Martoyo, A., Ramdan, A. M., Mulyanti, A. S., Rahmawati, E., Usadi, M. P. P., Pangestuti, D. D., & Satar, M. (2024). *Pemasaran Internasional*. TOHAR MEDIA.
- Sukardi, S., Amiah, R., Elviani, A., & Anwar, D. R. (2024). Efektivitas Sertifikasi Halal dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen. *YUME: Journal of Management*, 7(2), 1560–1565.
- Susiang, M. I. N., Siswanti, I., Permana, D., & Wibowo, M. W. (2024). Effects of competitive intelligence and halal integrity on Halalan Tayyiban implementation strategy in Indonesian MSMEs: the mediating role of halal orientation strategy. *Journal of Islamic Marketing*.
- Sutono, S., Harsono, I., Nasruddin, N., & Judijanto, L. (2023). The Influence of Regulatory Policy, Technology Infrastructure, and Human Resource Quality on Economic Growth in Surabaya City. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, 1(11), 547–556.
- Wibowo, R. A. (2023). Dynamics of Islamic Consumer Behavior and Market Trends. *Advances in Business & Industrial Marketing Research*, 1(3), 146–156.
- Yaacob, M. Z., & Rahman, N. A. A. (2023). Multiple Cases of Sertu Application. *Technologies and Trends in the Halal Industry*.
- Yafi, L. (2024). Transformation, Challenges, and Regulation of Halal Tourism in the 5.0

Title: Innovative Strategies Of The Halal Industry In Advancing Indonesia's Economic Growth Transformation

Era. *Demak Universal Journal of Islam and Sharia*, 2(02), 177-188.