



## **Ekonomi Kreatif dan Industri Halal: Analisis Model Bisnis Berkelanjutan di Indonesia**

**Dwi Ayu Septiyani<sup>1</sup>, Hendri Hermawan Adinugraha<sup>2</sup>**

<sup>1)</sup>UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, [dwi.ayu.septiyani@mhs.uingusdur.ac.id](mailto:dwi.ayu.septiyani@mhs.uingusdur.ac.id)

<sup>2)</sup>UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, [hendri.hermawan@uingusdur.ac.id](mailto:hendri.hermawan@uingusdur.ac.id)

DOI: 10.54604/mbz.v15i2.531



Copyright © 2025

Diajukan: 28/07/2025

Diterima: 01/08/2025

Diterbitkan: 02/09/2025

### **ABSTRAK**

Ekonomi kreatif dan industri halal memiliki potensi besar untuk mendukung terciptanya model bisnis berkelanjutan di Indonesia. Kombinasi keduanya dapat menjadi strategi penting dalam memperkuat daya saing nasional di pasar global, namun penerapannya masih menghadapi hambatan berupa regulasi yang belum optimal, keterbatasan pembiayaan, kesadaran halal yang rendah, serta ketidakteraturan standar sertifikasi. Tujuan penelitian ini yakni mengidentifikasi potensi, hambatan, dan rencana aksi pengembangan model bisnis halal yang mampu menjaga keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi pustaka sebagai sumber data. melalui analisis berbagai literatur, artikel ilmiah, dan dokumen kebijakan. Hasil analisis menunjukkan bahwa integrasi ekonomi kreatif dengan industri halal dapat mendorong inovasi dalam desain produk, digitalisasi, dan branding, sekaligus memperkuat posisi UMKM serta membuka peluang kerja baru. Selain itu, sinergi kedua sektor ini berperan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya konsumsi halal dan praktik usaha yang ramah lingkungan. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa penerapan prinsip keberlanjutan merupakan fondasi utama bagi terbentuknya model bisnis halal yang inklusif, adaptif, dan kompetitif, dengan kontribusi nyata terhadap kesejahteraan masyarakat serta kelestarian lingkungan.

**Kata Kunci:** Ekonomi Kreatif, Industri Halal, Model Bisnis Berkelanjutan.

### **ABSTRACT**

*The creative economy and halal industry have great potential to support the creation of sustainable business models in Indonesia. The combination of the two can be an important strategy in strengthening national competitiveness in the global market, but its implementation still faces obstacles in the form of suboptimal regulations, limited financing, low halal awareness, and irregular certification standards. This study seeks to explore the opportunities, challenges, and strategies involved in development. halal business models that can maintain a balance between economic, social, and environmental aspects. The method used is descriptive qualitative with a literature review approach through the analysis of various literature, scientific articles, and policy documents. The results of the analysis show that the integration of the creative economy with the halal industry can encourage innovation in product design, digitization, and branding, while strengthening the position of MSMEs and opening up new job opportunities. In addition, the synergy between these two sectors plays a role in increasing public awareness of the importance of halal consumption and environmentally friendly business practices. The findings in this study reinforce that the application of sustainability principles is the main foundation for the formation of an inclusive, adaptive, and competitive halal business model, with a real contribution to community welfare and environmental sustainability.*

**Keywords:** Creative Economy, Halal Industry, Sustainable Business Model.

\* Korespondensi Author: Dwi Ayu Septiani, UIN K.H .Abdurrahman Wahid Pekalongan,  
dwi.ayu.septiani@mhs.uingusdur.ac.id

---

## I. PENDAHULUAN

Seiring dengan peningkatan digitalisasi dan perubahan pola konsumsi masyarakat, ekonomi kreatif Indonesia terus mengalami kemajuan yang signifikan. Sektor ini mendorong inovasi dan menawarkan peluang untuk berintegrasi dengan industri halal, yang memiliki prospek yang sangat besar di seluruh dunia. Indonesia, sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, berada di posisi strategis yang ideal untuk menjadi pusat ekonomi kreatif halal. Hal Ini dapat membantu pertumbuhan ekonomi negara dan mendukung agenda pembangunan berkelanjutan (Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2023). Secara umum, ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep perekonomian dalam era baru yang menekankan pemanfaatan informasi dan kreativitas, dengan menjadikan ide serta pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama. Sementara itu, menurut *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD), ekonomi kreatif adalah konsep ekonomi yang bertumpu pada aset-aset kreatif yang memiliki potensi untuk mendorong pertumbuhan serta perkembangan ekonomi (Sopanah et al., 2020).

Perkembangan ini masih menghadapi berbagai tantangan. Keterbatasan dalam pengelolaan tenaga kerja yang kompeten serta kurang maksimalnya dukungan regulasi yang jelas dan menyeluruh, terutama terkait sertifikasi halal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen baik di dalam maupun luar negeri, masih menjadi masalah utama. Akses pembiayaan yang terbatas serta lemahnya kolaborasi antara pemerintah, pelaku industri, akademisi, dan komunitas juga menghambat terciptanya ekosistem yang mendukung pertumbuhan sektor ini. Selain itu, terdapat kesenjangan dalam penerapan konsep bisnis berkelanjutan yang seharusnya menyeimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dalam praktiknya, banyak pelaku usaha belum sepenuhnya menerapkan prinsip keberlanjutan, seperti efisiensi pemanfaatan sumber daya, pengurangan limbah, maupun pemberdayaan masyarakat dalam model bisnis mereka (Priyatno et al., 2025).

Terdapat kesenjangan yang cukup besar antara konsep model bisnis berkelanjutan dalam teori dan penerapannya di lapangan. Secara ideal, bisnis seharusnya mampu menghasilkan keuntungan, memberikan manfaat sosial, sekaligus menjaga kelestarian lingkungan. Namun, dalam praktiknya banyak pelaku usaha mengalami kesulitan karena keterbatasan pengetahuan, teknologi, serta standar yang belum diterapkan secara konsisten. Kondisi ini menjadi tantangan utama bagi usaha untuk mampu bersaing di pasar global yang semakin menuntut produk halal dengan kualitas tinggi dan berorientasi pada keberlanjutan (Hidayat, 2025).

Berbagai penelitian terdahulu telah membahas perkembangan industri halal dan ekonomi kreatif sebagai fondasi penting dalam membangun model bisnis berkelanjutan di Indonesia. Azwina dkk. (2023) menekankan peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan penyerapan tenaga kerja dan pendapatan pelaku industri kreatif berbasis ekonomi Islam, sementara Ernayani dan Firman (2024) mengkaji transformasi industri halal melalui inovasi dan keberlanjutan dalam ekonomi syariah. Fadhli dkk. (2025) fokus pada peningkatan daya saing UMKM melalui sertifikasi halal sebagai strategi utama dalam memperkuat posisi produk halal di pasar domestik dan global. Priyatno dkk. (2025) menyoroti pentingnya pengembangan model bisnis berkelanjutan yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memberi manfaat sosial dan lingkungan. Selain itu, Rahayu Wardiani (2025) meneliti integrasi konsep industri hijau dengan sistem halal pada industri kecil menengah, khususnya sektor pakaian, sebagai pendekatan berkelanjutan yang inovatif dan menjanjikan.

Temuan-temuan tersebut memperkuat urgensi penelitian ini untuk mengkaji strategi pengembangan model bisnis halal berkelanjutan yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga memperhatikan nilai sosial dan lingkungan. Selain itu, penting untuk memahami faktor-faktor penghambat dan pendukung dalam penerapannya, sehingga dapat dirumuskan langkah-langkah yang lebih efektif. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menemukan strategi tepat agar ekonomi kreatif dan industri halal dapat berkembang secara inklusif, inovatif, dan berdaya saing global, sekaligus tetap menjaga kelestarian lingkungan dan kesejahteraan sosial. Melalui pendekatan tersebut, industri halal Indonesia diharapkan mampu berperan lebih besar di pasar internasional dan memberikan kontribusi signifikan bagi pertumbuhan ekonomi nasional.

## II. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kepustakaan (*library research*). Data diperoleh dari sumber sekunder berupa artikel ilmiah, buku, laporan resmi, serta dokumen kebijakan yang relevan dengan topik penelitian. Analisis data dilakukan dengan analisis konten, melalui tahapan reduksi data, penyajian, dan penarikan kesimpulan. Pendekatan ini dipandang tepat karena memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola, tantangan, dan strategi pengembangan model bisnis halal berkelanjutan di Indonesia, sekaligus memberikan gambaran komprehensif yang berbasis literatur akademik dan praktis.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Integrasi Ekonomi Kreatif dan Industri Halal dalam Mewujudkan Model Bisnis Berkelanjutan

Ekonomi kreatif menjadi salah satu cara untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga melalui jalur yang halal. Sebagai agama yang sempurna, Islam telah menetapkan aturan tersendiri dalam aktivitas perekonomian. Setiap individu dalam Islam diwajibkan untuk bekerja, di mana pekerjaan tersebut harus memberi manfaat dalam memenuhi kebutuhan hidup serta meningkatkan kesejahteraan manusia (Anggraini et al., 2018). Integrasi ekonomi kreatif dengan industri halal menjadi salah satu strategi kunci dalam membangun model bisnis yang berkelanjutan di Indonesia. Ekonomi kreatif, yang menekankan pada ide, pengetahuan, dan inovasi, mampu meningkatkan nilai tambah produk halal, sehingga tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar domestik tetapi juga memiliki daya tarik di pasar global. Industri halal sendiri memiliki potensi besar karena telah memiliki basis konsumen yang luas, dan bila dikombinasikan dengan kreativitas, produk halal dapat menjadi lebih inovatif, menarik, dan kompetitif. Sinergi antara kedua sektor ini dapat membentuk ekosistem bisnis yang inklusif dan adaptif, mendorong inovasi dalam desain produk, kemasan, pemasaran digital, serta penerapan teknologi untuk efisiensi produksi dan transparansi rantai pasok. Selain itu, integrasi ini juga dapat mendukung penciptaan lapangan kerja baru, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, serta memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat industri halal global yang berkelanjutan (Azwina et al., 2023).

Perkembangan industri halal di Indonesia tidak hanya berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memperkuat penerapan nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis sehari-hari (Agustira et al., 2024). Dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah pada seluruh aspek industri, mulai dari produksi, distribusi, hingga pemasaran, diharapkan tercipta sistem ekonomi yang lebih adil, berkelanjutan, dan inklusif. Sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki peran strategis untuk menjadi pelopor dalam pengembangan industri halal, sekaligus menjadi contoh bagi negara lain dalam mengimplementasikan ekonomi berbasis syariat. Potensi industri halal di Indonesia sangat besar, tidak hanya sebagai penggerak ekonomi domestik, tetapi juga sebagai kekuatan ekspor yang mampu meningkatkan posisi Indonesia di pasar global. Lebih jauh, industri halal dapat membuka peluang lapangan kerja, mendorong inovasi berbasis teknologi dan kreativitas lokal, serta memperkuat ketahanan ekonomi nasional melalui diversifikasi produk yang halal, aman, dan berkelanjutan (Fadhil et al., 2024).

Bentuk integrasi antara ekonomi kreatif dan industri halal salah satunya terlihat pada proses pengembangan produk halal yang memadukan inovasi dalam desain, kemasan, branding, serta pemanfaatan teknologi digital. Produk halal saat ini tidak hanya menekankan kepatuhan terhadap syariat, tetapi juga

dirancang agar menarik secara visual, modern, dan ramah lingkungan, sehingga mampu memenuhi preferensi konsumen yang semakin beragam. Kreativitas dalam desain kemasan dan branding juga berperan penting dalam membangun citra merek yang kuat, meningkatkan daya saing, dan memberikan nilai tambah yang lebih tinggi. Selain itu, pemanfaatan platform e-commerce dan media sosial sebagai sarana pemasaran memungkinkan produk halal menjangkau pasar yang lebih luas, baik di tingkat domestik maupun global, sekaligus meningkatkan kesadaran konsumen terhadap kehalalan dan keberlanjutan produk. Integrasi ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif tidak hanya mendukung aspek estetika dan pemasaran, tetapi juga mendorong inovasi dalam model bisnis, efisiensi rantai pasok, dan penerapan praktik berkelanjutan dalam industri halal (Fadhli et al., 2025).

Mewujudkan model bisnis yang berkelanjutan dapat dibantu dengan integrasi ini. Inovasi yang ramah lingkungan, seperti penggunaan bahan baku yang dapat didaur ulang, pengurangan limbah, dan efisiensi energi, adalah cara kreatif dapat dimotivasi. Selain itu, sektor ekonomi kreatif memiliki kemampuan untuk memberdayakan komunitas lokal dengan membantu UMKM, pengrajin, dan tenaga kerja kreatif yang termasuk dalam rantai pasokan industri halal. Oleh karena itu, bisnis tidak hanya menghasilkan uang, tetapi juga menghasilkan manfaat sosial dan menjaga lingkungan (Priyatno et al., 2025). Integrasi ini juga meningkatkan persaingan produk halal Indonesia di pasar global. Konsumen global saat ini tidak hanya menginginkan produk yang layak pakai, tetapi mereka juga sangat memperhatikan nilai-nilai keberlanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan. Konsumen internasional yang selektif akan lebih mudah menerima produk halal yang diperkaya dengan inovasi inovatif seperti desain premium, sertifikasi transparan, dan pemasaran digital yang efektif. Hal ini memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat halal global dengan reputasi produknya yang berkualitas, berkelanjutan, dan halal.

Integrasi industri halal dan ekonomi kreatif dapat dianggap sebagai kunci strategis untuk menjawab tantangan global sekaligus mendukung agenda pembangunan berkelanjutan. Dengan bekerja sama, produk halal Indonesia dapat menjadi lebih kompetitif, berdaya saing, dan membantu pertumbuhan ekonomi negara. Peningkatan regulasi, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, dan ekosistem kolaboratif yang melibatkan pemerintah, pelaku usaha, akademisi, dan komunitas masyarakat diperlukan untuk mempercepat integrasi ke depan.

## 2. Tantangan Model Bisnis Berkelanjutan di Industri Halal Kreatif

Industri halal kreatif menyimpan potensi yang sangat besar, akan tetapi penerapan model bisnis berkelanjutan di sektor ini masih menghadapi sejumlah kendala. Dari sisi eksternal, salah satu tantangan utama bagi Indonesia adalah ketatnya persaingan global (Putri & Malahayatie, 2024). Sejumlah negara seperti Malaysia, Brunei Darussalam, Turki, Pakistan, Qatar, dan Uni Emirat Arab telah lebih dulu mengembangkan industri halal mereka. Bahkan, beberapa negara non-Muslim seperti Australia, Thailand, Singapura, Inggris, hingga Italia juga turut menjadi pesaing yang serius dalam pasar halal dunia. Jika tidak mampu mengoptimalkan potensi yang ada, Indonesia berisiko tertinggal dan hanya berperan sebagai pengguna produk di pasar halal yang besar serta menjanjikan ini.

Tantangan eksternal berdampak langsung pada pola konsumsi dalam negeri. Jika arus masuk produk asing semakin besar, maka minat masyarakat terhadap produk lokal akan menurun. Akibatnya, neraca perdagangan bisa mengalami defisit karena jumlah impor lebih tinggi dibandingkan ekspor. Untuk mengatasi hal ini, pemerintah perlu menunjukkan komitmen serius dalam menegakkan aturan kepabeanan (Pryanka, 2018). Perlindungan terhadap produk lokal menjadi langkah penting agar pelaku usaha dalam negeri tetap bertahan. Namun, kebijakan proteksi yang diterapkan harus dirancang secara hati-hati serta mampu menekan angka impor tanpa menimbulkan ketegangan diplomatik dengan negara mitra dagang. Dengan cara ini, produk lokal bisa terlindungi sekaligus menjaga keharmonisan hubungan internasional.

Ketersediaan sertifikat halal yang belum diakui secara global hingga saat ini juga termasuk hambatan yang dihadapi. Kondisi ini terjadi karena belum adanya kesepakatan internasional mengenai standar sertifikasi halal. Setiap negara masih menetapkan kriteria masing-masing, dan kriteria tersebut sering kali tidak berlaku atau tidak diterima di negara lain. Akibatnya, muncul ketidakteraturan dalam sistem sertifikasi halal yang dapat memengaruhi tingkat kepercayaan konsumen ketika produk dieksport.

(Fathoni, 2020). Oleh karena itu, dibutuhkan forum internasional untuk membahas dan menyepakati standar sertifikasi halal yang lebih seragam. Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) setidaknya dapat menjadi inisiator dalam mendorong lahirnya kesepakatan ini, sehingga produk halal memiliki legitimasi yang lebih kuat di pasar global.

Rendahnya tingkat kesadaran halal (*halal awareness*) di kalangan masyarakat juga menjadi tantangan internal yang dihadapi Indonesia. Banyak orang masih beranggapan bahwa semua produk yang beredar di pasar otomatis halal, sehingga pemahaman mereka terhadap konsep halal belum sepenuhnya mendalam (Pryanka, 2018). Kesadaran halal ini erat kaitannya dengan faktor religiusitas dan tingkat pengetahuan konsumen. Religiusitas umumnya berperan lebih dominan dalam menentukan perilaku pengguna produk halal dibandingkan sekadar pemahaman. Selain itu, kesadaran halal juga dipengaruhi faktor keagamaan, pertimbangan kesehatan, serta keberadaan tanda atau sertifikat halal turut memengaruhi, serta tingkat paparan informasi yang diterima masyarakat. Faktor kepercayaan, identitas diri, dan pengaruh media turut memainkan peran penting dalam membentuk kesadaran halal di Indonesia (Fathoni, 2020).

Penerapan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) juga menghadirkan tantangan berikutnya yang harus dihadapi. Meskipun telah disahkan sejak 2014, aturan ini baru berlangsung diberlakukan pada 17 Oktober 2019, sertifikasi halal wajib dijalankan oleh pelaku usaha secara progresif sesuai tahapan yang ditetapkan pemerintah (Fajaruddin, 2018). Namun, implementasinya masih menemui sejumlah hambatan. Permasalahan signifikan adalah terlambatnya pemerintah dalam mengesahkan Peraturan Pemerintah (PP) sebagai aturan pelaksana. Menurut ketentuan, PP seharusnya diterbitkan selambat-lambatnya dua tahun setelah UU JPH ditetapkan, yaitu pada 2016. Akan tetapi, kenyataannya PP baru dikeluarkan pada 2019, sehingga terjadi keterlambatan hingga tiga tahun. Kondisi ini menunjukkan bahwa pemerintah tidak sepenuhnya melaksanakan aturan hukum dalam pelaksanaan UU JPH (Kusnadi, 2019).

Kesadaran masyarakat yang masih rendah di Indonesia untuk berkompetisi menjadi salah satu kendala besar dalam penguatan industri halal. Masuknya berbagai produk halal dari luar negeri menuntut produk lokal agar mampu bersaing dan tetap bertahan di pasar. Kesadaran masyarakat mengenai pentingnya menghadapi persaingan global masih cukup terbatas. Tidak mengherankan jika Indonesia saat ini lebih banyak berperan sebagai konsumen dalam industri halal. Data menunjukkan bahwa Indonesia menempati posisi pertama sebagai negara dengan pengeluaran makanan halal terbesar, mencapai angka ratusan miliar dolar. Namun, fakta ini tidak sejalan dengan kinerja produksi, karena Indonesia belum masuk ke dalam jajaran sepuluh negara terbaik sebagai produsen makanan halal. Kondisi ini menjadi ironi sekaligus peringatan bahwa Indonesia harus bertransformasi dari sekadar pasar konsumtif menjadi produsen yang aktif dan kompetitif dalam industri halal (Fathoni, 2020).

Tantangan-tantangan dalam penerapan model bisnis halal berkelanjutan di Indonesia tidak hanya terkait regulasi, tetapi juga menyangkut kapasitas sumber daya manusia, akses permodalan, kesenjangan digital, serta kesadaran terhadap isu lingkungan. Oleh karena itu, dibutuhkan kolaborasi antara pemerintah, akademisi, pelaku usaha, dan lembaga keuangan syariah guna menciptakan ekosistem yang mampu mendorong transformasi menuju industri halal kreatif yang berkelanjutan.

### **3. Penerapan Prinsip Keberlanjutan: Ekonomi, Sosial, dan Lingkungan dalam Industri Halal**

Penerapan prinsip keberlanjutan dalam industri halal di Indonesia menyoroti pentingnya menjaga keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan secara berkelanjutan. Dari segi ekonomi, keberlanjutan berarti industri halal harus mampu meningkatkan produktivitas dan daya saingnya, khususnya pada sektor UMKM yang menjadi pilar utama dalam rantai pasok industri ini. Untuk mewujudkannya, pelaku usaha perlu mengadopsi inovasi digital serta memperkuat strategi branding agar produk halal bisa dikenal luas dan diminati pasar internasional (Ernayani & Firman, 2024). Selain itu, pemanfaatan konsep ekonomi sirkular yang mengutamakan efisiensi sumber daya dan pengurangan limbah menjadi langkah penting demi menjaga kelestarian lingkungan. Dengan mengintegrasikan pendekatan-pendekatan tersebut, industri halal tidak hanya akan tumbuh secara kuantitatif, tetapi juga mampu menciptakan nilai ekonomi yang berkualitas dan berkelanjutan, serta memberikan dampak positif bagi

masyarakat dan lingkungan sekitar. Pendekatan ini juga membantu pelaku UMKM dalam beradaptasi terhadap dinamika pasar global sekaligus mendorong pembangunan ekonomi yang inklusif dan ramah lingkungan.

Aspek sosial keberlanjutan industri halal menitikberatkan pada pemberdayaan komunitas lokal dan pemerataan manfaat bagi seluruh pemangku kepentingan. Industri halal yang bersifat inklusif mendorong keterlibatan aktif UMKM, pengrajin, serta tenaga kerja lokal dalam setiap tahap produksi dan distribusi produk halal. Selain itu, peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya produk halal (*halal awareness*) menjadi kunci dalam membentuk pola konsumsi yang sehat, beretika, dan sesuai dengan prinsip syariah. Faktor-faktor pendukung keberlanjutan sosial ini juga meliputi adanya regulasi yang tegas, fasilitas infrastruktur yang memadai, serta partisipasi masyarakat dalam mengawasi pelaksanaan kepatuhan terhadap standar halal. Dengan demikian, keberlanjutan sosial di industri halal tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi semata, tetapi juga tercapai keadilan dalam distribusi manfaat serta peningkatan kualitas hidup dan kesejahteraan bersama, sehingga menciptakan ekosistem industri yang berkelanjutan dan berorientasi pada kesejahteraan masyarakat luas (Andini & Malahayatie, 2025).

Pendukung ekonomi hijau melalui penerapan praktik produksi yang lebih ramah terhadap lingkungan menjadi bagian penting dari aspek lingkungan dalam industri halal di Indonesia. Hal ini mencakup pemilihan bahan baku yang berkelanjutan, optimalisasi penggunaan energi, serta upaya pengurangan limbah produksi untuk menjaga kelestarian ekosistem. Penelitian terkini menyoroti pentingnya menggabungkan prinsip industri hijau dengan standar halal, terutama pada sektor pakaian dan fashion halal yang memiliki potensi besar dalam mendukung tujuan keberlanjutan nasional dan internasional. Dengan arah transformasi ini, produk halal dari Indonesia tidak hanya memenuhi syarat kehalalan secara syariah, tetapi juga memiliki nilai tambah berupa kepatuhan terhadap standar global dalam hal lingkungan. Pendekatan ini akan memperkuat posisi produk halal Indonesia di pasar global yang semakin menuntut produk yang tidak hanya etis, tetapi juga ramah lingkungan, sehingga dapat memperluas peluang ekspor sekaligus menjaga keseimbangan alam (Rahayu Wardiani, 2025).

Penciptaan nilai tambah pada produk halal dengan mengandalkan inovasi dan teknologi, yang tidak hanya memberikan keuntungan bagi produsen tetapi juga mampu meningkatkan daya saing di pasar global menjadi aspek ekonomi yang krusial. Hal ini penting agar industri halal Indonesia dapat berkembang berkelanjutan dan tidak hanya terpaku pada pasar domestik. Aspek sosial tercermin dari partisipasi aktif komunitas lokal dan UMKM dalam rantai pasok produk halal, serta peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pola konsumsi halal yang beretika dan sesuai syariah (Andini & Malahayatie, 2025). Keterlibatan ini menjadi kunci supaya manfaat ekonomi dan sosial dapat dirasakan secara adil dan luas oleh berbagai lapisan masyarakat. Sedangkan aspek lingkungan menekankan pentingnya efisiensi energi, pengurangan limbah, dan penggunaan bahan baku yang berkelanjutan dalam proses produksi. Pendekatan ini membantu menjaga kelestarian alam sekaligus memperkuat reputasi produk halal Indonesia di pasar internasional yang semakin mengutamakan standar keberlanjutan dan ramah lingkungan.

Analisis model bisnis berkelanjutan di Indonesia, dengan demikian harus mengintegrasikan ketiga aspek tersebut sebagai fondasi utama. Dari aspek ekonomi, model bisnis berkelanjutan harus mengintegrasikan inovasi digital dan strategi branding yang kuat, yang memungkinkan pelaku UMKM industri halal meningkatkan daya saing dan produktivitas secara global, sehingga mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Dari aspek sosial, keberlanjutan di dalam model bisnis menuntut pemberdayaan komunitas lokal dan pemerataan manfaat, termasuk keterlibatan aktif UMKM dan peningkatan kesadaran halal, yang berkontribusi pada pembangunan ekonomi inklusif serta penguatan jaringan sosial bisnis. Pada aspek lingkungan, model bisnis berkelanjutan harus mengadopsi praktik ramah lingkungan seperti penggunaan bahan baku berkelanjutan, pengelolaan energi yang efisien, dan pengurangan limbah, yang tidak hanya menjaga kelestarian alam tetapi juga meningkatkan reputasi produk halal di pasar global. Pendekatan ini tidak hanya menciptakan bisnis halal yang kompetitif dan produktif, tetapi juga memastikan manfaat sosial yang adil dan perlindungan lingkungan, sehingga industri halal dapat tumbuh secara holistik dan memberi nilai tambah jangka panjang bagi pelaku usaha, masyarakat, serta lingkungan. Model bisnis

berkelanjutan ini juga membuka peluang ekspansi pasar global dengan standar ekonomi, sosial, dan lingkungan yang tinggi.

#### IV. SIMPULAN

Sinergi integrasi ekonomi kreatif dan industri halal menjadi langkah strategis untuk membangun model bisnis berkelanjutan di Indonesia. Penerapan keduanya dapat mendorong inovasi, meningkatkan daya saing global, dan menciptakan ekosistem usaha yang inklusif, namun masih dihadapkan pada tantangan berupa keterbatasan regulasi, teknologi, kesadaran masyarakat, serta standar keberlanjutan yang belum merata. Untuk menjawab hal tersebut, diperlukan kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, akademisi, dan masyarakat dalam memperkuat regulasi, meningkatkan kapasitas sumber daya manusia, serta mendorong inovasi ramah lingkungan berbasis digital. Dengan penerapan prinsip keberlanjutan yang meliputi aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, industri halal Indonesia diharapkan mampu tumbuh berdaya saing sekaligus berkontribusi pada kesejahteraan sosial, kelestarian lingkungan, dan penguatan posisi Indonesia sebagai pusat industri halal dunia.

#### REFERENSI

- Agustira, A., Putri, R. S., & Zulfikar, Z. (2024). Analisis Dampak Globalisasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Islam Di Negara Indonesia. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 5(1), 21–30.
- Andini, N. P., & Malahayatie. (2025). Pilar-Pilar Pendukung Keberlanjutan Industri Halal Di Indonesia. *Taraadin*, 5(1), 90–108. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/taraadin/article/view/22336/>
- Anggraini, R., Rohmati, D., & Widiastuti, T. (2018). Maqāṣid al-S harī ‘ ah sebagai Landasan Dasar Ekonomi Islam Tika Widiastuti Pendahuluan Saat ini banyak orang mulai bergerak sporadis untuk memenuhi. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 295–317. <https://doi.org/10.21580/economica.2018.9.2.2051>
- Azwina, R., Atika, A., & Dharma, B. (2023). Peran Ekonomi Kreatif terhadap Penyerapan Tenaga Kerja dan Peningkatan Pendapatan Pelaku Industri Kreatif Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kota Medan. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 3680–3699. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.4157>
- Ernayani, R., & Firman, F. (2024). Halal Industry Transformation: Sustainability and Innovation in the Sharia Economy. *Jesya*, 7(1), 1011–1020.
- Fadhil, M., Aris, M., Saputra, I., & Syahrial, M. (2024). Perbandingan Kebijakan Ekonomi Syariah di Negara Negara Islam. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(July), 183–193. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12525882>
- Fadhli, K., Fahimah, M., Rahmawati, I., Bisari, N. A., Juma’izah, R., Saputri, M. K., Qodri, H. F., Ramadhani, M. H., & Koiriyah, S. (2025). Meningkatkan Daya Saing UMKM Melalui Sertifikasi Halal. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 166–173. <https://doi.org/10.32764/abdimasekon.v5i3.5377>
- Fajaruddin, F. (2018). Efektivitas Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Dalam Perlindungan Konsumen. *DE LEGA LATA: Jurnal Ilmu Hukum*, 3(2), 204–216. <https://doi.org/10.30596/dll.v3i2.3151>
- Fathoni, M. A. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>
- Hidayat, R. (2025). Globalisasi Industri Halal dan Tantangan Bisnis Berkelanjutan. *Jurnal Ekonomi Syariah*.
- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. (2023). Master Plan Industri Halal Indonesia 2023-2029. In *Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah*. <https://kneks.go.id/storage/upload/1719104658-Master Plan Industri Halal Indonesia 2023-2029.pdf>
- Kusnadi, M. (2019). Problematika Penerapan Undang-undang Jaminan Produk Halal di Indonesia. *Islamika*, 1(2), 116–132. <https://doi.org/10.36088/islamika.v1i2.213>

- Priyatno, P. D., Sayuti, M. N., Pembangunan, U., Veteran, N., & Korespondensi, P. (2025). *Pengembangan Model Bisnis Berkelanjutan untuk Produk Halal*. 4(1), 125–135.
- Pryanka, A. (2018). *Ini Tantangan Dongkrak Industri Halal Di Indonesia*. Republika Online.
- Putri, A. D., & Malahayatie. (2024). Tantangan Dan Solusi Pengembangan Industri Halal Di Indonesia: Menuju Menjadi Pusat Halal Global. *SYIRKAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 01–14.
- Rahayu Wardiani, G. (2025). Perancangan Model Integrasi Industri Hijau Dan Sistem Halal Pada Ikm Pakaian: Pendekatan Sosial – Teknis Berbasis Soft System Methodology. *Hexagon Jurnal Teknik Dan Sains*, 6(2), 65–76. <https://doi.org/10.36761/hexagon.v6i2.5929>
- Sopanah, S. E., CA, A., Bahri, S., Ghozali, M., & SH, M. A. (2020). *Ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal*. Scopindo Media Pustaka.