

## Arah dan Inovasi Kebijakan dalam Mendorong Transformasi Gaya Hidup Halal di Era Ekonomi Digital

Siti Inayatul Faizah<sup>1</sup>, Avicena Syahrazaq Alfafa<sup>2</sup>, Abdul Halim<sup>3</sup>

<sup>1</sup>*Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga, Indonesia*

<sup>2</sup>*Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas WR Supratman, Indonesia*

<sup>3</sup>*Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga, Indonesia*

Email korespondensi: [inay.hakim@gmail.com](mailto:inay.hakim@gmail.com)

### Riwayat Artikel

Diajukan : 2 April 2026

Direvisi : 20 April 2026

Ditelaah : 7 April 2026

Diterima : 25 April 2026

DOI : 10.20884/1.hakikat.2026.2.1.20047

### Abstrak

Pesatnya pertumbuhan ekonomi digital membuka peluang besar bagi industri halal, namun kajian yang ada masih cenderung membahas aspek teknologi atau regulasi secara terpisah, sehingga belum ada peta jalan kebijakan yang komprehensif untuk mendorong transformasi gaya hidup halal secara menyeluruh di era digital. Penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis arah dan inovasi kebijakan halal di Indonesia serta membandingkannya dengan tren global, guna merumuskan rekomendasi praktis yang dapat meningkatkan daya saing Indonesia di pasar halal digital dunia. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui kajian literatur sistematis dan analisis isi tematik, penelitian ini mensintesis temuan dari jurnal ilmiah, regulasi resmi, laporan lembaga, dan media terpercaya. Hasil analisis menunjukkan tiga temuan utama: pertama, teknologi digital seperti blockchain, kecerdasan buatan, dan platform e-commerce telah mengubah secara signifikan cara konsumen mengakses dan mempercayai produk halal; kedua, kerangka regulasi Indonesia yang berpijak pada UU No. 33 Tahun 2014 serta pembentukan BPJPH dan KNEKS sudah cukup kuat sebagai fondasi, namun implementasinya masih tertinggal dari laju disrupsi digital; dan ketiga, ketiadaan harmonisasi standar halal digital di tingkat internasional, ditambah rendahnya literasi halal digital di kalangan UMKM dan kelompok rentan, menjadi hambatan kritis yang belum tertangani. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan percepatan harmonisasi standar melalui forum OKI dan ASEAN, penguatan investasi riset teknologi halal di perguruan tinggi dan inkubator bisnis, kampanye literasi halal digital berskala nasional, serta pemberdayaan perempuan, generasi muda, dan pelaku UMKM sebagai aktor utama dalam ekosistem halal digital nasional.

**Kata kunci:** Inovasi Kebijakan; Transformasi Halal; Gaya Hidup Halal; Ekonomi Digital

### Abstract

The rapid growth of the digital economy has opened new pathways for the halal industry, yet existing studies tend to examine either the technological or regulatory dimension in isolation, leaving a gap in understanding how policy innovation can holistically drive halal lifestyle transformation in the digital era. This study addresses

*that gap by analyzing the directions and innovations of halal policies in Indonesia and comparing them with global trends, with the aim of formulating practical recommendations to strengthen Indonesia's competitiveness in the global digital halal market. Using a qualitative approach with systematic literature review and thematic content analysis, this study synthesizes findings from academic journals, official regulations, institutional reports, and trusted media sources. The analysis reveals three key findings: first, digital technologies such as blockchain, artificial intelligence, and e-commerce platforms have substantially transformed how consumers access and trust halal products; second, Indonesia's existing regulatory framework anchored by Law No. 33 of 2014 and the establishment of BPJPH and KNEKS provides a solid foundation, yet its implementation still lags behind the pace of digital disruption; and third, the absence of harmonized international halal digital standards, compounded by low digital halal literacy among MSMEs and marginalized groups, remains a critical obstacle. This study recommends accelerating global standard harmonization through OIC and ASEAN platforms, directing halal technology investment toward universities and business incubators, launching large-scale digital halal literacy campaigns, and prioritizing the inclusion of women, youth, and MSME actors in digital halal policy programs.*

**Keyword:** Policy Innovation; Halal Transformation; Halal Lifestyle; Digital Economy

## A. Pendahuluan

Perkembangan ekonomi digital di dalam negeri berkontribusi dalam peningkatan produktivitas, pertumbuhan PDB, serta percepatan dalam arus produksi, konsumsi, dan distribusi (Aprilia et al., 2021). Dalam konteks syariah, pertumbuhan ekonomi digital telah membuka berbagai peluang baru bagi industri halal, terutama dalam meningkatkan akses pasar dan efisiensi operasional (Maimuna et al., 2024). Munculnya inovasi dalam teknologi pembayaran dan logistik dapat mendukung efisiensi operasional, yang pada akhirnya industri halal dapat bersaing lebih baik di pasar global. Selain itu, digitalisasi juga memungkinkan pengembangan inovasi dalam pemasaran dan distribusi, yang pada gilirannya dapat mendorong pertumbuhan ekonomi syariah secara keseluruhan. Hal ini menunjukkan bahwa sinergi antara ekonomi digital dan industri halal sangat penting untuk mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan (Lesmana, 2023).

Industri halal menjadi bagian dari sektor ekonomi yang memiliki potensi dalam mendorong perkembangan perekonomian global. Permintaan produk halal yang tinggi disebabkan oleh laju pertumbuhan komunitas muslim di seluruh dunia yang sangat signifikan (Rahmawati et al., 2022). Kondisi tersebut mencerminkan kesadaran yang semakin tinggi di kalangan konsumen terhadap minat gaya hidup sehat dan etis melalui produk halal. (Dinar Standard, 2022) dalam *State of the Global Islamic Economy Reporting* memperkirakan bahwa konsumsi produk halal akan terus meningkat dan menciptakan peluang bisnis yang menarik bagi pelaku industri. Kondisi tersebut juga mendorong pentingnya sertifikasi halal untuk memastikan kepercayaan konsumen dalam pemenuhan standar dan meningkatkan daya saing di pasar global (Hendra & Fauziah, 2023). Allah telah memerintahkan manusia untuk mengonsumsi segala sesuatu yang halal dan baik yang dinyatakan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah/2:168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata. (QS. al-Baqarah/2:168)

Berdasarkan ayat tersebut, manusia diamanahkan untuk memenuhi kebutuhannya melalui produk dan jasa yang halal dan baik kandungan atau cara perolehannya, serta tidak mengikuti setan. Peran dan kebijakan pemerintah menjadi sangat penting dalam pengembangan industri halal melalui penciptaan lingkungan yang kondusif. Melalui regulasi yang telah tersusun, pemerintah dapat mendorong investasi dan inovasi dalam industri halal (Hakim & Sugianto, 2024). Hadirnya kebijakan yang memfasilitasi sertifikasi halal dan promosi produk halal di pasar domestik maupun internasional, juga akan meningkatkan daya saing produk halal. Sehingga, kolaborasi antara pemerintah, pelaku industri, dan lembaga keagamaan sangat penting dalam memperkuat ekosistem halal untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan (Rachmattie et al., 2024).

Transformasi gaya hidup halal pada era ekonomi digital, tidak terlepas dari peran inovasi teknologi dan urgensi kolaborasi lintas sektor. Gaya hidup halal terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang mempercepat pemasaran dan memperluas jangkauan pasar produk halal. Contohnya media sosial, sistem pelacakan digital dan sertifikasi halal berbasis *blockchain* yang mampu memberikan jaminan produk halal secara langsung untuk konsumen (Mustika, 2023). Platform digital lainnya seperti *e-commerce*, teknologi kecerdasan buatan juga memberikan jalan untuk menyesuaikan layanan dan promosi gaya hidup halal, sehingga memberikan pengalaman yang lebih personal sesuai segmen pasar yang luas (Arsyi et al., 2024).

Optimalisasi inovasi teknologi perlu didorong melalui dukungan para *stakeholder* seperti pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat. Sebagai regulator, pemerintah berperan untuk memberikan kepastian hukum dan membangun infrastruktur yang mendukung pengembangan produk halal (Wajdi & Susanti, 2021). Pada aspek industri, diperlukan adaptasi dan pemenuhan kebutuhan masyarakat yang semakin memiliki kesadaran pada produk dan jasa halal, sedangkan masyarakat di sisi lain berperan sebagai pengguna akhir yang harus diberdayakan melalui edukasi digital dan literasi halal (Ismail, 2024).

Urgensi kolaborasi menjadi semakin penting di tengah pesatnya pertumbuhan ekonomi halal global, dengan peluang Indonesia sebagai pusat industri halal dunia, sehingga diperlukan eksplorasi secara mendalam terkait integrasi gaya hidup halal dengan teknologi digital. Penelitian ini berkontribusi untuk memberikan rekomendasi praktis dalam rangka meningkatkan daya saing industri halal Indonesia pada konteks ekonomi digital global. Pendekatan penelitian menggabungkan dua fokus utama: pertama, bagaimana inovasi teknologi digital berperan dalam mendorong transformasi gaya hidup halal; dan kedua, bagaimana arah dan inovasi kebijakan dapat dirancang secara kolaboratif untuk mendukung perkembangan ekosistem halal secara berkelanjutan.

## B. Tinjauan Pustaka

Peran inovasi teknologi digital dalam mendorong transformasi gaya hidup halal berpengaruh besar sebagai katalisator menuju pengelolaan yang lebih efisien, transparan dan partisipatif (Aktatusyaniah & Hidayat, 2025). Digitalisasi dalam

penyusunan kebijakan menawarkan tantangan dan peluang yang signifikan untuk menciptakan kebijakan yang adaptif, inklusif, dan responsif terhadap perubahan sosial dan teknologi. Di satu sisi, tantangan utama meliputi kesenjangan digital yang dapat memperlebar ketidaksetaraan akses informasi dan partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan. Di sisi lain, digitalisasi memberikan peluang untuk meningkatkan transparansi, efisiensi, dan keterlibatan publik melalui platform digital yang memungkinkan interaksi langsung antara pemerintah dan masyarakat (Sedana et al., 2025).

Pemanfaatan digitalisasi dalam konteks gaya hidup halal telah diimplementasikan contohnya dalam sertifikasi halal, penggabungan data antar lembaga, dan penyediaan layanan publik yang lebih responsif untuk melayani kebutuhan masyarakat Muslim ((Hakim & Sugianto, 2024), Hakim). Regulasi terkait kehalalan produk telah diatur dalam Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH). UU ini menegaskan bahwa sertifikasi halal telah menjadi kewajiban untuk produk yang ada di masyarakat. Selain itu, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) juga dibentuk sebagai lembaga pengatur, pengawas dan pengoordinasian sertifikasi. Peran lembaga lain seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI) tetap menjadi dasar kehalalan produk melalui fatwa yang dikeluarkan, sehingga tercipta keterhubungan lembaga yang saling berkaitan (Faidah, 2017).

Proses transformasi ini sangat dipengaruhi oleh kebijakan publik. Konsep digital *governance* dan *regulation* mengedepankan pentingnya penggunaan teknologi dalam mewujudkan tata kelola yang responsif, adaptif, dan inklusif (Dutil & Williams, 2017). Diperlukan transparansi data, kerja sama lembaga-lembaga dan partisipasi publik sebagai dasar keberhasilan ((Hakim & Sugianto, 2024), Aktatusyariah). Oleh karena itu, kebijakan halal perlu terus dikuatkan baik dari segi pemerintah, industri maupun pemberdayaan masyarakatnya.

Dalam Islam, kolaborasi antara pemerintah, industri, dan masyarakat sangat penting dan dianggap sebagai bentuk dari penerapan pada prinsip ta'awun. Dimana ta'awun sendiri memiliki definisi sikap yang saling membantu untuk mencapai kebaikan bersama. Konsep ini menekankan bahwa kerja sama yang baik dapat menghasilkan manfaat yang lebih besar bagi semua pihak, mendukung pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat. Sebagaimana yang telah diterangkan dalam Al-Quran surat Al-Maidah ayat/2:5:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَجْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشُّهُرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا أُمِينَ النَّبِيِّتِ الْحَرَامِ بَيْنَعُونَ فَمَنْ كَانَ مِنْكُمْ مَرِيضًا أَوْ عَلَىٰ سَفَرٍ أَوْ جَاءَ مِنْكُمْ مِنْ عَذَابٍ أَلِيمٍ فَلْيَصْطَدُوا بِأَمْوَالِهِمْ فِي الْحَرَامِ وَلَا يَعْزُبُوا عَنْهَا وَلَا يَحْسَبُوا بِهَا كَيْدًا وَلَا يَفْتَرُوا عَلَى اللَّهِ كَذِبًا لَيَسًّا وَلَا يُنْتَفِعُوا بِهَا آثَامًا وَلَا تَحْسَبُوا أَنَّهَا حَالِقَةٌ فَمَنْ كَانَ مِنْكُمْ غَنِيًّا فَلْيَسْفِهْهَا بِالْحَرَامِ وَلَا تَحْسَبُوا أَنَّهَا حَالِقَةٌ فَمَنْ كَانَ مِنْكُمْ غَنِيًّا فَلْيَسْفِهْهَا بِالْحَرَامِ وَلَا تَحْسَبُوا أَنَّهَا حَالِقَةٌ فَمَنْ كَانَ مِنْكُمْ غَنِيًّا فَلْيَسْفِهْهَا بِالْحَرَامِ وَلَا تَحْسَبُوا أَنَّهَا حَالِقَةٌ

*Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syiar-syiar (kesucian) Allah, jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (menggangu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan qalā'id (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula mengganggu) para pengunjung Baitulharam sedangkan mereka mencari karunia dan rida Tuhannya! Apabila kamu telah bertahalul (menyelesaikan ihram), berburulah (jika mau). Janganlah sekali-kali kebencian(-mu) kepada suatu kaum, karena mereka menghalang-halangi dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya. (QS. al-Maidah/2:5)*

Berdasar pada ayat di atas dapat dikaitkan dengan model kolaborasi antara pemerintah, industri, dan masyarakat dalam teori kolaborasi kebijakan publik yang menekankan sinergi antara ketiga sektor untuk mencapai tujuan bersama dan saling tolong-menolong. Melalui dialog dan partisipasi aktif, model ini bertujuan untuk menciptakan kebijakan yang lebih responsif dan inklusif (Astuti et al., 2025). Teori kolaborasi dalam kebijakan publik, atau *collaborative governance*, menekankan pentingnya keterlibatan berbagai pemangku kepentingan dalam proses pengambilan keputusan secara kolektif. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan legitimasi kebijakan dengan memfasilitasi dialog dan kerja sama antara lembaga publik dan masyarakat (Nasrulhaq, 2020).

### C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis *narrative review*, yakni sebuah metode tinjauan literatur yang bertujuan memetakan dan mensintesis berbagai pemikiran, kebijakan, serta temuan penelitian terdahulu secara tematis dan interpretatif. Pilihan atas *narrative review* didasarkan pada sifat penelitian yang bersifat eksploratif dan konseptual, di mana tujuan utamanya adalah membangun pemahaman yang menyeluruh mengenai arah dan inovasi kebijakan halal di era ekonomi digital, bukan sekadar merangkum hasil studi yang telah ada. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memadukan beragam perspektif dari lintas disiplin ilmu, mulai dari ekonomi syariah, kebijakan publik, hingga teknologi informasi, sehingga menghasilkan sintesis yang lebih kaya dan kontekstual.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini seluruhnya bersifat sekunder, meliputi jurnal ilmiah bereputasi, buku referensi, regulasi dan peraturan pemerintah, laporan lembaga resmi, hasil studi organisasi internasional, serta artikel dari media yang terpercaya dan terverifikasi. Proses pemilihan literatur didasarkan pada sejumlah kriteria inklusi yang telah ditetapkan, yaitu relevansi topik dengan tema gaya hidup halal dan ekonomi digital, periode publikasi yang diprioritaskan dari tahun 2017 hingga 2025, serta kualitas sumber yang dinilai dari reputasi penerbit dan relevansi kontribusi substansifnya. Sumber yang tidak relevan secara tematis, berasal dari platform tidak terverifikasi, atau bersifat terlalu spesifik pada konteks yang tidak dapat digeneralisasi, ditetapkan sebagai kriteria eksklusi. Pencarian literatur dilakukan melalui basis data Google Scholar, Portal Garuda, dan DOAJ, dengan menggunakan kata kunci dalam bahasa Indonesia dan Inggris seperti "*halal lifestyle digital economy*", "*kebijakan halal digital*", "*halal certification technology*", dan variasinya. Proses analisis data dilakukan melalui dua tahap yang saling melengkapi. Pertama, analisis isi (*content analysis*) diterapkan untuk mengidentifikasi gagasan-gagasan kunci dari setiap sumber, meliputi proses pembacaan mendalam, pemberian kode tematik (*thematic coding*), dan pengelompokan temuan ke dalam kategori-kategori yang relevan. Kedua, sintesis tematik dilakukan dengan cara membandingkan dan mempertemukan temuan dari berbagai sumber untuk menemukan pola-pola umum, perbedaan perspektif, serta implikasi kebijakan yang dapat ditarik secara lintas literatur. Guna menjaga keakuratan dan konsistensi analisis, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber, yaitu dengan memverifikasi temuan utama dari minimal tiga sumber yang berbeda sebelum dijadikan dasar argumen atau rekomendasi. Selain itu, untuk menjembatani hasil sintesis literatur dengan implikasi kebijakan yang konkret, penelitian ini menggunakan kerangka konseptual yang mengintegrasikan tiga dimensi utama: inovasi teknologi digital, tata kelola halal, dan kolaborasi multi stakeholder. Kerangka ini berfungsi sebagai model analitis yang menghubungkan temuan-temuan literatur dengan rekomendasi kebijakan yang dapat diterapkan dalam konteks pengembangan ekosistem halal digital di Indonesia maupun pada tingkat global.

## D. Pembahasan

### 1. Kerangka Konseptual

Gaya hidup halal berbasis syariah kini berevolusi, dari sekadar pemenuhan kebutuhan makanan halal ke arah preferensi digital yang luas. Kondisi ini diawali dengan kesadaran yang muncul dari pengetahuan dan juga pemahaman terhadap suatu barang dan jasa halal (Fathoni, 2021). Kesadaran konsumen terhadap produk halal di Indonesia terus meningkat, dengan penelitian menunjukkan bahwa permintaan terhadap makanan dan kosmetik halal semakin tinggi (Ayunda, Mutmainah, & Huda, 2018). Faktor-faktor seperti sertifikasi halal dan literasi halal berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan dan minat beli konsumen.

Perluasan definisi gaya hidup halal tidak hanya terbatas pada aspek makanan, namun juga mencakup sektor *fashion*, kosmetik, dan layanan. Perilaku konsumen semakin memperhatikan produk *fashion* yang sesuai dengan prinsip halal, yang bertujuan untuk mendapatkan kemaslahatan di dalamnya (Hasibuan, Nasution, & Siregar, 2019). Tidak hanya menjadi konsumsi utama umat Muslim, gaya hidup halal kini semakin mendapat perhatian dari konsumen global karena nilai-nilai yang dikandungnya, seperti keamanan, etika, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial. Dalam industri kosmetik, permintaan produk juga meningkat seiring dengan kesadaran konsumen akan unsur-unsur *brand holistic* pada kosmetik sesuai dengan prinsip syariah (Maulizah & Sugianto, 2024). Dan pada sektor layanan, layanan keuangan dan pariwisata halal juga mengalami pertumbuhan, di mana konsumen mencari layanan yang sejalan dengan nilai-nilai syariah (Nasrulloh, Adiba, & Efendi, 2023).

Integrasi nilai-nilai syariah dalam berbagai sektor ini mencerminkan perubahan paradigma dalam gaya hidup konsumen, yang semakin mengedepankan etika dan keberlanjutan. Dengan demikian, perluasan definisi gaya hidup halal menjadi penting untuk mencakup berbagai aspek kehidupan sehari-hari yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam konteks ini, transformasi gaya hidup halal bukan hanya menjadi identitas religius, melainkan juga fenomena sosial dan ekonomi yang memiliki implikasi luas terhadap arsitektur kebijakan publik, strategi bisnis, serta sistem perdagangan global.

Dengan adanya penetrasi teknologi digital, gaya hidup halal mengalami perluasan definisi dan skala dampak. Penetrasi teknologi digital dalam gaya hidup halal telah membawa perubahan signifikan dalam cara konsumen mengakses dan berinteraksi dengan produk serta layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Munculnya platform *e-commerce* serta media sosial memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi dan meningkatkan kesadaran tentang produk halal, serta memberikan ruang yang lebih luas dalam penyebaran merek halal. Penggunaan teknologi digital dalam pemasaran produk halal tidak hanya meningkatkan visibilitas merek, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan (Siregar, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa integrasi teknologi digital dalam gaya hidup halal semakin penting untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin cerdas dan terinformasi.

Teknologi seperti *blockchain* dan AI mulai dimanfaatkan dan semakin diakui sebagai alat yang efektif untuk memperkuat transparansi, *traceability*, serta keandalan produk halal (Alourani & Khan, 2024). Setiap langkah rantai pasokan dapat dicatat secara permanen dan transparan dalam *blockchain* dan memberikan kemudahan dalam melacak asal-usul produk halal (Sitompul et al., 2024).

Sementara, AI dapat digunakan dalam memberikan informasi yang lebih mudah dan akurat mengenai keandalan produk untuk memberikan keputusan terbaik bagi konsumen (Yana, 2024). Dengan demikian, integrasi teknologi *blockchain* dan AI tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga memperkuat integritas industri halal secara keseluruhan, serta dalam kerangka kebijakan publik, transformasi ini menuntut adanya kebijakan inovatif dan multi sektor untuk menciptakan tata kelola halal digital yang inklusif dan akuntabel.

Inovasi ini memungkinkan terbangunnya sistem halal yang lebih akuntabel, efisien, dan dapat dilacak dari hulu ke hilir ((Sitompul et al., 2024), Abdullah Alourani & Shahnawaz Khan). Konsumen saat ini tidak hanya menuntut produk yang halal secara syariah, tetapi juga *thayyib*, yakni baik dan layak dalam hal proses produksi, distribusi, serta dampak sosial-lingkungannya. Namun, potensi besar gaya hidup halal digital ini belum sepenuhnya diimbangi oleh kesiapan kebijakan yang adaptif dan inovatif. Di banyak negara, termasuk Indonesia, regulasi dan lembaga halal masih berorientasi pada pendekatan konvensional yang menitikberatkan pada aspek legal-formal, tanpa mempertimbangkan dinamika teknologi serta nilai-nilai keberlanjutan dan inklusivitas. Padahal, agar mampu bersaing di pasar global, sistem halal nasional harus mampu menyesuaikan diri dengan tuntutan zaman, termasuk melalui adopsi teknologi digital dan formulasi kebijakan publik yang mendukung pertumbuhan ekosistem halal secara menyeluruh (Sitompul et al., 2024; Patrice Dutil & Julie Williams). Inilah yang menjadi titik tolak sekaligus kebaruan dari penelitian ini. Berbeda dari studi-studi terdahulu yang umumnya mengkaji kebijakan halal dan *digital governance* dalam lajur yang berpisah, penelitian ini secara sengaja menempatkan keduanya dalam satu bingkai analisis yang saling melengkapi. Penelitian ini berargumen bahwa transformasi gaya hidup halal yang berkelanjutan hanya dapat terwujud apabila kebijakan halal dirancang dengan jiwa *digital governance*: partisipatif, berbasis data, lintas sektor, dan adaptif terhadap perubahan teknologi. Kerangka konseptual yang dikembangkan dalam studi ini yang mempertemukan teori *collaborative governance*, prinsip *digital governance*, dan nilai-nilai syariah merupakan kontribusi akademis yang belum banyak ditawarkan oleh penelitian sebelumnya dalam konteks Indonesia.

## 2. Arah Kebijakan Nasional dan Global

Mulai Oktober 2024, Indonesia telah membuat langkah signifikan melalui penerapan regulasi wajib label halal bagi produk makanan, minuman, dan jasa sembelihan secara resmi diberlakukan di Indonesia (BPJH, 2024). Langkah ini memiliki tujuan dalam meningkatkan transparansi serta memperkuat kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk yang beredar di pasar domestik. Label Halal Indonesia wajib dicantumkan secara jelas di kemasan produk sesuai ketentuan dalam PP No. 42 Tahun 2024 sebagai turunan dari UU No. 33 Tahun 2014. Kebijakan ini kedepannya diharapkan dapat mendorong pertumbuhan industri halal nasional sekaligus memperketat pengawasan terhadap produk yang tidak memiliki sertifikasi halal.

BPJPH, sebagai badan penyelenggara jaminan produk halal, mengakselerasi digitalisasi sertifikasi melalui sistem yang terintegrasi. Sistem ini bekerja dengan menggunakan teknologi informasi untuk mempercepat dan mempermudah proses permohonan, pemeriksaan, serta pelacakan status sertifikasi halal. Dengan tujuan penggunaan teknologi ini adalah untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas. Selain itu, pembentukan Komite

Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) menjadi dasar arah kebijakan nasional dalam mendorong ekosistem halal melalui sinergi sektor industri, keuangan, dan logistik syariah. KNEKS berperan dalam penyusunan strategi pengembangan industri halal dan pembentukan kawasan industri halal yang terintegrasi, yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah global.

Malaysia telah mengintegrasikan *Halal Industry Master Plan 2030* atau HIMP 2030 dengan strategi ekonomi digital melalui *Islamic Digital Economy (IDE)*. HIMP 2030 ini menetapkan lima pilar utama, yaitu layanan pelacakan halal, pengembangan talenta, standar dan sertifikasi, keuangan syariah, serta aspek logistik (HDC, 2020). Penerapan inovasi dan teknologi digital, seperti *blockchain*, *Internet of Things (IoT)*, dan *big data* dalam layanan pelacakan halal, digunakan dalam memastikan integritas rantai pasokan dan meningkatkan daya saing produk halal Malaysia di pasar global.

Harmonisasi standar halal antarnegara dalam Organisasi Kerja sama Islam (OKI) merupakan langkah strategis yang bertujuan untuk mempercepat arus perdagangan berbasis syariah di antara negara-negara anggota. Dalam konteks ini, harmonisasi berarti pengembangan standar halal yang seragam dan konsisten di seluruh negara anggota, sehingga memudahkan pelaku usaha dalam memenuhi persyaratan yang diperlukan untuk memasuki pasar internasional.

Salah satu tujuan utama dari harmonisasi ini adalah untuk memfasilitasi perdagangan berbasis syariah. Dengan adanya standar yang seragam, pelaku usaha tidak perlu lagi menghadapi berbagai regulasi yang berbeda-beda di setiap negara, yang sering kali menjadi penghalang dalam perdagangan. Hal ini akan mengurangi biaya dan waktu yang diperlukan untuk mendapatkan sertifikasi halal, sehingga mendorong lebih banyak produk halal untuk diperdagangkan secara internasional. Selain itu, harmonisasi standar halal juga berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen (Baso et al., 2024). Ketika konsumen mengetahui bahwa produk yang mereka beli telah memenuhi standar halal yang diakui secara internasional, mereka akan lebih yakin untuk mengkonsumsinya. Kepercayaan ini sangat penting, terutama di pasar yang semakin kompetitif, di mana konsumen memiliki banyak pilihan.

Inisiatif harmonisasi ini juga mendapatkan dukungan dari ASEAN, yang mulai menjajaki kebijakan lintas batas untuk memperkuat kerja sama antarnegara. ASEAN sebagai organisasi regional memiliki potensi pasar yang besar, dengan populasi yang signifikan dan pertumbuhan ekonomi yang pesat. Dengan mengembangkan kebijakan yang mendukung perdagangan halal di kawasan ini, negara-negara anggota ASEAN dapat saling memanfaatkan potensi yang ada, baik dalam hal sumber daya, teknologi, maupun pasar.

Kerja sama ini tidak hanya terbatas pada pengembangan standar, tetapi juga mencakup berbagai aspek lain, seperti pertukaran informasi, pelatihan, dan pengembangan kapasitas. Dengan demikian, negara-negara anggota dapat saling belajar dan berbagi pengalaman dalam mengembangkan industri halal mereka. Secara keseluruhan, harmonisasi standar halal antarnegara OKI dan dukungan dari ASEAN merupakan langkah penting dalam menciptakan ekosistem perdagangan berbasis syariah yang lebih efisien dan efektif. Dengan adanya kerja sama yang kuat dan standar yang seragam, diharapkan industri halal dapat tumbuh dan berkembang, memberikan manfaat yang lebih besar bagi perekonomian negara-negara anggota serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

### 3. Inovasi Kebijakan dan Implementasi Strategis

Inovasi kebijakan merupakan penggerak utama dalam transformasi gaya hidup halal pada era ekonomi digital ((Sitompul et al., 2024), Lesmana). Inovasi diupayakan khususnya melalui adopsi teknologi baru untuk mendorong efisiensi, transparansi, dan keterjangkauan layanan serta produk halal. Kebijakan yang dibentuk pemerintah diharapkan dapat sesuai dengan dinamika perkembangan teknologi digital sehingga kebijakan tersebut secara pasti dapat mendorong transformasi, bukan menghambatnya.

*Blockchain* adalah salah satu bentuk inovasi kebijakan yang dibentuk untuk mempercepat proses sertifikasi halal dan pelacakan rantai pasok secara transparan ((Sitompul et al., 2024), Sitompul). Inovasi ini meningkatkan transparansi dan akuntabilitas melalui *immutable record* dalam tahapan-tahapan rantai pasok. *Blockchain* dapat melacak proses produksi hingga distribusi produk halal sehingga kepercayaan konsumen pada label halal dapat meningkat (Jimmi, 2025). Pada perkembangan teknologi lain, kecerdasan buatan (AI) digunakan untuk menganalisis pola konsumsi Muslim global dan mengoptimalkan rekomendasi produk halal. Hal ini mendorong perluasan jangkauan pasar industri halal digital secara signifikan.

Perkembangan teknologi ini memerlukan pemerintah selaku regulator untuk memberikan keringanan-keringanan kepada *startup* atau perusahaan lain yang bergerak di sektor *e-commerce* dan teknologi finansial syariah. Langkah strategis yang dapat diambil adalah pemberian insentif berupa pemotongan pajak, dengan tujuan mengurangi beban finansial usaha Hutagaol et al., 2022. Selain itu, pendanaan berbasis syariah juga berperan penting bagi pengadaan dana khususnya untuk UMKM sehingga memiliki alternatif pendanaan berbasis syariah untuk mengembangkan usahanya.

Transformasi digital gaya hidup halal tidak dapat dilepaskan dari pertumbuhan *e-commerce* halal. Kemudahan yang diberikan *e-commerce* memungkinkan konsumen untuk mengakses produk halal dari berbagai negara dan memudahkan distribusi. Upaya yang dapat dilakukan untuk mendukung hal ini adalah melalui strategi pemasaran digital yang efektif (Siregar, 2024). Media sosial, kolaborasi dengan *influencer* Muslim, dan kampanye digital merupakan alat yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan yaitu membangun kesadaran konsumen serta memperkuat ekosistem halal digital.

### 4. Tantangan dan Peluang

Dalam perkembangannya, transformasi gaya hidup halal menuju teknologi digital memiliki sejumlah tantangan yang perlu diatasi agar prosesnya dapat berjalan dengan baik. Salah satu tantangan utama adalah variasi regulasi halal di tingkat global. Perbedaan yang dimiliki setiap negara pada aspek standar, mekanisme sertifikasi, dan lembaga pengawas halal yang berbeda menghambat kemampuan antar negara untuk mengkomunikasikan dan menyelaraskan sistem digitalnya (Rachmiate et al., 2024). Ketiadaan harmoni ini dapat menimbulkan permasalahan ekspor, kepercayaan konsumen, hingga integrasi teknologi. Pada tingkat nasional, Indonesia masih memerlukan pemerataan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) di seluruh wilayah.

Selanjutnya, literasi digital halal masyarakat termasuk pelaku UMKM masih tergolong rendah. Manfaat dan cara untuk mengakses *platform* halal masih belum dijangkau oleh konsumen dan pelaku usaha belum secara keseluruhan menggunakan prinsip dan praktik halal berbasis digital (Maulizah & Sugianto, 2024). Baik konsumen maupun pelaku usaha belum sepenuhnya memahami konsep halal yang komprehensif, serta belum banyak yang memanfaatkan peluang ekonomi digital untuk produk halal. Hal tersebut terjadi karena keterbatasan pengetahuan dan infrastruktur teknologi. Diperlukan investasi dalam jumlah besar untuk melatih sumber daya manusia agar dapat menggunakan teknologi dengan baik bagi semua kalangan, termasuk perempuan dan generasi muda yang masih memiliki keterbatasan dalam ekosistem digital halal (Fathoni, 2021).

Pada sisi lain, terdapat pula peluang strategis yang dapat dimanfaatkan agar Indonesia dapat mencapai tujuan sebagai pelopor ekosistem halal digital global. Populasi Muslim Indonesia sangat besar, sekitar 87% dari total penduduk. Ini menciptakan pasar domestik halal yang sangat besar dan potensial, baik dalam konsumsi produk maupun layanan berbasis syariah, sehingga sangat strategis untuk memimpin pasar dan inovator halal digital. Belanja konsumen Muslim global mencapai lebih dari USD 2 triliun, dengan segmen makanan, *fashion*, kosmetik, dan keuangan syariah sebagai penyumbang utama (Sitompul et al., 2024; Dinar Standard). Kolaborasi internasional juga dapat dikuatkan melalui organisasi seperti OKI atau dengan institusi global seperti UNDP, OIC, dan Islamic Development Bank (Sitompul et al., 2024; Rachmattie et al., 2024). Kolaborasi dapat mencakup harmonisasi standar, kerja sama pengembangan platform, dan pertukaran pengetahuan-teknologi.

Kehadiran Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dan berdirinya Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) juga menjadi dasar kuat untuk mengembangkan sistem halal nasional. Pemerintah juga aktif mendorong ekonomi dan keuangan syariah melalui Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS). Indonesia berpotensi menjadi pemain utama dalam rantai pasok halal global, khususnya di sektor makanan-minuman, kosmetik, *fashion* Muslim, dan farmasi halal jika mampu meningkatkan kualitas, sertifikasi, dan daya saing.

Tantangan memerlukan jawaban dan peluang yang ada perlu dimanfaatkan. Oleh karena itu, diajukan beberapa rekomendasi strategis. Pertama, diperlukan kerja sama diplomatik, lembaga multilateral, dan forum halal internasional untuk mendorong harmonisasi standar halal digital pada tingkat global. Kedua, untuk mengembangkan teknologi halal, investasi dan riset perlu diberikan kepada perguruan tinggi dan inkubasi bisnis dengan fokus inovasi halal. Ketiga, masyarakat perlu mengetahui terkait transformasi halal digital melalui kampanye secara digital dalam skala besar. Keempat, diperlukan prioritas untuk memberdayakan perempuan, generasi muda dan pelaku UMKM dalam kebijakan dan program halal digital. Fasilitas pelatihan keterampilan digital, akses pembiayaan syariah dan *platform* untuk berinovasi dan memasarkan produk digital menjadi aspek penting.

## E. Simpulan

Pada era digital ini, perkembangan teknologi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam industri halal. Untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada, diperlukan arah kebijakan yang inovatif, terintegrasi, dan adaptif. Cakupan gaya hidup halal kini

meliputi berbagai sektor, seperti makanan, *fashion*, keuangan, dan pariwisata, yang semakin terdigitalisasi melalui berbagai platform seperti *e-commerce*, aplikasi mobile, *fintech syariah*, serta teknologi mutakhir seperti *blockchain* dan kecerdasan buatan.

Pemerintah telah menginisiasi beberapa program strategis untuk mendukung transformasi ini. Salah satunya adalah penguatan regulasi halal yang bertujuan untuk memastikan bahwa produk dan layanan yang ditawarkan memenuhi standar syariah. Selain itu, digitalisasi proses sertifikasi halal menjadi langkah penting untuk mempercepat dan mempermudah akses bagi pelaku usaha. Pembentukan Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) juga menjadi salah satu upaya untuk menggerakkan ekosistem ekonomi syariah nasional, dengan fokus pada kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan.

Dalam mendorong pertumbuhan industri halal yang inklusif dan kompetitif, baik di tingkat nasional maupun global, inovasi kebijakan, insentif untuk *startup* halal, serta strategi pemasaran digital menjadi motor penting. Hal ini diharapkan dapat menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan dan pengembangan industri halal secara berkelanjutan. Namun, di balik peluang yang ada, terdapat sejumlah tantangan yang harus dihadapi. Salah satunya adalah perbedaan standar halal yang berlaku di setiap negara, yang dapat menghambat perdagangan internasional. Selain itu, masih minimnya literasi digital halal di kalangan masyarakat menjadi kendala dalam adopsi teknologi baru. Kurangnya infrastruktur teknologi yang memadai juga menjadi faktor penghambat dalam proses transformasi ini.

Di sisi lain, terdapat peluang besar yang dapat dimanfaatkan, seperti potensi pasar halal global yang terus berkembang, kerja sama internasional yang dapat memperluas jaringan, serta pengembangan *digital halal hub* yang dapat menjadi pusat inovasi dan kolaborasi. Oleh karena itu, direkomendasikan beberapa strategi untuk mengatasi tantangan tersebut, antara lain harmonisasi standar halal digital global, penguatan riset dan teknologi halal, kampanye literasi halal digital, serta pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta generasi muda sebagai penggerak utama. Kunci keberhasilan transformasi ini terletak pada kerja sama yang solid antara seluruh aktor, yaitu pemerintah, industri, dan masyarakat. Dengan kolaborasi yang berkelanjutan, diharapkan industri halal dapat tumbuh dan berkembang, memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat dan perekonomian secara keseluruhan.

## Daftar Pustaka

- Anju Ayunda, A., Mutmainah, L., & Huda, N. (2018). Analisis terhadap perilaku konsumen produk fashion muslim. *Journal of Economics and Business Aseanomics (JEBA)*, 3(2), 243–270.
- Aprilia, N. D., Waluyo, S. D., & Saragih, H. J. R. (2021). The development of Indonesia's digital economy. *Jurnal Ekonomi Pertahanan*, 7(2), 245–259.
- Arsyi, M. R., Firmansyah, A. S., Putra, A. N. M., & Solfianita, M. D. (2024). Navigasi transformasi konsumen dalam konteks belanja online Shopee dan implikasinya pada manajemen keuangan syariah. *Jurnal Studi Multidisipliner*, 8(7), 452–462.
- Dinar Standard. (2022). *State of the global Islamic economy report: Unlocking opportunity*.
- Dutil, P., & Williams, J. (2017). Regulation governance in the digital era: A new research agenda. *Canadian Public Administration*, 60(4), 562–580.

- Faidah, M. (2017). Sertifikasi halal di Indonesia dari civil society menuju relasi kuasa antara negara dan agama. *Islamica: Jurnal Studi Keislaman*, 11(2), 449–476.
- Fathoni, M. A. (2021). *Kesadaran konsumen terhadap makanan halal di Indonesia*. CV. Pena Persada.
- Fitrya Maimuna, F., Roroa, N. A. F., Misrah, Oktaviany, & Agit, A. (2024). Transformasi digital dalam kewirausahaan: Analisis faktor penghambat dan pendorong perkembangan ekonomi digital. *SIMETRIS*, 1(1), 187–199.
- Hakim, M. F., & Sugianto. (2024). Studi library research: Penguatan ekosistem halal value chain di Indonesia untuk industri halal global. *Jurnal Penelitian Inovatif (JUPIN)*, 4(4), 2227–2238.
- HDC. (2020). *Pelan induk industri halal 2030*. Halal Development Corporation Berhad. <<https://www.hdcglobal.com/wp-content/uploads/2020/02/HIMP.pdf>> [accessed 13 May 2025]
- Hendra, & Fauziah, N. (2023). Peran dan strategi peningkatan sertifikasi halal dalam ekspor produk halal di pasar internasional. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2567–2571.
- Hutagaol, Y. R. T., Sinurat, R. P. P., & Shalahuddi, S. M. (2022). Strategi penguatan keuangan negara dalam menghadapi ancaman resesi global 2023 melalui green economy. *Jurnal Pajak dan Keuangan Negara (PKN)*, 1(1), 378–385.
- Ismail. (2024). *Industri kreatif kuliner halal: Model dan strategi pengembangan dalam bingkai maqashid syariah*. Merdeka Kreasi Group.
- Jimmi, & Qizwini. (2025). Inovasi teknologi dan transformasi industri halal di Indonesia. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 5(1), 1–14.
- Lesmana, A. (2023). Perkembangan industri halal, potensi, dan strategi pengembangan. *Djuanda University*. <<https://info.unida.ac.id/artikel/perkembangan-industri-halal-potensi-dan-strategi-pengembangan>> [accessed 09 May 2025]
- Maulizah, R., & Sugianto. (2024). Pentingnya produk halal di Indonesia: Analisis kesadaran konsumen, tantangan dan peluang. *El-Suffah: Jurnal Studi Islam*, 1(2), 129–147.
- Mustika, D. A. (2023). Transformasi hukum bisnis dalam industri makanan, inovasi regulasi halal berbasis blockchain di Indonesia dan Malaysia sebagai pendorong persaingan global. *YUSTISI*, 10(2), 368–373.
- Nasrulloh, N., Adiba, E. M., & Efendi, M. N. (2023). Pengembangan potensi pariwisata halal pesisir Bangkalan Madura: Identifikasi peranan bank syariah. *Muslim Heritage*, 8(1), 79–102.
- Nasrulhaq. (2020). Nilai dasar collaborative governance dalam studi kebijakan publik. *Kolaborasi: Jurnal Administrasi Publik*, 6(3), 395–402.
- Rachmiate, A., Setiawan, E., Zakiah, K., Saud, M., & Martian, F. (2024). Halal tourism ecosystem: Networks, institutions and implementations in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 15(11), 3247–3265.
- Rahmawati, Thamrin, H., & Putra, Z. N. T. (2022). Overview industri halal di perdagangan global. *SYARIKAT: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(2), 72–81.

- Baso, R., Nasrullah Bin Sapa, Mutihiadin, C., & Sumarni, S. (2024). Pentingnya sertifikat halal dalam perdagangan internasional. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 3000–3013.
- Sedana, I. W. A., Dewi, N. D. U., & Widnyani, I. A. P. S. (2025). Opportunities and challenges of public administration transformation in the digital era. *Jurnal DIALEKTIKA: Jurnal Ilmu Sosial*, 23(1), 153–159.
- Siregar, A. I. (2024). Digital marketing dalam menghadapi persaingan bisnis di era digital: Kajian konseptual. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(3), 2921–2930.
- Sitompul, F. R., Silviana, N. A., Polewangi, Y. D., & Haniza. (2024). Teknologi blockchain dalam digitalisasi rantai pasokan. *Journal of Industrial and Manufacture Engineering*, 8(1), 104–116.
- Susanti, D., & Wajdi, F. (2021). *Kebijakan hukum produk halal di Indonesia*. Sinar Grafika.
- Yana. (2024). Di World Halal Summit 2024, LPPOM paparkan temuan AI pendeteksi kulit hewan. *LPPOM*. <<https://halalmui.org/di-world-halal-summit-2024-lppom-paparkan-temuan-ai-pendeteksi-kulit-hewan/>> [accessed 13 May 2025]
- Yusyariah, N. A., & Hidayat, R. M. (2025). Pengaruh fintech syariah terhadap perkembangan investasi di pasar modal syariah (Tinjauan terhadap reksadana syariah). *Jurnal Cahaya Mandalika*, 5(3), 1170–1181.