

STUDI KEBERLANJUTAN EKSPOR PRODUK HALAL DAN GLOBAL VALUE CHAIN INDONESIA

Lilis Yuliati^{1*}, Eza Gusti Anugerah², Moch. Shulthoni³, Sumani⁴,
Ahmad Roziq⁵, Ati Musaiyaroh⁶

^{1,2,3,4,5}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember, Indonesia

⁶Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Madani Indonesia

Alamat korespondensi : lilisyuliati.feb@unej.ac.id

Abstrak: Pengembangan industri halal di Indonesia memiliki tantangan besar seperti minimnya kemampuan dalam menggait minat Muslim melinial dunia untuk menjadi konsumen produk halal, kesadaran tentang persyaratan makanan halal, persepsi biaya kepatuhan dan biaya yang terkait dengan pengadaan bahan-bahan halal, produksi produk halal, dan manajemen rantai pasokan. Tujuan penelitian ini yaitu mengidentifikasi peluang perdagangan dan halal value chain serta mengidentifikasi faktor pendukung ekspor produk halal Indonesia dalam mendorong perkonomian nasional yang berkelanjutan. Metode penelitian yang digunakan yaitu model *Autoregressive Distributed lag* (ARDL) adalah model yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dari waktu ke waktu. Variabel penelitian terdiri dari nilai ekspor industri makanan dan minuman halal, nilai ekspor busana muslim, nilai ekspor produk farmasi dan kosmetik halal, *global value chain*, dan pertumbuhan ekonomi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam jangka pendek ekspor industri halal Indonesia dan *global value chain* berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi pada lag yang berbeda. Selanjutnya pada jangka panjang, pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh nilai ekspor industri makanan dan minuman halal dan *global value chain*. Dengan demikian, untuk menjaga dan mencapai keberlanjutan rantai nilai halal dilakukan upaya memfasilitasi ekspor, meningkatkan produktivitas industri halal, menarik investasi, dan juga mempromosikan sertifikasi halal.

Kata-kata kunci: autoregressive distributed lag; halal value chain; halal industry

STUDY OF SUSTAINABILITY OF HALAL PRODUCT EXPORTS AND GLOBAL VALUE CHAIN OF INDONESIA

Abstract: *The development of the halal industry in Indonesia has major challenges such as the lack of ability to attract the interest of millennial Muslims in the world to become consumers of halal products, awareness of halal food requirements, perceptions of compliance costs and costs associated with the procurement of halal ingredients, production of halal products, and supply chain management. The purpose of this study is to identify trade opportunities and the halal value chain and identify supporting factors for Indonesian halal product exports in driving a sustainable national economy. The research method used is the Autoregressive Distributed Lag (ARDL) model, which aims to analyze the effect of exogenous variables on endogenous variables over time. The research variables consist of the export value of the halal food and beverage industry, the export value of Muslim fashion, the export value of halal pharmaceutical and cosmetic products, the global value chain, and economic growth. The results of the study indicate that in the short term, the export of the Indonesian halal industry and the global value chain*

affects economic growth at different lags. Furthermore, in the long term, economic growth is influenced by the export value of the halal food and beverage industry and the global value chain. Thus, to maintain and achieve the sustainability of the halal value chain, efforts are made to facilitate exports, increase the productivity of the halal industry, attract investment, and promote halal certification.

Keywords: *autoregressive distributed lag; halal value chain; halal industry*

PENDAHULUAN

Menurut Laporan Keadaan Ekonomi Islam Global, perekonomian halal terdiri dari industri di mana nilai-nilai, praktik bisnis, dan hukum Islam memengaruhi produk dan layanan utama. Ekonomi halal biasanya juga disebut sebagai ekonomi Islam atau ekonomi halal (DinarStandard, 2023). Peluang utama ekonomi halal termasuk makanan halal, obat-obatan halal, kosmetik halal, gaya pakaian sopan, perjalanan muslim yang ramah, media dan rekreasi yang bertema Islam (DinarStandard, 2023; Nor et al., 2023). Ekonomi halal memainkan peran penting dalam memperbaiki struktur ekonomi, mengembangkan sektor riil, dan mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan karena prinsip inti ekonomi halal memastikan bahwa transaksi keuangan didasarkan pada aset atau proyek nyata (Lubis et al., 2022; Rachman & Syamsuddin, 2019).

Pengembangan ekonomi halal mendorong pemberdayaan ekonomi melalui pengembangan rantai nilai halal. Ini termasuk penerapan berbagai model bisnis berbasis kemitraan, mulai dari usaha kecil dan menengah (UMKM) hingga korporasi besar, yang akan meningkatkan inklusi ekonomi. Selama beberapa dekade terakhir, pasar halal dan industri halal secara keseluruhan telah menjadi komponen penting dari lanskap ekonomi. Dengan meningkatnya sektor keuangan Islam, penerimaan produk halal menjadi lebih mudah. Ada kesadaran bahwa pasar makanan halal merupakan bagian dari paradigma komersial dan ekonomi baru yang menggabungkan berbagai industri (Siswoyo, 2021; Tedjakusuma et al., 2023). Perkembangan ini menghasilkan aktivitas ekonomi, menciptakan lapangan kerja baru dan peluang bagi wirausahawan serta mendorong pertumbuhan ekspor.

Regulasi pasar halal secara global terus berkembang dan membawa industri makanan dan minuman halal ke tingkat kepatuhan terhadap peraturan kualitas dan keamanan yang sebanding dengan industri makanan adalah tantangan utama dalam mengembangkan kerangka peraturan untuk pasar halal (DinarStandard, 2023; Zulfikar et al., 2014). Berbagai inisiatif untuk pengembangan standar halal dan rencana sertifikasi belum dikoordinasikan oleh badan pemerintah pusat mana pun. Hal ini menghasilkan proses evolusi yang agak rumit dengan proyek-proyek yang dikembangkan di setiap tingkatan, mulai dari organisasi Islam dalam negeri hingga badan standar nasional, badan akreditasi regional, dan sekarang badan global.

Tidak adanya aturan internasional yang memastikan kemurnian halal jelas menyulitkan produsen, baik dalam hal mengembangkan pasar ekspor maupun membantu komunitas Muslim setempat. Banyak perusahaan besar cenderung berhati-

hati saat terlibat dalam pasar halal karena rantai pasokan yang kompleks dan masalah sosiopolitik. Namun, konsumen adalah bagian penting dari rantai nilai. Ada peningkatan kesadaran di kalangan pelanggan halal bahwa mereka mewakili pasar yang kuat yang melintasi batas-batas geografis, ras dan budaya (Nugraha et al., 2022). Masruroh (2020) juga menjelaskan kebijakan rantai nilai halal pertama yang tertuang dalam Undang-Undang Jaminan Produk Halal No. 33 Tahun 2014 yang mewajibkan seluruh pengusaha pangan untuk melakukan sertifikasi halal. Rantai nilai halal di Indonesia menerapkan prinsip ketertelusuran yang menjadikan produk makanan halal Indonesia berdaya saing. Konektivitas internet memainkan, dan akan terus memainkan, peran yang semakin berpengaruh dalam membangkitkan dan menyebarkan kesadaran konsumen. Sechan et al. (2023) menjelaskan kualitas kehalalan makanan dan minuman, termasuk kegiatan ekspor, mempunyai dampak besar yang dapat mendongkrak perekonomian. Busana muslim belum memberikan dampak yang besar terhadap pertumbuhan ekspor halal Indonesia karena ketatnya persaingan dengan negara lain dan kurangnya perancang busana dalam negeri. Produk farmasi dan kosmetik halal mempunyai dampak besar terhadap perluasan ekspor produk halal Indonesia.

Dengan demikian, berdasarkan pada pemaparan diatas, tujuan penelitian ini yaitu mengidentifikasi peluang perdagangan dan halal value chain serta mengidentifikasi faktor pendukung ekspor produk halal Indonesia dalam mendorong perekonomian nasional yang berkelanjutan. Selanjutnya urgensi penelitian ini yaitu berkaitan dengan perkembangan kualitas produk yang berdaya saing global yang memenuhi standarisasi ekspor produk.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif yang terdiri dari data sekunder yang diperoleh dari sumber terpercaya seperti Bank Indonesia, World Bank, Kementerian Agama, Kementerian Keuangan, Islamic Development Bank, dan sumber lainnya yang relevan. Tahun penelitian yaitu Januari 2018 sampai Desember 2022 Metode penelitian yang digunakan pada analisis yaitu model *Autoregressive Distributed Lag* (ARDL). Teknik kointegrasi ARDL lebih disukai ketika berhadapan dengan variabel-variabel yang terintegrasi dengan urutan yang berbeda, $I(0)$, $I(1)$ atau kombinasi keduanya dan, kuat ketika terdapat hubungan jangka panjang tunggal antara variabel-variabel yang mendasarinya dalam skala kecil ukuran sampel (Nkoro & Uko, 2016).

Pendekatan *Autoregressive Distributed Lag* (ARDL) terhadap kointegrasi membantu dalam mengidentifikasi vektor kointegrasi (Yuliati et al., 2020). Artinya, masing-masing variabel yang mendasarinya berdiri sebagai satu persamaan hubungan jangka panjang. Jika satu vektor kointegrasi (yaitu persamaan yang mendasarinya) teridentifikasi, model ARDL dari vektor kointegrasi tersebut diparameterisasi ulang menjadi *Error Correction Model* (ECM) (Gujarati, 2012). Hasil yang diparameterisasi ulang memberikan dinamika jangka pendek dan hubungan jangka panjang dari variabel-

variabel model tunggal. Parameterisasi ulang ini dimungkinkan karena ARDL merupakan persamaan model tunggal yang dinamis dan bentuknya sama dengan ECM.

Tahapan dari model *Autoregressive Distributed Lag* (ARDL) adalah uji stasioneritas data, uji lag optimal, uji kointegrasi, dan uji stabilitas model serta uji estimasi model ARDL. Spesifikasi model ADRL:

$$\Phi(L)y_t = \varphi + \theta(L)x_t + u_t$$

dengan

$$\Phi(L) = 1 - \Phi_1 L - \dots - \Phi_p L^p$$

$$\theta(L) = \beta_0 - \beta_1 L - \dots - \beta_q L^q.$$

Oleh karena itu, ARDL umum:

$$\Phi(L)y_t = \varphi + \theta_1(L)x_{1t} + \theta_2(L)x_{2t} + \theta_k(L)x_{kt} + \mu_t$$

Menggunakan operator lag L yang diterapkan pada setiap komponen vektor, $L^k y = y_{t-k}$, akan lebih mudah untuk mendefinisikan polinomial lag $\Phi(L, p)$ dan polinomial vektor $\beta(L, q)$. Selama dapat diasumsikan bahwa error term u_t adalah proses *white noise*, atau lebih umum lagi, bersifat stasioner dan tidak bergantung pada x_t, x_{t-1}, \dots dan y_t, y_{t-1}, \dots , maka model ARDL dapat diestimasi secara konsisten dengan kuadrat terkecil biasa.

Model ARDL penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\Phi EG_t = \varphi + \theta_1 FD_{1t} + \theta_2 MC_{2t} + \theta_3 PC_{3t} + \theta_5 GVC_{5t} + \mu_t$$

EG : pertumbuhan ekonomi (*Economic growth*)

FD : nilai ekspor makanan dan minuman halal (*halal food and drinks*)

MC : nilai ekspor Busana muslim (Tekstil) / *Muslim Clothing*

PC : nilai ekspor Farmasi dan Kosmetik Halal (*Halal Pharmaceutical and Cosmetic*)

GVC: *global value chain*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Pasar Farmasi dan Kosmetik Halal Indonesia Konsumen cenderung membeli barang-barang yang dikategorikan sebagai kebutuhan, sehingga menjadikan kosmetik lebih sebagai barang mewah selama ini. Secara global, pengeluaran umat Muslim untuk kosmetik juga mengalami penurunan sementara pengeluaran untuk obat-obatan turun sebesar 0,3%. Tingkat belanja kosmetik di Indonesia diperkirakan akan kembali ke tingkat sebelum COVID-19 pada tahun 2022, sementara belanja obat-obatan akan mencapai tingkat sebelum pandemi pada tahun 2021.

Tabel 1 menunjukkan deskripsi statistik dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Mean menunjukkan nilai rerata variabel, maximum menunjukkan nilai tertinggi dari variabel penelitian pada kurun waktu 2018 sampai 2023, dan minimum menunjukkan nilai terendah dari variabel penelitian dalam kurun waktu tersebut.

Tabel 1 Deskripsi Statistik

	EG	FD	MC	PC	GVC
Mean	4133980.	3.83E+08	8313901.	1.16E+08	0.237743
Median	3968504.	3.68E+08	7850050.	1.15E+08	0.239006
Maximum	5114771.	5.21E+08	18356855	1.36E+08	0.252276
Minimum	3510363.	2.13E+08	2361701.	73983948	0.221863
Std. Dev.	453676.0	69540381	3834425.	12964408	0.010032
Skewness	0.957124	-0.159223	0.814858	-0.693053	-0.188814
Kurtosis	2.850545	2.440919	3.090845	3.569625	2.218397

Sumber: Hasil Olah Peneliti (2024)

Hasil stasioneritas data menunjukkan apakah data runtut waktu, atau rangkaian waktu, stasioner. Data tidak stasioner jika nilai probabilitasnya kurang dari 0,05. Data tidak stasioner pada level (0) jika perlu melakukan uji stasioneritas pada urutan perbedaan pertama dan kedua.

Tabel 2 Hasil Stasioneritas Data

LEVEL		1 st Difference	
Series	Prob.	Series	Prob.
EG	0.9726	DEG	0.0000
FD	0.0150	FD	0.0150
MC	0.0151	MC	0.0151
PC	0.0000	PC	0.0000
GVC	0.3929	DGVC	0.0000

Sumber: Hasil Olah Peneliti (2024)

Tabel 3 Johansen Cointegrationa Test

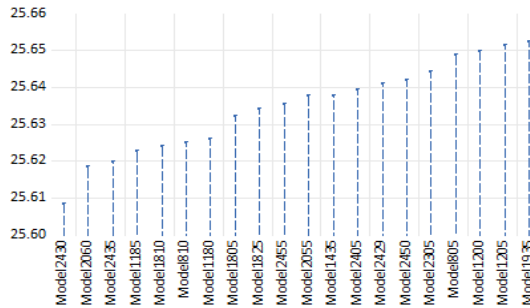
Hypothesized No. of CE(s)	Eigenvalue	Trace Statistic	0.05 Critical Value	Prob.**
None *	0.508993	83.05536	69.81889	0.0031
At most 1	0.286619	41.80016	47.85613	0.1644
At most 2	0.244616	22.21130	29.79707	0.2869
At most 3	0.089915	5.940639	15.49471	0.7026
At most 4	0.008174	0.476042	3.841465	0.4902

Sumber: Hasil Olah Peneliti (2024)

Uji Johansen hadir dalam dua bentuk utama, yaitu uji trace statistic dan uji eigenvalue. Uji kointegrasi dalam sampel untuk menguji apakah hipotesis nol akan

ditolak. Jika ditolak, kami dapat menyimpulkan bahwa ada hubungan kointegrasi dalam sampel. Hasil Uji kointegrasi menunjukkan 1 persamaan kointegrasi pada tingkat 0,05.

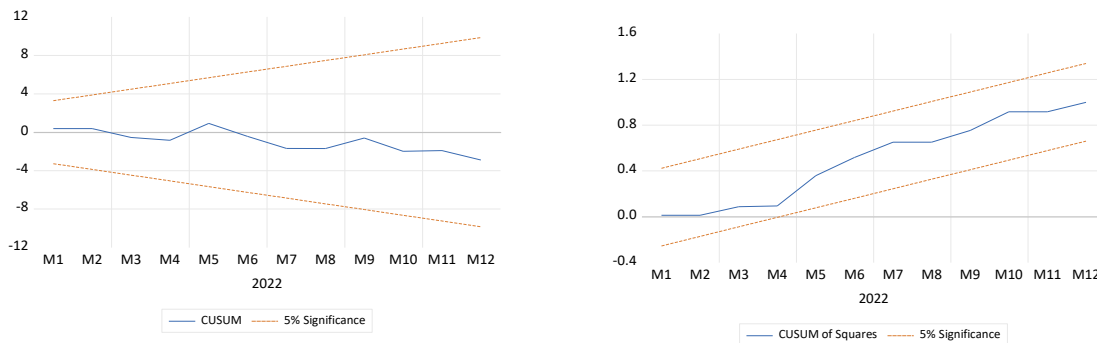
Gambar 1 Hasil Uji Lag Optimum
 Akaike Information Criteria (top 20 models)



Sumber: Hasil Olah Peneliti (2024)

Hasil uji lag optimum ARDL adalah panjang lag yang memberikan pengaruh atau respons yang signifikan. Hasil estimasi ARDL menggunakan model ARDL (2,4,9,9,9) berdasarkan hasil uji lag optimum.

Gambar 2 Uji Stabilitas Model



Sumber: Hasil Olah Peneliti (2024)

Uji stabilitas model bertujuan untuk mendeteksi parameter dalam jangka Panjang dan pendek . Model dinyatakan stabil karena garis biru tidak keluar dari batas garis merah.

Tabel 4 Cointegrasi Bound Test

F-Bounds Test		Null Hypothesis: No levels relationship		
Test Statistic	Value	Signif.	I(0)	I(1)
Asymptotic: n=1000				
F-statistic	9.074800	10%	2.2	3.09
k	4	5%	2.56	3.49
		2.5%	2.88	3.87
		1%	3.29	4.37

Sumber: Hasil Olah Peneliti (2024)

Uji Bounds digunakan untuk melihat seberapa besar presentase signifikansi yang bisa kita gunakan terhadap variabel yang kita teliti. Nilai F Hitung atau F Statistics lebih besar dari F Tabel a I(0) dan I(1) pada batas kritis 5% maka dapat disimpulkan bahwa terdapat kointegrasi jangka panjang.

Tabel 5 Hasil Estimasi ARDL Jangka Panjang

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
FD	-0.017027	0.028002	-0.608062	0.5463
MC	0.142490	0.194311	0.733309	0.4673
PC	0.123456	0.155672	0.793055	0.4320
GVC	-86083686	1.33E+08	-0.646587	0.5213
C	14288558	24101864	0.592840	0.5563

EC = EG - (-0.0170*FD + 0.1425*MC + 0.1235*PC -86083685.7146*GVC + 14288557.8728)

Sumber: Hasil Olah Peneliti (2024)

Pada estimasi jangka Panjang, variable FD memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap EG. Variabel GVC pada jangka Panjang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap EG. Pada jangka panjang ekspor makanan dan minuman halal yang dilakukan secara terus menerus mampu menyebabkan degradasi Lingkungan Ekspor berlebihan sumber daya alam dapat menyebabkan kerusakan lingkungan dan degradasi sumber daya. GVC memungkinkan negara untuk menemukan tempatnya dalam perdagangan global tanpa harus berinvestasi banyak dalam fasilitas produksi, dengan (misalnya) mengkhususkan diri dalam keterampilan atau subset industri tertentu dengan biaya lebih rendah daripada yang bersedia dibayar oleh negara-negara lebih maju.

Hasil estimasi ARDL jangka pendek yang ditunjukkan pada Tabel 6 menggunakan model ARDL (2,4,9,9,9). Nilai Adjusted R-Squared dan R-Squared bernilai relatif tinggi yaitu 0.918761 dan 0.66827, yang berarti 91,88% dan 66,83% variasi dari EG mampu dijelaskan oleh masing-masing variabel bebas yang terpilih dalam model ARDL. Variabel FD, MC, PC, dan GVC memiliki pengaruh signifikan pada lag tertentu terhadap EG. Hasil

ini mengindikasikan bahwa pada jangka pendek ekspor produk halal Indonesia pada periode tertentu dapat memberikan pengaruh negatif dan positif signifikan terhadap pertumbuhan nasional yang juga bergantung pada kondisi pasar global, industry dalam negeri, system dagang yg berlaku.

Tabel 6 Hasil Estimasi ARDL Jangka Pendek

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.*
DEG(-1)	-0.401170	0.178578	-2.246468	0.0443
DEG(-2)	-0.360611	0.148915	-2.421590	0.0322
FD	-0.001044	0.000468	-2.228982	0.0457
FD(-1)	0.000782	0.000411	1.903922	0.0812
FD(-2)	-0.000770	0.000399	-1.930810	0.0775
FD(-3)	0.000541	0.000432	1.251963	0.2344
FD(-4)	-0.000815	0.000396	-2.055745	0.0622
MC	0.022038	0.005360	4.111944	0.0014
MC(-1)	-0.007278	0.006101	-1.192887	0.2560
MC(-2)	-0.006274	0.006231	-1.006929	0.3338
MC(-3)	0.001662	0.005839	0.284557	0.7808
MC(-4)	0.015849	0.005878	2.696055	0.0195
MC(-5)	-0.000762	0.006529	-0.116741	0.9090
MC(-6)	-0.009753	0.006778	-1.438788	0.1758
MC(-7)	0.007829	0.005420	1.444401	0.1742
MC(-8)	-0.003865	0.005521	-0.700067	0.4972
MC(-9)	-0.007722	0.005175	-1.492297	0.1614
PC	0.001769	0.001821	0.971652	0.3504
PC(-1)	-0.000286	0.001607	-0.178155	0.8616
PC(-2)	-0.004475	0.001686	-2.653878	0.0210
PC(-3)	-0.004543	0.001757	-2.585523	0.0239
PC(-4)	4.46E-05	0.001502	0.029677	0.9768
PC(-5)	0.001595	0.001198	1.331741	0.2077
PC(-6)	0.003275	0.000995	3.292106	0.0064
PC(-7)	0.003375	0.001202	2.808977	0.0158
PC(-8)	0.000385	0.001368	0.281296	0.7833
PC(-9)	0.005900	0.001554	3.796486	0.0025
DGVC	2361644.	3965391.	0.595564	0.5625
DGVC(-1)	7751951.	3686689.	2.102686	0.0573
DGVC(-2)	-4753495.	3626319.	-1.310832	0.2144
DGVC(-3)	1209011.	4314428.	0.280225	0.7841
DGVC(-4)	15842218	3566882.	4.441475	0.0008
DGVC(-5)	13739223	4263476.	3.222541	0.0073
DGVC(-6)	3555607.	3233052.	1.099768	0.2930
DGVC(-7)	15598144	2960848.	5.268133	0.0002
DGVC(-8)	-9851924.	3191483.	-3.086942	0.0094
DGVC(-9)	7208937.	3319557.	2.171657	0.0506
C	-328269.7	341776.2	-0.960481	0.3558

R-squared	0.918761
Adjusted R-squared	0.668272
S.E. of regression	51823.19
Sum squared resid	3.22E+10
Log likelihood	-578.0487
F-statistic	3.667880
Prob(F-statistic)	0.009665

Sumber: Hasil Olah Peneliti (2024)

Perdagangan halal adalah rantai nilai global yang memiliki peserta utama di seluruh dunia. Ini sebagian besar disebabkan oleh impor yang berasal dari 57 negara anggota Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) yang mayoritas penduduknya beragama Islam. OKI mengimport makanan senilai \$200 miliar di seluruh ekonomi halal. Selanjutnya, impor fesyen sederhana senilai 27 miliar dolar, obat-obatan senilai 39 miliar dolar, dan kosmetik senilai 13 miliar dolar. Diperkirakan ada 1,9 miliar orang Islam di seluruh dunia pada tahun 2020, dengan Indonesia dengan 229,6 miliar penduduk, menjadikannya negara dengan populasi Islam terbesar (KNEKS & Bappenas, 2023). Populasi Muslim yang besar, muda, dan makmur adalah pendorong utama permintaan barang dan jasa ekonomi halal. Pengeluaran umat Islam sebagian besar terdiri dari perdagangan, dengan makanan dan minuman halal.

Strategi Nasional Pengembangan Ekonomi Syariah (MEKSI) menekankan pengembangan halal value chain (HVC) pada sektor-sektor yang diprioritaskan, seperti yang dilakukan oleh Bank Indonesia (Hamid et al., 2019; KNEKS & Bappenas, 2023). Rantai nilai halal (HVC) adalah serangkaian tindakan yang menghasilkan nilai tambah dalam setiap proses, seperti membuat barang dan jasa, mengirimkannya, dan memasarkannya kepada pelanggan sesuai dengan prinsip-prinsip inti syariah. Pengembangan rantai nilai halal melalui pendekatan ekosistem akan mendorong pertumbuhan bisnis syariah yang produktif, inklusif, dan terintegrasi dari ujung ke ujung. Berbagai upaya pembangunan yang menghasilkan pembentukan ekosistem rantai nilai halal (HVC) telah meningkatkan posisi ekonomi dan keuangan syariah Indonesia di seluruh dunia.

Gambar 3 Strategi nasional Industri Halal



Sumber: Hasil Olah Peneliti

Lembaga sertifikasi halal, produsen, akademisi, peneliti, dan pemerintah harus bekerja sama lebih erat untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan menetapkan peraturan yang akan menarik investasi dan menjadikan Indonesia sebagai pemimpin ekonomi halal. Hanya sedikit perusahaan besar yang dapat berkompetisi di pasar global karena keterbatasan yang signifikan dalam bidang penelitian dan pengembangan dan pembuatan bahan-bahan yang sesuai dengan hukum halal (Aida & Musa, 2014; Budiyoko et al., 2022). Dengan mengacu pada Kerangka Pembangunan Dinar Standar Ekonomi Halal Nasional maka tujuan strategis utama dalam keberlanjutan industri halal nasional yaitu menjadi eksportir halal terkemuka dengan menysasar populasi Muslim dan produk halal di negara-negara bernilai tinggi OKI dan non-OKI; memfasilitasi perdagangan dan paparan internasional bagi perusahaan lokal sekaligus membantu mereka memanfaatkan intelijen pasar; dan menetapkan undang-undang yang diperlukan untuk memfasilitasi ekspor, menarik investasi, dan menarik investasi di sektor halal.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa pada jangka panjang nilai ekspor makanan dan minuman halal memiliki pengaruh negatif signifikan dan GVC memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia, sedangkan nilai ekspor busana muslim dan nilai ekspor Farmasi dan kosmetik tidak memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi. Selanjutnya dalam jangka pendek variabel yang memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi yaitu nilai ekspor makanan dan minimal halal, farmasi dan kosmetik, busana muslim, dan GVC pada lag yang berbeda. Dengan demikian berbagai implikasi kebijakan perlu diperhatikan guna mencapai

keberlanjutan halal value chain. Seperti halnya pengembangan pada sistem distribusi dan pemasaran produk sehingga mampu memperluas pangsa pasar. Perencanaan pemasaran strategis harus mencakup pengembangan sikap positif terhadap produk kesehatan halal, meningkatkan produk halal melalui norma-norma sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Aida, M., & Musa, R. (2014). Determinants of Attitude towards Islamic Financing among Halal- Certified Micro and SMEs : A Preliminary Investigation. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130, 135–144. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.017>
- Budiyoko, B., Rachmah, M. A., Saputro, W. A., Utami, D. R., & Prasetyo, K. (2022). Halal Certification of Agricultural Export Commodities: Opportunities and Challenges. *Journal of Halal Product and Research*, 5(2), 52–61. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.5-issue.2.52-61>
- DinarStandard. (2023). *State of the Global Islamic Economy Report*.
- Gujarati, D. N. (2012). *Basic Econometrics*. The McGraw–Hill Companies.
- Hamid, A., Said, M., & Meiria, E. (2019). Potency and Prospect of Halal Market in Global Industry: An Empirical Analysis of Indonesia and United Kingdom. *Business and Management Studies*, 5(2), 54. <https://doi.org/10.11114/bms.v5i2.4167>
- KNEKS, & Bappenas. (2023). *MASTER PLAN INDONESIA INDUSTRI HALAL 2023-2029*.
- Lubis, F. R. A., R.G.P, M. A., & Yuandita, R. (2022). Comparative Study of the Potential of the Halal Industry in Developed Countries vs Developing Countries. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(1). <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i1.459>
- Masrurroh, N. (2020). The Competitiveness of Indonesian Halal Food Exports in Global Market Competition Industry. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1), 25–48. <https://doi.org/10.21580/economica.2020.11.1.3709>
- Nkoro, E., & Uko, A. K. (2016). Autoregressive Distributed Lag (ARDL) cointegration technique: application and interpretation. *Journal of Statistical and Econometric Methods*, 5(4), 63–91.
- Nor, N. F., Ahmad, H., & Ariffin, A. S. (2023). Potencies and Opportunities of Halal Market in Global Industry: An Empirical Analysis of Malaysia and Indonesia. *HALAL REVIEWS*, 3(1), 1–24. <https://doi.org/10.55265/halalreviews.v3i1.14>
- Nugraha, W. S., Chen, D., & Yang, S. H. (2022). The effect of a Halal label and label size on purchasing intent for non-Muslim consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102873>
- Rachman, M. A., & Syamsuddin. (2019). Halal Industry in Indonesia: The Role of Sharia Financial Institutions in Driving Industrial and Halal Ecosystem. *Journal of Islamic Economics*, 11(1). <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/iqtishad>
- Sechan, I., Nur'aini Ihsan, D., & Ningsih, P. K. (2023). The effect of the halal industry on the export of Indonesian halal products. *Journal of Enterprise and Development (JED)*, 5(1s), 2023.
- Siswoyo, E. (2021). Strengthening Halal Industry in Increasing Competitiveness and Economic Opportunities in Industrial Revolution Era 4.0. *Annual International Conference on Islamic Economics and Business, 2021*, 67–74.

- Tedjakusuma, A. P., Au Yong, H. N., Andajani, E., & Mohamad, Z. Z. (2023). Intention to purchase halal health supplement online: Lessons learned from the health crisis. *Heliyon*, 9(9). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e19840>
- Yuliati, L., Mukti, A. F., & Riniati. (2020). Autoregressive Distributed Lag (ARDL) approach for re-testing the Fisher effect in Indonesia. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*, 8(3), 209–218. <https://doi.org/10.22437/ppd.v8i3.9200>
- Zulfikar, M. H., Anuar, M. M., & Talib, Mo. S. A. (2014). Conceptual Framework on Halal Food Supply Chain Integrity Enhancement. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 121, 58–67.