

**ANALISIS SWOT KONTRIBUSI PASAR HALAL MALAYSIA TERHADAP EKONOMI GLOBAL****Salsabila Firdausiyah<sup>1</sup>, Muhammad Zaky Hermawansyah<sup>2</sup>**Universitas Muhammadiyah Jakarta<sup>1,2</sup><sup>1</sup> [salssfirbil@gmail.com](mailto:salssfirbil@gmail.com)<sup>2</sup> [zackyhermawansyah212@gmail.com](mailto:zackyhermawansyah212@gmail.com)**Informasi artikel**

Diterima :

03 Januari 2025

Direvisi :

04 Januari 2025

Disetujui :

08 Januari 2025

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the contribution of the Malaysian halal market to the global economy and identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT) that affect its competitiveness in the international market. This study uses a descriptive-qualitative method with a literature study approach and a comprehensive SWOT analysis to evaluate internal and external factors that affect the Malaysian halal market. The analysis used 5 journal content analysis, then coding was carried out on the contents of the reviewed journals using the halal market category. The data that has been collected is then sought for similarities and differences and then discussed to draw conclusions. In addition, this study also explores the role of SMEs and the strategy of harmonizing international halal standards. The results of the study indicate that Malaysia has strengths in internationally recognized halal certification and great opportunities for expansion in the non-food halal sector. However, dependence on the food sector and challenges in harmonizing global halal standards are weaknesses and threats that require product diversification strategies and strengthening the role of SMEs as a strategic priority to strengthen Malaysia's position in the global halal market.*

**Keywords** : *Global Economy, Halal Certification, Halal Market, Malaysia, SMEs, SWOT Analysis*

**PENDAHULUAN**

Industri halal telah berkembang menjadi salah satu segmen penting dalam perekonomian global, dengan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan lintas negara. Tidak lagi terbatas pada komunitas Muslim, produk halal kini menjadi pilihan utama bagi konsumen global karena aspek higienitas, kualitas, dan keberlanjutan yang ditawarkannya. (Almas & Zainuri, n.d.). Malaysia telah

memposisikan dirinya sebagai pusat utama industri halal dunia melalui pembangunan ekosistem yang mencakup sertifikasi, penelitian, dan inovasi. Peran Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) sebagai otoritas sertifikasi halal yang diakui secara internasional meningkatkan kepercayaan konsumen global terhadap produk-produk halal Malaysia (Siregar & MA, 2024). Melalui kombinasi standar sertifikasi yang tinggi dan dukungan kebijakan progresif, Malaysia menciptakan lingkungan kondusif bagi pertumbuhan industri halal berkelanjutan (Khattak & Khan, 2023).

Sektor halal global mencakup berbagai industri, termasuk makanan dan minuman, kosmetik, farmasi, dan pariwisata halal. Berdasarkan laporan *Global Islamic Economy Report 2023*, nilai pasar halal global diproyeksikan mencapai USD 3 triliun pada tahun 2030, menunjukkan peluang besar bagi negara-negara dengan keunggulan kompetitif di sektor ini (Wasim Akram, 2020). Malaysia, dengan infrastruktur yang solid dan strategi yang terfokus, memainkan peran penting dalam memenuhi permintaan global yang terus meningkat. Namun, persaingan global dari negara-negara seperti Indonesia, Arab Saudi, dan Turki yang semakin berinvestasi dalam sektor halal, serta tuntutan konsumen terhadap produk ramah lingkungan, menambah tantangan bagi Malaysia (Sari & Yaumidin, 2024). Untuk mempertahankan daya saing, Malaysia harus terus beradaptasi dengan dinamika pasar global melalui inovasi dan strategi yang berbasis keberlanjutan (Wiratama & Safitri, 2023). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kontribusi Malaysia terhadap perekonomian global di sektor halal dengan fokus pada makanan, kosmetik, farmasi, dan pariwisata halal, serta mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman melalui analisis SWOT. Selain itu, penelitian ini diharapkan memberikan rekomendasi strategis bagi pelaku industri dan pembuat kebijakan untuk mendukung posisi Malaysia sebagai pemimpin global dalam industri halal (Alferez et al., 2024).

Penelitian tentang industri halal telah berkembang pesat, namun banyak yang belum mencakup analisis strategis komprehensif. (Nor et al., 2023a) membahas potensi pasar halal di Malaysia dan Indonesia, tetapi tidak menyertakan analisis SWOT atau strategi keberlanjutan untuk daya saing global (Nor et al., 2023a). (Husin et al., 2021) menyoroti tantangan logistik halal untuk UMKM di sektor makanan dan minuman, sementara (Idris et al., 2021) menghubungkan konsep halal-tayyiban dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs), namun keduanya terbatas pada sektor tertentu dan tidak menyertakan analisis multisektoral (Husin et al., 2021); (Idris et al., 2021). Penelitian lainnya, seperti oleh (Salaheldeen et al., 2021) dan (Nasir et al., 2021), membahas kewirausahaan halal dan logistik ekspor, tetapi tidak menawarkan integrasi lintas sektor atau strategi kompetitif global berbasis keberlanjutan (Salaheldeen et al., 2021); (Nasir et al., 2021).

Pendekatan ini tidak hanya mencakup sektor makanan halal, tetapi juga sektor strategis lainnya seperti kosmetik, farmasi, dan pariwisata halal, memberikan perspektif yang lebih terintegrasi dibandingkan dengan studi sebelumnya. Selain itu, penelitian ini memperkenalkan analisis SWOT yang kontekstual, dirancang untuk mengidentifikasi tantangan spesifik dan peluang unik yang dihadapi Malaysia dalam mempertahankan dan meningkatkan posisinya di pasar halal global. Dengan menggunakan pendekatan berbasis data yang komprehensif, penelitian ini memberikan rekomendasi strategis yang relevan bagi pelaku industri dan pembuat kebijakan, sehingga dapat mendukung penguatan daya saing pasar halal Malaysia di tingkat internasional. Pendekatan inovatif ini diharapkan memberikan kontribusi signifikan bagi literatur akademik dan praktik kebijakan.

Kontribusi Malaysia terhadap ekonomi global signifikan dan semakin meningkat, didorong oleh sektor manufaktur, pariwisata, dan sumber daya alamnya yang beragam. Perannya dalam perdagangan internasional, khususnya di ASEAN, juga penting. Namun, ketergantungan pada komoditas dan kerentanan terhadap fluktuasi harga global tetap menjadi tantangan. Malaysia

memiliki sektor manufaktur yang berkembang pesat, memproduksi berbagai barang elektronik, produk petrokimia, dan barang konsumsi. Ekspor barang-barang ini berkontribusi besar terhadap PDB dan perdagangan internasional. Sektor pariwisata Malaysia menarik jutaan wisatawan setiap tahun, menghasilkan pendapatan signifikan dan menciptakan lapangan kerja. Ini berkontribusi pada PDB dan meningkatkan reputasi internasional negara tersebut.

Malaysia kaya akan sumber daya alam seperti minyak sawit, karet, dan timah, yang diekspor secara global. Meskipun harga komoditas fluktuatif, ekspor ini tetap menjadi sumber pendapatan penting. Sebagai anggota ASEAN, Malaysia memainkan peran penting dalam integrasi ekonomi regional, memfasilitasi perdagangan dan investasi di antara negara-negara anggota. Malaysia menarik investasi asing langsung yang signifikan, yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan pengembangan infrastruktur.

Kontribusi Malaysia terhadap ekonomi global signifikan, ditandai oleh sektor manufaktur yang kuat, sektor pariwisata yang berkembang, sumber daya alam yang beragam, dan perannya dalam ASEAN. Meskipun ada tantangan, peran Malaysia dalam perdagangan internasional dan ekonomi global terus meningkat.

Tabel 1. Peringkat Global Islamic Economy Indicator (GIEI) 2022  
(Daftar 15 Negara Teratas dari 81 Negara)

**Peringkat Global Islamic Economy Indicator (GIEI) 2022  
(Daftar 15 Negara Teratas dari 81 Negara)**

Peringkat	Negara	GIEI	Keuangan Syariah	Makanan Halal	Pariwisata Halal	Fesyen Halal	Kosmetik dan Obat-Obatan Halal	Media dan Hiburan Islam
1	Malaysia	207,2	426,9	123,4	193,5	46,0	15,5	97,3
2	Saudi Arabia	97,8	218,6	56,6	69,2	19,3	15,8	29,7
3	Uni Emirat Arab	90,2	114,6	63,3	78,6	171,8	30,9	63,8
<b>4</b>	<b>Indonesia</b>	<b>68,5</b>	<b>91,0</b>	<b>71,1</b>	<b>58,0</b>	<b>68,0</b>	<b>31,3</b>	<b>26,8</b>
5	Turki	67,3	51,0	69,8	106,7	95,1	31,5	53,5
6	Bahrain	66,7	121,9	44,5	89,3	18,6	29,4	30,1
7	Singapura	65,0	45,0	57,8	107,1	48,3	23,5	78,5
8	Kuwait	62,1	115,5	43,1	69,0	17,5	60,8	29,2
9	Iran	56,0	90,3	48,1	52,1	25,4	15,7	24,9
10	Jordan	51,8	72,1	51,3	58,4	19,3	10,6	25,7
11	Oman	47,8	74,5	46,1	43,2	20,2	21,4	25,9
12	Qatar	46,9	73,4	43,4	40,1	21,6	31,5	30,8
13	Inggris	46,1	49,0	47,4	31,4	41,9	10,7	52,9
14	Kazakhstan	45,2	46,0	59,2	60,8	26,6	11,4	26,4
15	Pakistan	44,9	65,7	48,3	38,7	26,4	29,4	11,0

Sumber: State of the Global Islamic Economy (SGIE) Report 2022

Dalam “State of the Global Islamic Economy Report” merumuskan definisi ekonomi halal sebagai ekonomi yang mencakup sektor dengan produk dan jasa berpedoman pada nilai-nilai Islam. Pada umumnya, ekonomi halal juga disebut sebagai halal industry atau ekonomi Islami. Ekonomi halal/industri halal mencakup makanan dan minuman halal, keuangan Islami, farmasi halal, kosmetik halal, fashion, pariwisata ramah muslim, serta media dan rekreasi bertepatan Islam.

Dalam laporan Global Islamic Economy Indikator (GIEI) tersebut, aset keuangan syariah Malaysia total aset keuangan syariah global yang mencapai US\$ 426,9 triliun. Untuk sektor ini, posisi Malaysia di urutan ke satu dari 81 negara. Dalam pasar makanan dan minuman halal, Indonesia berada di posisi pertama dengan jumlah pengeluaran yang dihabiskan muslim Malaysia untuk sektor tersebut sekitar US\$ 123,4 miliar. Dari data diatas dapat diketahui bahwa Indonesia dan Saudi Arabia berada di bawah Negara Malaysia.

## KAJIAN LITERATUR

### a. Teori Keunggulan Kompetitif

Michael Porter, dalam bukunya Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior

Performance, memperkenalkan teori keunggulan kompetitif sebagai dasar bagi organisasi atau negara untuk bersaing secara efektif di pasar global. Teori ini menekankan bahwa keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui strategi *cost leadership* (kepemimpinan biaya rendah) dan *differentiation* (diferensiasi), yang bertujuan menciptakan nilai unik yang sulit ditiru oleh pesaing (Porter, 2018). Selain itu, konsep *Value Chain Porter* menyoroti pentingnya aktivitas utama seperti logistik, pemasaran, dan layanan pelanggan, serta aktivitas pendukung seperti manajemen sumber daya manusia dan pengembangan teknologi, dalam menciptakan nilai bagi pelanggan. Dalam konteks nasional, model *Porter's Diamond* menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif suatu negara ditentukan oleh empat elemen: kondisi faktor, kondisi permintaan, industri pendukung, serta strategi dan persaingan domestik, yang mendorong inovasi dan efisiensi (Porter, 2015).

Dalam industri halal, teori Porter diterapkan untuk menganalisis daya saing Malaysia sebagai pemimpin global. Strategi diferensiasi yang diterapkan melalui sertifikasi halal JAKIM yang diakui internasional menunjukkan penerapan prinsip keunggulan kompetitif. Dukungan kebijakan pemerintah, infrastruktur halal yang kuat, serta fokus pada inovasi di sektor makanan, kosmetik, farmasi, dan pariwisata halal mencerminkan elemen *Porter's Diamond* seperti kondisi faktor dan industri pendukung yang kompetitif. Strategi ini memungkinkan Malaysia untuk mempertahankan posisinya meskipun menghadapi persaingan dari negara lain seperti Indonesia dan Arab Saudi. Penerapan teori Porter ini menegaskan pentingnya menciptakan nilai unik dan mempertahankan standar tinggi untuk memenangkan pasar global dalam sektor halal.

Secara umum, pasar halal mengacu pada segmen pasar yang terdiri dari produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Hal ini mencakup makanan halal, kosmetik, farmasi, dan pariwisata yang sesuai dengan ketentuan hukum Islam (Azam & Abdullah, 2020). Kontribusi ekonomi didefinisikan sebagai dampak langsung dan tidak langsung dari aktivitas pasar halal terhadap pertumbuhan ekonomi nasional dan global, diukur melalui peningkatan PDB, investasi, dan ekspor. Pendekatan analisis strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dalam konteks daya saing pasar halal Malaysia (Nor et al., 2023).

## b. Tinjauan Literatur

No.	Refrensi	Judul	Hasil
1.	(Almas & Zainuri, n.d.)	Contribution of the Halal Industry to Sustainable Economic Development in Indonesia: A Bibliometric Analysis. Proceedings of International Conference on Social Science, Political Science, and Humanities.	Analisis bibliometrik menunjukkan bahwa industri halal di Indonesia memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional..
2.	(Siregar & MA, 2024)	Sertifikasi halal Malaysia dan kepercayaan global	JAKIM menjadi otoritas sertifikasi halal yang diakui internasional.
3.	(Khattak & Khan, 2023)	Kebijakan progresif mendukung pertumbuhan halal	Kebijakan pemerintah Malaysia menciptakan lingkungan kondusif untuk industri halal.
4.	(Wasim Akram, 2020)	Assessment of global halal market: Challenges and opportunities. African Journal of Business and Economic Research	Pasar halal global menawarkan peluang signifikan bagi pertumbuhan ekonomi.

No.	Refrensi	Judul	Hasil
5.	(Sari & Yaumidin, 2024)	Tantangan persaingan global dan keberlanjutan	Persaingan ketat dari negara lain dan meningkatnya permintaan produk ramah lingkungan.

Sumber : (Penulis, 2025)

Tabel di atas menyajikan ringkasan literatur utama yang menjadi dasar penelitian ini. Setiap sumber memberikan wawasan terkait aspek penting dari industri halal, seperti peran produk halal dalam ekonomi global, kontribusi sertifikasi halal Malaysia, dan tantangan persaingan global. Literatur ini memberikan landasan untuk analisis lebih lanjut mengenai kontribusi lintas sektor dan strategi daya saing.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif berbasis tinjauan literatur (literature review) untuk menganalisis kontribusi pasar halal Malaysia terhadap perekonomian global. Metode kualitatif berbasis tinjauan literatur (literature review) adalah metode penelitian yang dilakukan dengan merangkum hasil-hasil studi yang relevan dengan topik penelitian. Dalam penelitian kualitatif, informasi yang dihasilkan berupa deskriptif data yang terdapat dalam literatur yang diteliti. Berikut beberapa cara untuk melakukan literature review: 1) Mencari, membaca, dan memahami karya tulis yang relevan, 2) Memilih sumber data yang jelas, 3) Melakukan identifikasi secara mendalam, 4) Membuat kerangka literature review, 5) Membuat literature review

Beberapa bentuk review yang ada, yaitu: Narrative review, Kualitatif sistematik review, Kuantitatif sistematik review. Dalam penelitian kualitatif, metode pengumpulan data yang dapat digunakan, antara lain: Observasi, Analisis visual, Studi pustaka, Interview (individual atau grup).

Pendekatan ini dirancang untuk mengintegrasikan hasil penelitian yang ada dan memberikan analisis yang mendalam mengenai kontribusi lintas sektor, kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi Malaysia di pasar halal internasional. Data yang digunakan berasal dari artikel jurnal ilmiah, laporan resmi, buku, dan dokumen lainnya yang relevan.

Langkah-langkah penelitian ini meliputi :

1. Pengumpulan Data Literatur : Literatur yang relevan, seperti Global Islamic Economy Report 2023, artikel jurnal, dan laporan kebijakan, dikumpulkan melalui database akademik seperti Scopus, Springer, dan Google Scholar. Peneliti menemukan 650 jurnal yang sesuai dengan kata kunci tersebut. Sebanyak 473 jurnal dari jurnal yang ditemukan sesuai kata kunci pencarian tersebut kemudian dilakukan skrining, 293 jurnal dieksklusi karena tidak tersedia artikel full text. Jurnal yang memenuhi rentang inklusi 180 jurnal, 177 jurnal di eksklusikan sehingga didapatkan 5 jurnal full text yang dilakukan review.
2. Kriteria Seleksi : Literatur dipilih berdasarkan relevansi dengan topik penelitian, validitas sumber, dan tingkat kontribusi pada pembahasan sektor halal di Malaysia dan global.
3. Analisis Literatur : Literatur dianalisis menggunakan metode tematik untuk mengidentifikasi pola, hubungan, dan kontribusi yang relevan. Analisis ini difokuskan pada empat sektor utama: makanan, kosmetik, farmasi, dan pariwisata halal.
4. Integrasi Temuan : Temuan dari literatur yang dianalisis diintegrasikan untuk memberikan wawasan komprehensif tentang kontribusi Malaysia di pasar halal global, serta merumuskan strategi berdasarkan analisis SWOT yang ditemukan dalam literatur.

Teknik pemeriksaan keabsahan data yang dapat dilakukan pada penelitian kualitatif yaitu dengan melakukan uji kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, maupun konfirmabilitas. Literature Review ini di sintesis menggunakan metode naratif dengan mengelompokkan data-data

hasil ekstraksi yang sejenis sesuai dengan hasil yang diukur untuk menjawab tujuan Jurnal penelitian yang sesuai dengan kriteria inklusi kemudian dikumpulkan dan dibuat ringkasan jurnal meliputi nama peneliti, tahun terbit jurnal, negara penelitian, judul penelitian, metode dan ringkasan hasil atau temuan. Ringkasan jurnal penelitian tersebut dimasukan ke dalam tabel diurutkan sesuai alfabet dan tahun terbit jurnal dan sesuai dengan format tersebut di atas. Untuk lebih memperjelas analisis abstrak dan full text jurnal dibaca dan dicermati. Ringkasan jurnal tersebut kemudian dilakukan analisis terhadap isi yang terdapat dalam tujuan penelitian dan hasil/temuan penelitian.

Analisis yang digunakan menggunakan 5 analisis isi jurnal, kemudian dilakukan koding terhadap isi jurnal yang direview menggunakan kategori pasar halal. Data yang sudah terkumpul kemudian dicari persamaan dan perbedaannya lalu dibahas untuk menarik kesimpulan.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Nilai ekonomi halal Malaysia didorong oleh populasi Muslimnya yang mencapai 20,8 juta jiwa, atau 63,5% dari total populasinya. Kontribusi industri halal Malaysia terhadap PDB mencapai 7,8% pada tahun 2018 dan diperkirakan akan meningkat signifikan menjadi 11% pada tahun 2030. Nilai PDB halal, yang mencapai USD 28 miliar pada tahun 2018, diproyeksikan akan mencapai USD 58,5 miliar pada tahun 2030, yang mencerminkan CAGR yang kuat sebesar 5,8% (Nazaruddi et al., 2023).

Tabel 2. Halal Industry Value (Including Export & Investment)

Halal Industry Value (Including Export & Investment)			
Economic Aspect	2018	2030 e	CAGR (2018 - 2030)
<b>National GDP Value (USD billion)</b>	358.8	531.8	3.7%
<b>Halal GDP Value (USD billion)</b>	28.0	58.5	5.8%
<b>Contribution to GDP (%)</b>	7.8%	11.0%	-
<b>Halal Export (USD billion)</b>	9.2	11.3	1.6%

**USD 113.2 billion**  
Malaysia's forecasted halal industry value by 2030

**2%**  
of forecasted global market value by 2030

Sources: Halal Industri Master Plan 2030, State of Global Islamic Economy 2022, Department of Statistic Malaysia, World Data

Selain itu, nilai ekspor tahunan produk halal dari Malaysia adalah USD 8 miliar, yang merupakan sekitar 5,1% dari total ekspor negara tersebut. Ke depannya, nilai industri halal Malaysia diproyeksikan akan mencapai USD 113,2 miliar pada tahun 2030, yang berkontribusi sebesar 2% terhadap nilai pasar global yang diproyeksikan. Industri halal Malaysia, yang menjadi landasan kekuatan ekonominya, digerakkan oleh para pemain kunci yang telah memainkan peran penting dalam membentuk dan memajukan berbagai segmen dalam sektor yang dinamis ini.

Dominasi penduduk Muslim di negara ini menciptakan peluang bagi makanan halal di Malaysia. QL Foods, perusahaan yang berbasis di Malaysia, menonjol sebagai pemain utama, memproduksi dan mendistribusikan beragam produk makanan halal untuk pasar lokal dan internasional. Tingkat pertumbuhan pendapatannya sebesar 43% dari tahun 2017 hingga 2021 mencerminkan meningkatnya permintaan global akan makanan halal. Pemain kunci lain dalam industri makanan halal di Malaysia adalah Kawan Food, yang mengkhususkan diri dalam produk makanan beku halal seperti paratha, chapati, dan samosa. Dengan tingkat pertumbuhan sebesar 28% selama periode yang sama, fokus Kawan Food pada bahan-bahan bersertifikat halal berkualitas tinggi dan teknik produksi modern telah berkontribusi pada keberhasilannya.

Di sektor farmasi, Duopharma Biotech muncul sebagai pemain penting dalam industri halal

Malaysia, yang memproduksi dan mendistribusikan obat-obatan dan produk perawatan kesehatan bersertifikat halal. Duopharma Biotech mengalami tingkat pertumbuhan yang signifikan sebesar 37% dari tahun 2017 hingga 2021, yang menunjukkan meningkatnya permintaan negara tersebut terhadap produk perawatan kesehatan halal. dUCk, merek fesyen yang berbasis di Malaysia di bawah naungan FashionValet, merupakan pemain kunci dalam segmen fesyen sederhana. Menawarkan beragam produk bersertifikat halal, termasuk syal, pakaian, tas, aksesoris, dan perlengkapan rumah tangga, dUCk telah mencapai pertumbuhan pendapatan yang signifikan sebesar 36% dari tahun 2017 hingga 2021. Fokusnya pada e-commerce dan pemasaran digital telah memantapkannya sebagai pemimpin dalam industri fesyen sederhana Malaysia.

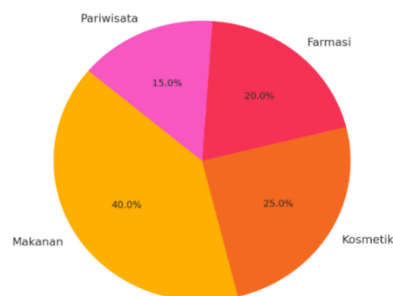
Di sektor kosmetik, Simply Siti, yang didirikan oleh selebriti lokal Dato' Siti Nurhaliza, menonjol sebagai pemain terkemuka. Menawarkan berbagai produk kecantikan bersertifikat halal, Simply Siti telah memperluas distribusinya ke negara-negara Asia Tenggara lainnya dan Timur Tengah. Penekanannya pada penggunaan bahan-bahan alami dan berkualitas tinggi, kolaborasi strategis, dan inisiatif pemasaran digital semuanya telah berkontribusi pada pertumbuhan pendapatannya (Tabassum et al., 2024). Maybank Islamic dan Bank Islam Malaysia merupakan pemain utama dalam keuangan Islam, yang menawarkan produk dan layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip Syariah. Dengan tingkat pertumbuhan pendapatan masing-masing sebesar 15% dan 6% dari tahun 2017 hingga 2021, bank-bank ini telah memperluas jangkauan penawaran yang sesuai dengan prinsip Syariah, berinvestasi dalam teknologi digital, dan memperkuat kehadiran mereka di pasar-pasar utama. Para pemain ini secara kolektif memberikan kontribusi terhadap maraknya industri halal Malaysia, menunjukkan kepemimpinan negara ini di semua segmen halal dan komitmennya untuk mempertahankan pertumbuhan di sektor ekonomi penting secara global.

Kontribusi sektor halal terhadap perekonomian Malaysia menunjukkan distribusi yang signifikan, dengan sektor makanan halal menjadi kontributor utama. Sektor ini menyumbang 40% terhadap total kontribusi, mencerminkan tingginya permintaan baik domestik maupun internasional. Keunggulan ini didorong oleh sistem sertifikasi halal Malaysia yang diakui secara global, yang memperkuat daya saing produk di pasar internasional. Selain itu, sektor kosmetik dan farmasi halal masing-masing memberikan kontribusi sebesar 25% dan 20%. Pertumbuhan sektor-sektor ini menunjukkan peningkatan kesadaran konsumen global terhadap pentingnya produk yang tidak hanya halal tetapi juga berkualitas tinggi dan sesuai prinsip keberlanjutan.

Sektor pariwisata halal, meskipun kontribusinya relatif lebih kecil yaitu 15%, tetap memiliki peran strategis dalam mendukung ekspor jasa. Kehadiran infrastruktur yang mendukung wisatawan Muslim, seperti akomodasi ramah Muslim dan fasilitas makanan halal, meningkatkan daya tarik Malaysia sebagai tujuan utama wisata halal. Hal ini juga memberikan peluang bagi diversifikasi ekonomi Malaysia melalui ekspansi sektor jasa.

Gambar 1. Kontribusi Sektor Halal terhadap PDB Malaysia (%)

Kontribusi Sektor Halal terhadap PDB Malaysia (%)



Sumber : Dibuat Peneliti berdasarkan penelitian (Nor et al., 2023)

Visualisasi pie chart yang memperlihatkan distribusi kontribusi sektor halal terhadap PDB Malaysia. Sektor makanan halal mendominasi kontribusi, sementara sektor kosmetik, farmasi, dan pariwisata halal menunjukkan potensi signifikan untuk pertumbuhan di masa depan.

a. Dominasi Sektor Makanan Halal

Makanan halal merupakan penyumbang utama dalam kontribusi terhadap PDB Malaysia. Hal ini disebabkan oleh tingginya permintaan domestik dan internasional terhadap produk makanan bersertifikat halal. Standar halal yang diakui secara global, yang diawasi oleh JAKIM, meningkatkan daya saing sektor ini di pasar internasional. Di Malaysia, sertifikasi halal sangat penting bagi bisnis yang ingin menjangkau konsumen Muslim. Sertifikasi halal menunjukkan kepada konsumen bahwa produk dan layanan Anda mematuhi hukum Islam, yang membantu membangun kepercayaan konsumen dan membuka peluang di pasar.

b. Potensi Pertumbuhan di Sektor Kosmetik dan Farmasi

Sektor kosmetik dan farmasi halal menunjukkan kontribusi yang signifikan dengan persentase masing-masing 25% dan 20%. Pertumbuhan sektor ini didorong oleh meningkatnya kesadaran konsumen global terhadap produk halal dan tayyib (bersih dan berkualitas), yang sesuai dengan prinsip syariah. Industri kosmetik dan farmasi di Malaysia memiliki potensi pertumbuhan yang besar, didukung oleh beberapa faktor, di antaranya:

- Permintaan produk halal: Malaysia merupakan negara Islam modern dengan mayoritas penduduk beragama Muslim. Permintaan terhadap produk bersertifikat halal terus meningkat.
- Minat konsumen terhadap produk alami dan organik: Konsumen muda semakin tertarik pada produk alami dan organik.
- Perawatan bagi kaum pria: Permintaan terhadap produk perawatan bagi kaum pria semakin meningkat.
- Produk multifungsi dan antipolusi: Permintaan terhadap produk perawatan kulit antipolusi dan barang multifungsi semakin meningkat.
- Pertumbuhan ekonomi yang cepat: Malaysia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan ekonomi tercepat di kawasan Asia.
- Sistem ekonomi terbuka: Malaysia memiliki sistem ekonomi yang terbuka.
- Infrastruktur fisik dan kelembagaan yang berkembang: Malaysia memiliki infrastruktur fisik dan kelembagaan yang berkembang dengan baik.

Namun, industri farmasi halal di Malaysia juga menghadapi beberapa tantangan, seperti sulitnya mendapatkan bahan baku halal, persepsi konsumen terhadap sertifikat halal, dan kurangnya dukungan dari kerangka hukum dan administrasi

c. Kontribusi Pariwisata Halal

Meskipun kontribusinya relatif lebih kecil (15%), sektor pariwisata halal memainkan peran penting dalam mendukung ekspor jasa Malaysia. Kehadiran fasilitas ramah Muslim, seperti hotel bersertifikasi halal dan restoran halal, meningkatkan daya tarik Malaysia sebagai tujuan utama wisata halal. Malaysia merupakan salah satu negara yang berhasil menerapkan pariwisata halal, sehingga menjadi pemimpin dalam industri pariwisata halal. Berikut kontribusi pariwisata halal di Malaysia:

- Menjadi salah satu tujuan wisata favorit wisatawan Muslim di seluruh dunia
  - Memiliki infrastruktur yang kuat dan fasilitas yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam
- Pariwisata halal adalah kegiatan pariwisata yang sesuai dengan syariah Islam. Pariwisata halal merupakan model atau paket layanan tambahan yang diberikan untuk memenuhi pengalaman dan keinginan wisatawan Muslim. Beberapa hal yang perlu dimiliki oleh destinasi wisata untuk



mewujudkan wisata halal, di antaranya:

- Penyediaan makanan halal
- Fasilitas pendukung untuk beribadah, seperti mushola dan tempat wudhu
- Pelayanan ramah muslim lainnya

Dalam penilaian wisata halal, *Global Muslim Travel Index* (GMTI) menggunakan empat indikator, yaitu: *Accessibility* (aksesibilitas), *Communication* (komunikasi), *Environment* (lingkungan), *Service* (layanan).

#### d. Tantangan dan Peluang

Tantangan dan peluang adalah dua hal yang berbeda, namun keduanya dapat saling berkaitan: Peluang dikatakan sebagai kesempatan untuk mendapatkan keuntungan atau memanfaatkan kejadian di pasar untuk memulai bisnis. Sedangkan tantangan dikatakan sebagai hambatan atau kesulitan yang harus dihadapi, baik oleh masyarakat maupun pelaku usaha. Tantangan dapat dilihat sebagai peluang untuk berkembang dan belajar. Beberapa kata-kata bijak yang menggambarkan hal tersebut adalah:

- "Tantangan adalah kesempatan untuk meningkatkan apa yang kamu miliki dan mempelajari sesuatu yang baru"
- "Tantangan adalah peluang pertumbuhan"
- "Apa pun yang kamu hadapi dalam hidup, penting untuk menyadari bahwa masalah sering kali dapat dilihat sebagai peluang untuk berkembang"

Dalam konteks bisnis, beberapa tantangan yang dihadapi pengusaha di era digital adalah: Persaingan yang luas, Keamanan data. Perubahan teknologi yang cepat, Biaya investasi awal, Keterampilan baru, Tantangan regulasi. Untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang, beberapa cara yang dapat dilakukan adalah: Memahami pentingnya adaptasi, Menjadi pembelajar seumur hidup, Mengambil risiko yang dihitung, Membangun jaringan dan komunitas, Menggunakan teknologi untuk keuntungan. Meskipun kontribusi sektor-sektor ini signifikan, tantangan utama seperti persaingan dari negara lain, perubahan preferensi konsumen global terhadap produk ramah lingkungan, dan kebutuhan untuk inovasi berkelanjutan harus diatasi. Namun, peluang besar tetap ada, terutama dalam mengembangkan teknologi halal seperti blockchain untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.

Namun, keberlanjutan kontribusi ini tidak terlepas dari tantangan yang dihadapi. Persaingan dari negara-negara seperti Indonesia dan Arab Saudi, yang juga berinvestasi dalam pengembangan industri halal, menciptakan tekanan bagi Malaysia untuk mempertahankan keunggulan kompetitifnya. Selain itu, perubahan preferensi konsumen global terhadap produk yang ramah lingkungan dan berkelanjutan memerlukan adaptasi strategis yang lebih inovatif. Kendati demikian, peluang pertumbuhan tetap terbuka, terutama melalui pemanfaatan teknologi halal untuk meningkatkan efisiensi dan kepercayaan dalam rantai pasokan. Pendekatan lintas sektor yang integratif menjadi kunci untuk memperkuat daya saing Malaysia di pasar halal global.

Industri halal di Malaysia memiliki berbagai kekuatan yang menjadikannya sebagai pemimpin dalam pasar halal global. Salah satu kekuatan utama adalah keberadaan sistem sertifikasi halal yang dikelola oleh Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM), yang diakui secara internasional. Hal ini meningkatkan kepercayaan konsumen global terhadap produk halal Malaysia. Selain itu, dukungan kuat dari pemerintah melalui berbagai kebijakan strategis dan infrastruktur yang memadai, seperti fasilitas logistik dan pelabuhan, turut memperkuat daya saing Malaysia. Namun, beberapa kelemahan juga ditemukan, seperti kurangnya kesadaran dan pemahaman pelaku usaha, terutama di kalangan usaha kecil dan menengah (UKM), tentang standar halal. Keterbatasan teknologi dan sumber daya manusia terampil dalam industri halal juga menjadi tantangan yang perlu diatasi.

Peluang besar hadir dengan meningkatnya permintaan global terhadap produk halal, yang dipengaruhi oleh pertumbuhan populasi Muslim dan kesadaran konsumen terhadap pentingnya produk halal dan berkualitas tinggi. Diversifikasi produk, khususnya di sektor kosmetik, farmasi, dan pariwisata halal, juga membuka potensi pertumbuhan lebih lanjut. Selain itu, kolaborasi internasional dalam penelitian, pengembangan, dan distribusi produk halal dapat memperluas pasar dan memperkuat inovasi. Namun, ancaman tetap ada, termasuk persaingan ketat dari negara-negara lain, seperti Indonesia, Thailand, dan Brunei, yang juga berambisi menjadi pusat industri halal global. Perubahan regulasi internasional dan isu kepercayaan konsumen akibat pelanggaran standar halal juga dapat memengaruhi reputasi Malaysia.

Dengan mempertimbangkan analisis SWOT, dapat disimpulkan bahwa Malaysia memiliki fondasi yang kuat untuk mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar halal global. Namun, untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang secara optimal, diperlukan inovasi berkelanjutan, adopsi teknologi modern, serta penguatan kapasitas sumber daya manusia di sektor halal. Strategi yang integratif dan berbasis data sangat penting untuk memastikan daya saing yang berkelanjutan di pasar global.

## Diskusi

Penelitian ini menemukan bahwa Malaysia memiliki peran strategis sebagai pusat industri halal global yang didukung oleh sertifikasi halal yang diakui secara internasional dan dukungan kebijakan pemerintah yang kuat. Malaysia telah memanfaatkan posisi ini untuk memperluas ekspor produk halal di berbagai sektor seperti makanan, kosmetik, farmasi, dan pariwisata halal.

Penelitian ini menggunakan Analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi pasar halal Malaysia.

- Kekuatan (*Strengths*): Sistem sertifikasi halal Malaysia yang terpercaya diakui sebagai faktor utama yang meningkatkan kepercayaan pasar global terhadap produk halal Malaysia (Fischer et al., 2016)
- Kelemahan (*Weaknesses*): Terbatasnya sektor halal di luar makanan dan tantangan yang dihadapi UKM dalam memenuhi persyaratan ekspor internasional (Ahmad-Fauzi & Saad, 2023).
- Peluang (*Opportunities*): Meningkatnya permintaan pasar halal global, termasuk di negara-negara non-Muslim yang menganggap produk halal sebagai simbol kualitas (Nor et al., 2023a).
- Ancaman (*Threats*): Persaingan ketat dari negara-negara lain yang memperkuat industri halal mereka dan ketidakharmonisan standar halal internasional yang membatasi akses pasar global (Ghazali et al., 2023)

Penelitian ini memperkuat teori SWOT dengan menunjukkan bagaimana kekuatan internal (standar sertifikasi halal yang ketat) dapat dimanfaatkan untuk mengatasi kelemahan (kurangnya diversifikasi sektor) dan mengkapitalisasi peluang (permintaan global yang meningkat) sambil menghadapi ancaman eksternal (persaingan dan ketidakharmonisan standar).

Teori kompetitif Porter yang menekankan pentingnya keunggulan kompetitif dalam menciptakan diferensiasi pasar. Malaysia memanfaatkan keunggulan kompetitifnya melalui sistem sertifikasi halal, namun perlu mengembangkan strategi diversifikasi dan penguatan UKM untuk mempertahankan posisinya di pasar internasional.

Secara sosial, temuan ini juga relevan dengan fakta bahwa pasar halal global mengalami pertumbuhan pesat, terutama di negara-negara non-Muslim yang mulai mengadopsi produk halal sebagai standar kualitas dan keamanan pangan. Namun, hambatan akses pasar internasional akibat ketidakharmonisan standar halal menunjukkan ketimpangan dalam penerimaan standar halal di berbagai negara. Fakta ini menyoroti perlunya harmonisasi standar halal global untuk memperkuat

perdagangan lintas negara dan meningkatkan kontribusi Malaysia di pasar halal internasional Diversifikasi Sektor Halal Mengembangkan sektor non-makanan seperti kosmetik dan farmasi halal untuk mengurangi ketergantungan pada sektor makanan (Nasir et al., 2021), Harmonisasi Standar Halal Global Mendorong kolaborasi internasional untuk menyelaraskan standar halal guna mempercepat akses pasar global (Ghazali et al., 2023). Memberikan subsidi sertifikasi halal, pelatihan ekspor, dan penguatan jaringan distribusi untuk meningkatkan daya saing UKM di pasar global (Ahmad-Fauzi & Saad, 2023). Beberapa strategi untuk meningkatkan daya saing pasar halal adalah:

- Meningkatkan produktivitas dan daya saing : Produktivitas yang tinggi sangat penting untuk meningkatkan daya saing suatu perusahaan. Produktivitas yang tinggi dapat dicapai dengan mengoptimalkan sumber daya, mengurangi biaya, dan memberikan produk atau layanan berkualitas tinggi kepada pelanggan.
- Menerapkan dan memperkuat kebijakan dan regulasi : kebijakan regulasi adalah hukum, kontrol, dan praktik yang ditetapkan oleh pemerintah untuk memastikan bahwa bisnis beroperasi secara adil dalam lingkungan yang kompetitif dan melindungi warga negara dari aktivitas bisnis yang tidak bermoral.
- Memperkuat keuangan dan infrastruktur : Infrastruktur yang memberikan pengaruh besar pada perekonomian dapat berupa kondisi jalan raya yang menjadi penghubung satu wilayah ke wilayah lainnya, keberadaan listrik sebagai sumber utama dalam kegiatan produksi serta akses terhadap air bersih dan sarana kesehatan yang menjadi salah satu ukuran kesejahteraan masyarakat. Kesemuanya itu bersinergi dalam meningkatkan kinerja perekonomian dengan mekanisme tertentu.
- Memperkuat Halal Brand and Awareness : Dengan adanya pengembangan produk berarti perusahaan sudah memahami tentang kebutuhan dan keinginan pasar. produk orisinal, produk yang disempurnakan, produk yang dimodifikasi, dan merek baru yang dikembangkan melalui usaha riset dan pengembangan.

Industri halal merupakan arus perekonomian baru yang berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi global. Hal ini disebabkan oleh tingginya permintaan produk halal, yang didorong oleh pertumbuhan masyarakat muslim di dunia. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pengembangan industri halal adalah:

- Pastikan kepatuhan dengan prinsip-prinsip dan nilai-nilai Islam : Kepatuhan terhadap prinsip-prinsip dan nilai-nilai Islam dapat dilakukan dengan:
  - Memastikan kepatuhan syariah: Lembaga keuangan syariah harus mengetahui dan mematuhi seluruh hukum syariah dalam aktivitas operasionalnya. Kepatuhan syariah merupakan syarat mutlak yang harus dipenuhi oleh lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.
  - Menjalankan akad sesuai dengan fatwa Dewan Syariah: Akad harus disesuaikan dengan standarisasi fatwa Dewan Syariah.
  - Memastikan produk beroperasi sesuai dengan fatwa Dewan Syariah: Produk bank syariah harus beroperasi sebagaimana fatwa Dewan Syariah.
  - Memastikan kegiatan ekonomi sesuai dengan norma Islam: Segala bentuk aktivitas ekonomi harus berjalan sesuai dengan norma Islam.
  - Menghindari riba dan gharar: Prinsip utama dalam akad Syariah adalah menghindari riba (bunga) dan gharar (ketidakpastian).
  - Memastikan kekayaan dihasilkan dari perdagangan yang sah: Kekayaan harus dihasilkan dari perdagangan yang sah dan investasi berbasis aset.
  - Memastikan investasi memiliki manfaat sosial: Investasi juga harus memiliki manfaat

sosial dan etika bagi masyarakat yang lebih luas di luar keuntungan murni.

- Sediakan produk dan layanan yang sejalan dengan keyakinan dan praktik keagamaan konsumen Muslim : Produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam bagi konsumen Muslim dapat diakses melalui distribusi dan rantai pasok Islami. Dalam hal ini, perusahaan perlu memperhatikan beberapa hal, seperti: 1) Memastikan produk dan layanan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, 2) Memilih bahan baku halal, 3) Memastikan proses produksi sesuai dengan nilai-nilai agama, 4) Mengatur logistik dengan memperhatikan prinsip keadilan, 5) Menghindari praktik yang diharamkan seperti riba, 6) Menawarkan harga yang adil, 7) Menjalin kerja sama dengan pemasok yang memperhatikan kondisi kerja yang adil dan melindungi hak-hak pekerja.

Sementara itu, konsumen Muslim juga memiliki beberapa prinsip dan batasan dalam berbelanja, yaitu: 1) Memastikan produk halal, 2) Membaca tulisan pada kemasan, nama produk, nomor pendaftaran, daftar bahan yang digunakan, dan label halal, 3) Tidak memakan bangkai, darah, daging babi, dan Binatang, 4) Tidak mengkonsumsi secara berlebih-lebihan, 5) Memanfaatkan kekayaan untuk tujuan-tujuan Kebajikan, 6) Menolak segala bentuk pemborosan (Mubadzir), 7) Menghindari hutang, 8) Melestarikan aset-aset yang sudah ada dan aset fundamental.

- Mengatasi persaingan ketat dari negara-negara lain : Untuk mengatasi persaingan ketat dari negara-negara lain, negara dapat menerapkan strategi-strategi berikut:
  - Menciptakan produk yang berbeda: Negara dapat menciptakan produk atau jasa yang inovatif, seperti mengembangkan teknologi baru atau metode produksi yang lebih efisien.
  - Menonjolkan keunggulan produk: Negara dapat menunjukkan nilai atau keunikan produknya.
  - Mempelajari kelebihan dan kelemahan pesaing: Negara dapat mempelajari kelebihan dan kelemahan pesaingnya untuk membuat produk, layanan, dan pemasaran yang lebih menarik.
  - Menawarkan harga yang bersaing: Negara dapat menawarkan harga yang bersaing dengan pesaingnya.
  - Membangun hubungan yang baik dengan negara lain: Negara dapat membangun hubungan yang baik dengan negara lain melalui kerja sama ekonomi, seperti dengan menandatangani perjanjian perdagangan bebas.
  - Melakukan analisis risiko politik dan ekonomi: Negara dapat melakukan analisis risiko politik dan ekonomi sebelum memasuki pasar baru.
  - Menyusun rencana kontingensi: Negara dapat menyusun rencana kontingensi untuk mengatasi berbagai skenario risiko.
  - Diversifikasi investasi dan operasi: Negara dapat melakukan diversifikasi investasi dan operasi di beberapa negara untuk mengurangi risiko.
- Menambah tenaga kerja terampil : Untuk menambah tenaga kerja terampil, beberapa cara yang dapat dilakukan adalah:
  - Program magang vokasi : Program ini dapat membantu menyiapkan tenaga kerja yang siap bersaing dengan membekali mereka dengan keterampilan praktis dan pengalaman kerja.
  - Pelatihan lintas fungsi : Pelatihan ini dapat memperkenalkan karyawan pada beberapa departemen dan posisi pekerjaan. Dengan demikian, mereka dapat memperoleh keterampilan dan pengetahuan baru yang dapat digunakan dalam peran mereka saat ini.
  - Pengembangan program pelatihan berbasis kompetensi (PBK) : Program ini dapat menjadi

salah satu langkah utama yang diambil pemerintah untuk meningkatkan keterampilan tenaga kerja.

- Peningkatan kapasitas dan kualitas instruktur : Peningkatan kapasitas dan kualitas instruktur juga dapat menjadi salah satu langkah utama yang diambil pemerintah untuk meningkatkan keterampilan tenaga kerja.

Tenaga kerja adalah faktor produksi yang sangat penting bagi setiap negara, di samping faktor alam dan faktor modal.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menyoroiti bahwa pasar halal Malaysia memiliki kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian global melalui sistem sertifikasi halal yang diakui internasional dan dukungan kebijakan pemerintah yang kuat. Malaysia telah memantapkan posisinya sebagai pusat industri halal dunia dengan memperluas ekspor di sektor makanan, kosmetik, farmasi, dan pariwisata halal. Meskipun memiliki kekuatan dalam standar halal yang terpercaya dan peluang ekspansi global yang besar, penelitian ini juga mengidentifikasi kelemahan dalam ketergantungan pada sektor makanan halal dan kurangnya diversifikasi di sektor non-makanan. Selain itu, persaingan dari negara lain dan ketidakselarasan standar halal internasional menjadi tantangan yang perlu segera diatasi. Tantangan lain yang diidentifikasi adalah persaingan dari negara-negara lain yang mulai memperkuat sektor halal mereka dan ketidakselarasan standar halal internasional yang menghambat perdagangan lintas negara.

Penelitian ini merekomendasikan diversifikasi sektor halal, harmonisasi standar internasional, dan penguatan peran UKM sebagai strategi utama untuk meningkatkan daya saing Malaysia di pasar global. Dengan mengatasi tantangan ini, Malaysia diharapkan mampu mempertahankan posisinya sebagai pemimpin dalam industri halal dunia. Penelitian ini menyoroiti bahwa pasar halal Malaysia memiliki kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian global melalui sistem sertifikasi halal yang diakui internasional dan dukungan kebijakan pemerintah yang kuat. Malaysia telah memantapkan posisinya sebagai pusat industri halal dunia dengan memperluas ekspor di sektor makanan, kosmetik, farmasi, dan pariwisata halal. Meskipun memiliki kekuatan dalam standar halal yang terpercaya dan peluang ekspansi global yang besar, penelitian ini juga mengidentifikasi kelemahan dalam ketergantungan pada sektor makanan halal dan kurangnya diversifikasi di sektor non-makanan.

Selain itu, persaingan dari negara lain dan ketidakselarasan standar halal internasional menjadi tantangan yang perlu segera diatasi. Tantangan lain yang diidentifikasi adalah persaingan dari negara-negara lain yang mulai memperkuat sektor halal mereka dan ketidakselarasan standar halal internasional yang menghambat perdagangan lintas negara. Penelitian ini merekomendasikan diversifikasi sektor halal, harmonisasi standar internasional, dan penguatan peran UKM sebagai strategi utama untuk meningkatkan daya saing Malaysia di pasar global. Dengan mengatasi tantangan ini, Malaysia diharapkan mampu mempertahankan posisinya sebagai pemimpin dalam industri halal dunia.

## REFERENSI

- Ahmad-Fauzi, N. R. H., & Saad, N. M. (2023). SMEs' intangible resources and their effects on export performance: a study on Malaysian halal F&B sector. *Journal of Islamic Marketing*, 595–612(15(2)), 15.
- Alferez, M., Bagtasos, N. F., Chio, K. S., Payot, J., Laygan, R. M., Abing, M. J., Capulong, C., & Teves, M. R. (2024). Islamic Finance and Economic Performance: A Panel Analysis in

- Selected Countries. *International Journal of Islamic Economics and Finance (IJIEF)*, 7(2), 248–266. <https://doi.org/10.18196/ijief.v7i2.22562>
- Almas, B., & Zainuri, H. (n.d.). *Contribution of the Halal Industry to Sustainable Economic Development in Indonesia: A Bibliometric Analysis*.
- Azam, M. S. E., & ABDULLAH, M. A. (2020). GLOBAL HALAL INDUSTRY: REALITIES AND OPPORTUNITIES. *International Journal of Islamic Business Ethics*, 5(1), 47. <https://doi.org/10.30659/ijibe.5.1.47-59>
- Fischer, C. F., Godefroid, M., Brage, T., Jönsson, P., & Gaigalas, G. (2016). Advanced multiconfiguration methods for complex atoms: I. Energies and wave functions. In *Journal of Physics B: Atomic, Molecular and Optical Physics* (Vol. 49, Issue 18). Institute of Physics Publishing. <https://doi.org/10.1088/0953-4075/49/18/182004>
- Ghazali, M. A., Md Sawari, S. S., Ahmad, S. Y., Awang, M. D., & Jusoh, M. K. A. (2023). The potential and obstacles of Malaysia's Halal Certification towards global halal standard. In *Food Research* (Vol. 6, pp. 54–59). Rynnye Lyan Resources. [https://doi.org/10.26656/fr.2017.6\(S3\).8](https://doi.org/10.26656/fr.2017.6(S3).8)
- Husin, M. M., Kamarudin, S., & Rizal, A. M. (2021). Food and beverage industry competitiveness and halal logistics: Perspective from small and medium enterprises in Malaysia. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.20885/ajim.vol3.iss1.art1>
- Idris, P. S. R. P. H., Musa, S. F. P. D., & Sumardi, W. H. H. (2021). Halal-Tayyiban and Sustainable Development Goals. *International Journal of Asian Business and Information Management*, 13(2), 1–16. <https://doi.org/10.4018/IJABIM.20220701.0a9>
- Khattak, M. A., & Khan, N. A. (2023). ISLAMIC FINANCE, GROWTH, AND VOLATILITY: A FRESH EVIDENCE FROM 82 COUNTRIES. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 9(1). <https://doi.org/10.21098/jimf.v9i1.1625>
- Nasir, S., Zulfakar, M. H., & Rahmat, A. K. (2021). Determinants of Preferred Export Logistics Gateway in Malaysia Halal Product Industry. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 11(1). <https://doi.org/10.6007/IJARAFMS/v11-i1/9823>
- Nazaruddin, L. O., Gyenge, B., Fekete-Farkas, M., & Lakner, Z. (2023). The Future Direction of Halal Food Additive and Ingredient Research in Economics and Business: A Bibliometric Analysis. *Sustainability*, 15(7), 5680. <https://doi.org/10.3390/su15075680>
- Nor, N. F., Ahmad, H., & Ariffin, A. S. (2023a). 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>
- Nor, N. F., Ahmad, H., & Ariffin, A. S. (2023b). 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>
- Porter, M. E. (2015). The Competitive Advantage of Nations. *Harvard Business Review*, 68(2), 73–93.
- Porter, M. E. (2018). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Salaheldeen, M., Battour, M., Nazri, M. A., & Bustamam, U. S. A. (2021). Prospects for achieving the Sustainable Development Goals 2030 Through A Proposed Halal Entrepreneurship Success Index (HESI). *SHS Web of Conferences*, 124, 08001. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202112408001>
- Sari, V. K., & Yaumidin, U. K. (2024). The Role of Economic Development in Export Performance in Islamic Countries. *Journal of Developing Economies*, 9(1), 37–46.

<https://doi.org/10.20473/jde.v9i1.50958>

- Siregar, F. S., & MA, DR. S. (2024). Will Indonesia Surpass Malaysia in SGIE? *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 918. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12250>
- Tabassum, S., Rashid, U., Rabbani, M. R., & Yadav, M. P. (2024). Quantifying the quantile connectedness among Memecoin, Halal ETF and ESG index. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2024-0048>
- Wasim Akram, H. (2020). Assessment of global halal market: challenges and opportunities. *African Journal of Business and Economic Research*, 15(4), 5–23. <https://doi.org/10.31920/1750-4562/2020/v15n4a1>
- Wiratama, B. F., & Safitri, Z. (2023). Is Islamic Economy as that Green? *AL-MUZARA'AH*, 11(1), 103–118. <https://doi.org/10.29244/jam.11.1.103-118>