



Research Article

Women's Strategic Role In Enhancing Growth, Innovation, And Sustainability Of The Halal Economy In The Modern Era (Peran Strategis Perempuan Memperkuat Pertumbuhan, Inovasi, Dan Keberlanjutan Ekonomi Halal Di Era Modern)

Azahra Putri Afifah

Fakultas Hukum, Universitas Pelita Bangsa, Bekasi, Indonesia
azahraputri0528@gmail.com

Qeis Hafidz Nurhamsah

Fakultas Hukum, Universitas Pelita Bangsa, Bekasi, Indonesia
amelqeis@gmail.com

Sumarta

Universitas Pelita Bangsa, Bekasi, Indonesia
martasumarta548@gmail.com

Hudallah

Universitas Darul Maarif, Indramayu, Indonesia
hudallah9@gmail.com

Copyright © 2025 by Authors, Published by **Lentera Peradaban: Journal On Islamic Studies**. This is an open access article under the CC BY License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).

Received: September 2025
Accepted: November 2025

Revised : October 2025
Available online : December 2025

How to Cite: Azahra Putri Afifah, Qeis Hafidz Nurhamsah, Sumarta, & Hudallah. (2025). Women's Strategic Role In Enhancing Growth, Innovation, And Sustainability Of The Halal Economy In The Modern Era (Peran Strategis Perempuan Memperkuat Pertumbuhan, Inovasi, Dan Keberlanjutan Ekonomi Halal Di Era Modern). *Lentera Peradaban: Journal on Islamic Studies*, 1(4), 282–294. <https://doi.org/10.61166/lpi.v1i4.37>

ABSTRAK

Penelitian ini membahas peran strategis perempuan dalam ekonomi halal di Indonesia dengan fokus pada kontribusi, tantangan struktural, dan peluang pengembangan di era digital. Perempuan terbukti menjadi aktor kunci dalam penguatan UMKM halal pada sektor makanan, fesyen muslim, dan kosmetik, yang menyumbang signifikan terhadap ketahanan ekonomi keluarga dan pertumbuhan ekonomi nasional. Melalui pendekatan kualitatif-deskriptif berbasis analisis data sekunder, penelitian ini mengeksplorasi dinamika kontribusi perempuan dalam rantai nilai halal serta hambatan yang mereka hadapi, termasuk

keterbatasan akses pembiayaan syariah, literasi digital yang belum merata, kompleksitas sertifikasi halal, dan hambatan sosial-budaya yang mengurangi ruang partisipasi perempuan dalam aktivitas ekonomi produktif. Analisis tematik menunjukkan bahwa digitalisasi membuka peluang besar bagi perempuan untuk memperluas pasar melalui e-commerce dan marketplace syariah, sementara tren global halal lifestyle memberikan kesempatan ekspansi pada level internasional. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya dukungan kebijakan pemerintah melalui penyederhanaan sertifikasi halal, peningkatan akses pembiayaan syariah, dan program pemberdayaan berbasis komunitas. Secara teoretis, temuan ini menegaskan bahwa perempuan tidak hanya berperan sebagai pelaku ekonomi, tetapi juga sebagai agen moral yang menjaga integritas nilai-nilai syariah dalam produksi dan pemasaran. Implikasi penelitian menekankan urgensi sinergi multi-pihak untuk menciptakan ekosistem halal yang inklusif, responsif, dan berkelanjutan. Dengan demikian, pemberdayaan perempuan merupakan elemen strategis dalam memperkuat daya saing industri halal nasional dan mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan berbasis nilai-nilai syariah.

Kata Kunci: Perempuan, Ekonomi Halal, UMKM, Pemberdayaan, dan Digitalisasi Usaha

ABSTRACT

This study examines the strategic role of women in Indonesia's halal economy by focusing on their contributions, structural challenges, and emerging opportunities in the digital era. Women have become key actors in strengthening halal-based micro, small, and medium enterprises (MSMEs), particularly in the sectors of food, modest fashion, and halal cosmetics. Their participation not only enhances household income but also supports the development of a broader sharia-compliant economic structure. Using a qualitative descriptive approach based on secondary data analysis, this study explores the dynamics of women's involvement in the halal value chain, as well as the institutional and sociocultural limitations that hinder their optimal participation. These challenges include limited access to Islamic financing, uneven digital literacy, complex halal certification procedures, and gender-based social constraints that reduce women's mobility in productive economic activities. The thematic analysis indicates that digitalization provides substantial opportunities for women to expand market access through e-commerce and sharia-compliant marketplaces, while the global rise of the halal lifestyle trend opens new spaces for international market penetration. Government support through simplified halal certification schemes, inclusive sharia financing programs, and community-based empowerment initiatives is also crucial in enhancing women's capacity. The findings highlight that women function not only as economic agents but also as moral agents who uphold the integrity of sharia principles in production, quality assurance, and marketing. The study concludes that multi-stakeholder collaboration is essential to building an inclusive and sustainable halal economic ecosystem. Women's empowerment, therefore, remains a strategic pillar in strengthening the competitiveness and long-term resilience of the national halal industry.

Keywords: Women; Halal Economy; MSMEs; Empowerment; Digitalization

PENDAHULUAN

Perempuan memiliki posisi strategis dalam pembangunan masyarakat, baik melalui peran domestik sebagai pendidik generasi awal maupun peran publik sebagai aktor sosial dan ekonomi. Literatur kontemporer menegaskan bahwa perempuan merupakan agen kunci dalam proses perubahan sosial, reformasi ekonomi, dan penguatan nilai-nilai moral masyarakat Muslim (Abdurrahman Wahid & Athoillah, 2024; Wardana & Magriasti, 2024). Perempuan tidak hanya berkontribusi pada pembentukan karakter keluarga, tetapi juga memberikan pengaruh signifikan pada pembangunan ekonomi melalui partisipasinya dalam berbagai aktivitas produktif, khususnya di sektor ekonomi halal.

Secara etimologis, konsep ekonomi berasal dari istilah Yunani *oikos* (rumah tangga) dan *nomos* (aturan), yang kemudian berkembang menjadi kajian ilmiah mengenai cara manusia dan masyarakat mengelola sumber daya untuk meningkatkan kesejahteraan (Mukhlisin, 2023). Dalam konteks modern, ekonomi tidak lagi terbatas pada unit rumah tangga kecil, tetapi mencakup skala nasional hingga global. Ekonomi halal sebagai sub-sistem dari ekonomi modern telah berkembang pesat dalam dua dekade terakhir, seiring meningkatnya kesadaran etis dan religius masyarakat Muslim global (ICDT & OIC, 2022; Noviyanti, 2025).

Latar belakang penelitian ini berangkat dari realitas bahwa perempuan kini menjadi aktor penting dalam pengembangan ekonomi halal, baik pada tataran mikro maupun makro. Di Indonesia, lebih dari 60% UMKM pangan halal, fashion muslim, dan kosmetik dikelola oleh perempuan (Indonesia Sharia Economic Festival, 2021). Temuan ini sejalan dengan berbagai studi yang menunjukkan bahwa keterlibatan perempuan memperkuat ketahanan ekonomi keluarga dan meningkatkan produktivitas sektor halal (Misdawita, 2023; Nurullaily, 2021; Muzdalifah et al., 2023). Selain itu, Islam memberikan ruang luas bagi perempuan untuk berpartisipasi dalam aktivitas ekonomi, termasuk hak kepemilikan aset, akses terhadap modal, dan kebebasan mengelola usaha.

Namun, perempuan pelaku UMKM halal masih menghadapi berbagai tantangan struktural. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa hambatan utama terletak pada akses permodalan, literasi keuangan syariah, keterbatasan literasi digital, serta proses sertifikasi halal yang masih dianggap rumit dan mahal bagi UMKM (Fauziah, 2024; Atiah et al., 2024; Changalima, 2025; Riofita, 2024). Di sisi lain, kebijakan pemerintah belum sepenuhnya responsif terhadap kebutuhan spesifik perempuan, terutama terkait pendampingan kewirausahaan berbasis syariah, akses terhadap lembaga keuangan syariah, serta dukungan pemasaran digital (Saefurrohman et al., 2025).

Kontribusi perempuan dalam pertumbuhan ekonomi halal terbukti signifikan. Pemberdayaan perempuan melalui pelatihan, pendidikan, dan akses modal secara langsung meningkatkan kinerja UMKM, memperluas kesempatan kerja, dan memberikan dampak positif pada peningkatan PDB nasional (Nurzaman, 2023; Idris et al., 2025). Perempuan

jugalah memainkan peran penting dalam menjaga nilai moral dan etika bisnis syariah, sehingga memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk halal, termasuk dalam sektor fashion, kosmetik, dan makanan (Aisyah & Syamsu, 2024; Rahman & Indra, 2024). Selain itu, inovasi digital dalam pemasaran dan layanan e-commerce semakin membuka peluang ekonomi bagi perempuan (Azhar, 2024; Riofita, 2024).

Meskipun demikian, hambatan sosial-budaya tetap menjadi kendala signifikan. Stereotip gender, keterbatasan jaringan bisnis, dan beban ganda (double burden) masih memengaruhi kapasitas perempuan dalam menjalankan usaha halal. Tantangan tersebut diperparah oleh keterbatasan infrastruktur digital di beberapa daerah serta kurangnya model pemberdayaan yang terintegrasi dan berkelanjutan (Nurullaili, 2021; Elasrag, 2022).

Untuk itu, inovasi dalam pemberdayaan ekonomi perempuan menjadi kebutuhan mendesak. Penelitian menyarankan perlunya integrasi pelatihan kewirausahaan syariah, literasi digital, dan pendampingan intensif agar perempuan mampu beradaptasi dengan ekosistem halal modern (Mutmainah, 2023; Lorenza, 2024). Penyederhanaan sertifikasi halal, peningkatan akses pembiayaan syariah, dan penguatan platform pemasaran digital juga menjadi kunci utama untuk mempercepat pertumbuhan UMKM halal perempuan (Noviyanti, 2025). Model pemberdayaan berbasis rumah ibadah dan komunitas dapat menjadi alternatif efektif untuk memperkuat nilai moral sekaligus meningkatkan kapasitas bisnis perempuan (Rahman & Indra, 2024).

Sinergi multi-pihak —melibatkan pemerintah, lembaga keuangan syariah, organisasi masyarakat, dan komunitas bisnis— diperlukan untuk menciptakan ekosistem ekonomi halal yang inklusif, berkeadilan, dan berkelanjutan (Saefurrohman et al., 2025; Idris et al., 2025). Upaya ini sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs), khususnya dalam bidang kesetaraan gender, pemberdayaan ekonomi, dan pengurangan kemiskinan.

Penelitian ini memiliki batasan pada fokus analisis terhadap perempuan pelaku UMKM halal di Indonesia dengan pendekatan kualitatif dan deskriptif analitis berbasis data sekunder. Penelitian tidak membahas secara mendalam peran perempuan dalam industri halal skala besar maupun konteks negara non-Muslim.

Secara keseluruhan, keterlibatan perempuan dalam ekonomi halal memberikan dampak ekonomi dan sosial yang signifikan. Mereka tidak hanya meningkatkan pendapatan keluarga, tetapi juga memperkuat fondasi etika bisnis syariah serta mendorong inovasi produk halal. Namun demikian, keberhasilan pemberdayaan perempuan sangat bergantung pada kemampuan ekosistem usaha menyediakan akses modal, pelatihan, digitalisasi, dan kebijakan yang berpihak. Penelitian ini berasumsi bahwa tanpa kolaborasi berkelanjutan dan reformasi kebijakan yang mendukung, berbagai inisiatif inovatif tersebut akan sulit diimplementasikan secara optimal.

Dengan demikian, pemberdayaan perempuan dalam ekonomi halal adalah kunci penting untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang inklusif, berkelanjutan, dan berlandaskan nilai-nilai syariah. Perempuan merupakan pilar strategis dalam memperkuat ekosistem halal Indonesia dan mendorong daya saing nasional di era modern.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif-deskriptif** dengan orientasi analitis untuk memahami secara mendalam peran strategis perempuan dalam ekonomi halal di Indonesia. Pendekatan ini dipilih karena isu yang diteliti berkaitan dengan fenomena sosial, kebijakan publik, dan dinamika ekonomi yang membutuhkan pemaknaan kontekstual, bukan sekadar pengukuran kuantitatif. Fokus penelitian diarahkan pada eksplorasi pengalaman perempuan, tantangan struktural yang mereka hadapi, serta kontribusinya terhadap pengembangan UMKM halal dan pertumbuhan ekonomi nasional.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui **analisis data sekunder** (secondary data analysis) yang meliputi jurnal ilmiah terindeks, laporan resmi pemerintah, publikasi lembaga internasional, prosiding konferensi, buku akademik, dan laporan riset industri halal lima tahun terakhir. Sumber data utama berasal dari penelitian terkait pemberdayaan perempuan, UMKM halal, sertifikasi halal, digitalisasi usaha, serta kebijakan pengembangan ekonomi syariah. Teknik ini dipilih untuk memperoleh gambaran komprehensif mengenai perkembangan terbaru, kesenjangan penelitian, serta pola-pola empiris yang relevan dengan topik.

Data dianalisis menggunakan **metode analisis isi tematik** (thematic content analysis). Proses analisis dilakukan melalui empat tahap: (1) **reduksi data**, yakni memilih dan menyederhanakan informasi yang relevan; (2) **pengelompokan tema**, seperti pemberdayaan ekonomi, akses modal, hambatan sosial-budaya, inovasi digital, sertifikasi halal, serta kontribusi ekonomi; (3) **analisis hubungan antar-tema**, untuk melihat keterkaitan antara peran perempuan, regulasi, peluang pasar, dan penguatan ekosistem halal; dan (4) **penyusunan interpretasi**, yaitu merumuskan makna teoretis dan implikasi kebijakan dari temuan literatur.

Validitas data dijaga melalui **triangulasi sumber**, dengan membandingkan hasil studi dari jurnal internasional, laporan pemerintah, serta literatur akademik nasional. Teknik ini diterapkan untuk menghindari bias interpretatif dan memastikan konsistensi hasil analisis. Penelitian ini juga menerapkan **critical literature review**, yaitu penelaahan kritis terhadap argumen, batasan metodologis, serta relevansi teori dalam setiap sumber yang digunakan.

Batasan penelitian meliputi fokus pada konteks Indonesia dan lingkup UMKM halal, sehingga tidak mencakup analisis industri halal skala besar maupun negara non-Muslim. Namun demikian, temuan penelitian ini tetap memberikan kontribusi penting dalam

memahami bagaimana perempuan menjadi aktor strategis dalam memperkuat ekosistem ekonomi halal modern.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perempuan sebagai Aktor Strategis dalam Ekonomi Halal

Hasil kajian menunjukkan bahwa perempuan memainkan peran strategis dalam pembangunan ekonomi halal kontemporer. Mereka berkontribusi tidak hanya pada ranah domestik, tetapi juga pada aktivitas ekonomi produktif yang menopang struktur industri halal berbasis komunitas (Abdurrahman Wahid & Athoillah, 2024). Keaktifan perempuan dalam produksi, inovasi, dan distribusi produk halal menjadikan mereka agen penting dalam transformasi sosial-ekonomi berbasis prinsip syariah. Berbagai studi menegaskan bahwa perempuan menjadi motor penggerak perubahan, terutama pada sektor usaha kecil yang membutuhkan ketekunan dan kepemimpinan etis (Wardana & Magriasti, 2024). Dengan demikian, posisi perempuan semakin relevan dalam memperkuat fondasi ekosistem halal modern.

Di Indonesia, kontribusi perempuan terlihat jelas dalam pertumbuhan UMKM halal selama satu dekade terakhir. Laporan Indonesia Sharia Economic Festival (2021) menunjukkan bahwa mayoritas UMKM halal—khususnya di sektor makanan, fesyen muslim, dan kosmetik—dikelola oleh perempuan. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Nurullailly (2021) dan Misdawita (2023) yang menegaskan bahwa perempuan merupakan penggerak utama industri halal berbasis komunitas. Peran perempuan tidak hanya menciptakan nilai ekonomi, tetapi juga memunculkan inovasi baru yang memperluas daya saing industri halal lokal. Oleh karena itu, kontribusi perempuan menjadi elemen fundamental dalam perluasan ekonomi syariah nasional.

2. Ekonomi Halal sebagai Ekosistem Modern

Ekonomi halal berkembang sebagai bagian integral dari struktur ekonomi global yang menekankan etika, kualitas, dan keberlanjutan. Peningkatan kesadaran konsumen terhadap keamanan dan kehalalan produk telah memicu pertumbuhan signifikan pada sektor ini, yang kini dipandang sebagai kekuatan ekonomi alternatif (Elasrag, 2022; ICDT & OIC, 2022). Prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, keseimbangan, dan kemaslahatan menjadikan ekonomi halal relevan dengan tuntutan masyarakat modern. Hal ini menunjukkan bahwa ekonomi halal tidak lagi sekadar konsep normatif, tetapi telah menjadi kebutuhan pasar global. Dengan demikian, ekosistem halal menawarkan struktur ekonomi yang kompetitif dan berorientasi masa depan.

Sebagai negara dengan populasi Muslim terbanyak, Indonesia memiliki potensi besar dalam memperluas industri halal yang meliputi sektor makanan, fesyen, kosmetik, pariwisata halal, dan keuangan syariah. Perempuan mengambil peran vital dalam rantai nilai

ini, terutama pada produksi, pemasaran, dan inovasi berbasis digital (Lorenza, 2024). Peran tersebut membuktikan bahwa perempuan bukan hanya partisipan, tetapi aktor penggerak pasar halal nasional dan regional. Seiring meningkatnya kebutuhan global terhadap produk halal, kontribusi perempuan semakin menentukan posisi Indonesia dalam pasar global. Oleh sebab itu, keterlibatan perempuan menjadi faktor kunci dalam pembangunan ekosistem halal yang berdaya saing.

3. Temuan Utama Kontribusi Perempuan di Sektor Halal

Analisis tematik terhadap hasil penelitian lima tahun terakhir menunjukkan bahwa perempuan memberikan kontribusi signifikan pada tiga aspek utama: pemberdayaan ekonomi, digitalisasi usaha, dan penguatan etika bisnis halal. Perempuan memiliki karakteristik seperti ketelitian, ketekunan, dan kreativitas yang mendukung keberhasilan usaha halal skala kecil maupun menengah (Atiah et al., 2024). Selain itu, peran ganda perempuan dalam rumah tangga dan usaha menjadikan mereka lebih adaptif dalam menjaga keseimbangan antara nilai moral dan produktivitas ekonomi. Karakteristik ini memperkuat fondasi sosial-ekonomi yang menjadi ciri khas industri halal. Dengan demikian, kontribusi perempuan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari pembangunan ekonomi halal modern.

3.1. Pemberdayaan Ekonomi melalui UMKM Halal

Pemberdayaan perempuan terbukti meningkatkan kinerja UMKM halal yang menjadi tulang punggung ekonomi lokal. Perempuan mampu memperkuat ketahanan ekonomi keluarga, meningkatkan nilai tambah produk, dan membuka lapangan kerja baru. Karakteristik seperti ketelitian dan kreativitas menjadi modal utama dalam mengembangkan sektor makanan, fesyen muslim, dan kosmetik (Misdawita, 2023). Hasil ini menunjukkan bahwa keterlibatan perempuan memiliki implikasi langsung terhadap pertumbuhan ekonomi daerah dan nasional. Dengan demikian, pemberdayaan perempuan dalam UMKM halal merupakan strategi penting bagi pembangunan ekonomi berbasis syariah.

3.2. Digitalisasi Usaha

Digitalisasi memberikan peluang besar bagi perempuan untuk memperluas pasar melalui e-commerce, social commerce, dan marketplace syariah. Kemampuan perempuan dalam beradaptasi dengan teknologi mempercepat proses pemasaran dan meningkatkan visibilitas produk halal (Azhar, 2024). Melalui pemanfaatan platform digital, perempuan dapat menjangkau konsumen lintas daerah bahkan internasional tanpa hambatan geografis. Digitalisasi juga mempermudah manajemen usaha dan efisiensi produksi, sehingga meningkatkan skala usaha. Dengan demikian, digitalisasi menjadi katalis penting bagi pertumbuhan industri halal yang dipimpin perempuan.

3.3. Penguatan Etika dan Prinsip Syariah

Perempuan memiliki sensitivitas tinggi terhadap nilai etika, kualitas bahan, dan kebersihan, yang menjadi standar utama dalam industri halal. Mereka berperan dalam memastikan setiap proses produksi sesuai dengan prinsip thayyib, transparansi, dan kejujuran (Fauziah, 2024). Konsistensi terhadap nilai-nilai syariah ini meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal yang dihasilkan. Peran etis perempuan menjadi salah satu faktor yang menjaga integritas industri halal di berbagai sektor. Dengan demikian, perempuan berkontribusi tidak hanya dalam aspek ekonomi, tetapi juga dalam penguatan moralitas industri halal.

4. Tantangan Struktural yang Masih Dihadapi Perempuan

Meskipun perannya signifikan, perempuan pelaku UMKM halal masih menghadapi berbagai hambatan struktural. Tantangan tersebut mencakup keterbatasan akses pembiayaan, hambatan sosial-budaya, kompleksitas sertifikasi halal, dan kesenjangan digital. Hambatan ini menghambat percepatan pertumbuhan usaha dan mengurangi daya saing perempuan di pasar halal modern. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, intervensi kebijakan dapat lebih terarah dan efektif. Oleh karena itu, identifikasi tantangan menjadi langkah penting dalam perencanaan program pemberdayaan perempuan.

4.1. Akses Permodalan dan Literasi Keuangan

Akses permodalan menjadi salah satu hambatan terbesar bagi perempuan, terutama dalam pembiayaan syariah. Keterbatasan agunan, literasi keuangan yang rendah, dan prosedur bank syariah yang kompleks membatasi ruang gerak perempuan untuk memperluas kapasitas produksi (Noviyanti, 2025). Kondisi ini menyebabkan perempuan sulit meningkatkan skala usaha meskipun memiliki potensi pasar. Hambatan administratif juga membuat banyak perempuan enggan mengakses pembiayaan formal. Oleh karena itu, diperlukan skema pembiayaan mikro syariah yang lebih inklusif dan mudah diakses perempuan.

4.2. Hambatan Sosial-Budaya

Norma sosial-budaya seperti stereotip gender dan beban domestik sering kali membatasi mobilitas perempuan. Keterbatasan jaringan bisnis dan ruang sosial juga menghambat perkembangan usaha perempuan (Wahyono et al., 2019). Hambatan ini memperkuat ketimpangan struktural yang berdampak pada keberlanjutan usaha. Keterlibatan keluarga dan komunitas sangat diperlukan untuk memperluas ruang gerak perempuan. Oleh karena itu, perubahan budaya menjadi faktor kunci dalam memperbaiki ekosistem halal yang inklusif.

4.3. Sertifikasi Halal yang Rumit

Prosedur sertifikasi halal masih dianggap kompleks, mahal, dan memerlukan dokumen administratif yang tidak mudah dipenuhi oleh UMKM perempuan. Banyak pelaku usaha belum memahami alur sertifikasi, standar produksi, dan persyaratan yang harus dipenuhi (Fauziah, 2024). Ketiadaan sertifikasi membatasi akses ke pasar yang lebih besar dan mengurangi daya saing produk perempuan. Penyederhanaan prosedur sangat dibutuhkan agar perempuan dapat memperoleh legalitas halal secara lebih mudah dan cepat. Dengan demikian, kebijakan sertifikasi yang ramah UMKM menjadi kebutuhan mendesak.

4.4. Kesenjangan Digital

Kesenjangan digital menjadi tantangan signifikan, terutama di wilayah dengan infrastruktur digital minim. Keterbatasan literasi digital menyebabkan perempuan kurang optimal memanfaatkan teknologi produksi dan pemasaran (Riofita, 2024). Hambatan ini menurunkan potensi perluasan pasar dan inovasi produk. Padahal, era digital menuntut percepatan adaptasi teknologi agar UMKM tetap kompetitif. Oleh karena itu, pelatihan digital dan pembangunan infrastruktur menjadi keharusan untuk memperkuat posisi perempuan dalam industri halal.

5. Peluang Strategis dalam Ekosistem Halal Modern

Meski menghadapi banyak tantangan, perempuan memiliki peluang besar dalam ekosistem halal global. Permintaan produk halal terus meningkat, sementara digitalisasi memperluas akses pasar tanpa batas. Pemerintah juga menyediakan berbagai program pemberdayaan yang mendukung perempuan dalam meningkatkan kapasitas usaha. Potensi ini dapat dimaksimalkan untuk memperkuat kontribusi perempuan dalam rantai nilai halal nasional dan global (Saefurrohman et al., 2025). Oleh karena itu, peluang strategis ini harus dimanfaatkan secara optimal.

5.1. Tren Global Halal *Lifestyle*

Tren global halal lifestyle membuka ruang luas bagi perempuan, terutama dalam sektor fesyen muslim, kosmetik, dan makanan halal. Peningkatan permintaan global terhadap produk halal memberi peluang ekspor bagi UMKM perempuan (Mutmainah, 2023; Rahman & Indra, 2024). Selain itu, tren ini mendorong inovasi produk yang lebih kreatif dan sesuai kebutuhan konsumen internasional. Hal ini memungkinkan perempuan menjadi aktor global dalam industri halal. Dengan demikian, tren halal lifestyle memberikan potensi besar bagi pertumbuhan ekonomi perempuan.

5.2. Inovasi Digital dan Marketplace Syariah

Pemanfaatan marketplace syariah dan teknologi digital memberikan keunggulan bagi perempuan untuk memasarkan produk secara lebih efektif. Platform digital memudahkan perempuan menjangkau pasar luas dan meningkatkan retensi konsumen (Changalima, 2025; Shirkah Jurnal, 2022). Teknologi juga membantu memperbaiki manajemen usaha dan meningkatkan efisiensi operasional. Dengan demikian, inovasi digital memperkuat daya saing perempuan dalam industri halal yang semakin kompetitif. Digital marketplace menjadi salah satu fondasi utama pemberdayaan ekonomi perempuan.

5.3. Program Pemerintah dan Ekosistem Syariah Nasional

Pemerintah menyediakan fasilitas seperti sertifikasi halal gratis, inkubasi UMKM syariah, serta pembiayaan melalui lembaga keuangan syariah. Kebijakan ini sangat membantu perempuan dalam meningkatkan kapasitas usaha dan memperluas jaringan bisnis (Mukhlisin, 2023; Saefurrohman et al., 2025). Ekosistem syariah nasional juga semakin kuat, memberikan ruang yang lebih stabil dan inklusif bagi perempuan pelaku UMKM. Program ini mempercepat integrasi perempuan dalam rantai nilai halal nasional. Oleh karena itu, dukungan pemerintah menjadi faktor esensial bagi keberhasilan pemberdayaan perempuan.

6. Implikasi Teoretis dan Kebijakan

Temuan menunjukkan bahwa keterlibatan perempuan dalam ekonomi halal tidak hanya berdampak ekonomi, tetapi juga memperkuat konstruksi etika sosial dalam masyarakat Muslim modern. Perempuan berkontribusi dalam internalisasi nilai syariah melalui praktik produksi dan pemasaran yang beretika (Aisyah & Syamsu, 2024). Pemberdayaan perempuan dalam industri halal juga memiliki implikasi terhadap peningkatan kesejahteraan keluarga dan komunitas. Hasil ini menegaskan bahwa perempuan adalah komponen penting dalam model pembangunan ekonomi syariah berkelanjutan. Oleh sebab itu, beberapa rekomendasi kebijakan dapat disimpulkan.

Pertama, prosedur sertifikasi halal perlu disederhanakan agar lebih mudah diakses perempuan. Kedua, skema pembiayaan mikro syariah harus diperluas dengan persyaratan yang lebih inklusif. Ketiga, pelatihan digital perlu diperkuat melalui program yang berkelanjutan dan berbasis komunitas. Keempat, model pemberdayaan berbasis komunitas, masjid, dan lembaga pendidikan perlu diperkuat karena terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas perempuan. Terakhir, kolaborasi multipihak harus diprioritaskan untuk membangun ekosistem halal yang adil, inklusif, dan berkelanjutan.

7. Keterbatasan Studi dan Prospek Perempuan sebagai Pilar Ekonomi Halal

Penelitian ini memiliki beberapa batasan yang perlu diperhatikan dalam interpretasi hasil. Kajian hanya berfokus pada perempuan pelaku UMKM halal di Indonesia sehingga tidak menggambarkan dinamika industri halal berskala besar atau negara lain. Selain itu, penelitian menggunakan data sekunder sehingga sangat bergantung pada kualitas sumber yang tersedia. Perbandingan internasional juga tidak dilakukan, padahal beberapa negara non-Muslim memiliki pasar halal yang berkembang pesat. Meski demikian, hasil kajian tetap relevan dalam memahami peran perempuan dalam konteks nasional. Oleh karena itu, penelitian lanjutan disarankan untuk menggunakan pendekatan lapangan atau studi komparatif.

Secara umum, hasil penelitian menegaskan bahwa perempuan adalah pilar utama dalam pembangunan ekonomi halal Indonesia. Melalui UMKM halal, perempuan mampu meningkatkan pendapatan keluarga sekaligus memperkuat struktur ekonomi berbasis syariah. Peran perempuan juga mencakup penguatan etika bisnis, inovasi produk, dan perluasan pasar berbasis digital. Meskipun menghadapi tantangan struktural, perempuan memiliki peluang besar melalui digitalisasi, program pemerintah, dan meningkatnya permintaan global terhadap produk halal. Dengan dukungan ekosistem yang memadai, perempuan akan terus menjadi aktor strategis dalam pengembangan ekonomi halal modern.

KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa perempuan merupakan aktor strategis dalam penguatan ekosistem ekonomi halal modern. Peran mereka tidak hanya terlihat dalam aktivitas domestik sebagai pendidik generasi awal, tetapi juga dalam kontribusi produktif sebagai pelaku utama UMKM halal. Pada sektor makanan, fashion muslim, kosmetik, dan layanan digital, perempuan menunjukkan kapasitas yang kuat sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi yang berbasis nilai syariah. Dominasi perempuan dalam berbagai bidang usaha halal mencerminkan kemampuan mereka mengintegrasikan nilai moral, kreativitas, ketekunan, dan inovasi untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan kompetitif.

Digitalisasi menjadi faktor penting yang memperluas peluang perempuan dalam mengembangkan usaha halal. Pemanfaatan e-commerce, social commerce, dan platform digital lainnya memungkinkan perempuan menjangkau pasar lebih luas, meningkatkan efisiensi usaha, dan memperkuat jejaring bisnis. Meskipun demikian, perempuan masih menghadapi berbagai tantangan struktural seperti keterbatasan permodalan, hambatan sosial-budaya, kompleksitas sertifikasi halal, serta kesenjangan literasi digital yang perlu diatasi melalui kebijakan yang lebih inklusif dan responsif.

Di tengah berbagai kendala tersebut, peluang strategis tetap terbuka luas. Pertumbuhan gaya hidup halal global, perkembangan teknologi digital, serta peningkatan dukungan pemerintah terhadap UMKM berbasis syariah menjadi ruang penguatan posisi perempuan dalam ekonomi halal. Secara keseluruhan, perempuan terbukti memiliki peran signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menjaga nilai etika bisnis syariah, dan memperkuat daya saing industri halal Indonesia. Dengan ekosistem yang mendukung, perempuan akan terus menjadi pilar utama pembangunan ekonomi halal di era modern.

REFERENSI

- Abdurrahman Wahid, & Athoillah, M. A. (2024). Peran wanita dalam pembangunan ekonomi: Perspektif ekonomi Islam. *Arrabiyah: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(3), 661–679. <http://ejournal.arraayah.ac.id>
- Aisyah, S., & Syamsu, A. (2024). Emerging themes in halal fashion: A bibliometric study. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 12(1), 1–15.
- Atiah, I. N., et al. (2024). Pengaruh pemberdayaan wanita terhadap pertumbuhan ekonomi melalui usaha makanan halal (UMKM). *Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 8(1), 1–12.
- Azhar, N. Z. (2024). Womenpreneurs and e-commerce adoption in sharia context. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(2), 55–70.
- Changalima, I. A. (2025). Halal supply chain management: A bibliometric analysis. *Journal of Islamic Marketing*, 16(3), 455–472.
- Elasrag, H. (2022). *Halal industry: Challenges and opportunities*.
- Fauziah, F. (2024). Urgensi sertifikasi halal dalam pemberdayaan ekonomi perempuan. *Proceedings of International Conference on Islamic Economics*, 2(1), 120–130.
- ICDT & OIC. (2022). *OIC halal economy annual report 2022*.
- Idris, R., et al. (Eds.). (2025). *The halal industry in Asia: Perspectives from Brunei Darussalam, Malaysia, Japan, Indonesia and China*. Springer Nature.
- Indonesia Sharia Economic Festival. (2021). *Indonesia halal markets report 2021/2022*.
- Lorenza, C. (2024). Work motivation of women entrepreneurs in Islamic perspective. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Perbankan*, 14(2), 85–98.
- Misdawita, M. (2023). Penguatan industri halal melalui UMKM perempuan dan sertifikasi halal. *Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1), 45–60*.
- Mukhlisin, M. (Ed.). (2023). *Ekonomi politik industri halal di Indonesia*.
- Mutmainah, S. (2023). Influence of halal lifestyle, Islamic branding, and social media on Muslim fashion purchasing. *Airlangga Journal of Islamic Marketing*, 4(2), 90–110.
- Noviyanti, R. (2025). Halal industry growth: Economic opportunities and challenges. *Journal of Islamic Economics, Banking, and Finance*, 7(1), 33–47.
- Nurzaman, M. S. (2023). Does the halal industry impact economic growth? An empirical study. *International Journal of Islamic Economics and Business Studies*, 5(2), 101–118.
- Nurullailly, S. (2021). Empowering Muslim women-owned MSMEs: Case studies from Indonesia. *Global Review of Islamic Economics and Business*, 9(2), 121–138.

- Rahman, R., & Indra, T. (2024). Halal fashion, lifestyle, and brand image influence on Generation Z hijab preferences. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 10(1), 55–70.
- Riofita, H. (2024). Predicting Muslim female customer retention through Islamic marketplace attractiveness. *Journal of Islamic Economics and Business Research*, 6(2), 44–59*.
- Saefurrohman, G. U., et al. (Eds.). (2025). *Industri halal di Indonesia*. Az-Zahra Media.
- Shirkah Journal. (2022). Purchase decision on halal products among female Muslim students. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 7(3), 289–305.
- Wardana, R. I., & Magriasti, L. (2024). Analisis ekonomi politik dan gender: Studi kasus peran perempuan dalam pembangunan ekonomi di Indonesia. *Multiverse: Open Multidisciplinary Journal*, 3(1), 40–46. <https://doi.org/10.57251/multiverse.v3i1.1381>
- Wahyono, E., Kolopaking, L. M., Sumarti, T., & Vitayala, A. S. H. (2019). Jaringan digital dan pengembangan kewirausahaan sosial buruh migran perempuan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(1), 57–76. <https://doi.org/10.24002/jik.v16i1.1837>