

Kerangka Holistik Kinerja Industri Halal : Menghubungkan Profitabilitas, Inovasi, Efisiensi, dan Tanggung Jawab Berbasis Maqasid Syariah

Mochamad Iqbal Wahyudin¹, Halimah Nurlatifah², Endang Jumali³

Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, Bandung, Indonesia^{1,2,3}

wahyudinibqal@gmail.com¹ halimahnurlatifah16@gmail.com² endang.jumali@uinsgd.ac.id³

Diserahkan tanggal 08 Januari 2026 | Diterima tanggal 25 Maret 2026 | Diterbitkan tanggal 31 Maret 2025

Abstract:

The global halal industry has evolved from merely fulfilling religious ritual requirements into a strategic pillar of the global economy, with a market value projected to reach USD 2.3 trillion. Despite its rapid growth, a comprehensive theoretical framework that integrates both financial and non-financial performance dimensions within the halal ecosystem remains limited. This article aims to develop a theoretical framework for halal industry performance by emphasizing four key dimensions: profitability, efficiency, innovation, and social responsibility. Using a Systematic Literature Review (SLR) approach, this study synthesizes several major theoretical perspectives, including the Resource-Based View (RBV) and Maqasid Shariah, to construct an integrative conceptual model. The findings suggest that halal industry performance should not be assessed solely through traditional financial metrics, but also through supply chain integrity, digital innovation capabilities (such as blockchain and the Internet of Things), and spiritual accountability manifested in maslahah-oriented corporate social responsibility. The proposed framework provides guidance for practitioners and policymakers to enhance the global competitiveness of the halal industry through strengthened governance and sustainability.

Keywords: Halal Industry, Profitability, Operational Efficiency, Digital Innovation, Social Responsibility.

Abstrak :

Industri halal global telah bertransformasi dari sekadar pemenuhan kebutuhan ritual keagamaan menjadi pilar strategis ekonomi dunia dengan nilai pasar yang diproyeksikan mencapai USD 2,3 triliun. Meskipun pertumbuhannya pesat, kerangka teoritis komprehensif yang mengintegrasikan dimensi kinerja keuangan dan non-keuangan dalam ekosistem halal masih terbatas. Artikel ini bertujuan untuk mengembangkan kerangka teoritis kinerja industri halal dengan menekankan empat dimensi kunci: profitabilitas, efisiensi, inovasi, dan tanggung jawab sosial. Melalui metode tinjauan literatur sistematis (SLR), penelitian ini mensintesis berbagai teori utama seperti Resource-Based View (RBV) dan Maqasid Syariah untuk membangun model konseptual yang integratif. Hasil kajian menunjukkan bahwa kinerja industri halal tidak hanya diukur melalui metrik keuangan tradisional, tetapi juga melalui integritas rantai pasok, kemampuan inovasi digital (seperti blockchain dan IoT), serta akuntabilitas spiritual dalam bentuk tanggung jawab sosial korporat yang berorientasi pada maslahah. Kerangka kerja yang diusulkan memberikan panduan bagi praktisi dan pembuat kebijakan untuk meningkatkan daya saing global industri halal melalui penguatan tata kelola dan keberlanjutan.

Kata Kunci: Industri Halal, Profitabilitas, Efisiensi Operasional, Inovasi Digital, Tanggung Jawab Sosial.

Copyright © 2026, Author

This is an open-access article under the [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



PENDAHULUAN

Pengembangan industri halal di tingkat global telah mengalami akselerasi yang signifikan dalam beberapa dekade terakhir, menjadikannya komponen vital dalam ekonomi dunia (Noviyanti & Hakim, 2025). Pertumbuhan ini didorong oleh populasi Muslim global yang diperkirakan akan mencapai 2,2 miliar jiwa atau sekitar 26,4% dari total populasi dunia pada tahun 2030 (Grim & Karim, 2011). Konsumsi produk halal meningkat rata-rata 5,2% per tahun, dengan total pengeluaran konsumen mencapai triliunan dolar di berbagai sektor seperti makanan, kosmetik, farmasi, pariwisata, dan keuangan syariah (Bahri & Ali, 2022). Fenomena ini menandakan pergeseran paradigma di mana label halal kini dianggap sebagai standar kualitas universal (thayyiban) yang mencakup aspek keamanan, kebersihan, dan etika (Saifuddin & Setiawan, 2025). Selain itu, dinamika perkembangan industri halal tidak hanya dipengaruhi oleh peningkatan permintaan konsumen Muslim, tetapi juga oleh semakin luasnya penerimaan pasar global yang memandang produk halal sebagai simbol jaminan kualitas, transparansi proses produksi, serta kepatuhan terhadap standar etika dan keberlanjutan. Kondisi ini menunjukkan bahwa industri halal telah bertransformasi dari sekadar kebutuhan religius menjadi bagian integral dari sistem ekonomi global yang kompetitif dan berorientasi pada nilai.

Dalam lanskap bisnis yang semakin kompetitif, pengukuran kinerja industri halal menjadi sangat krusial untuk memastikan keberlangsungan dan daya saing perusahaan (Harsanto et al., 2024). Pengukuran kinerja konvensional yang hanya berfokus pada profitabilitas jangka pendek dianggap tidak lagi memadai untuk menangkap kompleksitas ekosistem halal yang menuntut integritas di seluruh rantai pasok (Zulfakar et al., 2014). Literatur yang ada saat ini telah mulai mengeksplorasi hubungan antara kinerja industri dengan dimensi seperti efisiensi operasional, inovasi produk, dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), namun seringkali variabel-variabel ini dibahas secara parsial atau hanya berfokus pada satu sektor tertentu (Tyas et al., 2025). Akibatnya, masih terdapat kesenjangan konseptual dalam memahami bagaimana berbagai dimensi tersebut dapat diintegrasikan secara komprehensif dalam kerangka pengukuran kinerja industri halal yang holistik. Oleh karena itu, diperlukan suatu pendekatan teoretis yang mampu mensinergikan aspek ekonomi, kepatuhan syariah, serta keberlanjutan bisnis guna menghasilkan model evaluasi kinerja yang lebih representatif terhadap karakteristik unik Industri Halal.

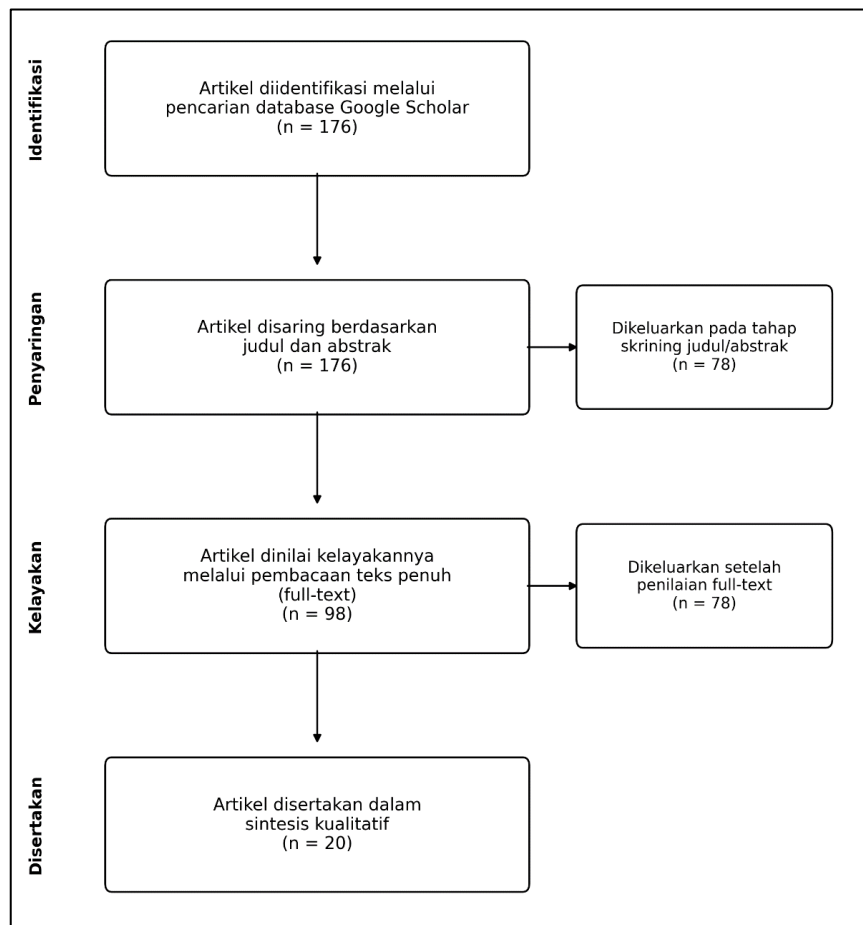
Profitabilitas tetap menjadi indikator utama kesuksesan bisnis, di mana sertifikasi halal terbukti memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan melalui peningkatan kepercayaan konsumen (Fitri & Anindya, 2024). Di sisi lain, efisiensi operasional menjadi kunci untuk meminimalkan pemborosan (waste) dan mengoptimalkan produktivitas dalam proses manufaktur halal (Salleh Hudin et al., 2025). Inovasi, khususnya adopsi teknologi digital seperti blockchain dan Internet of Things (IoT), berperan penting dalam menjamin transparansi dan ketertelusuran produk halal dari hulu ke hilir (Saifuddin & Setiawan, 2025). Terakhir, tanggung jawab sosial dalam perspektif industri halal dipandang sebagai perwujudan dari nilai-nilai spiritual dan akuntabilitas moral kepada Tuhan dan masyarakat (masalah) (Arifin Bando et al., 2025). Keempat dimensi tersebut menunjukkan bahwa kinerja industri halal tidak dapat dipahami hanya melalui indikator finansial semata, melainkan harus dilihat sebagai konstruksi multidimensional yang mengintegrasikan aspek ekonomi, operasional, teknologi, dan etika. Dengan demikian, pendekatan yang lebih komprehensif diperlukan untuk menjelaskan bagaimana interaksi antar dimensi tersebut secara simultan membentuk kinerja dan keberlanjutan industri halal dalam jangka panjang.

Meskipun terdapat banyak studi mengenai elemen-elemen tersebut, terdapat celah penelitian dalam pengembangan teori yang mengintegrasikan keempat dimensi ini ke dalam satu kerangka kerja kinerja industri halal yang koheren (Bahri & Ali, 2022). Sebagian besar penelitian masih bersifat deskriptif atau berfokus pada perilaku konsumen, tanpa memberikan landasan teoritis yang

kuat mengenai bagaimana profitabilitas, efisiensi, inovasi, dan tanggung jawab sosial berinteraksi untuk membentuk kinerja organisasi yang unggul (Akhiroh et al., 2025). Oleh karena itu, objektif utama dari studi konseptual ini adalah untuk mengembangkan kerangka kerja teoritis yang komprehensif bagi kinerja industri halal guna mengisi celah tersebut dan memberikan kontribusi pada literatur manajemen industri halal.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan riset konseptual melalui tinjauan literatur sistematis (Systematic Literature Review - SLR). Strategi pencarian literatur dilakukan secara terstruktur menggunakan protokol PRISMA untuk memastikan transparansi dan reproduksibilitas (Saifuddin & Setiawan, 2025). Basis data yang digunakan adalah Google Scholar, mengingat keterbatasan akses terhadap basis data berlangganan seperti Scopus dan Web of Science, dengan kata kunci seperti "Halal Industry Performance", "Profitability", "Operational Efficiency", "Halal Innovation", dan "Islamic CSR". Proses seleksi literatur dilakukan melalui beberapa tahap, mulai dari identifikasi, penyaringan, hingga penilaian kelayakan artikel berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditetapkan. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh sintesis konseptual yang komprehensif mengenai variabel-variabel utama yang memengaruhi kinerja industri halal serta untuk membangun kerangka teoretis yang lebih sistematis dan terintegrasi. Alur penyaringan literatur dituangkan dalam gambar 1 berikut:



Gambar 1. Diagram alur PRISMA proses seleksi artikel

Kriteria inklusi dalam pemilihan artikel meliputi: (1) artikel jurnal ilmiah bereputasi; (2) dipublikasikan pada periode 2010–2025 untuk menangkap tren transformasi digital dan

keberlanjutan terkini dalam industri halal (Normalita, 2025); (3) berbahasa Indonesia atau Inggris; (4) membahas industri halal atau ekonomi syariah; dan (5) membahas minimal satu dari empat dimensi kinerja yang diteliti. Adapun kriteria eksklusi meliputi: (1) artikel dalam bentuk conference proceeding; (2) book chapter; (3) artikel duplikat; (4) artikel yang hanya membahas perilaku konsumen tanpa kaitan dengan kinerja industri; dan (5) artikel yang tidak memiliki relevansi langsung dengan kinerja industri halal. Pendekatan analitis yang digunakan adalah analisis konten tematik untuk menyintesis temuan dari berbagai sumber dan membangun hubungan logis antar variabel guna menyusun model konseptual (Saifuddin & Setiawan, 2025). Teori Resource-Based View (RBV) dan Maqasid Syariah digunakan sebagai lensa teoritis utama untuk menginterpretasikan bagaimana sumber daya perusahaan halal dapat dikelola secara efisien dan inovatif untuk mencapai keberhasilan yang berkah (Tyas et al., 2025; Dasmadi et al., 2024). Melalui integrasi kedua perspektif teoritis tersebut, penelitian ini berupaya menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif dalam industri halal tidak hanya ditentukan oleh kepemilikan sumber daya strategis, tetapi juga oleh sejauh mana pengelolaan sumber daya tersebut selaras dengan prinsip-prinsip syariah dan tujuan kemaslahatan. Dengan demikian, kerangka analisis yang dibangun diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai mekanisme pembentukan kinerja industri halal yang berkelanjutan dan bernilai etis.

PEMBAHASAN

Sistesis Literatur Dimensi Kinerja Industri Halal

Profitability dalam Industri Halal

Profitabilitas merupakan indikator keberhasilan ekonomi yang krusial bagi kelangsungan usaha di sektor halal (Bahri & Ali, 2022). Pengukuran kinerja keuangan dalam industri halal seringkali mencakup indikator berbasis akuntansi (seperti ROI dan margin laba), indikator berbasis pasar (seperti Tobin's Q), dan indikator berbasis risiko (Rahman et al., 2015). Studi menunjukkan bahwa kepemilikan sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan melalui perluasan segmentasi pasar dan peningkatan volume penjualan (Fitri & Anindya, 2024). Efisiensi teknis juga menjadi pendorong utama nilai perusahaan, di mana perusahaan makanan dan minuman halal yang efisien dalam mengelola aset cenderung memiliki nilai pasar yang lebih tinggi (Rusmita & Zulaikha, 2023). Dalam konteks UKM, stabilitas keuangan menjadi fondasi bagi pertumbuhan bisnis dan kemampuan untuk berinvestasi lebih lanjut dalam kepatuhan standar halal (Akhiroh et al., 2025).

Temuan-temuan tersebut mengindikasikan bahwa profitabilitas dalam industri halal tidak hanya berfungsi sebagai ukuran kinerja finansial, tetapi juga sebagai mekanisme yang memungkinkan perusahaan untuk memperkuat kapasitas produksi, meningkatkan kualitas produk, serta mempertahankan kepatuhan terhadap standar halal secara berkelanjutan. Oleh karena itu, profitabilitas dapat dipandang sebagai faktor strategis yang menopang keberlanjutan dan ekspansi bisnis halal dalam menghadapi dinamika persaingan pasar global.

Efisiensi Operasional dalam Praktik Industri Halal

Efisiensi dalam industri halal melibatkan optimalisasi proses produksi untuk meminimalkan pemborosan waktu, biaya, dan sumber daya tanpa mengorbankan kepatuhan syariah (Apriliani & Sunarta, 2025). Konsep Lean Management mulai diadaptasi untuk mengidentifikasi "DOWNTIME" waste dalam manufaktur halal (Salleh Hudin et al., 2025). Efisiensi operasional sangat bergantung pada kemampuan sistem untuk melakukan verifikasi data secara real-time di setiap tahapan rantai pasok (Abderahman et al., 2021). Adopsi sistem manajemen kualitas dan digitalisasi proses terbukti meningkatkan efisiensi operasional hingga 27% dibandingkan sistem manual (Sarasi et al., 2025). Integritas logistik halal, yang memerlukan

pemisahan ketat antara produk halal dan non-halal, juga menjadi parameter efisiensi yang unik dalam industri ini (Hashom et al., 2023).

Dengan demikian, efisiensi operasional dalam industri halal tidak hanya berkaitan dengan peningkatan produktivitas, tetapi juga dengan kemampuan perusahaan dalam menjaga konsistensi kepatuhan terhadap standar halal sepanjang rantai nilai. Integrasi antara praktik manajemen operasi yang efisien, sistem digital yang transparan, serta tata kelola logistik halal yang terstandarisasi menjadi faktor penting dalam menciptakan sistem produksi yang andal dan berkelanjutan. Oleh karena itu, efisiensi dalam konteks industri halal dapat dipahami sebagai kombinasi antara optimalisasi proses bisnis dan pemeliharaan integritas syariah yang memastikan kepercayaan konsumen tetap terjaga.

Inovasi dalam Produk, Layanan, dan Proses Halal

Inovasi dalam industri halal saat ini didorong oleh kebutuhan akan transparansi dan ketertelusuran yang lebih tinggi (Saifuddin & Setiawan, 2025). Implementasi teknologi blockchain dan IoT menjadi inovasi fundamental yang memperkuat integritas rantai pasok halal (Harsanto et al., 2024). Inovasi tidak hanya terbatas pada produk makanan, tetapi telah merambah ke sektor farmasi melalui pengembangan vaksin halal, serta sektor kosmetik dengan tren Green Beauty yang menggabungkan prinsip halal dan keberlanjutan lingkungan (Saifuddin & Setiawan, 2025). Kemampuan inovasi dipandang sebagai sumber daya strategis yang sulit ditiru, memberikan keunggulan kompetitif jangka panjang bagi perusahaan (Tyas et al., 2025). Selain itu, inovasi pemasaran digital memungkinkan pelaku industri halal menjangkau pasar global dengan lebih efektif (Apriliani & Sunarta, 2025).

Lebih lanjut, inovasi dalam industri halal juga berkaitan erat dengan kemampuan organisasi dalam mengintegrasikan pengetahuan, teknologi, dan nilai-nilai syariah ke dalam proses penciptaan nilai (value creation). Perusahaan yang mampu mengembangkan inovasi berbasis halal tidak hanya berfokus pada diferensiasi produk, tetapi juga pada penguatan sistem jaminan halal yang transparan, akuntabel, dan dapat diverifikasi oleh berbagai pemangku kepentingan. Dalam perspektif strategi bisnis, inovasi semacam ini berperan sebagai mekanisme adaptasi terhadap perubahan preferensi konsumen global yang semakin menuntut produk yang aman, etis, dan berkelanjutan. Oleh karena itu, kapasitas inovatif perusahaan halal dapat dipandang sebagai determinan penting yang memperkuat daya saing industri sekaligus mendukung transformasi ekosistem halal menuju model bisnis yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Tanggung Jawab Sosial dalam Perspektif Industri Halal

Tanggung jawab sosial korporat (CSR) dalam industri halal berakar pada prinsip Maqasid Syariah yang bertujuan melindungi agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta (Dasmadi et al., 2024). Berbeda dengan CSR konvensional yang seringkali bersifat filantropis sukarela, CSR halal dipandang sebagai kewajiban moral dan bentuk ibadah untuk mencapai kesejahteraan kolektif (masalah) (Arifin Bando et al., 2025). Dimensi tanggung jawab sosial mencakup transparansi informasi produk, perlakuan adil terhadap karyawan, perlindungan lingkungan (khilafah), dan kontribusi terhadap pengentasan kemiskinan (Rusmita et al., 2024; Cheumar & Abdullah, 2025). Perusahaan yang mengintegrasikan nilai-nilai kejujuran (shiddiq) dan kepercayaan (amanah) dalam operasinya cenderung memiliki legitimasi sosial dan kepercayaan pemangku kepentingan yang lebih kuat (Arifin Bando et al., 2025).

Dalam kerangka tersebut, implementasi CSR pada industri halal tidak hanya berfungsi sebagai instrumen reputasi perusahaan, tetapi juga sebagai mekanisme tata kelola yang memastikan bahwa aktivitas bisnis selaras dengan nilai-nilai etika Islam dan prinsip pembangunan berkelanjutan. Integrasi antara dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam praktik CSR halal mendorong terciptanya hubungan yang lebih harmonis antara perusahaan, masyarakat, dan

ekosistem tempat perusahaan beroperasi. Dengan demikian, praktik CSR yang berbasis Maqasid Syariah dapat memperkuat legitimasi institusional perusahaan sekaligus berkontribusi terhadap terciptanya sistem bisnis halal yang inklusif, berkeadilan, dan berorientasi pada kemaslahatan jangka panjang.

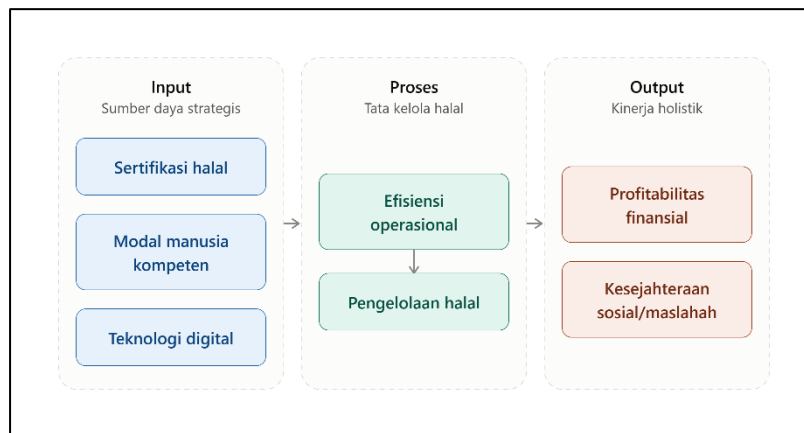
Contoh yang empiris dapat ditemukan pada perusahaan regional seperti Kalla Group yang mengimplementasikan CSR berbasis etika bisnis Islam melalui program pemberdayaan masyarakat, peningkatan kualitas pendidikan, serta perlindungan lingkungan di wilayah operasionalnya. Praktik CSR ini mencerminkan komitmen perusahaan untuk menciptakan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan sekaligus meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan (Harni et al., 2023). Dengan demikian, praktik CSR pada perusahaan-perusahaan industri halal menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial tidak sekadar menjadi instrumen reputasi korporasi, tetapi merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang berorientasi pada keberlanjutan, keadilan sosial, dan pencapaian kemaslahatan kolektif sesuai dengan prinsip-prinsip Maqasid Syariah.

Interaksi Antar Dimensi dan Model Konseptual

Keempat dimensi di atas saling berinteraksi secara sinergis dalam membentuk kinerja industri halal yang unggul. Inovasi digital menyediakan alat untuk mencapai efisiensi operasional yang lebih tinggi melalui otomatisasi dan pengurangan risiko kontaminasi (Saifuddin & Setiawan, 2025). Efisiensi yang meningkat secara langsung berkontribusi pada profitabilitas dengan menekan biaya operasional dan meningkatkan daya saing harga di pasar (Fitri & Anindya, 2024). Sementara itu, komitmen terhadap tanggung jawab sosial memperkuat citra merek dan loyalitas konsumen, yang pada akhirnya berdampak positif pada profitabilitas jangka panjang (Akhiroh et al., 2025). Interaksi yang saling memperkuat antar dimensi tersebut menunjukkan bahwa kinerja industri halal pada dasarnya bersifat sistemik dan tidak dapat dipahami secara terpisah antar variabel. Integrasi antara inovasi, efisiensi operasional, profitabilitas, dan tanggung jawab sosial membentuk suatu ekosistem bisnis yang mampu menciptakan nilai ekonomi sekaligus nilai etis bagi para pemangku kepentingan. Dalam perspektif strategis, sinergi ini memungkinkan perusahaan halal untuk membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui kombinasi antara kapabilitas teknologi, manajemen operasional yang efektif, serta legitimasi sosial yang kuat. Oleh karena itu, pendekatan yang komprehensif terhadap keempat dimensi tersebut menjadi landasan penting dalam merumuskan model kinerja industri halal yang tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga pada keberlanjutan dan kemaslahatan jangka panjang.

Sertifikasi halal bertindak sebagai aset strategis dalam kerangka Resource-Based View (RBV), memberikan legitimasi formal yang memungkinkan perusahaan mengeksplorasi peluang pasar Muslim global (Tyas et al., 2025). Integrasi antara nilai-nilai etika (Maqasid Syariah) dengan keunggulan operasional menciptakan model bisnis yang berkelanjutan dan kompetitif (Cheumar & Abdullah, 2025). Kombinasi antara legitimasi institusional melalui sertifikasi halal dan internalisasi prinsip-prinsip Maqasid Syariah dalam praktik bisnis menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif perusahaan halal tidak hanya bersumber dari kepemilikan sumber daya strategis, tetapi juga dari kemampuan perusahaan dalam mengelola nilai-nilai etis sebagai bagian integral dari strategi korporasi. Dengan demikian, pendekatan ini memperkuat argumen bahwa keberhasilan industri halal ditentukan oleh sinergi antara kapabilitas organisasi, kepatuhan terhadap standar syariah, serta kemampuan adaptasi terhadap dinamika pasar global yang terus berkembang.

Model Konseptual Kinerja Industri Halal:



- **Input:** Sumber Daya Strategis (Sertifikasi Halal, Modal Manusia Kompeten, Teknologi Digital).
- **Proses:** Tata Kelola Halal (Efisiensi Operasional + Inovasi Berkelanjutan).
- **Output:** Kinerja Holistik (Profitabilitas Finansial + Kesejahteraan Sosial/Maslahah).

Interpretasi Temuan dan Kontribusi Teoritis

Temuan ini memberikan interpretasi kritis bahwa keberhasilan industri halal tidak boleh dipandang secara reduksionis hanya dari angka keuntungan. Akuntabilitas spiritual merupakan "ruh" dari kinerja halal, di mana efisiensi dan inovasi harus diarahkan untuk mencegah kerugian (*mafsadah*) bagi masyarakat dan lingkungan (Apriliani & Sunarta, 2025). Hubungan antar variabel menunjukkan bahwa digitalisasi bukan sekadar tren teknologi, melainkan mekanisme etis untuk memastikan kejujuran dalam klaim halal perusahaan (Saifuddin & Setiawan, 2025). Lebih lanjut, perspektif ini menegaskan bahwa transformasi digital dalam industri halal harus dipahami sebagai bagian dari tata kelola yang berorientasi pada integritas dan transparansi. Penerapan teknologi dalam sistem produksi dan distribusi halal memungkinkan proses verifikasi yang lebih akurat, akuntabel, dan dapat ditelusuri oleh berbagai pemangku kepentingan, sehingga meminimalkan potensi penyimpangan dalam praktik bisnis. Dengan demikian, integrasi antara teknologi digital, nilai-nilai etika Islam, dan mekanisme pengawasan yang efektif menjadi landasan penting dalam membangun ekosistem industri halal yang tidak hanya kompetitif secara ekonomi, tetapi juga bertanggung jawab secara moral dan sosial.

Secara teoritis, studi ini memperluas aplikasi teori RBV dengan memasukkan sertifikasi halal dan etika syariah sebagai sumber daya unik yang memberikan nilai tambah (*value-added*) (Fitri & Anindya, 2024). Penelitian ini juga berkontribusi pada pengembangan teori *Maqasid Syariah* dalam manajemen bisnis dengan menyediakan indikator kinerja yang lebih terukur seperti transparansi rantai pasok dan keberlanjutan produk (Dasmadi et al., 2024). Dengan demikian, integrasi antara perspektif Resource-Based View dan Maqasid Syariah dalam kerangka analisis ini menghasilkan pendekatan konseptual yang lebih komprehensif dalam menjelaskan kinerja industri halal. Pendekatan ini menegaskan bahwa keunggulan kompetitif perusahaan tidak hanya ditentukan oleh kepemilikan sumber daya strategis, tetapi juga oleh kemampuan organisasi dalam menginternalisasi nilai-nilai etika dan tujuan kemaslahatan ke dalam praktik manajerial. Oleh karena itu, model konseptual yang diusulkan memberikan landasan teoretis bagi pengembangan indikator kinerja industri halal yang tidak hanya berorientasi pada pencapaian ekonomi, tetapi juga pada keberlanjutan sosial dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah.

Implikasi Praktis dan Kebijakan

Bagi praktisi industri halal, hasil studi ini menekankan perlunya investasi pada teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan transparansi sebagai syarat mutlak menembus pasar internasional (Harsanto et al., 2024). Pembuat kebijakan disarankan untuk menyediakan insentif bagi perusahaan yang berhasil mengintegrasikan inovasi hijau dengan standar halal, serta memperkuat regulasi mengenai ketertelusuran produk (Saifuddin & Setiawan, 2025). Selain itu, literatur ini menekankan pentingnya peningkatan kapasitas sumber daya manusia yang memahami aspek teknis halal sekaligus nilai-nilai etika bisnis Islam (Rahmat et al., 2024). Dengan demikian, sinergi antara sektor industri, pemerintah, dan lembaga pendidikan menjadi faktor kunci dalam memperkuat ekosistem industri halal yang kompetitif dan berkelanjutan. Kolaborasi ini dapat mendorong terciptanya sistem inovasi halal yang terintegrasi, mulai dari pengembangan teknologi, standarisasi proses produksi, hingga peningkatan kualitas sumber daya manusia yang memiliki kompetensi teknis dan pemahaman etika syariah. Melalui pendekatan kolaboratif tersebut, industri halal diharapkan mampu meningkatkan daya saing global sekaligus mempertahankan integritas nilai-nilai syariah sebagai fondasi utama dalam praktik bisnis..

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kinerja industri halal merupakan fenomena multidimensi yang tidak dapat diukur hanya melalui metrik keuangan konvensional, melainkan harus mengintegrasikan dimensi profitabilitas, efisiensi operasional, inovasi digital, dan tanggung jawab sosial berbasis syariah. Temuan utama menunjukkan bahwa profitabilitas yang berkelanjutan dalam ekosistem halal sangat dipengaruhi oleh kepatuhan terhadap standar sertifikasi dan kemampuan perusahaan dalam memperluas segmentasi pasar. Efisiensi operasional terbukti menjadi pendorong nilai perusahaan, di mana pengelolaan aset yang tepat dan minimalisasi pemborosan (*waste*) melalui pendekatan manajemen ramping (*lean management*) sangat krusial bagi keberlangsungan usaha. Selain itu, inovasi, khususnya melalui adopsi teknologi blockchain dan *Internet of Things* (IoT), berperan sebagai enabler utama untuk mencapai transparansi dan ketertelusuran yang dituntut oleh konsumen Muslim modern. Akhirnya, tanggung jawab sosial dalam perspektif halal ditafsirkan sebagai manifestasi dari *Maqasid Syariah* yang mengarahkan operasional bisnis untuk mencapai kesejahteraan kolektif atau *maslahah*.

Secara teoritis, studi ini memberikan wawasan baru melalui pengembangan kerangka konseptual Kinerja Industri Halal yang mengintegrasikan *Resource-Based View* (RBV) dengan prinsip-prinsip etika Islam. Kerangka kerja ini memposisikan sertifikasi halal dan kapabilitas inovasi sebagai sumber daya strategis yang unik, bernilai, dan sulit ditiru, yang secara kolektif meningkatkan daya saing organisasi. Keempat dimensi yang diteliti berkontribusi pada teori kinerja dengan cara yang saling menguatkan: inovasi mendorong efisiensi, efisiensi meningkatkan profitabilitas, dan tanggung jawab sosial memberikan legitimasi spiritual serta kepercayaan konsumen yang memperkuat stabilitas finansial jangka panjang. Berdasarkan temuan diatas, terdapat beberapa saran praktis bagi para pemangku kepentingan, diantaranya adalah bagi praktisi dan pelaku bisnis disarankan untuk segera melakukan transformasi digital dalam rantai pasok guna meningkatkan efisiensi dan transparansi ketertelusuran produk. Pelaku usaha juga harus mengintegrasikan nilai-nilai etika ke dalam seluruh proses produksi untuk membangun kepercayaan konsumen yang berkelanjutan dan bagi pembuat kebijakan dan regulator diperlukan upaya penguatan infrastruktur digital dan dukungan regulasi melalui program insentif bagi perusahaan yang patuh pada standar halal sekaligus menjaga keberlanjutan lingkungan. Regulator juga harus memfasilitasi harmonisasi standar halal untuk meningkatkan daya saing ekspor global.

Sebagai rekomendasi untuk penelitian mendatang, studi ini merekomendasikan pengembangan variabel tambahan seperti literasi keuangan syariah dan pengaruh budaya lokal dalam memediasi kinerja operasional. Secara metodologis, penelitian selanjutnya didorong untuk melakukan pengujian empiris terhadap model konseptual ini menggunakan metode kuantitatif yang

lebih luas, seperti survei skala besar di berbagai subsektor industri halal seperti farmasi dan kosmetik. Penelitian lebih lanjut mengenai integrasi kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) dalam tata kelola halal juga sangat direkomendasikan untuk menjawab tantangan industri di masa depan..

DAFTAR PUSTAKA

- Akhiroh, P., Utami, H. D., Al Awwaly, K. U., Febrianto, N., & Hartono, B. (2025). *Synergizing Halal Compliance with Balanced Scorecard Approach: Implications for Supply Chain Performance in Indonesian Fried Chicken MSMEs*. *Sustainability*, 17(21), 9814. <https://doi.org/10.3390/su17219814>
- Apriliani, R., & Sunarta, D. A. (2025). *Halal Supply Chain Management: Balancing Efficiency, Compliance, and Sustainability*. *Journal Management and Leadership*, 8(2), 1-8. <https://doi.org/10.47970/jml.v8i2.851>
- Arifin Bando, U. D. M., Hasnidar, & Rostina. (2025). *Halal Management And Corporate Social Responsibility: A Convergent Model For Sustainable Business*. *Journal of Studies in Academic, Humanities, Research and Innovation*, 2(2), 312-324. <https://doi.org/10.71305/sahri.v2i2.925>
- Alisya Afifah Maulidina Putri Abdullah & Baidhowi. (2025). Prinsip Dasar Hukum Ekonomi Syariah : Antara Keadilan dan Profitabilitas, *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 2 (2), 205-216. 3032-7377 <https://doi.org/10.61722/jmia.v2i2.4282>
- Bahri, E. S., & Ali, J. (2022). *A Measurement Model of Successful Halal Industry*. *Iqtishaduna: Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 13(1), 24-34. <https://doi.org/10.20414/iqtishaduna.v13i1.4689>
- Cheumar, M., & Abdullah, N. B. (2025). *Towards Halal 5.0: A Conceptual Model of Technological Innovation and Quality Governance for Global Halal Ecosystems*. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 15(11). <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBS/v15-i11/26991>
- Dasmadi, Hadi, S., Junchu, Y., Wahyuningtyas, N., & Wedadjati, R. S. (2024). *Maqasid al-Shariah and Organizational Performance: A Systematic Literature Review*. *Global Review of Islamic Economics and Business*, 12(2), 106-119. <https://doi.org/10.14421/grieb.2024.122-03>
- Fitri, R., & Anindya, A. A. (2024). *Sertifikasi Halal dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM*. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Organisasi (JPRO)*, 5(2), 324-334. <https://doi.org/10.32815/jpro.v5i2.2326>
- Harni., Mustakim. (2023). *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Perusahaan Kalla A Group Of Companies)*. *Jurnal Ilmia Ekonomi Islam (JIEI)*, 9 (3). <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.9845>
- Harsanto, B., Farras, J. I., Firmansyah, E. A., Apriyadi, A., & Apriyadi, A. (2024). *Sustainable Halal Value Chain performance for MSMEs: the roles of digital technology, R&D, financing, and regulation as antecedents*. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2397071. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2397071>
- Noviyanti, R., & Hakim, R. (2025). *Halal Industry Growth: Economic Opportunities and Challenges in Global Markets*. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(1), 18-42. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v7i1.353.18-42>
- Rahmat, T., Ahman, E., & Apriliani, D. (2024). *Strategies to Improve Sustainable Competitive Advantage in The Halal Industry Through Knowledge Sharing: HR Perspective*. *Equity: Jurnal Ekonomi*, 12(2), 116-129. <https://doi.org/10.33019/equity.v12i2.389>

- Rusmita, S. A., Mansor, F. B., & Ali, N. A. B. (2024). *Fundamental and Role ESG in Islamic Finance and Business: A Literature Review and Content Analysis*. International Journal of Religion, 5(11), 8519–8534. <https://doi.org/10.61707/92eqh267>
- Saifuddin, W. A., & Setiawan, F. (2025). *Digital Innovation, Sustainability Principles, and Multi-Sector Diversification Models of Indonesia's Halal Industry: An Analysis of Sharia Economic Transformation*. Journal of Halal Product and Research, 8(2), 225-236. <https://dx.doi.org/10.20473/jhpr.vol.8-issue.2.225-236>
- Salleh Hudin, N., Ramdan, M. R., Md. Taib, R., Ab Wahid, H., Ahmad, N. S., & Lestari, F. (2025). *Operational efficiency and waste in halal manufacturing: insights from case studies of Malaysian MSMEs*. Journal of Islamic, Social, Economics and Development (JISED), 10(78), 388–399. <https://doi:10.55573/JISED.107832>
- Tyas, I. A., Azizah, S. N., & Youmni, J. (2025). *Determinants of Operational Performance in Halal Culinary Businesses*. Journal of Digital Marketing and Halal Industry, 7(2), 245-284. <http://doi.org/10.21580/jdmhi.2025.7.2.26256>
- Zulfakar, M. H., Anuar, M. M., & Ab Talib, M. S. (2014). *Conceptual Framework on Halal Food Supply Chain Integrity Enhancement*. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 121, 58–67. <https://doi:10.1016/j.sbspro.2014.01.1108> .