



Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Ekspor Produk Pangan Di Indonesia Periode 2020-2024

Muhammad Rizky Ibnu Aziz¹, Fina Sepfiani², Maulana Syarif Hidayatullah³

^{1,2,3} Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma
rizkyibnu08@gmail.com, finasepfiani841@gmail.com, msyarif@staff.gunadarma.ac.id

Abstrak

Industri halal saat ini berkembang pesat dan menjadi salah satu sektor ekonomi yang memiliki potensi besar dalam perdagangan internasional, khususnya pada sektor pangan. Sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai jaminan kepatuhan terhadap prinsip syariah, tetapi juga menjadi indikator kualitas dan keamanan produk yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen di pasar global. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sertifikasi halal terhadap ekspor produk pangan di Indonesia selama periode 2020–2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan data sekunder yang diperoleh dari publikasi resmi pemerintah, yaitu data jumlah produk bersertifikat halal dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal serta data nilai ekspor produk pangan dari Badan Pusat Statistik. Metode analisis yang digunakan meliputi analisis deskriptif dan regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh sertifikasi halal terhadap ekspor produk pangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah produk bersertifikat halal di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan selama periode penelitian, seiring dengan meningkatnya nilai ekspor produk pangan. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki pengaruh positif terhadap ekspor produk pangan di Indonesia. Temuan ini menunjukkan bahwa penguatan sistem sertifikasi halal dapat menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing dan kinerja ekspor produk pangan Indonesia di pasar internasional.

Kata Kunci: sertifikasi halal, ekspor produk pangan, industri halal, perdagangan internasional, daya saing.

PENDAHULUAN

Industri halal saat ini berkembang pesat dan menjadi salah satu sektor ekonomi global yang memiliki potensi besar (Kristanti *et al.*, 2025). Produk halal tidak hanya dikonsumsi oleh masyarakat Muslim, tetapi juga semakin diminati oleh konsumen non-Muslim karena dianggap memiliki standar kualitas, keamanan, dan kebersihan yang tinggi. Kondisi ini menjadikan produk halal sebagai komoditas strategis dalam perdagangan internasional, khususnya pada sektor pangan (Saifuddin & Setiawan, 2025). Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia memiliki peluang besar untuk mengembangkan industri halal, terutama dalam meningkatkan daya saing ekspor produk pangan di pasar global.

Dalam beberapa tahun terakhir, permintaan global terhadap produk halal mengalami peningkatan yang signifikan (BPS, 2024). Nilai pasar produk halal dunia terus mengalami pertumbuhan seiring meningkatnya kesadaran konsumen terhadap aspek kehalalan, kualitas, serta keamanan produk yang dikonsumsi (Safitri *et al.*, 2025). Hal ini mendorong banyak negara untuk memperkuat sistem sertifikasi halal sebagai instrumen penting dalam perdagangan internasional (Atsari *et al.*, 2025). Sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai jaminan kepatuhan terhadap prinsip syariah, tetapi juga menjadi indikator kualitas yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas akses pasar internasional.

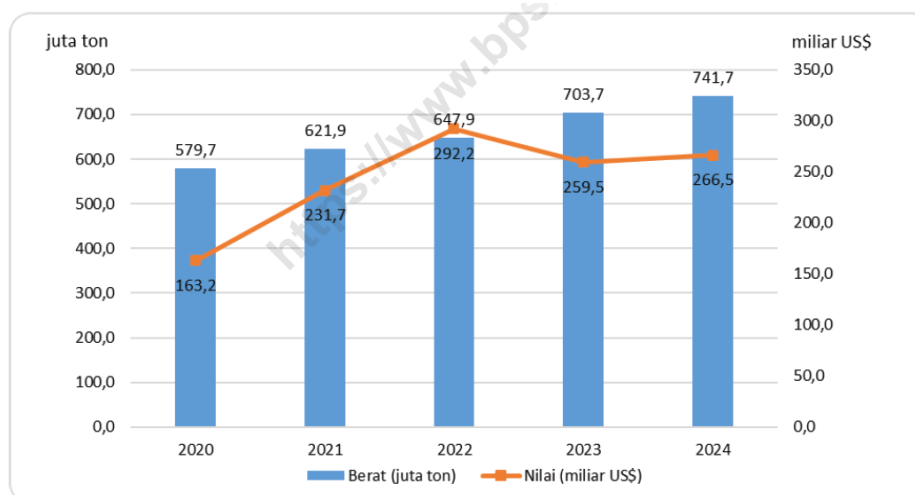
Di Indonesia, sistem sertifikasi halal dikelola oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang bekerja sama dengan berbagai lembaga terkait, seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan

Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) (BPJPH, 2025). Pemerintah juga telah menerapkan kebijakan kewajiban sertifikasi halal bagi produk makanan dan minuman yang beredar di Indonesia. Kebijakan ini bertujuan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen sekaligus meningkatkan daya saing produk nasional di pasar global. Dengan adanya sertifikasi halal, produk pangan Indonesia memiliki peluang lebih besar untuk memasuki pasar negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim maupun pasar internasional yang memiliki standar halal tertentu.

Peningkatan jumlah produk bersertifikat halal di Indonesia menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan. Data menunjukkan bahwa pada tahun 2020 terdapat lebih dari 50.000 produk yang telah memperoleh sertifikasi halal, dan jumlah tersebut terus meningkat seiring dengan berkembangnya industri halal nasional (BPS, 2024). Sertifikasi halal memberikan nilai tambah bagi produsen karena mampu meningkatkan kredibilitas produk serta memperluas jangkauan pasar, termasuk pasar ekspor. Produk yang telah memiliki sertifikasi halal cenderung lebih mudah diterima di pasar internasional, khususnya di negara-negara dengan regulasi halal yang ketat (Atsari *et al.*, 2025).

Meskipun demikian, kontribusi Indonesia dalam ekspor produk halal global masih menghadapi berbagai tantangan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa meskipun Indonesia memiliki potensi besar dalam industri halal, daya saing ekspor produk halal Indonesia masih tertinggal dibandingkan dengan beberapa negara lain seperti Malaysia dan Arab Saudi (Jabbar, 2025). Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, antara lain keterbatasan inovasi produk, sistem sertifikasi yang belum optimal, serta belum terintegrasinya ekosistem industri halal secara menyeluruh.

Sertifikasi halal menjadi salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi kinerja ekspor produk pangan. Keberadaan sertifikat halal tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga menjadi salah satu syarat untuk memasuki pasar internasional tertentu. Selain itu, sertifikasi halal juga dapat meningkatkan daya saing produk melalui jaminan kualitas, transparansi proses produksi, serta kepatuhan terhadap standar internasional. Oleh karena itu, sertifikasi halal dipandang sebagai instrumen strategis dalam meningkatkan nilai tambah produk pangan Indonesia di pasar global.



Sumber: Dokumen PEB dan non-PEB, diolah

Gambar 1.1 Perkembangan Berat dan Nilai Ekspor, 2020–2024

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, perkembangan ekspor Indonesia selama periode 2020–2024 menunjukkan dinamika yang menarik antara volume dan nilai ekspor. Volume ekspor tercatat meningkat secara konsisten dari 579,7 juta ton pada tahun 2020 menjadi 741,7 juta ton pada tahun 2024, yang menunjukkan meningkatnya aktivitas produksi dan perdagangan internasional Indonesia. Namun demikian, nilai ekspor tidak menunjukkan peningkatan yang sepenuhnya sejalan dengan pertumbuhan

volume tersebut (BPS, 2025). Nilai ekspor meningkat dari 163,2 miliar US\$ pada tahun 2020 hingga mencapai puncaknya sebesar 292,2 miliar US\$ pada tahun 2022, tetapi kemudian mengalami penurunan pada tahun 2023 sebelum kembali meningkat secara moderat pada tahun 2024. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kinerja ekspor tidak hanya ditentukan oleh jumlah barang yang diperdagangkan, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti fluktuasi harga komoditas global, perubahan permintaan pasar internasional, serta dinamika ekonomi global. Oleh karena itu, peningkatan daya saing produk menjadi faktor penting dalam menjaga stabilitas dan pertumbuhan nilai ekspor, salah satunya melalui penerapan standar dan sertifikasi produk seperti sertifikasi halal yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas akses pasar internasional bagi produk pangan Indonesia.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sertifikasi halal terhadap ekspor produk pangan di Indonesia selama periode 2020–2024. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai hubungan antara implementasi sertifikasi halal dan perkembangan ekspor produk pangan nasional. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pemerintah, pelaku industri, dan akademisi dalam merumuskan kebijakan serta strategi pengembangan industri halal yang lebih efektif di masa mendatang.

KAJIAN LITERATUR

Teori Keunggulan Kompetitif dalam Perdagangan Internasional

Dalam teori perdagangan internasional modern, daya saing suatu negara dalam aktivitas ekspor tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan sumber daya atau efisiensi produksi, tetapi juga oleh kemampuan produk untuk memenuhi standar pasar global. Salah satu pendekatan yang menjelaskan hal tersebut adalah teori keunggulan kompetitif yang dikemukakan oleh Porter (Porter, 1985). Teori ini menyatakan bahwa daya saing suatu produk di pasar internasional sangat dipengaruhi oleh kualitas produk, standar produksi, inovasi, serta kemampuan perusahaan dalam memenuhi regulasi dan preferensi pasar global.

Dalam konteks perdagangan internasional, standar dan sertifikasi produk menjadi salah satu instrumen penting untuk meningkatkan keunggulan kompetitif suatu produk. Sertifikasi berfungsi sebagai mekanisme yang memberikan jaminan bahwa suatu produk telah memenuhi standar kualitas tertentu yang diakui secara luas. Dengan adanya sertifikasi, produk dapat memperoleh tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dari konsumen dan distributor internasional. Hal ini pada akhirnya dapat memperluas akses pasar dan meningkatkan peluang ekspor suatu negara.

Salah satu bentuk sertifikasi yang memiliki peran penting dalam perdagangan produk pangan adalah sertifikasi halal. Sertifikasi halal tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan prinsip syariah, tetapi juga berkaitan dengan aspek keamanan, kebersihan, serta kualitas produk. Dalam industri pangan global, sertifikasi halal menjadi salah satu standar yang semakin diperhatikan oleh konsumen, terutama di negara-negara dengan populasi Muslim yang besar.

Konsep Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal merupakan proses pemberian pengakuan resmi bahwa suatu produk telah memenuhi ketentuan syariah dalam seluruh proses produksinya, mulai dari bahan baku, proses pengolahan, penyimpanan, hingga distribusi produk (BPJPH, 2025). Di Indonesia, sistem sertifikasi halal dikelola oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dengan melibatkan Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai lembaga yang memberikan fatwa kehalalan produk.

Dalam perspektif ekonomi, sertifikasi halal juga berfungsi sebagai mekanisme jaminan kualitas produk. Produk yang telah memiliki sertifikat halal umumnya telah melalui proses audit dan verifikasi yang ketat sehingga memberikan jaminan keamanan dan kualitas bagi konsumen. Oleh karena itu, label halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut. Selain meningkatkan kepercayaan

konsumen, sertifikasi halal juga dapat memperluas akses pasar bagi suatu produk. Banyak negara yang memiliki regulasi halal tertentu sebagai syarat masuk bagi produk pangan yang diperdagangkan di pasar domestiknya. Dengan demikian, produk yang memiliki sertifikat halal memiliki peluang lebih besar untuk memasuki pasar internasional dibandingkan produk yang tidak memiliki sertifikasi tersebut.

Sertifikasi Halal dan Ekspor Produk Pangan

Berdasarkan teori keunggulan kompetitif, sertifikasi produk dapat meningkatkan daya saing suatu barang di pasar global karena mampu memberikan jaminan kualitas serta meningkatkan reputasi produk (Haq & Cotama, 2025). Sertifikasi halal sebagai salah satu bentuk standar produk dapat meningkatkan kepercayaan konsumen internasional terhadap produk pangan yang diperdagangkan.

Dalam konteks perdagangan produk pangan, kepercayaan konsumen menjadi faktor penting yang mempengaruhi permintaan terhadap suatu produk. Produk yang memiliki sertifikat halal memberikan kepastian bahwa produk tersebut diproduksi sesuai dengan standar tertentu yang diakui oleh lembaga resmi (Ikhwan, 2024). Hal ini dapat meningkatkan preferensi konsumen terhadap produk tersebut, terutama di negara-negara yang memiliki permintaan tinggi terhadap produk halal.

Selain itu, sertifikasi halal juga dapat berfungsi sebagai alat diferensiasi produk di pasar global. Produk yang memiliki sertifikasi halal memiliki nilai tambah dibandingkan dengan produk yang tidak memiliki sertifikat tersebut. Nilai tambah ini dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar internasional sehingga berpotensi meningkatkan volume ekspor.

Dalam konteks Indonesia, penguatan sistem sertifikasi halal menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing produk pangan nasional di pasar global. Dengan semakin banyaknya produk pangan yang memperoleh sertifikasi halal, maka peluang produk tersebut untuk diterima di pasar internasional juga semakin besar. Hal ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal dapat berperan sebagai faktor yang mendorong peningkatan ekspor produk pangan.

Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan teori keunggulan kompetitif dalam perdagangan internasional, standar dan sertifikasi produk merupakan faktor penting yang dapat meningkatkan daya saing suatu produk di pasar global. Sertifikasi halal memberikan jaminan kualitas serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk pangan yang diperdagangkan. Selain itu, sertifikasi halal juga dapat memperluas akses pasar internasional karena banyak negara yang mensyaratkan standar halal bagi produk pangan yang masuk ke pasar domestiknya (Zainudin *et al.*, 2024). Dengan meningkatnya jumlah produk pangan yang memiliki sertifikasi halal, maka peluang produk tersebut untuk diterima di pasar internasional juga semakin besar. Kondisi ini pada akhirnya dapat mendorong peningkatan kinerja ekspor produk pangan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1: Sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap ekspor produk pangan di Indonesia periode 2020–2024.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengaruh sertifikasi halal terhadap ekspor produk pangan di Indonesia selama periode 2020–2024 (Neuman, 2014). Penelitian ini memanfaatkan data sekunder yang diperoleh dari publikasi resmi pemerintah dan lembaga internasional. Data mengenai jumlah produk bersertifikasi halal diperoleh dari laporan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), sedangkan data nilai ekspor produk pangan Indonesia diperoleh dari Badan Pusat

Statistik (BPS) dan database perdagangan internasional seperti UN Comtrade. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data tahunan selama periode penelitian.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah ekspor produk pangan Indonesia yang diukur menggunakan nilai ekspor dalam satuan juta dolar Amerika Serikat (USD). Sementara itu, variabel independen adalah sertifikasi halal yang diukur berdasarkan jumlah produk pangan yang memperoleh sertifikasi halal di Indonesia pada periode penelitian. Peningkatan jumlah produk bersertifikasi halal mencerminkan meningkatnya penerapan standar halal dalam industri pangan nasional.

Analisis data dilakukan melalui dua tahap. Tahap pertama adalah analisis deskriptif yang digunakan untuk menggambarkan perkembangan sertifikasi halal dan ekspor produk pangan Indonesia selama periode 2020–2024. Hasil analisis ini disajikan dalam bentuk tabel dan grafik untuk mempermudah interpretasi data. Tahap kedua adalah analisis regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh sertifikasi halal terhadap ekspor produk pangan.

HASIL

Hasil Deskriptif

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik dan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, perkembangan jumlah produk bersertifikat halal dan nilai ekspor produk pangan Indonesia selama periode 2020–2024 menunjukkan tren peningkatan yang sejalan. Jumlah produk bersertifikat halal meningkat sangat signifikan dari sekitar 57.000 produk pada tahun 2020 menjadi sekitar 3.000.000 produk pada tahun 2024. Peningkatan ini menunjukkan semakin luasnya penerapan sistem jaminan halal dalam industri pangan nasional, yang didorong oleh kebijakan pemerintah mengenai kewajiban sertifikasi halal serta meningkatnya kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya standar halal dalam perdagangan. Pada saat yang sama, nilai ekspor produk pangan Indonesia juga mengalami peningkatan secara bertahap dari 38,7 miliar USD pada tahun 2020 menjadi 52,1 miliar USD pada tahun 2024. Meskipun kenaikan nilai ekspor tidak sebesar pertumbuhan jumlah sertifikasi halal, pola peningkatan yang relatif konsisten ini mengindikasikan adanya hubungan positif antara perkembangan sertifikasi halal dengan kinerja ekspor produk pangan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sertifikasi halal berpotensi menjadi salah satu faktor yang mendukung peningkatan daya saing produk pangan Indonesia di pasar internasional melalui peningkatan kepercayaan konsumen dan perluasan akses pasar global.

Tahun	Produk Bersertifikat Halal	Ekspor Pangan (Miliar USD)
2020	57.000	38,7
2021	155.000	42,5
2022	405.000	46,8
2023	1.200.000	49,2
2024	3.000.000	52,1

Hasil Hipotesis

Berdasarkan landasan teori serta hasil penelitian terdahulu yang menjelaskan bahwa standar dan sertifikasi produk dapat meningkatkan daya saing serta kepercayaan konsumen di pasar internasional, sertifikasi halal dipandang sebagai salah satu faktor yang berpotensi mempengaruhi kinerja ekspor produk pangan. Peningkatan jumlah produk yang memiliki sertifikasi halal dapat memberikan nilai tambah bagi produk melalui jaminan kualitas, keamanan, dan kepatuhan terhadap standar tertentu yang diakui secara global. Oleh karena itu, penelitian ini merumuskan hipotesis untuk menguji hubungan antara sertifikasi halal dan ekspor produk pangan di Indonesia.

Variabel	Koefisien	p-value
Konstanta (α)	42,29	0,000
Sertifikasi Halal (β)	0,0000037	0,068
Variabel	Koefisien	p-value

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel sertifikasi halal memiliki koefisien sebesar 0,0000037, yang mengindikasikan adanya hubungan positif antara jumlah produk bersertifikat halal dengan nilai ekspor produk pangan Indonesia. Artinya, peningkatan jumlah produk yang memperoleh sertifikasi halal cenderung diikuti oleh peningkatan nilai ekspor produk pangan. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan sertifikasi halal dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan kinerja ekspor, karena sertifikasi tersebut mampu meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperkuat daya saing produk pangan Indonesia di pasar internasional.

Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,723 menunjukkan bahwa sekitar 72,3% variasi dalam nilai ekspor produk pangan dapat dijelaskan oleh variabel sertifikasi halal yang digunakan dalam model penelitian ini. Sementara itu, sekitar 27,7% variasi lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian, seperti perubahan harga komoditas global, dinamika permintaan internasional, fluktuasi nilai tukar, serta berbagai kebijakan perdagangan yang berlaku di pasar internasional. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, nilai p-value yang diperoleh sebesar 0,068 menunjukkan bahwa pengaruh sertifikasi halal terhadap ekspor produk pangan berada pada tingkat signifikansi yang mendekati batas konvensional.

Pada tingkat signifikansi 10%, hasil ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki pengaruh positif terhadap ekspor produk pangan di Indonesia selama periode penelitian. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap ekspor produk pangan di Indonesia periode 2020–2024 dapat diterima secara moderat. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa penguatan sistem sertifikasi halal berpotensi menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing produk pangan Indonesia dalam perdagangan internasional.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki hubungan positif dengan peningkatan ekspor produk pangan di Indonesia selama periode 2020–2024. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin banyak produk pangan yang memperoleh sertifikasi halal, semakin besar pula potensi produk tersebut untuk diterima di pasar internasional. Sertifikasi halal berfungsi sebagai jaminan bahwa suatu produk telah memenuhi standar tertentu dalam hal bahan baku, proses produksi, hingga distribusi (Yandrizal *et al.*, 2025). Keberadaan sertifikasi ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan keamanan produk, sehingga berpotensi meningkatkan permintaan terhadap produk pangan Indonesia di pasar global. Temuan penelitian ini sejalan dengan teori keunggulan kompetitif yang dikemukakan oleh Michael Porter, yang menyatakan bahwa daya saing suatu produk di pasar internasional tidak hanya ditentukan oleh faktor biaya produksi atau ketersediaan sumber daya, tetapi juga oleh kemampuan produk tersebut dalam memenuhi standar dan preferensi pasar global.

Dalam konteks perdagangan produk pangan, standar sertifikasi menjadi salah satu faktor penting yang dapat meningkatkan reputasi dan kredibilitas produk. Dengan adanya sertifikasi halal, produk pangan Indonesia memiliki nilai tambah yang dapat membedakannya dari produk sejenis di pasar internasional (Al hafidz *et al.*, 2024). Selain berfungsi sebagai jaminan kualitas, sertifikasi halal juga dapat memperluas akses pasar bagi produk pangan Indonesia. Banyak negara dengan mayoritas penduduk Muslim menerapkan regulasi halal sebagai salah satu persyaratan bagi produk pangan yang masuk ke pasar domestik mereka. Oleh karena itu, produk yang telah memiliki sertifikasi halal memiliki peluang lebih besar untuk menembus pasar internasional dibandingkan dengan produk yang belum tersertifikasi. Dalam konteks ini, keberadaan

sistem sertifikasi halal yang dikelola oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal menjadi salah satu instrumen penting dalam mendukung pengembangan industri halal nasional sekaligus meningkatkan daya saing ekspor produk pangan Indonesia (El-Kassem & Al-Kubaisi, 2023). Peningkatan jumlah produk bersertifikat halal di Indonesia juga mencerminkan semakin berkembangnya ekosistem industri halal nasional. Kebijakan pemerintah yang mewajibkan sertifikasi halal bagi produk makanan dan minuman mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan standar produksinya agar sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kondisi ini tidak hanya memberikan perlindungan bagi konsumen, tetapi juga meningkatkan kredibilitas produk pangan Indonesia di pasar internasional. Dengan meningkatnya jumlah produk yang telah tersertifikasi halal, peluang Indonesia untuk memperluas pangsa pasar ekspor, khususnya di negara-negara yang memiliki permintaan tinggi terhadap produk halal, menjadi semakin besar (Zainudin *et al.*, 2024). Namun demikian, meskipun hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara sertifikasi halal dan ekspor produk pangan, peningkatan ekspor tidak hanya dipengaruhi oleh faktor tersebut (Atsari *et al.*, 2025; Jabbar, 2025; Kristanti *et al.*, 2025; Safitri *et al.*, 2025; Saifuddin & Setiawan, 2025). Faktor lain seperti kondisi ekonomi global, perubahan harga komoditas internasional, fluktuasi nilai tukar, serta kebijakan perdagangan antarnegara juga memiliki peran penting dalam menentukan kinerja ekspor suatu negara. Oleh karena itu, pengembangan industri halal perlu didukung oleh kebijakan lain yang bersifat komprehensif, seperti peningkatan inovasi produk, penguatan kualitas produksi, serta perluasan jaringan perdagangan internasional agar potensi ekspor produk pangan Indonesia dapat dimanfaatkan secara optimal.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sertifikasi halal terhadap ekspor produk pangan di Indonesia selama periode 2020–2024. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa jumlah produk bersertifikat halal di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Pada saat yang sama, nilai ekspor produk pangan Indonesia juga menunjukkan tren peningkatan selama periode penelitian. Kondisi ini menunjukkan bahwa perkembangan industri halal di Indonesia berjalan seiring dengan peningkatan kinerja ekspor sektor pangan. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki hubungan positif dengan ekspor produk pangan Indonesia. Peningkatan jumlah produk yang memperoleh sertifikasi halal cenderung diikuti oleh peningkatan nilai ekspor produk pangan. Selain itu, nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel sertifikasi halal mampu menjelaskan sebagian besar variasi dalam ekspor produk pangan selama periode penelitian. Hasil pengujian hipotesis juga menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki pengaruh positif terhadap ekspor produk pangan pada tingkat signifikansi tertentu. Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penguatan sistem sertifikasi halal dapat menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing produk pangan Indonesia di pasar internasional. Dengan semakin meningkatnya jumlah produk pangan yang memiliki sertifikasi halal, peluang produk tersebut untuk diterima di pasar global juga menjadi semakin besar. Oleh karena itu, pengembangan industri halal serta peningkatan jumlah produk bersertifikat halal perlu terus didorong sebagai bagian dari upaya meningkatkan kinerja ekspor nasional.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh berbagai pihak. Pertama, pemerintah diharapkan dapat terus memperkuat pengembangan industri halal nasional melalui peningkatan sistem sertifikasi halal yang lebih efisien,

transparan, dan mudah diakses oleh pelaku usaha. Peran lembaga seperti Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal perlu terus diperkuat dalam memperluas jangkauan sertifikasi halal, khususnya bagi usaha kecil dan menengah yang memiliki potensi besar dalam ekspor produk pangan. Selain itu, pemerintah juga dapat meningkatkan promosi produk halal Indonesia di pasar internasional melalui kerja sama perdagangan dan diplomasi ekonomi dengan berbagai negara. Kedua, pelaku usaha di sektor pangan diharapkan dapat lebih proaktif dalam memperoleh sertifikasi halal sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing produk di pasar global. Sertifikasi halal tidak hanya memberikan jaminan kepatuhan terhadap prinsip syariah, tetapi juga dapat meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk. Dengan demikian, pelaku usaha dapat memanfaatkan sertifikasi halal sebagai nilai tambah yang dapat memperluas akses pasar internasional serta meningkatkan peluang ekspor. Ketiga, bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian yang lebih komprehensif dengan menggunakan periode data yang lebih panjang serta menambahkan variabel lain yang berpotensi mempengaruhi ekspor produk pangan. Variabel seperti nilai tukar, harga komoditas internasional, tingkat permintaan global, serta kebijakan perdagangan dapat dipertimbangkan dalam penelitian selanjutnya agar mampu memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja ekspor produk pangan Indonesia. Selain itu, penggunaan metode analisis yang lebih beragam juga dapat memberikan hasil penelitian yang lebih kuat dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Al hafidz, A., Widiatmoko, M. R. M., & Al Farizi, G. (2024). Analisis Dampak Halal Terhadap Ekspor Produk Makanan Dan Minuman Indonesia: Peluang Dan Tantangan. *Media Riset Bisnis Ekonomi Sains Dan Terapan*, 2(3), 75–82.
- Atsari, Z. H., Hasyati, A. A., Bintang, S. M. M., & Saputro, M. R. A. (2025). Halal certification paradox: legal inconsistency on pursuing innovation and halal correlation in Indonesia. *Journal of Halal Product and Research*, 8(2), 180–190. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.8-issue.2.180-190>
- BPJPH. (2025). *Rencana Strategis Deputy Bidang-Bidang Registrasi dan Sertifikasi Halal Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal* (p. 68).
- BPS. (2024). Statistik Perdagangan Luar Negeri Indonesia: Ekspor Kopi 2015–2024. Jakarta: BPS, 12.
- BPS. (2025). Analisis Komoditas Ekspor 2020–2024. Badan Pusat Statistik, 15.
- El-Kassem, R. C., & Al-Kubaisi, A. (2023). Path analytic investigation of the intention to adopt open government data in Qatar (TAM revisited). *Transforming Government: People, Process and Policy*, 17(4), 575–589. <https://doi.org/10.1108/TG-06-2023-0074>
- Haq, A. Z., & Cotama, C. R. (2025). Increasing traceability of halal medicine consumption through integrated data mining and digital payment in Indonesia: an approach. *Journal of Halal Product and Research*, 8(2), 124–134. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.8-issue.2.124-134>
- Ikhwan, I. (2024). Systematic Review on Indonesia Halal Certification. *Ekonomi Islam Indonesia*, 6(2). <https://doi.org/10.58968/eii.v6i2.554>
- Jabbar, D. A. R. A. (2025). Time series modeling analysis on halal certificate issuance patterns for msme products at the halal center of Airlangga University. *Journal of Halal Product and Research*, 8(2), 153–170. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.8-issue.2.153-170>
- Kristanti, N. D., Puspita, D. F. D., Hilmi, I., Nurhadira, Rizki, M. Z. F., & Alamsyah, M. T. (2025). Global trends in halal animal-based products: a comprehensive review of consumer demand, supply chain dynamics, and market opportunities. *Journal of Halal Product and Research*, 8(2), 135–152. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.8-issue.2.135-152>
- Neuman, W. L. (2014). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. In *Teaching Sociology* (7th ed., Vol. 30, Issue 3). Pearson Education Limited. <https://doi.org/10.2307/3211488>
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance*. The Free Press.
- Safitri, L., Syamsi, A. N., Cahyo, D. N., & Muatip, K. (2025). Animal welfare in halal studies: trends and

- insights from bibliometric analysis. *Journal of Halal Product and Research*, 8(2), 191–205. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.8-issue.2.191-205>
- 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://doi.org/10.20473/jhpr.vol.8-issue.2.225-236>
- Yandrizal, Anisa Kamila Sari, Farras Arkan, M. Imamuddin, & Alfin, A. (2025). The Impact of Halal Certification on the Competitiveness of MSME Products in Indonesia. *ICIEFS Proceeding*, 3, 162–167. <https://doi.org/10.30983/iciefs.v3i1.918>
- Zainudin, Rismana, D., Permonoputri, R. M. L. F., Widyastuti, R., & Hariz, H. S. S. (2024). Implementation of Halal Certification as an Effort to Protect Consumers and UMKM. *International Journal of Social Science and Religion (IJSSR)*, 5(2), 287–304. <https://doi.org/10.53639/ijssr.v5i2.250>