

Potensi Industri Halal dalam Meningkatkan Ekonomi Digital: Studi Kasus pada Shopee Barokah

Tri Cahya Oktaviana¹

¹UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Email: tri.cahya.oktaviana@mhs.uingusdur.ac.id¹

ABSTRAK: Industri halal mengalami pertumbuhan pesat di era ekonomi digital didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat Muslim serta perkembangan teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi industri halal dalam ekonomi digital dengan menyoroti peran platform e-commerce, teknologi blockchain, dan fintech syariah. Metode yang digunakan adalah literature review dengan pendekatan kualitatif, yang mengkaji berbagai studi dan kebijakan terkait digitalisasi industri halal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa platform digital berbasis halal seperti Shopee Barokah membantu memperluas pasar produk halal, meskipun faktor kesadaran halal, religiusitas, dan harga lebih dominan dalam keputusan pembelian. Integrasi blockchain dalam sertifikasi halal menawarkan transparansi dan akuntabilitas yang lebih tinggi, tetapi masih menghadapi kendala seperti kesiapan infrastruktur dan edukasi bagi pelaku usaha. Sementara itu, fintech syariah berperan dalam meningkatkan inklusi keuangan bagi UMKM halal melalui pembiayaan berbasis bagi hasil, meskipun tantangan seperti keamanan data dan regulasi masih menjadi hambatan. Kesimpulannya, industri halal memiliki peluang besar dalam ekonomi digital, namun pengembangannya memerlukan dukungan regulasi yang lebih kuat, peningkatan literasi digital, serta inovasi dalam fitur halal di platform digital agar lebih inklusif dan terpercaya. Dengan strategi yang tepat, industri halal dapat menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia dan global.

Kata kunci: Industri Halal, Ekonomi Digital, Fintech Syariah, Shopee Barokah

ABSTRACT: The halal industry is experiencing rapid growth in the digital economy era, driven by the increasing awareness of the Muslim community as well as technological developments. This study aims to analyze the potential of the halal industry in the digital economy by highlighting the role of e-commerce platforms, blockchain technology, and Islamic fintech. The method used is a literature review with a qualitative approach, which examines various studies and policies related to the digitalization of the halal industry. The results show that halal-based digital platforms, such as Shopee Barokah, help expand the halal product market, although halal awareness, religiosity, and price factors are more dominant in purchasing decisions. Blockchain integration in halal certification offers higher transparency and accountability, but still faces obstacles such as infrastructure readiness and education for businesses. Meanwhile, Islamic fintech plays a role in increasing financial inclusion for halal MSMEs through profit-sharing-based financing, although challenges such as data security and regulation are still an obstacle. In conclusion, the halal industry has great opportunities in the digital economy, but its development requires stronger regulatory support, increased digital literacy, and innovation in halal features on digital platforms to be more inclusive and reliable. With the right strategy, the halal industry can become one of the main drivers of digital economic growth in Indonesia and globally.

Keywords: Halal Industry, Digital Economy, Sharia Fintech, Shopee Barokah

1. PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, industri halal telah mengalami pertumbuhan yang pesat dan menjadi salah satu sektor ekonomi global yang signifikan. Hal ini didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat Muslim terhadap produk dan layanan halal, serta dukungan dari berbagai kebijakan pemerintah dan organisasi

internasional (Prayuda et al., 2023). Selain itu, perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan produk dan layanan halal, sehingga membuka peluang baru bagi industri ini dalam meningkatkan daya saingnya di era ekonomi digital (Fathoni, 2020). Ekonomi digital mengacu pada penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi barang serta jasa. Ekonomi ini mencakup *e-commerce*, teknologi finansial (*fintech*), kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), dan teknologi *blockchain* yang mendukung sistem bisnis modern (Tanjung, 2024). Dengan berkembangnya ekonomi digital, industri halal memiliki kesempatan besar untuk memperluas jangkauan pasarnya, meningkatkan efisiensi bisnis, serta memberikan pengalaman yang lebih baik bagi konsumen (Dewi & Hakiki, 2023).

Salah satu inovasi utama dalam ekonomi digital adalah platform digital yang secara khusus dirancang untuk produk halal. Berbagai *e-commerce*, *marketplace* dan *fintech* berbasis halal telah berkembang. Masing-masing *e-commerce* telah merilis fitur berbasis syariah seperti Tokopedia Salam, Shopee Barokah dan Blibli Hasanah. Sedangkan untuk *fintech* syariah contohnya seperti Ammana dan Dana Syariah. Adapun contoh *marketplace* syariah diantaranya ada Halal Mart dan Salaam Gateway, yang memberikan jaminan kehalalan serta transparansi dalam rantai pasokan produk halal (Taskiya, n.d.). Dalam kanal halal, sistem akan dengan sendirinya menyaring produk-produk yang kira-kira sesuai dengan ajaran yang ada dalam prinsip Islam, dengan berbagai kriteria yang disyaratkan. Platform ini membantu konsumen Muslim mendapatkan produk yang sesuai dengan nilai dan keyakinan mereka, sekaligus membuka peluang bagi pelaku usaha halal untuk memperluas pangsa pasar mereka (Widyarma, Iqbal, & Prameswara, 2023).

Integrasi teknologi *blockchain* dalam sertifikasi halal juga menjadi solusi inovatif dalam menjamin transparansi dan kredibilitas produk halal. Dengan sistem pencatatan yang terdesentralisasi dan tidak dapat diubah, *blockchain* memungkinkan setiap tahapan dalam proses sertifikasi halal dapat dilacak dan diverifikasi secara real-time. Hal ini sangat penting dalam mengatasi permasalahan pemalsuan sertifikasi halal serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal yang mereka beli. Beberapa negara seperti Uni Emirat Arab dan Malaysia, telah mulai menerapkan sistem berbasis *blockchain* dalam sertifikasi halal untuk meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam proses sertifikasi tersebut (Qanita, Maghfuroh, & Muhammad, 2024). Studi menyatakan bahwa *blockchain* merupakan buku besar digital, terdesentralisasi, dan terdistribusi yang mencatat dan menambahkan transaksi dalam urutan kronologis dengan tujuan membuat catatan permanen dan tahan kerusakan. Selain itu, sistem *blockchain* mempermudah industri halal dalam memisahkan produk halal dan haram serta mempermudah terjadinya transaksi serta kontrak secara digital (Ashari, 2021).

Peran *fintech* dalam ekonomi halal juga tidak dapat diabaikan. *Fintech* syariah telah berkembang pesat memberikan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti layanan perbankan digital, *peer-to-peer* (P2P) lending berbasis syariah, dan solusi pembayaran digital halal (Safarina Dewi & Hermawan Adinugraha, 2023). Teknologi *fintech* memungkinkan masyarakat Muslim yang sebelumnya tidak memiliki akses ke layanan keuangan konvensional untuk mendapatkan layanan keuangan yang lebih inklusif dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Dengan adanya platform *fintech* berbasis syariah, pelaku usaha halal juga dapat lebih mudah mendapatkan pembiayaan untuk mengembangkan bisnis mereka tanpa harus terlibat dalam transaksi yang mengandung unsur *riba*, *gharar*, atau *maysir* (Sari, 2022).

Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, potensi industri halal dalam ekonomi digital di Indonesia sangatlah besar. Pemerintah Indonesia juga telah

mengembangkan berbagai kebijakan dan inisiatif untuk mempercepat digitalisasi industri halal, termasuk melalui pembentukan ekosistem halal digital dan pemanfaatan teknologi finansial syariah (Saputri, 2020). Berbagai perusahaan *e-commerce* membidik penduduk Islam dengan merilis layanan atau fitur produk halal dalam aplikasinya. Hal itu bertujuan demi meningkatnya kepercayaan penduduk yang beragama Islam terhadap barang dan jasanya (Mishbakhudin & Aisyah, 2021).

Shopee adalah aplikasi *marketplace online* untuk jual beli dengan mudah dan cepat. Negara Asia seperti Filipina, Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, dan Vietnam telah bergabung dengan Shopee sejak peluncuran awalnya di Singapura pada tahun 2015. Lebih dari 100 juta pengguna telah menggunakan aplikasi Shopee sejak pertama kali tersedia di Playstore dan telah menerima 4,6 juta peringkat dan 9,3 juta ulasan. Untuk memenuhi potensi dan kebutuhan pasar Syariah Indonesia yang cukup besar Shopee memperkenalkan fitur Shopee Barokah pada tahun 2019. Fitur ini mengkhususkan diri dalam menawarkan berbagai macam barang dan jasa yang sesuai dengan syariah, mulai dari zakat dan donasi hingga busana Muslim dan kosmetik (Fradesa et al., 2022). Terciptanya Shopee Barokah bertujuan untuk menjadi pemicu bagi produk halal dan penunjang kebutuhan masyarakat Islam. Platform ini memudahkan penduduk Islam di Indonesia dalam menemukan produk yang memiliki sertifikasi halal. Lebih dari itu, Shopee Barokah pun menyiapkan teknis transaksi jual beli dan promosi toko yang menerapkan prinsip Islam. Selanjutnya, terdapat pula fitur untuk aktivitas zakat, infak, sedekah, dan wakaf (Hudoyo & Noor, 2018).

Keberadaan Shopee Barokah menunjukkan bagaimana digitalisasi dapat membantu memperluas jangkauan produk halal serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk yang mereka beli. Penelitian ini akan menganalisis peran Shopee Barokah dalam mendukung pertumbuhan industri halal dalam ekonomi digital serta tantangan yang dihadapi dalam implementasi konsep *e-commerce* halal di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis perkembangan dan tren industri halal dalam ekonomi digital, mengidentifikasi faktor pendorong dan penghambat pertumbuhannya, serta merumuskan strategi yang dapat diterapkan oleh pelaku industri halal untuk meningkatkan daya saingnya. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi baik secara akademis maupun praktis. Secara akademis, penelitian ini akan memperkaya literatur mengenai hubungan antara industri halal dan ekonomi digital serta memberikan wawasan baru mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan sektor ini. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pemerintah, pelaku bisnis, serta investor dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mengoptimalkan potensi industri halal dalam ekonomi digital.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *literature review* dengan pendekatan kualitatif untuk menganalisis berbagai studi terdahulu terkait ekonomi digital dalam industri halal. Data diperoleh dari sumber-sumber sekunder seperti jurnal penelitian, artikel ilmiah, serta kebijakan pemerintah yang relevan dengan perkembangan platform digital untuk produk halal. Dalam penelitian ini, Shopee Barokah dijadikan sebagai objek penelitian untuk menggambarkan bagaimana sebuah platform *e-commerce* dapat berkontribusi dalam meningkatkan industri halal di era digital. Data yang dikumpulkan dianalisis secara deskriptif dengan membandingkan serta merangkum informasi dari berbagai literatur mengenai peran Shopee Barokah dalam mendukung pasar halal digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Platform Digital Shopee Barokah untuk Produk Halal

Perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak signifikan terhadap pemasaran dan penjualan produk halal, terutama melalui platform *e-commerce*. Shopee Barokah merupakan salah satu inovasi dalam industri halal digital yang bertujuan untuk memberikan pengalaman belanja yang lebih sesuai dengan prinsip syariah bagi konsumen Muslim. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk menemukan produk halal yang telah dikategorikan secara khusus oleh Shopee, sehingga memudahkan pencarian barang yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Berbagai penelitian telah mengkaji efektivitas dan tantangan dalam penggunaan platform digital untuk produk halal. Salah satu penelitian yang dilakukan oleh Widyarma et al. (Widyarma et al., 2023) menyoroti keberadaan kanal halal dalam *e-commerce* seperti Shopee Barokah dan Tokopedia Salam. Penelitian ini menemukan bahwa kanal halal tidak secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian konsumen muslim. Sebaliknya, faktor yang lebih berpengaruh adalah kesadaran halal, tingkat religiusitas, dan harga produk. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun fitur halal telah disediakan, keputusan konsumen lebih banyak dipengaruhi oleh faktor internal dan ekonomi dibanding sekadar keberadaan kanal halal dalam *e-commerce*. Disisi lain penelitian oleh Ferdinand (Ferdinand et al., 2024) menyoroti bahwa Shopee Barokah memiliki potensi besar dalam mendukung UMKM halal. Namun banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya memahami cara mengoptimalkan fitur ini dalam strategi bisnis mereka. Beberapa kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan pengetahuan digital, minimnya sosialisasi dari Shopee terkait fitur Barokah serta kurangnya dukungan pemasaran dari pihak *e-commerce*.

Penelitian oleh Mutaufiq et al. (2016) mengkaji etika bisnis dalam penjualan produk halal melalui platform media sosial TikTok berdasarkan perspektif *maqashid* syariah. Studi ini menunjukkan bahwa sebagian besar penjual produk halal di TikTok berusaha mematuhi prinsip syariah, terutama dalam menjaga kehalalan produk dan transparansi informasi. Namun, tantangan muncul akibat kurangnya regulasi yang jelas terkait produk halal di platform digital serta tekanan untuk menarik perhatian konsumen dalam pasar yang kompetitif. Beberapa penjual bahkan terkadang mengabaikan batasan etika pemasaran demi meningkatkan jumlah penonton dan penjualan. Sementara itu penelitian oleh Taskiya (Taskiya, n.d.) mengkaji peran fitur Tokopedia Halal Corner dalam pengembangan ekonomi digital berbasis syariah. Penelitian ini menemukan bahwa model transaksi di Tokopedia Halal Corner telah sesuai dengan prinsip *e-commerce* syariah, seperti adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli berdasarkan asas suka sama suka, informasi produk yang jelas, serta terbebas dari unsur transaksi yang dilarang dalam Islam seperti *riba*, *maysir* dan *gharar*. Hal ini menunjukkan bahwa inisiatif Tokopedia dalam menyediakan fitur halal dapat membantu konsumen muslim mendapatkan produk yang sesuai dengan prinsip syariah sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi digital berbasis syariah.

Penelitian terdahulu menegaskan bahwa platform digital memiliki potensi besar dalam mendukung pemasaran dan konsumsi produk halal. Namun tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya regulasi yang jelas, persaingan ketat di pasar digital, serta tingkat literasi digital yang masih rendah di kalangan UMKM. Oleh karena itu dibutuhkan dukungan lebih lanjut dalam bentuk edukasi, regulasi yang lebih ketat, serta inovasi dalam pengembangan fitur halal di platform *e-commerce* agar produk halal dapat lebih mudah diakses dan dipercaya oleh konsumen muslim.

3.2 Integrasi *Blockchain* dalam Sertifikasi Halal pada Shopee Barokah

Keamanan dan transparansi dalam industri halal menjadi tantangan utama yang harus dihadapi oleh platform *e-commerce* seperti Shopee Barokah. Salah satu solusi inovatif yang mulai diterapkan di berbagai negara adalah pemanfaatan teknologi *blockchain* untuk meningkatkan keandalan sistem sertifikasi halal. Integrasi teknologi *blockchain* dalam sertifikasi halal merupakan inovasi yang bertujuan untuk meningkatkan transparansi, akuntabilitas dan efisiensi dalam proses sertifikasi dan distribusi produk halal. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *blockchain* dapat membantu mengatasi tantangan utama dalam sistem sertifikasi halal seperti pemalsuan sertifikat, kurangnya ketelusuran (*traceability*), serta kesulitan dalam menjaga kepatuhan halal sepanjang rantai pasok.

Penelitian oleh Qanita et al. (2024) menyoroti bagaimana sistem Jaminan Halal (*Halal Assurance System/HAS*) berbasis *blockchain* memungkinkan pencatatan informasi produk secara transparan, yang tidak dapat diubah atau dimanipulasi. Dengan menggunakan sistem ini, setiap tahap dalam rantai pasokan produk halal dapat diawasi secara *real-time*, mulai dari bahan baku hingga distribusi akhir. Jika Shopee Barokah mengadopsi teknologi ini, maka konsumen dapat dengan mudah menelusuri kehalalan produk yang mereka beli melalui sistem pencatatan digital yang terdesentralisasi.

Penelitian oleh Dewi dan Hakiki (Dewi & Hakiki, 2023) juga mengungkapkan bahwa meskipun pemerintah memiliki keinginan untuk mengadopsi *blockchain* dalam sertifikasi halal, lembaga terkait seperti BPJPH masih perlu melakukan penyempurnaan sistem serta edukasi bagi para pelaku usaha. Hal ini diperlukan agar proses sertifikasi berbasis *blockchain* dapat diterapkan secara efektif dan diterima oleh semua pemangku kepentingan. Selain itu penelitian Ernayani dan Firman (Ernayani & Firman, 2024) menunjukkan bahwa inovasi dalam sertifikasi halal yang berbasis *blockchain* telah meningkatkan keandalan informasi terkait produk halal. Dengan adanya *blockchain* konsumen dapat dengan mudah melacak kehalalan produk melalui aplikasi digital yang terintegrasi dengan database sertifikasi halal. Teknologi ini tidak hanya meningkatkan transparansi tetapi juga memperkuat daya saing industri halal di tingkat global.

Shopee Barokah dapat memanfaatkan teknologi *blockchain* dalam beberapa aspek utama untuk meningkatkan transparansi dan kepercayaan konsumen. Pertama, sistem *blockchain* memungkinkan verifikasi kehalalan produk secara otomatis dengan menghubungkan sertifikat halal langsung ke database resmi, sehingga konsumen dapat dengan mudah memastikan keaslian status halal suatu produk. Kedua, *blockchain* juga mendukung ketelusuran rantai pasok, memungkinkan konsumen melacak asal bahan baku dan proses produksinya guna memastikan tidak ada bahan haram yang terlibat. Selain itu, pencatatan digital yang tidak dapat diubah dalam *blockchain* dapat mencegah pemalsuan sertifikat halal, sehingga mengurangi risiko produk palsu di platform. Jika sistem ini diterapkan dengan baik, Shopee Barokah dapat meningkatkan kepercayaan konsumen sekaligus menjadi pelopor *e-commerce* halal berbasis teknologi di Indonesia.

Penerapan *blockchain* dalam sertifikasi halal menawarkan banyak manfaat termasuk peningkatan transparansi, pencarian yang lebih baik, dan pengurangan risiko kecurangan. Untuk memastikan keberhasilan implementasi teknologi ini diperlukan kesiapan infrastruktur, edukasi bagi pelaku usaha, serta dukungan regulasi yang lebih kuat agar sistem dapat berjalan secara optimal dalam mendukung ekosistem halal yang berkelanjutan.

3.3 Peran *Fintech* dalam Ekonomi Halal pada Shopee Barokah

Peran *financial technology* (*fintech*) dalam ekonomi halal semakin berkembang sebagai solusi dalam meningkatkan inklusi keuangan, khususnya bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) halal. Selain sebagai platform *e-commerce* halal, Shopee Barokah juga memiliki potensi besar dalam mendukung inklusi keuangan berbasis syariah melalui integrasi dengan *fintech* halal. Saat ini, Shopee telah bekerja sama dengan beberapa lembaga keuangan syariah Bank Syariah Indonesia untuk menyediakan opsi pembayaran yang sesuai dengan prinsip Islam. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa *fintech* syariah dapat membantu mengatasi hambatan keuangan yang sering dihadapi oleh UMKM seperti akses pembiayaan, efisiensi transaksi dan transparansi dalam bisnis. Penelitian oleh Dewi dan Adinugraha (Safarina Dewi & Hermawan Adinugraha, 2023) menyoroti bagaimana *fintech* syariah berperan dalam meningkatkan inklusi keuangan bagi UMKM halal di Indonesia. *Fintech* memungkinkan UMKM mendapatkan akses lebih mudah ke layanan pembiayaan berbasis syariah seperti *peer-to-peer* (P2P) *lending*, *crowdfunding* dan pembayaran digital. Dengan teknologi ini UMKM dapat memperoleh modal usaha dengan prosedur yang lebih cepat dibandingkan lembaga keuangan konvensional sehingga mendorong pertumbuhan industri halal secara lebih inklusif.

Penelitian oleh Yahya et al. (2020) membahas model layanan *fintech* syariah yang diterapkan oleh Ammana.id (sebuah platform P2P *lending* berbasis syariah). Penelitian ini menunjukkan bahwa sistem pembiayaan syariah berbasis bagi hasil yang diterapkan oleh Ammana mampu meningkatkan keberhasilan penyelesaian pinjaman hingga 94,81%. Hal ini menunjukkan bahwa *fintech* syariah tidak hanya meningkatkan akses keuangan bagi UMKM tetapi juga menjaga prinsip syariah dalam transaksi keuangan digital. Penelitian lainnya oleh Sari (Sari, 2022) menekankan pentingnya kolaborasi antara *fintech* dan perbankan dalam mendukung UMKM halal. Kolaborasi ini tidak hanya mempermudah akses pembiayaan bagi pelaku usaha halal, tetapi juga membantu mereka dalam menemukan pemasok produk halal yang kredibel. Namun tantangan yang masih dihadapi adalah risiko keamanan data dan perlunya regulasi yang lebih kuat untuk melindungi UMKM dari potensi penyalahgunaan teknologi finansial.

Fintech syariah berperan penting dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi halal dengan menyediakan akses keuangan yang lebih inklusif, mempercepat transaksi keuangan, serta meningkatkan transparansi dalam ekosistem bisnis halal. Namun implementasi yang optimal masih membutuhkan dukungan dari pemerintah, regulasi yang jelas, serta literasi keuangan digital yang lebih baik bagi pelaku UMKM halal agar dapat memanfaatkan teknologi ini secara maksimal.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa industri halal memiliki potensi besar dalam meningkatkan ekonomi digital melalui integrasi platform *e-commerce*, teknologi *blockchain*, dan *fintech* syariah. Platform digital berbasis halal seperti Shopee Barokah telah membantu memperluas pasar produk halal, meskipun faktor kesadaran halal, religiusitas, dan harga tetap menjadi pertimbangan utama konsumen. Teknologi *blockchain* menawarkan transparansi dan akuntabilitas dalam sertifikasi halal, namun tantangan seperti kesiapan infrastruktur, edukasi pelaku usaha, dan regulasi masih menjadi hambatan. *Fintech* syariah berperan penting dalam meningkatkan inklusi keuangan bagi UMKM halal, dengan model pembiayaan berbasis bagi hasil yang menunjukkan tingkat penyelesaian pinjaman yang tinggi. Namun tantangan yang dihadapi termasuk keamanan data dan regulasi yang belum sepenuhnya matang. Secara keseluruhan industri halal memiliki peluang besar dalam ekonomi digital, tetapi pengembangannya memerlukan dukungan regulasi yang lebih kuat, peningkatan

literasi digital, serta inovasi dalam fitur halal di platform digital agar lebih inklusif dan terpercaya.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Ashari, Reza Tanah. (2021). Pengembangan Sistem Logistik Produk Halal di Indonesia. *Halal Research Journal*, 1(1), 8–19. <https://doi.org/10.12962/j22759970.v1i1.13>
- Dewi, Arlinta Prasetian, & Hakiki, Mohammad Ichsan. (2023). Transformasi Digital dalam Industri Halal di Indonesia (Studi Implementasi Teknologi *Blockchain* dalam Proses Sertifikasi Halal). *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 3(2), 360–370. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v3i2.240>
- Ernayani, Rihfenti, & Firman, Firman. (2024). Transformasi Industri Halal: Keberlanjutan dan Inovasi dalam Perekonomian Syariah. *Jesya*, 7(1), 1011–1020. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1490>
- Fathoni, Muhammad Anwar. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>
- Ferdinand, Novingky, Al Farisi, Muhammad Salman, Herawati, Ermi, & M., Fauzan. (2024). Sosialisasi *E-Commerce* dalam Meningkatkan Penjualan Produk Halal UMKM Tegal Salam Cariu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 4(1), 43–49. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v4i1.155>
- Fradesa, Fiza, Abadi, Septriau Putra, Maani, Bahrul, Hardi, Eja Armas, & Sucipto, Sucipto. (2022). Fitur Shopee Barokah dan Tokopedia Salam: Inovasi Marketplace Halal Sebagai Upaya Pengembangan Ekonomi Digital Berbasis Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2893. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6559>
- Hudoyo, Benayn Bilalakram, & Noor, Iswan. (2018). Peran Faktor Teknologi Informasi Dan Personal Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *E-Commerce* Produk Halal (Studi Kasus: Konsumen Shopee Barokah). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(April), 53–54. Retrieved from <http://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/6647%0Ahttps://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/download/6647/5648>
- Mishbakhudin, Muhammad, & Aisyah, Muniaty. (2021). The E-Marketing Mix Strategy of Tokopedia Salam during the Covid-19 Pandemic. *International Research Journal of Business Studies*, 14(3), 215–227. <https://doi.org/10.21632/irjbs.14.3.215-227>
- Mutaufiq, Ali, Hardiana, Candra Dwi, Kumala, Destiana, Pangastuti, Ria Lestari, & Kartomo, Thomas. (2016). ETIKA BISNIS *E-COMMERCE* DI TIKTOK DALAM PERSPEKTIF MAQASHID SYARIAH (Studi Kasus Penjual Produk Halal). *Astina Mandiri*, 3(3), 1–23.
- Prayuda, Deni, Arby, Safardilah, Adli, Ihsanul, & Al-Ayubi, Solahuddin. (2023). Halal Industry: Opportunities and Challenge in the Global Market. *Jurnal Ekonomi Islam*, 14(2), 2579–6453.
- Qanita, Ariza, Maghfuroh, Nuril Laila, & Muhammad, Zaydan. (2024). Integration of HAS with *blockchain* as halal sustainability in maqashid sharia perspective. *Journal of Halal Product and Research*, 7(1), 40–51.

<https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.7-issue.1.40-51>

- Safarina Dewi, Ina, & Hermawan Adinugraha, Hendri. (2023). The Role of Sharia *Fintech* in Improving Halal Financial Inclusion in Msmes in Indonesia. *LIKUID: Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 3(1), 18–29. <https://doi.org/10.15575/likuid.v3i1.18693>
- Saputri, Oktoviana Banda. (2020). Pemetaan Potensi Indonesia Sebagai Pusat Industri Halal Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(2), 24.
- Sari, Novi Primita. (2022). Kolaborasi *Fintech* Perbankan Dan Implikasi Pada Umkm Halal Di Indonesia. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 1–10. <https://doi.org/10.30997/jsei.v8i1.4087>
- Tanjung, S. R. (2024). Dampak Transformasi Ekonomi Digital Dalam Upaya Perkembangan Ekonomi Berkelanjutan. *Proceeding International Seminar of Islamic ...*, 5(1), 614–621. Retrieved from <https://sismasi.umsu.ac.id/index.php/insis/article/view/18308>
- Taskiya, Tria Nanda. (n.d.). FITUR TOKOPEDIA HALAL CORNER SEBAGAI E-COMMERCE HALAL DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI DIGITAL BERBASIS SYARIAH DI. *Jurnal Mas Mansyur*, 38–48.
- Widyarma, Ahmad, Iqbal, Muhammad, & Prameswara, Samofa. (2023). Efektifitas kanal halal dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk halal di *e-commerce* the effectiveness of halal channels in influenced decisions to purchase halal products in *e-commerce*. *Jurnal Syarikah*, 9(2), 227–240.
- Yahya, Adibah, Affandy, Azhar, & Narimawati, Umi. (2020). Pengembangan UMKM Melalui Pemanfaatan Model Layanan *Fintech* Syariah Ammana.id. *Is The Best Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise This Is Link for OJS Us*, 5(2), 106–120. <https://doi.org/10.34010/aisthebest.v5i2.3049>