

“Dinamika Tantangan Fashion Muslim dan *Modest Wear* Dalam Mendorong Indonesia Sebagai Pusat *Modest Fashion* Halal Dunia”

Dina Ainul Latifah ^{*1}

Pipit ²

Falha Himatul Aliyah ³

Lina Marlina ⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi Tasikmalaya, Indonesia

*e-mail: 231002024@student.unsil.ac.id¹, 231002006@student.unsil.ac.id²,
231002016@student.unsil.ac.id³, linamarlina@unsil.ac.id⁴

Abstrak

Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi pusat industri modest fashion halal dunia, didukung oleh populasi Muslim terbesar, kekayaan budaya, serta pertumbuhan industri kreatif yang signifikan. Industri halal fashion merupakan bagian dari ekonomi halal yang berlandaskan prinsip syariah, tidak hanya menekankan aspek kesopanan berpakaian, tetapi juga memperhatikan aspek keberlanjutan, kehalalan bahan, dan etika produksi. Fashion Muslim dan modest wear di Indonesia berkembang pesat seiring meningkatnya kesadaran berbusana syar'i di kalangan masyarakat urban. Namun, pengembangan industri ini masih menghadapi sejumlah tantangan, seperti minimnya sertifikasi halal untuk produk fashion, ketergantungan bahan baku impor, dan lemahnya daya saing brand lokal dibandingkan produk internasional. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi komprehensif yang mencakup penguatan sertifikasi halal di sektor fashion, pembangunan ekosistem bahan baku lokal yang mandiri, peningkatan kualitas dan branding produk, serta pemanfaatan teknologi digital dan promosi global. Dukungan pemerintah, kolaborasi lintas sektor, serta pemanfaatan budaya lokal sebagai nilai tambah dapat menjadi kunci sukses. Dengan strategi yang tepat dan sinergi semua pihak, Indonesia berpeluang besar menjadi pemimpin global dalam industri modest fashion halal yang berkualitas, inovatif, dan berkelanjutan.

Kata kunci: Mode Muslim, Mode Halal, Pakaian Sederhana

Abstract

Indonesia holds significant potential to become the global hub for modest halal fashion, supported by its status as the country with the largest Muslim population, a rich cultural heritage, and a rapidly growing creative industry. Halal fashion is a key sector within the halal economy, emphasizing not only modesty in dress but also adherence to Islamic principles regarding halal materials, ethical production, cleanliness, and sustainability. The rise of Muslim fashion and modest wear in Indonesia reflects increasing awareness of Islamic values in contemporary lifestyles. However, the industry faces several challenges, including the lack of integrated halal certification for fashion products, dependency on imported raw materials, and the relatively low global competitiveness of local brands. To address these issues, a comprehensive strategy is required, focusing on expanding halal certification in the fashion sector, developing a sustainable local textile ecosystem, enhancing product quality and brand positioning, and leveraging digital platforms for global outreach. Government support, collaboration between stakeholders, and the integration of local cultural elements in fashion design are crucial to strengthening Indonesia's position. With the right policies and coordinated efforts from all parties government, industry players, and creative communities Indonesia can accelerate its growth and emerge as a global leader in high-quality, innovative, and sustainable modest halal fashion.

Keywords: Muslim Fashion, Halal Fashion, Modest Wear

PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, industri halal telah menjadi salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan paling pesat di dunia. Istilah "halal" tidak lagi terbatas pada makanan dan minuman, tetapi telah meluas ke berbagai sektor lain seperti keuangan, farmasi, kosmetik, pariwisata, hingga fashion. Industri halal adalah sesuatu usaha yang dapat menghasilkan produk (barang dan jasa) sesuai dengan ketentuan syariat Islam (Aziz et al., 2023). Industri halal merupakan bentuk ekonomi berbasis nilai, yang menjunjung tinggi prinsip-prinsip syariah seperti kehalalan, kebersihan, keadilan, dan kebermanfaatannya. Dengan jumlah penduduk Muslim dunia

yang terus meningkat dan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya konsumsi produk halal yang semakin tinggi, potensi industri ini menjadi sangat besar di kancah global.

Salah satu subsektor yang berkembang dengan pesat adalah fashion halal, khususnya dalam bentuk fashion Muslim dan *modest wear*. Fashion Muslim merupakan gaya berpakaian yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti menutup aurat, tidak ketat, dan tidak transparan. Sementara modest wear memiliki arti lebih luas yakni gaya busana yang sopan, tertutup, dan tidak mengekspos tubuh secara berlebihan dan kini bahkan telah diadopsi oleh kalangan non-Muslim yang memilih gaya berpakaian lebih santun dan elegan. Kedua jenis fashion ini tidak hanya merepresentasikan nilai religius dan budaya, tetapi juga telah menjadi bagian dari tren global yang menggabungkan unsur keimanan, estetika, serta modernitas dalam satu kesatuan yang harmonis. Di tingkat global, tren *modest fashion* semakin mendapat perhatian. Menurut laporan *State of the Global Islamic Economy 2022/2023*, belanja masyarakat muslim dunia untuk sektor fashion mencapai lebih dari 300 miliar dolar AS dan terus mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun (Standard, 2022). Fakta ini menunjukkan bahwa busana muslim bukan sekadar kebutuhan keagamaan, melainkan juga peluang besar dalam industri kreatif.

Di tengah pesatnya pertumbuhan tren modest fashion global, Indonesia berada dalam posisi yang sangat strategis. Dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, kekayaan budaya lokal, serta pertumbuhan industri kreatif yang signifikan, Indonesia memiliki modal besar untuk menjadi pusat modest fashion halal dunia. Potensi ini juga didukung oleh meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap busana syar'i, munculnya berbagai komunitas hijab dan *syar'i lifestyle*, serta peran aktif media sosial dalam membentuk gaya hidup dan tren berbusana di kalangan generasi muda Muslim. Pemerintah pun telah menunjukkan dukungan melalui berbagai program seperti *Indonesia Fashion Week*, serta target jangka panjang dalam menjadikan Indonesia sebagai pemain utama industri halal global.

Namun, untuk merealisasikan potensi besar tersebut, Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan yang kompleks. Salah satunya adalah rendahnya tingkat sertifikasi halal pada produk fashion, yang masih tertinggal dibandingkan sektor makanan dan minuman. Sertifikasi halal dalam fashion bukan hanya soal bahan tekstil, tetapi juga proses produksi, distribusi, hingga aspek etika bisnis. Tantangan lainnya adalah ketergantungan pada bahan baku impor, yang membuat biaya produksi meningkat dan menyulitkan pengawasan terhadap standar halal. Selain itu, daya saing brand lokal fashion Muslim masih kalah dibandingkan dengan merek global yang telah lebih dulu mapan secara branding, pemasaran, dan jaringan distribusi.

Di sisi lain, industri modest fashion Indonesia masih banyak didominasi oleh pelaku usaha kecil dan menengah yang belum sepenuhnya memiliki akses ke teknologi produksi modern, pendanaan, maupun pasar internasional. Banyak desainer dan pelaku industri fashion yang bergerak berdasarkan hobi atau semangat komunitas, namun belum memiliki strategi bisnis yang matang untuk bersaing secara global. Permasalahan seperti keterbatasan modal, kurangnya literasi digital, hingga kesenjangan dalam kualitas produk masih menjadi hambatan yang nyata. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam dinamika dan tantangan yang dihadapi oleh industri fashion Muslim dan modest wear dalam mendorong Indonesia sebagai pusat modest fashion halal dunia. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi potensi dan peluang yang ada, serta menyusun rekomendasi strategis yang dapat mendukung pertumbuhan industri ini secara berkelanjutan dan kompetitif di tingkat global.

METODE

Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perkembangan industri fashion muslim dan modest wear di Indonesia yang dikaji secara normatif dan kontekstual melalui

literatur. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka (*library research*). Data penelitian diperoleh dari sumber-sumber literatur yang relevan, seperti Al-Qur'an, Hadis, buku teks, artikel ilmiah, laporan industri halal global, serta kebijakan pemerintah dan organisasi internasional yang berkaitan dengan industri modest fashion. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, yaitu dengan mengidentifikasi, membaca, dan mengkaji literatur yang berhubungan dengan perkembangan modest fashion, prinsip halal dalam berpakaian, peran Indonesia dalam ekonomi syariah global, serta tantangan industri fashion muslim dalam konteks lokal dan internasional. Analisis data dilakukan secara deskriptif analitis, dengan cara mendeskripsikan dan membandingkan konsep modest fashion halal dari berbagai sumber, serta menarik kesimpulan mengenai bagaimana Indonesia dapat mengatasi tantangan dan memaksimalkan potensinya sebagai pusat modest fashion halal dunia. Teknik analisis dilakukan melalui deskripsi dan perbandingan literatur untuk mengevaluasi sejauh mana praktik industri modest fashion di Indonesia telah sejalan dengan standar halal internasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Konsep Industri Halal

Industri halal sering dikaitkan dengan suatu usaha untuk menghasilkan suatu produk (barang dan jasa) yang sesuai dengan ketentuan agama Islam (syariah). Industri Halal secara bahasa terdiri dari dua kata, yaitu industri dan halal. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) disebutkan bahwa industri halal adalah kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan, misalnya mesin. Sedangkan halal artinya diizinkan (tidak dilarang oleh syariah), sehingga industri halal diartikan sebagai kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan yang diizinkan oleh syariah Islam (Soleman, 2023).

Fungsi dan tujuan adanya industri halal diantaranya sebagai bentuk perwujudan dari UU No 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Adanya UU diantaranya untuk menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agama masing-masing, dimana negara berkewajiban untuk memberikan perlindungan dan jaminan tentang kehalalan produk (Adinugraha et al., 2022). Konsep industri halal secara umum adalah sebuah sektor ekonomi yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah Islam, yang mencakup produksi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa yang sesuai dengan ketentuan syariah. Industri ini tidak hanya terbatas pada makanan dan minuman, tetapi juga meliputi sektor keuangan, pariwisata, farmasi, kosmetik, fashion, dan bidang lain yang memenuhi standar kehalalan (Malik et al., 2025).

Industri halal telah mencatat momentum popularitas di beberapa negara, termasuk Indonesia, dalam beberapa tahun terakhir. Faktor utama yang memicu fenomena ini adalah kepadatan penduduk Indonesia yang tinggi dan sebagian besar penduduknya beragama Islam (Kiki Hardiansyah Siregar, 2025). Industri halal merupakan sektor ekonomi yang berlandaskan pada prinsip syariah Islam, yang tidak hanya mencakup makanan dan minuman, tetapi juga meluas ke berbagai bidang lain seperti keuangan, pariwisata, farmasi, kosmetik, hingga fashion. Industri halal menekankan aspek kepatuhan terhadap hukum Islam (*sharia compliance*) dalam proses produksi, distribusi, maupun konsumsi. Konsep utama industri halal adalah keterjaminan kehalalan, kebersihan, keberlanjutan, dan kebermanfaatannya bagi masyarakat luas.

B. Definisi Fashion Muslim dan Karakteristiknya

Fashion adalah kombinasi atau perpaduan dari gaya (*style*) dengan desain yang cenderung dipilih, diterima, digemari, dan digunakan oleh mayoritas masyarakat yang akan bisa memberi kenyamanan dan membuat lebih baik pada satu waktu tertentu (Joesyiana et al., 2024). Fashion merujuk pada gaya berpakaian dan tren yang populer pada suatu waktu tertentu. Ini mencakup pakaian, alas kaki, aksesoris, dan bahkan gaya rambut yang digunakan

oleh individu atau kelompok dalam budaya tertentu. Fashion adalah cara orang menyampaikan identitas pribadi, gaya hidup, dan ekspresi diri mereka. Fashion selalu berkembang seiring waktu, ini dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti budaya, sejarah, teknologi, ekonomi, dan tren sosial (Sudaryanto et al., 2023).

Fashion Muslim adalah gaya berpakaian yang didasarkan pada ajaran Islam, yang mengutamakan kesopanan dan menutupi aurat. Pakaian muslim memiliki aturan-aturan tertentu, seperti menutupi tubuh dengan cara yang tidak memperlihatkan bentuk tubuh, serta menghindari pakaian yang terlalu ketat atau transparan (Putriningsih & Stiawan, 2025). Fashion muslim lekat dengan sebutan *modest fashion*, karena style atau karakter busananya yang lebih menutupi tubuh (aurat), tidak transparan dan tidak mengekspos kulit secara berlebihan. Fashion muslim tidak bisa dilepaskan dari kerangka *islamic fashion*, yaitu busana yang dipola, dibuat, dipakai, dan dipasarkan berdasarkan ketentuan Islam. Sejatinya didasarkan pada sumber utama syariat (hukum Islam), yaitu Kitab Suci Al-Qur'an (Sudarmi et al., 2024).

Islam adalah agama yang sempurna, yang mengatur kehidupan umatnya dari yang paling kecil sampai paling besar termasuk gaya berpakaian atau fashion. Fashion halal adalah gaya berbusana yang sesuai dengan syariat Islam dengan kriteria berikut (Muniarty et al., 2023).

1. Larangan bagi laki-laki untuk menggunakan emas dan sutera

Ali bin Abi Thalib meriwayatkan bahwa beliau melihat Nabi Muhammad SAW mengambil sutra dan meletakkannya di sebelah kanan dan emas di sebelah kiri beliau. kemudian bersabda: "*Sesungguhnya kedua ini haram atas kaum pria umatku*" (HR. Abu Dawud). Berdasarkan hadist di atas para ulama sepakat mengharamkan emas dan sutera untuk dipakai oleh laki-laki, sedangkan perempuan diperbolehkan.

2. Tidak transparan dan tidak membentuk lekuk badan

Tujuan Pakaian diciptakan adalah untuk menutup aurat dan menghilangkan fitnah bagi perempuan. Tujuan ini tidak akan tercapai bila wanita memakai pakaian yang tipis dan mengundang syahwat lain jenisnya. Oleh karena pakaian wanita muslimah harus longgar, dan tidak ketat. Selain itu, Yusuf Qardhawi juga menambahkan bahwa Islam mengharamkan bagi wanita untuk mengenakan pakaian yang ketat dan membentuk lekuk tubuh mereka. "*Ada dua golongan penghuni neraka, yang belum pernah aku lihat, yaitu: (1) Suatu kaum yang memegang cambuk seperti ekor sapi. Mereka mencambuk manusia dengannya. Dan (2) wanita-wanita yang berpakaian tetapi telanjang, ia berjalan menggoyangkan (bahu dan punggungnya) dan rambutnya (disasak) seperti punuk unta yang condong. Mereka tidak akan masuk surga dan tidak akan mencium aroma surga, padahal sesungguhnya aroma surga itu tercium sejauh perjalanan sekian dan sekian.*"

3. Tidak menyerupai pakaian laki-laki bagi perempuan dan begitu pula sebaliknya

Islam melarang perempuan memakai pakaian laki-laki dan laki-laki memakai pakaian menyerupai pakaian perempuan. Bahkan Rasulullah melaknat laki-laki yang menyerupai perempuan dan perempuan menyerupai laki-laki, baik itu cara bicara, bertingkah, berjalan, berpakaian dan lain-lain. "*Dari Abi Hurairah RA ia berkata Rasulullah shallahu a'laihi wassalam mengutuk laki laki yang memakai pakaian perempuan dan perempuan yang memakai pakaian laki laki.*"

4. Tidak menyerupai pakaian orang kafir

Terdapat beberapa jenis atau bentuk pakaian non-muslim yang dilarang digunakan oleh muslim yaitu pakaian yang merupakan simbol atau ciri khas dari non-muslim seperti bentuk topi yang digunakan oleh yahudi. Tujuan dilarang oleh Islam, karena dikhawatirkan memberi dampak negative pada akidah, keimanan dan akhlaq. Bahkan MUI menjelaskan, menyerupai pakaian orang kafir itu adalah memakai atribut mereka. Sebagaimana disebutkan dalam fatwa MUI Nomor 56 Tahun 2016 Tentang Hukum menggunakan Atribut Keagamaan Non-Muslim. Atribut keagamaan adalah suatu yang dipakai dan digunakan untuk menjadi identitas, ciri khas atau tanda tertentu dari suatu agama tertentu, baik terkait dengan keyakinan, ritual ibadah, maupun tradisi dari

agama tertentu. "Barang siapa menyerupai suatu kaum, maka ia termasuk dari golongan mereka." (HR. Abu Dawud)

5. Pakaian tersebut tidak berbentuk pakaian *syuhrah* (Sensasi).

Secara bahasa *syuhrah* memiliki arti sesuatu yang tampak dan menyebar, maksudnya adalah tampaknya sesuatu yang berbeda di antara manusia lainnya yang menyebabkan dia menjadi pusat perhatian. Sedangkan secara istilah, *syuhrah* memiliki makna semua pakaian yang dikenakan untuk mencuri perhatian orang-orang yaitu dengan tampil beda di antara mereka, seperti mengenakan pakaian dengan warna yang mencolok atau mode pakaian yang aneh, sehingga ia menjadi pusat perhatian karena keluar dari kebiasaan banyak orang, baik karena pakaiannya berharga mahal untuk menampakkan kesombongan maupun karena kesederhanaannya dengan tujuan menampakkan kesan *zuhud* dan *riya*. Jadi *Syuhrah* disini adalah pakaian yang dipakai untuk menarik perhatian orang dengan tujuan untuk sombong, jadi standarnya adalah niat dari seorang pengguna.

Fashion Muslim bukan hanya sebagai penutup tubuh, tetapi juga sebagai ekspresi identitas dan gaya hidup kontemporer yang tetap sesuai dengan prinsip Islam, dan dirancang untuk memenuhi ketentuan syariah, terutama dengan menutup aurat sesuai ajaran Islam dan menghindari pakaian yang ketat atau transparan Karakteristik utamanya meliputi (Nurirvan et al., 2024).

1. Menutup aurat secara penuh sesuai dengan batas syariah
2. Tidak terlalu ketat sehingga menonjolkan lekukan tubuh.
3. Bersih, sopan, dan tidak terlihat seperti orang lain.
4. Ada banyak model dan warna, tetapi tetap sederhana dan tidak terlalu rumit.
5. Mewakili etika dan prinsip budaya Islam dalam kehidupan sehari-hari.

C. Definisi *Modest Wear* dan Karakteristiknya

Modest Fashion merupakan kesadaran dalam hal menutupi bagian tubuh. Hal ini dicirikan sebagaimana pakaian tersebut biasanya memiliki potongan yang lebih panjang dan tertutup, serta potongan longgar yang tidak menonjolkan siluet lekuk tubuh (Indana, 2022). Dalam pengertian lain, *Modest fashion* adalah tren fashion wanita yang mengenakan pakaian yang santun, sopan dan tidak provokatif, dengan ciri khas utamanya yaitu busana yang menutupi sebagian besar bagian tubuh dengan potongan yang mengaburkan siluet atau lekuk tubuh terutama bagi kaum perempuan (Aini et al., 2021).

Konsep cara berpakaian *modest wear* bisa berkembang menjadi lebih inklusif dan beragam sehingga para muslimah di Indonesia bisa menggunakannya dengan model tersebut. Busana ini juga menciptakan gaya perempuan muslim untuk mengekspresikan gaya hidup yang anggun dan sopan dalam berpakaian. Strategi di balik gaya berbusana ini bertujuan untuk memperkenalkan citra perempuan muslim kepada masyarakat, dengan menunjukkan bahwa penggunaan hijab tidak menghalangi seseorang untuk tetap tampil elegan dan stylish. Saat ini gaya tersebut telah menjadi tren yang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia. Ada beberapa contoh *modest fashion* di kalangan masyarakat yaitu pakaian oversize, pakaian yang berlengan panjang, berleher tinggi (turtleneck) dan rok panjang. Adapun karakteristik *Modest Wear* diantaranya sebagai berikut (Thalib et al., 2023).

1. Cenderung menggunakan potongan yang longgar (tidak ketat) dan panjang agar sebagian besar tubuh tertutup dan lekuk tubuh tidak terlalu terlihat.
2. Warna netral atau lembut, motif yang tidak terlalu mencolok
3. Kenyamanan dan fungsi praktis
4. Inklusifitas dan fleksibilitas gaya

Modest Wear bisa digunakan oleh berbagai kalangan, tidak terbatas hanya muslim yang berhijab. Gaya pilihan bisa berbeda-beda sesuai kebutuhan aktivitas, usia, preferensi personal, dan budaya.

Modest wear merupakan konsep berpakaian yang menekankan pada kesederhanaan dan penutupan aurat dengan cara yang elegan dan *fashionable*. *Modest wear* tidak hanya dipakai oleh Muslim tapi juga masyarakat umum yang menginginkan pakaian sopan dan tertutup. Adapun Karakteristik lain, dari modest wear yaitu sebagai berikut.

1. Potongan longgar dan tidak transparan.
2. Menutupi bagian tubuh yang dianggap aurat atau sensitif dalam konteks budaya masing-masing.
3. Desain modern dan stylish namun tetap mengedepankan kesopanan.
4. Cocok untuk berbagai aktivitas, dari formal hingga kasual.
5. Mengedepankan fungsi kenyamanan dan estetika tanpa mengabaikan nilai kesopanan (Amalina et al., 2022)

D. Peluang Fashion Muslim dan *Modest Wear* di Indonesia

Menurut Saparini (2018) dalam Juliana, menyebutkan terdapat beberapa faktor yang menjadikan peluang Indonesia untuk mengembangkan Industri Fashion Halal antara lain, sebagai berikut (Juliana et al., 2025).

1. Dukungan Pemerintah
Industri busana muslim Indonesia mendapat dukungan dari pemerintah. Seperti pada tahun 2015, Kementerian perdagangan meluncurkan Fashion Muslim pada ajang Indonesia *Fashion Week*.
2. Potensi Pasar
Faktor demografi juga menjadi faktor pendukung khususnya untuk memasarkan produk fashion halal di Indonesia melalui ekspor. Jumlah penduduk muslim dunia tahun 2010 mencapai 1,8 miliar jiwa, diperkirakan akan tumbuh dua kali lipat pada tahun 2030 atau 27% dari total populasi global.
3. Perkembangan Industri Tekstil
Industri Tekstil merupakan salah satu industri andalan Indonesia, bila dilihat dari PDB 2016 industri ini merupakan salah satu sektor industri dengan kontribusi tertinggi, yaitu sebesar 1,16% terhadap PDB nasional.
4. Peluang rantai nilai dari fashion muslim
Rantai nilai pasar fashion muslim dapat dibagi menjadi empat kategori besar, yaitu pemasok tekstil, perancang, produsen nilai tambah, dan pengecer;
 - a. Pabrik tekstil dan pakaian jadi mengelola bahan baku dan pakaian setengah jadi. Kebanyakan produsen ini beroperasi di negara dengan biaya produksi rendah, salah satunya Indonesia.
 - b. Desainer, desainer merupakan penyumbang utama kreativitas dalam sebuah industri fashion. Mayoritas perancang busana merupakan rumah fashion start-up yang masih memproduksi pakaian dalam jumlah yang masih terbatas.
 - c. Produksi dengan nilai tambah dalam pasar fashion adalah label fashion ataupun desain perancang yang telah berhasil mengembangkan produksinya untuk melayani pasar yang lebih luas.
 - d. Pengecer mencakup *e-commerce* dan pengecer tradisional, baik yang menjual produknya sendiri maupun menjual produk orang lain.

Busana Muslim menjadi unsur kebudayaan populer di Indonesia, bahkan industri ini sangat berkembang pesat. Indonesia juga tengah mencanangkan menjadi pusat mode busana muslim dunia. Ada beberapa hal yang dapat menjadikan fashion Muslim di Indonesia dihargai dan mendapat posisi di atas, yaitu sebagai berikut (Collins et al., 2021).

1. Dukungan Pemerintah pada Instansi
Pengaruh Islam dalam cara berpakaian telah diterima secara resmi oleh pemerintah. Salah satu contohnya terlihat di lingkungan kepolisian, di mana melalui Keputusan Kapolri Nomor: Kep/245/II/2015 tertanggal 25 Maret 2015, polisi wanita

(Polwan) yang beragama Islam diizinkan mengenakan jilbab sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Sebelumnya, pada tahun 1982, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan sempat melarang penggunaan kerudung di sekolah. Namun, pada awal tahun 1990-an, aturan tersebut berubah dan penggunaan jilbab kembali diizinkan, baik di sekolah maupun di kantor pemerintahan.

Saat itu, pemakai jilbab umumnya adalah individu yang dianggap memiliki latar belakang keagamaan yang kuat, seperti guru agama Islam, orang yang telah menunaikan ibadah haji, santri, serta siswa dari sekolah berbasis agama. Seiring waktu, butik-butik busana Muslim mulai menarik perhatian kalangan menengah atas. Memasuki era 2000-an, penggunaan busana Muslim, termasuk jilbab, telah menjadi bagian dari rutinitas sehari-hari. Perubahan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain karena sudah menjadi kebiasaan, memberikan rasa nyaman, serta dukungan dari lingkungan social. Hal ini bertujuan agar pembaca lebih tertarik memakai busana muslim dan membuat persepsi bahwa busana muslim bukan sesuatu yang monoton.

2. Dukungan Media terhadap Modest Fashion

Industri fashion di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, mencakup berbagai jenis pakaian mulai dari busana siap pakai hingga fashion Muslim atau modest wear. Perkembangan ini turut dipengaruhi oleh peran media, khususnya media sosial, yang memiliki dampak besar dalam mempromosikan produk-produk fashion di era milenial. Selain media sosial, tren busana Muslim juga mendapat sambutan positif dari berbagai media cetak seperti majalah, surat kabar, dan tabloid yang rutin membahasnya dalam kolom mode. Majalah Gaya Hidup Muslim, misalnya, secara konsisten menampilkan rubrik seputar tutorial hijab serta tips memadupadankan busana.

3. Tanggapnya Desainer dan Industri Fashion

Jumlah penduduk Muslim yang besar di Indonesia memberikan dampak signifikan terhadap perkembangan industri busana Muslim. Kondisi ini mendapat sambutan positif dari para desainer, yang terlihat dari semakin banyaknya brand fashion baru yang bermunculan di Tanah Air. Produk-produk dari merek-merek ini dipasarkan melalui metode konvensional maupun secara daring (online). Saat ini pasar e-commerce di Indonesia dikuasai oleh Hijabenska, Hijup dan beberapa market place lain seperti shopee dan blibli.com.

4. Munculnya Komunitas *Syar'i Life Style*

Komunitas *Syar'i Lifestyle* merupakan kelompok yang memiliki kepedulian terhadap penerapan gaya hidup yang sesuai dengan ajaran Islam. Fokus komunitas ini tidak hanya terbatas pada cara berpakaian, tetapi juga mencakup seluruh aspek kehidupan sehari-hari yang selaras dengan prinsip syariah. Salah satu aktivitas utama mereka adalah berdakwah melalui media daring, khususnya dengan mengedukasi masyarakat mengenai gaya hidup Islami. Selain itu, terdapat pula komunitas hijab bloggers, yang terdiri dari para hijaber aktif dan produktif. Mereka berbagi berbagai informasi melalui platform blog, mulai dari tips menulis blog, perjalanan, kecantikan, mode, kuliner, karya sastra, kajian Islam, hingga cerita kehidupan pribadi dan lainnya.

E. Perkembangan Fashion Muslim dan Modest Wear di Indonesia

Dalam periode tahun 2020 hingga 2025 jumlah pengeluaran yang dilakukan Indonesia meningkat sebesar USD 7,68 miliar. Sedangkan CAGR (Tingkat Pertumbuhan Tahunan) dalam 5 tahun, Indonesia lebih tinggi dari rata-rata global dengan selisih 2,25%. Industri fashion Indonesia telah tumbuh signifikan dalam satu dekade terakhir. Tren ini tidak lepas dari peran tokoh publik yang turut mempromosikan dan mengubah persepsi konsumen mengenai pakaian sopan yang tertutup (busana Muslim) dalam konteks mode. Sehingga salah satu jenis industri halal ini memiliki potensi untuk berkembang secara internasional terutama pasar regional di kawasan Asia Tenggara yang memiliki preferensi pakaian Muslim yang serupa. Industri ini di dominasi oleh usaha-usaha yang tergolong kecil dan menengah.

Permintaan terhadap fashion halal tidak hanya datang dari komunitas Muslim, melainkan juga dari individu non-Muslim yang menginginkan pakaian yang diproduksi dengan proses yang bersih dan baik (*tayyib*). Dari segi penawaran, produsen fashion halal bisa melayani baik pasar Muslim yang belum dijangkau maupun pasar non-Muslim dengan memperhatikan prinsip-prinsip etika halal dalam proses manufaktur mereka. Ekspor dari pakaian jadi Indonesia terus meningkat dalam kurun dua tahun terakhir, pada tahun 2020 hingga 2022. Produk fashion telah menjadi sumber penting devisa negara melalui ekspor mencapai USD 9,58 miliar pada tahun 2022, sehingga mencatat level tertinggi sejak tahun 2018 (Alam, 2024).

F. Potensi dan Peluang Indonesia Sebagai Pusat Industri Halal Fashion dan *Modest Wear* Dunia

Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim yang besar, bahkan melebihi 80% penduduknya beragama islam memiliki potensi sebagai pusat pengembangan busana Muslim Dunia. Berdasarkan data yang dilansir dari *State of the Global Islamic Economy* pada tahun 2018 menyatakan bahwa Indonesia menjadi negara pasa konsumsi *modest wear* terbesar ke-5 di dunia. Nilai potensi penjualannya mencapai US\$13,5 miliar, setelah negara Turki, Uni Emirat Arab, dan Nigeria. Industri fesyen Muslim dunia berkembang pesat belakangan ini, menurut *State of the Global Islamic Economy Report* (2022) bahwa valuasi industri Fesyen Muslim dunia mencapai US\$270 miliar dan masih terus bertumbuh mencapai 5% atau US\$361 miliar pada tahun 2023. Tren peningkatan penjualan busana muslim turut menyumbang tingginya variasi penampilan, warna, pola, dan style pakaian, yang merupakan suatu kondisi perubahan dari sederhana (*modest*) menjadi modern. Pelaku usaha di Indonesia harus merespons perkembangan pasar dengan baik, produk yang dihasilkan juga tidak boleh monoton atau harus mengikuti permintaan konsumen (Ashfahany et al., 2023).

Industri halal fashion menjadi salah satu sektor unggulan, sebab fashion merupakan barang yang harus dipenuhi (barang pokok), diperkirakan 2 miliar Muslim mengeluarkan sekitar USD 318 miliar pada tahun 2022. Indonesia mengambil bagian dengan turut mengeskpor produk fashion ke negara Muslim sebesar USD 0,54 miliar. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (2023) menyebutkan bahwa sektor fashion industri halal terus mengalami kenaikan dan puncaknya pada tahun 2022 (Alam, 2024). Hal ini menunjukkan adanya peluang besar bagi pelaku industri fashion dalam negeri untuk meningkatkan daya saing produk mereka di pasar global, terutama dengan memanfaatkan tren gaya hidup halal yang semakin mendunia.

Data yang diperoleh dari Kementerian Perindustrian menyebutkan bahwa nilai ekspor produk fesyen secara umum mencapai US\$13,299 miliar. Sementara industri fesyen menyumbang 10% dari pencapaian tersebut. Pencapaian tersebut dapat diraih karena bantuan *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Blibli, Alibaba, dan lain-lain yang memungkinkan transaksi penjualan dan pengiriman dapat dilakukan secara online. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) juga menunjukkan bahwa industri fashion memiliki kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dalam kategori ekonomi kreatif. Bahkan pada tahun 2016, sektor ini menyumbang sekitar 18,01% atau sekitar Rp 166 triliun terhadap PDB. Industri fashion juga menjadi penyumbang utama dalam ekspor ekonomi kreatif, dengan 56% dari total ekspor.

Dari berbagai data diatas, sangat jelas bahwa Indonesia memiliki peluang besar untuk menjadi pusat industri fashion halal dan *modest wear* dunia. Dengan populasi Muslim yang mencapai lebih dari 80%, pasar domestik yang luas otomatis menciptakan permintaan yang stabil dan besar untuk produk fashion muslim. Namun, yang lebih menarik adalah bagaimana Indonesia mampu mengubah potensi ini menjadi kekuatan ekonomi nyata, terlihat dari kontribusi sektor fashion terhadap PDB dan ekspor nasional yang cukup signifikan. Meski begitu, untuk benar-benar menjadi pusat modest fashion halal dunia, Indonesia harus terus berinovasi, meningkatkan kualitas produk, dan membangun brand yang kuat di pasar global. Hal ini membutuhkan kolaborasi erat antara pemerintah, pelaku industri, dan komunitas

kreatif untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pengembangan desain, produksi, hingga pemasaran secara berkelanjutan (Sitorus & Faujiah, 2023).

G. Analisis Tantangan Yang Dihadapi Indonesia Dalam Menjadi Pusat Modest Fashion Halal Dunia

Indonesia dapat menjadi pusat *modest fashion* halal dunia karena memiliki jumlah penduduk muslim terbesar serta potensi industri kreatif yang kuat. Namun, dalam perkembangannya, saat ini masih terdapat beberapa permasalahan yang perlu diperhatikan, yaitu sebagai berikut.

1. Sertifikasi halal belum sepenuhnya terintegrasi ke produk fashion

Sertifikasi halal masih lebih banyak difokuskan pada sektor makanan dan minuman, sedangkan produk fashion belum mendapatkan porsi yang signifikan. Data Kementerian Agama melalui portal "Jumlah Penerbitan Sertifikat Halal Menurut Jenis Produk" menunjukkan bahwa porsi "barang gunaan" (termasuk tekstil dan sandang) jauh di bawah makanan dan minuman (Satudata.kemenag.go.id, 2024). Menurut BPJPH, sampai dengan 2024 terdapat 5.575.021 produk bersertifikat halal, tetapi mayoritas berasal dari sektor makanan, kosmetik, dan produk konsumsi lain belum proporsional untuk fashion.

Untuk menjadi pusat *modest fashion* halal, Indonesia harus memastikan bahwa seluruh produk fashion yang diklaim halal telah mendapatkan sertifikasi halal resmi. Namun, saat ini fokus sertifikasi masih dominan pada sektor makanan dan minuman, sehingga sektor fashion belum mendapatkan perhatian yang cukup. Kurangnya sertifikasi ini dapat menurunkan kepercayaan konsumen global, terutama dari negara-negara Muslim, dan melemahkan posisi Indonesia di pasar internasional sebagai pelopor *modest fashion* yang halal dan terpercaya.

2. Keterbatasan bahan baku tekstil untuk industri *Modest Fashion* halal

Industri modest fashion di Indonesia masih sangat bergantung pada bahan baku impor. Pada tahun 2024, impor tekstil Indonesia mencapai 2,19 juta ton dengan nilai sekitar US\$ 8,94 miliar, meningkat 12% dalam volume dan 7% dalam nilai dibandingkan tahun sebelumnya (GoodStatsData, 2024). Ketergantungan ini melemahkan kemandirian industri halal tekstil, membuat biaya produksi lebih tinggi, dan menyulitkan penerapan standar halal serta *sustainable fashion* yang kini menjadi tuntutan global. Ketergantungan pada bahan baku impor menjadikan industri modest fashion Indonesia kurang mandiri, lebih rentan terhadap fluktuasi harga global, dan sulit untuk menjamin kehalalan serta keberlanjutan bahan yang digunakan.

3. *Brand* lokal fashion muslim masih kalah saing dengan *brand* internasional

Brand internasional umumnya memiliki modal lebih besar, jaringan distribusi global, dan standar kualitas tinggi, sehingga brand lokal sering kalah dalam hal mutu dan branding. Untuk diakui sebagai pusat modest fashion halal dunia, Indonesia harus memiliki brand lokal yang kuat, dikenal luas, dan mampu bersaing secara global. Saat ini, brand lokal masih kalah dalam aspek kualitas, pemasaran, dan distribusi dibandingkan brand internasional yang sudah mapan. Kelemahan daya saing ini membuat industri fashion muslim lokal sulit menembus pasar global dan mengurangi potensi Indonesia menjadi pusat rujukan dalam modest fashion halal.

Thompson Reuters juga menyebutkan beberapa tantangan dalam pengembangan industri fashion halal di Indonesia. Setidaknya terdapat lima tantangan utama yang perlu dihadapi dalam mengembangkan sektor ini secara optimal, yaitu sebagai berikut (Juliana et al., 2025).

1. Bahan Baku

Masalah Klasik yang kerap menjadi kendala dalam industri fashion adalah bahan baku yang masih harus impor.

2. Teknologi

Meski dianugerahi kekayaan budaya dan teknik pembuatan kain menggunakan tangan seperti membatik, namun ini tidak dapat menutup fakta bahwa hal tersebut memerlukan waktu yang lama.

3. Sumber daya manusia

Tantangan sumber daya manusia sebenarnya bukan kepada terbatasnya orang yang berpotensi dan kreatif dalam dunia fashion namun lebih kepada masih banyak pelaku yang bergelut di dunia fashion hanya berdasarkan hobi atau ikut-ikutan.

4. Pemasaran

Masalah ini sebenarnya masalah turunan dari permasalahan Industri kecil dan menengah yang meskipun menghasilkan produk yang bagus kesulitan dalam memasarkan produknya.

5. Modal

Tantangan terakhir yang tidak kalah penting untuk memajukan industri fashion di Indonesia adalah pembiayaan atau modal. Masalah ini muncul karena IKM bingung untuk menjamin permodalan mereka karena bunga yang terlalu tinggi dari bank.

H. Strategi Penguatan Industri Modest Fashion Halal di Indonesia

Untuk mewujudkan tujuan Indonesia sebagai pusat *modest fashion* halal dunia, dibutuhkan strategi komprehensif yang mampu mengatasi berbagai tantangan yang telah diidentifikasi. Pertama, dalam hal sertifikasi halal, pemerintah perlu memperluas cakupan sertifikasi tidak hanya pada makanan dan minuman, tetapi juga secara serius memasukkan produk fashion sebagai sektor prioritas. Hal ini dapat dilakukan dengan memperkuat koordinasi antara BPJPH, pelaku industri fashion, dan asosiasi halal untuk menyusun pedoman sertifikasi halal khusus fashion, termasuk pada bahan baku, proses produksi, dan distribusi. Sosialisasi dan insentif bagi pelaku usaha fashion untuk mengajukan sertifikasi halal juga perlu diperluas agar sertifikasi tidak lagi dianggap rumit atau hanya penting untuk sektor makanan saja.

Selanjutnya, untuk mengatasi ketergantungan bahan baku impor, Indonesia harus mulai membangun ekosistem bahan baku tekstil halal yang mandiri dan berkelanjutan. Pemerintah bersama pelaku industri dapat mengembangkan program hilirisasi serat alam lokal seperti kapas, serat bambu, atau rami yang bersertifikasi halal dan ramah lingkungan. Di sisi lain, untuk meningkatkan daya saing brand lokal fashion muslim, perlu adanya program inkubasi bisnis, pelatihan intensif, dan kolaborasi antara pemerintah, desainer, dan *platform e-commerce* global. Pemerintah dapat membantu dalam pembiayaan promosi internasional, seperti mendukung partisipasi dalam pameran fashion dunia dan menjalin kerja sama dengan marketplace halal internasional. Peningkatan kualitas produk juga harus menjadi fokus utama, termasuk penggunaan teknologi produksi modern, serta *storytelling brand* yang kuat agar dapat bersaing dengan brand internasional.

Dari sisi regulasi, perlu adanya standarisasi *modest fashion* halal yang selaras dengan standar internasional, misalnya standar dari OIC/SMIIC, sekaligus penyederhanaan birokrasi sertifikasi halal berbasis digital agar lebih mudah, cepat, dan ramah bagi UMKM. Tidak kalah penting, kolaborasi lintas industri kreatif seperti film, musik, dan pariwisata halal dapat dijadikan media promosi gaya hidup yang memperkuat ekosistem *modest fashion* halal Indonesia. Sinergi dengan *influencer* muslim global melalui *social commerce* juga dapat memperluas jangkauan pasar internasional. Dengan strategi komprehensif ini, Indonesia berpotensi besar mempercepat pencapaian visinya sebagai pusat modest fashion halal dunia (Hassan & Harun, 2022).

Dalam hal pemasaran, perlu dibangun platform digital terpadu khusus *modest fashion* halal Indonesia yang mampu menghubungkan produsen dengan pasar global. Selain itu, pelatihan digital marketing, branding, dan *storytelling* untuk UMKM fashion juga sangat penting agar mereka mampu memasarkan produknya secara efektif, tidak hanya lokal tetapi juga internasional. Yang tak kalah penting adalah pemanfaatan budaya lokal sebagai kekuatan diferensiasi. Unsur-unsur kearifan lokal, seperti motif tradisional, teknik tenun

khas daerah, dan narasi budaya, dapat diangkat dalam desain dan identitas brand untuk menciptakan nilai tambah sekaligus memperkuat citra Indonesia sebagai pusat *modest fashion* yang unik dan berakar pada warisan budaya.

Keberhasilan Indonesia sebagai pusat *modest fashion* halal dunia sangat bergantung pada kerja sama yang erat antara pemerintah, pelaku industri, lembaga sertifikasi, akademisi, dan komunitas kreatif. Sinergi ini penting untuk memperkuat inovasi, memperluas akses pasar, serta memastikan standar kualitas dan kehalalan terpenuhi secara konsisten. Dengan kolaborasi yang solid, pemanfaatan budaya lokal, dan strategi yang terintegrasi, Indonesia dapat mempercepat perkembangan industri *modest fashion* halal dan memperkuat posisinya di kancah global.

KESIMPULAN

Indonesia memiliki peluang besar untuk bisa menjadi pusat industri *modest fashion* halal dunia, didukung oleh jumlah penduduk muslim terbesar, budaya berpakaian yang sesuai syariah, serta pertumbuhan industri fashion yang pesat. Fashion Muslim dan *modest wear* tidak hanya mencerminkan identitas religius, tetapi juga menjadi bagian gaya hidup modern yang berkelanjutan. Dukungan pemerintah, perkembangan teknologi, media sosial, serta munculnya komunitas hijrah dan *syar'i lifestyle* turut mendorong pertumbuhan industri ini. Meski demikian, Indonesia masih menghadapi tantangan seperti minimnya sertifikasi halal disektor fashion, ketergantungan pada bahan baku impor, serta lemahnya daya saing brand lokal terhadap brand internasional. Untuk mengatasi hal tersebut, dibutuhkan strategi penguatan yang komprehensif, mulai dari perluasan sertifikat halal, pembangunan ekosistem bahan baku lokal, peningkatan kualitas dan branding produk, hingga pemanfaatan budaya lokal sebagai daya tarik global. Dengan kolaborasi antara pemerintah, pelaku industri, akademisi, dan komunitas kreatif, Indonesia kuat menjadi pemimpin global dalam industri *modest fashion* halal yang berkualitas dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H., Andrean, R., Ikhrom, W. A., Setyani, R. A. G., Sibyani, H., Mukarromah, F., Fauziah, U. H., Ifiandri, A., Masrurroh, I., Safitri, A., & Ikhlas, S. (2022). *Pengembangan Industri Halal di Indonesia* (A. T. Surur (ed.)). Scientist Publishing.
- Aini, E. K., Nurlaili, F., & Asmoro, P. S. (2021). Pengaruh Opportunity Recognition Dan Inovasi Model Bisnis Pada Kinerja Bisnis Industri Modest Fashion. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(3), 805–814. <https://doi.org/10.35632/ajis.v32i3.996>
- Alam, M. B. (2024). Peluang dan Tantangan Industri Halal Sektor Fashion di Indonesia. *Jurnal Muamalat Indonesia - Jmi*, 4(2), 597–608. <https://doi.org/10.26418/jmi.v4i2.87116>
- Amalina, N., Wani, A. R., & Lestari, D. (2022). Analisis Fashion Muslim Di Era Millenial Dalam Perspektif Islam. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 1(3).
- Ashfahany, A. El, Ma'ruf, A., Saputro, E. P., Nasir, M., Setyowati, E., Rosyadi, I., Achmad, N., Trisnawati, R., Mangifera, L., Mujiyati, Wardana, C. K., Kurniawati, L., Waskito, J., Soepatini, Witono, B., Praswati, A. N., & Adawiyah, R. A. Al. (2023). *Ekonomi dan Bisnis Islam: Konsep dan Aplikasi Terkini* (M. R. Kurnia (ed.)). PT. Sada Kurnia Pustaka.
- Aziz, A., Yazid, M., Kurnia, R., Azlina, N., Fauzi, M., Haq, F. F., Sukardi, B., Yuliani, I., Amin, M., Rahmah, N., Kurniawan, H., Khoirunisa, K. R., Mursal, Fauzi, M., Evy, U., Amrina, D. H., Faturahman, O., Nadia, L. P., Komariyah, E. F., ... Kafabih, A. (2023). *Ekonomi Digital dan Sistem Keuangan Islam* (M. Z. N. Hasbi (ed.)). Jejak Pustaka.
- Collins, S. P., Storrow, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C., & Butler, J. (2021). *peluang dan tantangan*. 167–186.
- GoodStatsData. (2024). *Impor Tekstil Indonesia Kembali Naik Pada 2024*.
- Hassan & Harun. (2022). *Global Islamic Economy Report*.
- Indana, R. (2022). *Peluang dan Tantangan Industri Syariah* (Iskandar & A. Saputra (eds.)). Fakultas Ekonomi dan Bisnis-IAIN Lhokseumawe.

- Joesyiana, K., Rudolf, D., Leiwakabessy, Ramadhani, Y. C., Dalimarta, F. F., & Eliza. (2024). *Buku Ajar Sistem Informasi Manajemen: Teori dan implementasi*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Juliana, Monoarfa, H., & Adirestuty, F. (2025). *Industri Halal: Peluang dan Tantangan* (T. Hidayat & F. Adirestuty (eds.)). PT. Rajawali Buana Pusaka.
- Kiki Hardiansyah Siregar, D. R. (2025). *Industri Halal: Konsep Dan Kebijakan* (Tahta Media (ed.); Vol. 2). Grup Penerbitan CV Tahta Media Grup.
- Malik, A., Romadhon, M. F., Putri, N. C., & Pratama, R. A. (2025). Produksi Halal Dan Standar Syariah Dalam Industri. *Al-A'mal : Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(1 SE-Artikel), 97–103.
- Muniarty, P., Muhtadi, R., Aziz, M., Sudarmanto, E., Amriadi, & Soehardi, D. V. L. (2023). *Membangun Ekosistem Industri Halal Di Indonesia* (B. Almas (ed.)). PT. Global Eksekutif Tenologi.
- Nurirvan, S., Indana Sulfa, F., Citra Ayu, L., Praja Gumulya, S., & Parhan, M. (2024). Busana Islami: Keseimbangan Antara Modestisme Dan Kreativitas Fashion. *Atta'dib Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 5(1), 35–49. <https://doi.org/10.30863/attadib.v5i1.6120>
- Putriningsih, S., & Stiawan, D. (2025). Inovasi Fashion Muslim dalam Ekonomi Kreatif Halal (Studi Kasus Rabbani di Batang). *Jurnal Sahmiyya*, 4, 160–170.
- Satudata.kemenag.go.id. (2024). *Jumlah Penerbitan Sertifikasi Halal Menurut Jenis Produk*.
- Sitorus, M., & Faujiah, A. (2023). Peluang Industri Kreatif Fashion Halal Di Indonesia. *Proceedings of International Conference On Islam Education Management and Sharia Economics*, 4(1), 141–154.
- Soleman, R. (2023). *Ekonomi Halal Konsep Dasar, Pengembangan Produk Industri Halal* (S. Sauri (ed.)). CV. Adanu Abimata.
- Standard, D. (2022). "State of the Global Islamic Economy Report: Unlocking Opportunity." 1–40.
- Sudarmi, Awaluddin, M., Syam, A., & Mahmuddin. (2024). Tren Fashion Syariah dalam Digitalisasi Marketing di Era Milineal dan Gen Z. *Economic Reviews Journal*, 3(3), 2172–2178. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i3.329>
- Sudaryanto, Subagio, A., Hanim, A., & Utami, W. (2023). *Consumer Behavior Gen Z*. Universitas Ciputra.
- Thalib, S., Arifiana, D., Rahayu, I., & Wiyono, A. (2023). *Penciptaan Desain Busana Muslim Modest Wear Dengan Inspirasi Noor Inayat Khan Safira Valentina Thalib 1) , Deny Arifiana 2) , Imami Arum Tri Rahayu 3) dan Agus Wiyono 4)*. 12(2), 8–15.