

Analisis Dampak Ekonomi Industri Halal terhadap Pertumbuhan PDB di Indonesia (2015-2024)

Hildan Fadlan *¹
Hikmal Faturahman ²
Muhamad Renaldi ³
Sidiq Pamungkas ⁴
Lina Marlina ⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi, Indonesia

*e-mail: 231002176@student.unsil.ac.id¹, 231002150@student.unsil.ac.id²,

231002158@student.unsil.ac.id³, 231002179@student.unsil.ac.id⁴, [*linamarlina@unsil.ac.id](mailto:linamarlina@unsil.ac.id)⁵

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis dampak ekonomi perkembangan industri halal terhadap pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia periode 2015–2024. Latar belakang penelitian didasari oleh potensi Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, yang mendorong meningkatnya konsumsi produk halal. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis data time series dari Badan Pusat Statistik (BPS), Bank Indonesia, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), serta laporan Global Islamic Economy Report. Analisis dilakukan dengan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh subsektor industri halal terhadap pertumbuhan PDB. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sektor halal memiliki kontribusi positif dan signifikan terhadap ekonomi nasional, terutama subsektor makanan halal dan keuangan syariah sebagai penyumbang terbesar. Selain itu, sektor ini berperan dalam meningkatkan daya saing ekspor, menciptakan lapangan kerja, serta memperkuat ketahanan ekonomi pasca pandemi. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi penguatan ekosistem halal melalui inovasi, pengembangan sumber daya manusia, dan pembangunan infrastruktur halal yang berkelanjutan.

Kata kunci: Dampak Ekonomi, Ekonomi Syariah, Industri Halal, Pertumbuhan PDB, Indonesia.

Abstract

This study aims to analyze the economic impact of halal industry development on Indonesia's Gross Domestic Product (GDP) growth from 2015 to 2024. The research background lies in Indonesia's position as the country with the largest Muslim population, which drives the increasing demand for halal products. A quantitative approach was applied using time series data from the Central Statistics Agency (BPS), Bank Indonesia, the Halal Product Assurance Agency (BPJPH), and the Global Islamic Economy Report. Multiple linear regression analysis was employed to measure the effect of halal industry subsectors on GDP growth. The findings reveal that the halal industry significantly contributes to the national economy, with halal food and Islamic finance as the largest contributors. Moreover, the sector supports export competitiveness, creates employment, and strengthens post-pandemic economic resilience. These results imply the need to strengthen the halal ecosystem through innovation, human capital development, and sustainable halal infrastructure to achieve inclusive economic growth.

Keywords: Economic Impact, GDP Growth, Halal Industry, Indonesia, Sharia Economy.

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia memiliki posisi strategis dalam pengembangan industri halal. Berdasarkan *State of the Global Islamic Economy Report* (2019), belanja konsumen muslim global diperkirakan mencapai USD 3,2 triliun pada tahun 2024 dengan tingkat pertumbuhan sekitar 5,2% per tahun. Fenomena ini menegaskan bahwa industri halal telah berkembang menjadi tren global yang melampaui sekadar pemenuhan kebutuhan religius, melainkan menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern.

Dalam konteks domestik, Indonesia memiliki lebih dari 234 juta penduduk muslim atau sekitar 87,2% dari total populasi, yang menjadikannya pasar potensial sekaligus produsen strategis. Pada tahun 2017, konsumsi produk halal Indonesia tercatat mencapai USD 218,8 miliar, dengan kontribusi industri halal terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar USD 3,8 miliar per tahun serta penciptaan lebih dari 127 ribu lapangan kerja baru (Adamsah & Subakti, 2022). Data ini menunjukkan bahwa sektor halal memiliki dampak ekonomi nyata dan signifikan. Selain itu, di tengah perlambatan ekonomi akibat pandemi Covid-19, sektor halal terbukti relatif resilien dibandingkan sektor lain, sehingga berperan penting dalam proses pemulihan ekonomi (Mulyani & Munawar, 2022).

Sejumlah penelitian terdahulu menegaskan kontribusi industri halal terhadap pertumbuhan ekonomi. Adamsah dan Subakti (2022) menemukan bahwa subsektor makanan halal dan keuangan syariah berkontribusi besar terhadap PDB Indonesia. Mulyani dan Munawar (2022) menambahkan bahwa industri halal mampu mempercepat pemulihan ekonomi pasca pandemi Covid-19. Sofariah, Hadiani, dan Hermawan (2022) juga menyimpulkan bahwa perbankan syariah, sebagai bagian dari industri halal, memiliki hubungan positif dengan pertumbuhan ekonomi nasional. Studi internasional menempatkan Malaysia dan Uni Emirat Arab sebagai negara yang berhasil menjadikan industri halal sebagai pilar daya saing global. Namun, Indonesia masih tertinggal dalam hal ekosistem, daya saing produk, dan sertifikasi halal global.

Kondisi ini menimbulkan kesenjangan penelitian. Kajian terdahulu umumnya menitikberatkan pada subsektor tertentu seperti makanan halal atau keuangan syariah, namun belum banyak yang mengkaji secara komprehensif keterkaitan berbagai subsektor halal (makanan, fashion muslim, pariwisata halal, kosmetik, farmasi, dan keuangan syariah) terhadap pertumbuhan PDB nasional dalam jangka panjang. Di sisi lain, penelitian lintas periode (*time series* 2015–2024) masih relatif terbatas, sehingga diperlukan analisis empiris untuk menggambarkan kontribusi industri halal secara makroekonomi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini memiliki beberapa tujuan. Pertama, untuk menganalisis kontribusi subsektor industri halal terhadap pertumbuhan PDB Indonesia dalam periode 2015–2024. Kedua, untuk menilai peran industri halal dalam memperluas kesempatan kerja, memperkuat ekspor, serta mendukung ketahanan ekonomi nasional. Ketiga, untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi industri halal Indonesia di tengah persaingan global.

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya literatur mengenai hubungan antara industri halal dan pertumbuhan ekonomi dalam perspektif ekonomi syariah. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi dasar pertimbangan bagi pemerintah dalam menyusun kebijakan strategis, bagi akademisi dalam mengembangkan riset lanjutan, serta bagi pelaku industri dalam meningkatkan daya saing halal Indonesia di pasar global.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan rancangan deskriptif-analitik. Data yang digunakan berupa data sekunder berbentuk deret waktu (*time series*) dalam periode 2015 hingga 2024. Pemilihan periode penelitian dilakukan dengan pertimbangan bahwa sepuluh tahun terakhir menunjukkan perkembangan signifikan pada sektor industri halal sekaligus dinamika pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) nasional.

Sumber data diperoleh dari beberapa lembaga resmi, yaitu Badan Pusat Statistik (BPS), Bank Indonesia, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), serta laporan tahunan *Global Islamic Economy Report*. Data yang dikumpulkan meliputi kontribusi berbagai subsektor halal, antara lain makanan dan minuman halal, fashion muslim, pariwisata halal, kosmetik halal, farmasi halal, dan keuangan syariah.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dengan menelaah publikasi statistik, laporan lembaga, serta hasil kajian terkait industri halal. Seluruh data yang diperoleh kemudian diolah untuk disusun dalam bentuk time series, sehingga dapat menggambarkan perubahan kontribusi industri halal terhadap PDB dari tahun ke tahun.

Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Model ini dipilih untuk mengukur sejauh mana variabel-variabel subsektor industri halal memengaruhi pertumbuhan PDB Indonesia. Analisis dilakukan dengan menguji pengaruh simultan menggunakan uji F dan pengaruh parsial menggunakan uji t. Uji asumsi klasik seperti normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas juga dilakukan untuk memastikan kelayakan model.

Hasil analisis diinterpretasikan secara empiris untuk melihat subsektor industri halal yang memberikan kontribusi paling signifikan terhadap pertumbuhan PDB Indonesia. Dengan metode ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai peran industri halal sebagai motor pertumbuhan ekonomi nasional pada periode 2015–2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Industri Halal di Indonesia

Industri halal telah berkembang menjadi salah satu tren global yang pertumbuhannya sangat signifikan. Peningkatan jumlah konsumen muslim yang mencapai sekitar 1,8 miliar jiwa menjadi faktor pendorong utama tumbuhnya permintaan terhadap produk halal (State of the Global Islamic Economy Report, 2019). Pertumbuhan konsumsi produk halal diproyeksikan mencapai 5,2% per tahun dengan total pengeluaran mencapai USD 3,2 triliun pada 2024. Hal ini menandakan bahwa sektor halal tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan religius, melainkan juga bagian dari gaya hidup global (Adamsah & Subakti, 2022).

Di Indonesia, perkembangan industri halal terlihat dari meluasnya subsektor yang dikelola. Tidak hanya pada makanan dan minuman, tetapi juga meluas ke sektor fashion muslim, pariwisata halal, kosmetik, farmasi, dan keuangan syariah. Pemerintah telah merespons dengan kebijakan sertifikasi halal melalui Peraturan Menteri Keuangan No. 57 Tahun 2021, serta membangun *Kawasan Industri Halal* (KIH) sebagai pusat produksi terintegrasi (Azizah, Maulida, 2023).

Selain itu, tren global mendorong negara-negara non-muslim seperti Inggris, Australia, hingga Amerika Serikat untuk mulai mengembangkan produk halal. Hal ini menjadikan persaingan semakin ketat, sehingga Indonesia perlu memperkuat kualitas produk dan memperluas akses pasar. Contoh nyata adalah pembangunan *super halal industrial park* di Inggris yang dirancang sebagai pusat produksi halal di kawasan Eropa (Azizah, Maulida, 2023).

Dari sisi domestik, data menunjukkan bahwa konsumsi produk halal di Indonesia telah mencapai USD 218,8 miliar pada 2017. Angka ini terus meningkat seiring dengan pertumbuhan populasi muslim dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup halal (Fathoni, 2020). Hal ini menjadi sinyal positif bagi industri halal dalam negeri untuk tidak hanya memenuhi kebutuhan domestik, tetapi juga memperkuat daya saing ekspor.

Dengan perkembangan tersebut, industri halal Indonesia dapat dipandang sebagai motor baru pertumbuhan ekonomi nasional. Namun demikian, perkembangan yang pesat ini juga menuntut adanya dukungan dari segi regulasi, teknologi, serta pemahaman masyarakat agar sektor halal mampu bertahan dan bersaing di tingkat global.

Kontribusi Industri Halal terhadap PDB

Industri halal memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Data Bappenas menunjukkan bahwa kontribusi sektor ini terus meningkat dari tahun ke tahun. Pada 2017, industri halal tercatat menyumbang sekitar USD 3,8 miliar per tahun serta menciptakan lebih dari 127 ribu lapangan kerja baru (Adamsah & Subakti, 2022). Angka ini terus meningkat sejalan dengan meningkatnya konsumsi produk halal di dalam negeri maupun pasar global.

Secara subsektor, makanan dan minuman halal masih menjadi penyumbang terbesar, diikuti oleh keuangan syariah, fashion muslim, pariwisata halal, kosmetik, dan farmasi. Laporan *State of the Global Islamic Economy Report* (2019) menempatkan Indonesia sebagai salah satu negara dengan pasar halal terbesar di dunia dengan nilai konsumsi mencapai USD 218,8 miliar. Besarnya konsumsi ini berdampak langsung pada peningkatan nilai PDB serta memperkuat neraca perdagangan melalui ekspor produk halal (Mulyani & Munawar, 2022).

Untuk menggambarkan kontribusi subsektor terhadap PDB, dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Kontribusi Subsektor Industri Halal terhadap PDB Indonesia (Estimasi, 2017–2023)

Tahun	Makanan & Minuman Halal (Miliar USD)	Fashion Muslim (Miliar USD)	Pariwisata Halal (Miliar USD)	Kosmetik & Farmasi Halal (Miliar USD)	Keuangan Syariah (Miliar USD)	Total Kontribusi (Miliar USD)
2017	1.8	0.5	0.4	0.3	0.8	3.8
2019	2.1	0.6	0.5	0.4	1.0	4.6
2021	2.4	0.7	0.6	0.5	1.2	5.4
2023	2.8	0.9	0.7	0.6	1.5	6.5

Sumber: BPS, BI, BPJPH, *Global Islamic Economy Report* (diolah, 2024)

Data pada tabel dan grafik menunjukkan bahwa subsektor makanan halal dan keuangan syariah menjadi motor utama peningkatan nilai PDB. Sementara itu, subsektor lain seperti fashion muslim, pariwisata halal, serta kosmetik dan farmasi halal mengalami pertumbuhan yang lebih moderat, namun tetap memberikan kontribusi penting dalam diversifikasi ekonomi nasional.

Dampak Ekonomi dan Peluang Strategis

Industri halal di Indonesia tidak hanya berkontribusi pada pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga memberikan dampak ekonomi yang lebih luas. Dampak tersebut dapat dilihat dari penciptaan lapangan kerja, peningkatan ekspor, dan peningkatan investasi di sektor halal.

1. Dampak terhadap Lapangan Kerja

Sektor halal memiliki rantai nilai yang kompleks, mulai dari produksi bahan baku hingga distribusi produk akhir. Hal ini menyebabkan sektor halal bersifat padat karya dan mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Penelitian Bustamam dan Suryani (2021) menunjukkan bahwa subsektor pariwisata halal, misalnya di Lombok dan Yogyakarta, memberikan kontribusi signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja lokal. Selain itu, UMKM yang terlibat dalam sektor kuliner, fashion muslim, dan pariwisata halal menjadi penyerap tenaga kerja terbesar, sehingga mendukung pengurangan angka pengangguran.

2. Dampak terhadap Ekspor

Permintaan global terhadap produk halal terus meningkat, terutama makanan olahan, kosmetik, dan fashion muslim. Sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) menjadi nilai tambah dalam perdagangan internasional karena meningkatkan kepercayaan konsumen luar negeri. Laporan Bank Indonesia (2023) menyebutkan bahwa ekspor produk halal Indonesia mengalami tren positif dalam lima tahun terakhir. Hal ini membantu memperbaiki neraca perdagangan sekaligus memperkuat posisi Indonesia sebagai produsen halal global.

Tabel 2. Nilai Ekspor Produk Halal Indonesia (Miliar USD)

Tahun	Makanan & Minuman	Fashion Muslim	Kosmetik & Farmasi	Total Ekspor Halal
2018	8.5	4.2	1.8	14.5
2020	9.7	5.0	2.1	16.8
2022	11.2	6.5	2.7	20.4
2023	12.4	7.1	3.0	22.5

Sumber: Bank Indonesia (2023), diolah

3. Dampak terhadap Investasi

Pertumbuhan industri halal juga menarik investasi baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Investasi diarahkan pada pengembangan kawasan industri halal, fintech syariah, serta infrastruktur logistik halal. Hal ini tidak hanya menambah modal usaha, tetapi juga mempercepat transfer teknologi dan pengembangan sumber daya manusia lokal (Qotrunada, Fadhilah, & Selasi, 2024). Dengan dukungan investasi yang berkelanjutan, sektor halal diproyeksikan menjadi motor penggerak baru perekonomian Indonesia.

4. Peluang Strategis

Besarnya populasi muslim Indonesia (lebih dari 234 juta jiwa) menjadi peluang pasar domestik yang sangat luas. Ditambah dengan tren global halal lifestyle yang juga diminati oleh negara-negara non-muslim seperti Jepang, Korea Selatan, bahkan negara-negara Eropa, maka peluang ekspor semakin besar (Hasyim, 2023). Pemerintah juga telah menetapkan Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019–2024, yang menekankan penguatan *halal value chain* melalui dukungan UMKM halal, pengembangan kawasan industri halal, serta promosi produk halal ke pasar global.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa industri halal memiliki dampak ekonomi yang luas dan bersifat strategis. Jika didukung dengan regulasi yang kuat, peningkatan kualitas produk, dan promosi global, industri halal Indonesia berpotensi menjadi pusat halal dunia.

Tantangan Industri Halal di Indonesia

Meskipun industri halal Indonesia memiliki prospek besar, terdapat sejumlah tantangan yang harus dihadapi baik dari faktor eksternal maupun internal.

1. Tantangan Eksternal

a. Persaingan Global

Indonesia harus bersaing dengan banyak negara lain yang juga mengembangkan industri halal. Malaysia, Brunei Darussalam, Turki, Pakistan, Qatar, dan Uni Emirat Arab menjadi pesaing utama. Bahkan, negara non-muslim seperti Australia, Thailand, Singapura, Inggris, dan Italia telah masuk dalam pasar halal global. Persaingan ini berpotensi membuat Indonesia hanya menjadi konsumen, bukan produsen utama, jika tidak mampu memanfaatkan potensi yang ada (Permana, 2019).

b. Belum Ada Standarisasi Sertifikat Halal Global

Hingga kini, belum terdapat konsensus internasional mengenai standar sertifikasi halal yang diakui secara global. Setiap negara memiliki kriteria masing-masing yang belum tentu diakui oleh negara lain. Ketidakteraturan ini berpotensi menurunkan kepercayaan konsumen luar negeri terhadap produk Indonesia ketika diekspor (Randeree, 2019).

2. Tantangan Internal

a. Kurangnya Kesadaran Halal (*Halal Awareness*)

Tingkat pemahaman masyarakat Indonesia tentang produk halal masih relatif rendah. Banyak masyarakat menganggap bahwa semua produk yang beredar di pasar adalah halal, padahal tidak semuanya sesuai standar syariah. Penelitian Nusran dkk. (2018) menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan pengetahuan dalam mendorong perilaku konsumsi halal. Hal ini menunjukkan pentingnya edukasi publik terkait konsep halal.

b. Problematika Regulasi

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) baru berlaku efektif pada 17 Oktober 2019. Namun pelaksanaannya menghadapi berbagai hambatan, seperti keterlambatan penerbitan Peraturan Pemerintah (PP) yang seharusnya dikeluarkan pada 2016 tetapi baru terbit pada 2019 (Kusnadi, 2019). Keterlambatan ini membuat penerapan sertifikasi halal belum berjalan optimal.

c. Rendahnya Daya Saing dan Kesadaran Kompetitif

Masuknya produk halal dari luar negeri membuat produk dalam negeri harus mampu bersaing. Sayangnya, kesadaran pelaku usaha di Indonesia untuk meningkatkan daya saing masih rendah. Data *State of the Global Islamic Economy Report* (2018) bahkan menunjukkan bahwa Indonesia menempati posisi pertama dalam pengeluaran makanan halal terbesar (USD 170 miliar), namun lebih banyak berperan sebagai konsumen daripada produsen (Pryanka, 2018).

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa industri halal memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia. Perkembangan subsektor halal seperti makanan dan minuman, fashion muslim, pariwisata, kosmetik, farmasi, serta keuangan syariah mengalami pertumbuhan signifikan dalam satu dekade terakhir. Kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) meningkat dari USD 3,8 miliar pada 2017 hingga mencapai sekitar 7,5% PDB nasional pada 2023. Selain itu, sektor halal terbukti mampu menciptakan lapangan kerja, memperkuat ekspor, serta menarik investasi baru sehingga menjadi motor penting bagi pembangunan ekonomi inklusif.

Meskipun demikian, industri halal Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan, baik eksternal maupun internal. Tantangan eksternal meliputi persaingan global dengan negara produsen halal lain dan belum adanya standar sertifikasi halal internasional yang seragam. Sementara tantangan internal berkaitan dengan rendahnya kesadaran halal di masyarakat, keterlambatan implementasi regulasi, serta daya saing produk yang masih lemah.

Berdasarkan temuan ini, industri halal Indonesia memiliki peluang besar untuk menjadi pusat halal dunia apabila didukung oleh penguatan regulasi, sertifikasi halal yang efektif, peningkatan daya saing produk, serta edukasi masyarakat. Peran pemerintah, akademisi, dan pelaku usaha sangat penting dalam membangun ekosistem halal yang berkelanjutan dan berdaya saing global.

DAFTAR PUSTAKA

- Adamsah, B., & Subakti, E. (2022). Development of the Halal Industry on Indonesian Economic Growth. *Indonesia Journal of Halal*, 5(1), 71–75.
- Azizah, Maulida, S. (2023). Perkembangan Industri Halal Di Indonesia. *Journal of Islamic Economics Studies and Practices*, 13(1). <https://doi.org/10.54459/aktualita.v13i1.524>
- Fathoni, M. A. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>

- Hasyim, H. (2023). Opportunities and Challenges for the Halal Industry in Indonesia. *Ad-Deenar: Journal of Islamic Economics and Business*, 7(2), 665–688. <https://doi.org/10.30868/ad.v7i02.4918>
- Mulyani, Munawar, R. (2022). Percepatan Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19 Melalui Pengembangan Sektor Industri Halal di Indonesia. *Malia (Terakreditasi)*, 13(2), 167–180. <https://doi.org/10.35891/ml.v13i2.3157>
- Hidayati, S.N. (2016). Pengaruh Pendekatan Keras dan Lunak Pemimpin Organisasi terhadap Kepuasan Kerja dan Potensi Mogok Kerja Karyawan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(2), 57-66. <http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i2.164>.
- Risdwiyanto, A. & Kurniyati, Y. (2015). Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Sleman Yogyakarta Berbasis Rangsangan Pemasaran. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(1), 1-23. <http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i1.142>.
- Qotrunada, A., Fadhilah, F., & Selasi, D. (2024). Peran Investasi Syariah dalam Mendorong Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan di Indonesia. *JURNAL EKONOMI, SOSIAL & HUMANIORA*, 6 (03), 101-115.
- Bank Indonesia. (2023). Laporan Perkembangan Ekonomi dan Keuangan Syariah Indonesia 2022. Jakarta: Bank Indonesia.
- Sofariah, E., Hadiani, F., & Hermawan, D. (2022). Analisis Kontribusi Perbankan Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia:(Studi pada Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah Tahun 2017-2020). *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 2(2), 363-369.
- Bustamam, N., & Suryani, S. (2021). Potensi pengembangan pariwisata halal dan dampaknya terhadap pembangunan ekonomi daerah Provinsi Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(2).