



## **EKONOMI KREATIF DAN INDUSTRI HALAL SEBAGAI MOTOR PERTUMBUHAN EKONOMI PASCA-PANDEMI DI INDONESIA**

Fikri Novrial Azhar<sup>1</sup>

Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid  
[fikri.novrial.azhar@mhs.uingusdur.ac.id](mailto:fikri.novrial.azhar@mhs.uingusdur.ac.id)

Hendri Hermawan Adinugraha<sup>2</sup>

Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid  
[hendri.hermawan@uingusdur.ac.id](mailto:hendri.hermawan@uingusdur.ac.id)

### **Abstrak**

*Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak signifikan terhadap perekonomian Indonesia, namun pada saat yang sama membuka peluang bagi sektor-sektor tertentu untuk menjadi motor pemulihan ekonomi. Ekonomi kreatif dan industri halal dinilai memiliki peran strategis karena keduanya berbasis pada kreativitas, inovasi, serta nilai-nilai budaya dan syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka, yang berfokus pada analisis potensi, tantangan, serta sinergi antara ekonomi kreatif dan industri halal dalam mendorong pertumbuhan ekonomi pasca-pandemi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekonomi kreatif mampu menciptakan nilai tambah melalui inovasi, desain, dan pemanfaatan teknologi digital, sementara industri halal memberikan jaminan kualitas serta kepastian kehalalan produk. Sinergi keduanya memperkuat daya saing produk lokal, memperluas pasar domestik maupun global, serta mempercepat pemulihan ekonomi. Meskipun demikian, sejumlah tantangan masih dihadapi, antara lain rendahnya literasi halal, keterbatasan akses pembiayaan, birokrasi sertifikasi yang rumit, serta rendahnya literasi digital UMKM. Oleh karena itu, dibutuhkan kolaborasi multi-pihak, penguatan ekosistem inovasi berbasis riset dan teknologi, serta dukungan regulasi dan pembiayaan agar Indonesia mampu memantapkan posisi sebagai pusat ekonomi halal global.*

**Kata Kunci :** *Ekonomi Kreatif, Industri Halal, Pertumbuhan Ekonomi, Pasca-Pandemi*

### **Abstract**

*The Covid-19 pandemic has had a significant impact on the Indonesian economy, but at the same time it has opened up opportunities for certain sectors to become the engine of economic recovery. The creative economy and the halal industry are considered to have a strategic role because both are based on creativity, innovation, and cultural and sharia values. This study uses a qualitative approach with a literature review method, focusing on analyzing the potential, challenges, and synergies between the creative economy and the halal industry in driving post-pandemic economic growth. The results of the study show that the creative economy is capable of creating added value through innovation, design, and the use of digital technology, while the halal industry provides quality assurance and certainty of product halalness. The synergy between the two strengthens the competitiveness of local products, expands domestic and global markets, and accelerates economic recovery. However, a number of challenges remain, including low halal literacy, limited access to financing, complex certification bureaucracy, and low*

# EKONOMI KREATIF DAN INDUSTRI HALAL SEBAGAI MOTOR PERTUMBUHAN EKONOMI PASCA-PANDEMI DI INDONESIA

Fikri Novrial Azhar 1, Hendri Hermawan Adinugraha 2

*digital literacy among MSMEs. Therefore, multi-stakeholder collaboration, strengthening of a research and technology-based innovation ecosystem, and regulatory and financing support are needed for Indonesia to solidify its position as a global halal economic center.*

**Keywords :** *Creative Economy, Halal Industry, Economic Growth, Post-Pandemic*

## A. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak yang signifikan terhadap perekonomian global, termasuk Indonesia. Berbagai sektor mengalami kontraksi akibat pembatasan aktivitas sosial, penurunan konsumsi masyarakat, serta terhambatnya rantai pasok internasional. Namun, di tengah kondisi tersebut, muncul peluang bagi sektor-sektor tertentu untuk bangkit dan menjadi motor pemulihan ekonomi. Dua sektor yang dinilai memiliki potensi besar adalah ekonomi kreatif dan industri halal, yang keduanya memiliki basis kuat pada kreativitas, inovasi, serta nilai-nilai budaya masyarakat.

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia berlangsung pesat melalui berbagai subsektor seperti kuliner, kriya, musik, film, aplikasi digital, dan fesyen. Sektor ini semakin berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sekaligus membuka banyak peluang kerja bagi masyarakat. Kreativitas menjadi modal utama dalam menciptakan nilai tambah, menjadikan ekonomi kreatif lebih responsif terhadap dinamika zaman, termasuk di era digital pasca-pandemi. Berkat pemanfaatan teknologi informasi, para pelaku mampu menjangkau pasar global meskipun aktivitas fisik terbatas.

Industri halal memiliki prospek yang luas karena mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Cakupan sektor ini meliputi makanan dan minuman, pariwisata halal, fesyen muslim, farmasi, kosmetik, hingga layanan keuangan syariah. Tingginya kesadaran masyarakat terhadap produk halal, baik secara domestik maupun global, menjadikan industri ini peluang strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi. Indonesia bahkan menargetkan diri sebagai pusat halal dunia, sehingga pengembangan sektor ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing nasional di pasar internasional.

# EKONOMI KREATIF DAN INDUSTRI HALAL SEBAGAI MOTOR PERTUMBUHAN EKONOMI PASCA-PANDEMI DI INDONESIA

Fikri Novrial Azhar 1, Hendri Hermawan Adinugraha 2

Sejumlah penelitian terdahulu telah mendukung pentingnya kajian tentang ekonomi kreatif dan industri halal sebagai motor pertumbuhan ekonomi pasca-pandemi di Indonesia<sup>1</sup>. menegaskan bahwa pengembangan industri halal menjadi salah satu strategi percepatan pemulihan ekonomi nasional setelah Covid-19. Penelitian Waharini and Purwantini, “Model Pengembangan Industri Halal Food Di Indonesia.” juga menunjukkan bahwa model pengembangan industri halal food di Indonesia berperan penting dalam meningkatkan daya saing produk halal sekaligus memperkuat ketahanan ekonomi nasional<sup>2</sup>. Sementara itu, Syafitri and Nisa, “Perkembangan Serta Peran Ekonomi Kreatif Di Indonesia Dari Masa Ke Masa.” menekankan bahwa ekonomi kreatif di Indonesia telah bertransformasi dari masa ke masa, dan subsektor kreatif berperan penting dalam mendukung daya saing bangsa<sup>3</sup>. Sejalan dengan itu, penelitian Shelawati and Nisa, “Mengembangkan Potensi Ekonomi Kreatif Subsektor Kriya: Sebuah Tantangan Dan Peluang.” menyoroti subsektor kriya yang memiliki peluang dan tantangan besar sebagai basis pertumbuhan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal. Dengan demikian, penelitian-penelitian tersebut memberikan landasan akademik yang kuat bahwa integrasi ekonomi kreatif dan industri halal dapat menjadi penggerak strategis bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia pasca-pandemi<sup>4</sup>.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi dan tantangan sinergi ekonomi kreatif dan industri halal sebagai motor pertumbuhan ekonomi pasca-pandemi di Indonesia. Selain itu, penelitian ini ditujukan untuk memperluas pemahaman akademik sekaligus memberikan masukan nyata bagi pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat agar peluang yang ada dapat dioptimalkan.

---

<sup>1</sup> Sri Mulyani, Munawar Ismail, dan Aunur Rofiq, “Percepatan Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19 melalui Pengembangan Sektor Industri Halal di Indonesia,” *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam* 13, no. 2 (2022)

<sup>2</sup> Faqiatul Mariya Waharini dan Anissa Hakim Purwantini, “Model Pengembangan Industri Halal Food di Indonesia,” *Jurnal Muqtasid* 9, no. 1 (2018)

<sup>3</sup> Aulia Daisy Arsy Syafitri dan Fauzatul Laily Nisa, “Perkembangan serta Peran Ekonomi Kreatif di Indonesia dari Masa ke Masa,” *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen* 2, no. 3 (2024)

<sup>4</sup> Amanda Shelawati dan Fauzatul Laily Nisa, “Mengembangkan Potensi Ekonomi Kreatif Subsektor Kriya: Sebuah Tantangan dan Peluang,” *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia* 2, no. 3 (2024)

# EKONOMI KREATIF DAN INDUSTRI HALAL SEBAGAI MOTOR PERTUMBUHAN EKONOMI PASCA-PANDEMI DI INDONESIA

Fikri Novrial Azhar 1, Hendri Hermawan Adinugraha 2

---

## B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Fokus penelitian diarahkan untuk menggali secara mendalam konsep, potensi, serta tantangan sinergi antara ekonomi kreatif dan industri halal sebagai motor pertumbuhan ekonomi pasca-pandemi di Indonesia. Pendekatan deskriptif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memberikan gambaran yang sistematis dan faktual mengenai fenomena yang sedang diteliti.

Metode yang digunakan adalah library research atau studi kepustakaan, di mana analisis dilakukan berdasarkan kajian literatur dari berbagai sumber akademik yang relevan. Sumber data penelitian berasal dari literatur sekunder, antara lain jurnal ilmiah, buku akademik, dokumen resmi pemerintah, serta publikasi dari lembaga-lembaga terkait yang terbit dalam sepuluh tahun terakhir.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran sistematis di berbagai database seperti Google Scholar, DOAJ, Garuda, dan portal resmi kementerian, dengan menyeleksi artikel yang sesuai dengan topik ekonomi kreatif, industri halal, dan pemulihan ekonomi pasca-pandemi. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan teknik analisis isi (content analysis), yaitu dengan mengidentifikasi, mengkategorikan temuan-temuan yang relevan dari literatur yang ada. Analisis ini bertujuan untuk menemukan pola, hubungan, dan kecenderungan yang dapat memberikan pemahaman komprehensif mengenai sinergi antara ekonomi kreatif dan industri halal dalam mendorong pertumbuhan ekonomi pasca-pandemi di Indonesia.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Ekonomi Kreatif dan Industri Halal di Indonesia**

Ekonomi kreatif adalah bidang ekonomi yang berdasar pada kreativitas, keterampilan, serta potensi intelektual manusia sebagai sumber utama dalam menciptakan nilai tambah. Berbeda dengan ekonomi konvensional yang lebih mengandalkan modal fisik maupun sumber daya alam, ekonomi kreatif berfokus pada inovasi, ide, dan kemampuan individu untuk menghasilkan produk maupun jasa yang mengandung nilai budaya, estetika, sekaligus fungsionalitas ekonomi.

# EKONOMI KREATIF DAN INDUSTRI HALAL SEBAGAI MOTOR PERTUMBUHAN EKONOMI PASCA-PANDEMI DI INDONESIA

Fikri Novrial Azhar 1, Hendri Hermawan Adinugraha 2

Pola-pola ekonomi yang terus berubah, inovasi teknologi dan kreativitas ilmu pengetahuan juga telah menggeser orientasi ekonomi, dari ekonomi pertanian, ke ekonomi industri, kemudian ke ekonomi informasi dan akhirnya ke ekonomi kreatif<sup>5</sup>. Perkembangan industri kreatif digerakkan oleh para wirausaha yang memiliki kemampuan berpikir kreatif dan inovatif. Pemerintah Indonesia sendiri mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai aktivitas ekonomi berbasis kreativitas, keterampilan, dan bakat individu dalam membuka lapangan kerja serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui daya cipta dan kreasi. Hal ini sejalan dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2019 yang menyebutkan bahwa ekonomi kreatif merupakan bentuk nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia dan berlandaskan warisan budaya, ilmu pengetahuan, maupun teknologi<sup>6</sup>.

Industri halal adalah aktivitas ekonomi produktif yang memanfaatkan bahan mentah sebagai input, kemudian diolah melalui tahapan proses produksi untuk menghasilkan barang atau jasa yang sesuai dengan ketentuan syariat Islam<sup>7</sup>. Industri halal di Indonesia berkembang dengan merambah pada sektor makanan dan minuman, keuangan, travel, fashion, kosmetik dan obat-obatan, media dan hiburan, healthcare dan pendidikan<sup>8</sup>. Perkembangan industri halal di Indonesia menunjukkan tren yang signifikan, sejalan dengan besarnya populasi muslim serta meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya gaya hidup halal. Sinergi antara sektor ekonomi kreatif dan industri halal dipandang mampu memperkuat peran Indonesia sebagai pusat ekonomi halal global, sebab keduanya saling melengkapi dalam menciptakan nilai tambah produk, memperluas jangkauan pasar, sekaligus mendorong terciptanya pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

<sup>5</sup> Sri Wahyuningsih dan Dede Satriani, "Pendekatan Ekonomi Kreatif terhadap Pertumbuhan Ekonomi (Studi Kasus di Desa Pedekik)," *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 8, no. 2 (2019)

<sup>6</sup> Tri Wisnu Dono Kuncoro dan Bayu Harjono, "Kajian Budaya Ekonomi Kreatif di Lima Kecamatan," *Jurnal Bengawan Solo* 1, no. 2 (2022)

<sup>7</sup> Difa Ameliara Pujayanti, "Industri Halal sebagai Paradigma bagi Sustainable Development Goals di Era Revolusi Industri 4.0," *Youth & Islamic Economic Journal* 1, no. 1 (2020)

<sup>8</sup> Faqiatul Mariya Waharini dan Anissa Hakim Purwantini, "Model Pengembangan Industri Halal Food di Indonesia," *Jurnal Muqtasid* 9, no. 1 (2018)

# EKONOMI KREATIF DAN INDUSTRI HALAL SEBAGAI MOTOR PERTUMBUHAN EKONOMI PASCA-PANDEMI DI INDONESIA

Fikri Novrial Azhar 1, Hendri Hermawan Adinugraha 2

## Potensi dan Tantangan Ekonomi Kreatif dan Industri Halal di Indonesia Era Pasca-Pandemi

Ekonomi kreatif memegang peranan strategis dalam perekonomian Indonesia, tidak hanya dari aspek ekonomi, tetapi juga dari sisi sosial dan budaya. Dari segi ekonomi, sektor ini menjadi salah satu penyumbang utama penciptaan lapangan kerja. Dari perspektif sosial-budaya, ekonomi kreatif berperan dalam melestarikan sekaligus mempromosikan kekayaan budaya lokal melalui produk-produk khas seperti batik, wayang, maupun kuliner tradisional yang memiliki nilai ekonomi sekaligus nilai budaya yang tinggi. Selain itu, ekonomi kreatif menjadi motor penggerak inovasi serta peningkatan daya saing nasional. Dengan basis kreativitas dan inovasi, sektor ini mampu melahirkan berbagai produk dan layanan bernilai tambah tinggi yang berdaya saing di pasar global. Inovasi dalam desain, pemanfaatan teknologi, dan pengembangan model bisnis merupakan faktor kunci yang mendorong kemajuan ekonomi kreatif di Indonesia<sup>9</sup>.

Sektor ekonomi kreatif di Indonesia masih dihadapkan pada sejumlah tantangan struktural yang perlu segera diatasi meskipun memiliki potensi besar. Keterbatasan akses pembiayaan bagi pelaku usaha kreatif menjadi hambatan utama, diperparah dengan rendahnya tingkat literasi digital yang menyebabkan banyak UMKM kesulitan bersaing pada platform digital. Di samping itu, ketersediaan infrastruktur penunjang, seperti pusat inkubasi bisnis, ruang kolaborasi, maupun pelatihan berbasis teknologi, belum terdistribusi secara merata di seluruh wilayah. Tantangan lainnya adalah peningkatan kualitas sumber daya manusia kreatif, agar mampu menghasilkan produk yang tidak hanya berorientasi lokal, tetapi juga memiliki daya saing global. Oleh karena itu, transformasi digital, penguatan kapasitas SDM, serta dukungan regulasi dan kemudahan akses pembiayaan menjadi faktor strategis dalam memperkuat daya saing ekonomi kreatif pada era pasca-pandemi.

Industri halal juga memiliki peran strategis dalam mendukung pemulihan ekonomi pasca-pandemi karena lingkungannya yang luas, meliputi sektor makanan dan minuman, pariwisata halal, fesyen muslim, hingga layanan keuangan syariah. Sebagai

<sup>9</sup> Aulia Daisy Arsy Syafitri dan Fauzatul Laily Nisa, "Perkembangan serta Peran Ekonomi Kreatif di Indonesia dari Masa ke Masa," *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen* 2, no. 3 (2024)

# EKONOMI KREATIF DAN INDUSTRI HALAL SEBAGAI MOTOR PERTUMBUHAN EKONOMI PASCA-PANDEMI DI INDONESIA

Fikri Novrial Azhar 1, Hendri Hermawan Adinugraha 2

negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, Indonesia tidak hanya memiliki basis pasar domestik yang besar, tetapi juga potensi besar untuk memperluas penetrasi ke pasar global. Pasca-pandemi, kecenderungan masyarakat terhadap gaya hidup sehat, bersih, dan sesuai prinsip halal semakin meningkat, sehingga produk halal bertransformasi menjadi kebutuhan pokok baik di tingkat nasional maupun internasional. Dengan penguatan citra dan branding halal Indonesia di kancah global, subsektor halal berpotensi menjadi motor utama pertumbuhan ekonomi nasional.

Indonesia memiliki prospek yang sangat besar dalam pengembangan industri halal, khususnya pada sektor makanan dan minuman, meskipun dihadapkan pada persaingan ketat pasar halal global. Salah satu indikator utamanya adalah tingginya tingkat konsumsi produk halal di kalangan masyarakat Indonesia. Tren tersebut didorong oleh berbagai faktor, antara lain pertumbuhan populasi Muslim dunia yang meningkatkan permintaan terhadap produk halal, meningkatnya minat konsumen non-Muslim atas produk halal karena pertimbangan keamanan dan etika, serta bertambahnya daya beli umat Muslim yang menjadikan mereka kekuatan pasar yang signifikan. Selain itu, kesadaran umat Muslim terhadap pentingnya mengonsumsi makanan dan minuman halal semakin menguat. Kondisi ini semakin menegaskan peluang Indonesia untuk berperan sebagai salah satu aktor utama dalam industri halal global, terutama di sektor makanan dan minuman<sup>10</sup>.

Industri halal memiliki potensi yang besar, namun telah dihadapkan pada beragam tantangan yang cukup kompleks. Salah satu kendala utama adalah masih rendahnya literasi halal di kalangan masyarakat maupun pelaku UMKM, sehingga kesadaran untuk mengajukan sertifikasi halal relatif rendah. Selain itu, prosedur birokrasi dalam proses sertifikasi halal dinilai berbelit dan memakan waktu, sehingga membuat sebagian pelaku usaha kecil enggan untuk mengurusnya.<sup>11</sup> Selain itu, rantai pasok industri halal masih belum terintegrasi secara optimal, sehingga kerap

<sup>10</sup> Muhammad Alfarici Baehaqi, Annisa Khusnul Latifah, Vera Agustin, Malista Putri, Dela Dwi Rama, dan Amalia Nuril Hidayati, "Peluang dan Tantangan Industri Halal di Indonesia," *Jurnal Media Akademik (JMA)* 3, no. 5 (2025).

<sup>11</sup> Muhammad Anwar Fathoni dan Tasya Hadi Syahputri, "Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020)



# EKONOMI KREATIF DAN INDUSTRI HALAL SEBAGAI MOTOR PERTUMBUHAN EKONOMI PASCA-PANDEMI DI INDONESIA

Fikri Novrial Azhar 1, Hendri Hermawan Adinugraha 2

bergantung pada bahan baku impor. Tantangan lain datang dari rendahnya literasi digital UMKM yang membuat mereka kurang mampu memanfaatkan pemasaran online untuk memperluas pasar global<sup>12</sup>.

## **Sinergi Ekonomi Kreatif dan Industri Halal sebagai Motor Pertumbuhan Ekonomi Pasca-Pandemi di Indonesia**

Ekonomi kreatif di Indonesia merupakan salah satu motor pertumbuhan ekonomi yang bertumpu pada ide, kreativitas, serta inovasi sebagai sumber daya pokok dalam menciptakan nilai tambah. Sektor ini mencakup beragam bidang yang tidak hanya membuka peluang usaha, tetapi juga berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja baru dan penguatan daya saing nasional. Peran ekonomi kreatif dipandang krusial karena mampu merespons tantangan globalisasi dengan memanfaatkan potensi sumber daya manusia yang kreatif dan inovatif.

Ekonomi kreatif berperan signifikan dalam mendorong pemulihan ekonomi pasca-pandemi, khususnya melalui inovasi dan pemanfaatan teknologi digital. Beberapa subsektor, seperti kriya, desain, kuliner, hingga konten digital, menunjukkan pertumbuhan yang pesat karena mampu menyesuaikan diri dengan perubahan pola konsumsi masyarakat. Data menunjukkan bahwa subsektor kriya saja mampu menyerap lebih dari 17 juta tenaga kerja dan menyumbang 7,38% terhadap PDB nasional<sup>13</sup>. Selain memberikan kontribusi terhadap PDB, ekonomi kreatif juga memiliki peran strategis dalam membuka peluang usaha baru, khususnya bagi UMKM dan individu yang memiliki keterampilan berbasis kreativitas. Pertumbuhan sektor ini turut mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat, karena perkembangan industri kreatif membuka kesempatan bagi pelaku usaha kecil dan menengah untuk memperluas bisnis sekaligus meningkatkan pendapatan. Lebih dari itu, ekonomi kreatif berfungsi dalam memperkuat identitas budaya lokal melalui penyediaan produk dan layanan yang mengangkat kearifan lokal serta nilai-nilai

<sup>12</sup> Hendri Hermawan Adinugraha, Muhammad Khoirul Fikri, dan Rizky Andrean, "Halal Industry, Digital Economy, and Creative Economy: Challenges and Opportunities for MSMEs in Indonesia," *Journal of Islamic Economics Management and Business (JIEMB)* 6, no. 2 (2024)

<sup>13</sup> Amanda Shelawati dan Fauzatul Laily Nisa, "Mengembangkan Potensi Ekonomi Kreatif Subsektor Kriya: Sebuah Tantangan dan Peluang," *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia* 2, no. 3 (2024)



# EKONOMI KREATIF DAN INDUSTRI HALAL SEBAGAI MOTOR PERTUMBUHAN EKONOMI PASCA-PANDEMI DI INDONESIA

Fikri Novrial Azhar 1, Hendri Hermawan Adinugraha 2

tradisional<sup>14</sup>. Potensi ekonomi kreatif semakin meningkat seiring dengan tren global yang menekankan pada produk berbasis budaya lokal, berwawasan lingkungan, serta didukung inovasi digital yang memfasilitasi akses ke pasar internasional.

Sinergi antara ekonomi kreatif dan industri halal memiliki peran strategis dalam memperkuat daya saing produk lokal sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Ekonomi kreatif memberikan nilai tambah melalui inovasi, desain, dan brand storytelling, sementara industri halal memastikan kualitas dan kepastian kehalalan produk. Sinergi keduanya menghasilkan produk yang tidak hanya bernilai estetika dan budaya, tetapi juga sesuai dengan standar syariah yang diakui secara global. Dalam konteks pasca-pandemi, peran sinergi ini semakin penting karena mampu mempercepat pemulihan ekonomi. Di tengah keterbatasan interaksi fisik, pelaku ekonomi kreatif memanfaatkan digitalisasi untuk memperluas promosi produk halal melalui e-commerce, konten kreatif, dan kampanye digital. Inovasi dalam desain kemasan halal, strategi komunikasi berbasis nilai, serta penggunaan media sosial menjadi jembatan efektif antara pelaku usaha dan konsumen yang lebih luas<sup>15</sup>.

Sinergi ini juga tidak hanya bergantung pada para pelaku usaha, melainkan juga membutuhkan kolaborasi lintas pemangku kepentingan. Pemerintah, institusi keuangan syariah, kalangan akademisi, serta komunitas kreatif memiliki peranan signifikan dalam membangun ekosistem halal kreatif yang bersifat inklusif. Penguatan integrasi antara ekonomi kreatif dan industri halal juga berpotensi meningkatkan citra merek sekaligus menambah nilai produk, baik di pasar domestik maupun internasional. Kreativitas dalam packaging, storytelling, hingga strategi pemasaran digital membuat produk halal tidak hanya dipandang sebagai kebutuhan berbasis agama, tetapi juga sebagai gaya hidup modern yang sesuai dengan tren konsumen global<sup>16</sup>.

<sup>14</sup> Fakia Wani, Nurjajjah Lingga, dan Devi Lianda, "Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan di Era Digital," dalam *Prosiding Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)* 4 April (2025)

<sup>15</sup> Sri Mulyani, Munawar Ismail, dan Aunur Rofiq, "Percepatan Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19 melalui Pengembangan Sektor Industri Halal di Indonesia," *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam* 13, no. 2 (2022)

<sup>16</sup> Maya Utami, Cahaya Aqila, Putri Andini, dan Yenni Samri Julianti Nasution, "Analisis Pertumbuhan Konsumsi Produk Halal di Berbagai Sektor Ekonomi Indonesia hingga Tahun 2025 (2025)

# EKONOMI KREATIF DAN INDUSTRI HALAL SEBAGAI MOTOR PERTUMBUHAN EKONOMI PASCA-PANDEMI DI INDONESIA

Fikri Novrial Azhar 1, Hendri Hermawan Adinugraha 2

---

Pengembangan sinergi antara ekonomi kreatif dan industri halal dapat diarahkan pada pembangunan ekosistem inovasi yang berbasis riset dan teknologi. Melalui keberadaan inkubasi bisnis halal kreatif, dukungan penelitian dari perguruan tinggi, serta pemanfaatan teknologi digital seperti artificial intelligence (AI) dan blockchain, produk halal dapat memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi sekaligus efisiensi yang lebih baik dalam rantai pasok. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan daya saing di level nasional, tetapi juga membuka peluang bagi Indonesia untuk menempatkan diri sebagai salah satu aktor utama dalam industri halal global di masa mendatang.

## D. KESIMPULAN

### KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif dan industri halal memiliki peran strategis sebagai motor pertumbuhan ekonomi Indonesia pasca-pandemi. Ekonomi kreatif berkontribusi dalam penciptaan lapangan kerja, penguatan identitas budaya lokal, serta peningkatan daya saing melalui inovasi, desain, dan pemanfaatan teknologi digital. Sementara itu, industri halal memiliki peluang besar didukung oleh mayoritas penduduk muslim, tren global gaya hidup halal, serta meningkatnya kesadaran konsumen terhadap produk yang aman dan etis.

Sinergi antara kedua sektor ini berpotensi memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat ekonomi halal dunia, dengan menciptakan produk yang tidak hanya bernilai budaya dan estetika, tetapi juga memenuhi standar syariah global. Kendati demikian, masih terdapat sejumlah tantangan, seperti rendahnya literasi halal, keterbatasan akses pembiayaan, rendahnya literasi digital UMKM, serta birokrasi sertifikasi halal yang panjang. Oleh karena itu, kolaborasi lintas pemangku kepentingan menjadi penting dalam membangun ekosistem halal kreatif yang inklusif, inovatif, dan berdaya saing.

### SARAN

1. Bagi Pemerintah: diperlukan kebijakan yang mendukung percepatan sertifikasi halal, perluasan akses pembiayaan, serta pembangunan infrastruktur kreatif yang merata di seluruh wilayah Indonesia.

# EKONOMI KREATIF DAN INDUSTRI HALAL SEBAGAI MOTOR PERTUMBUHAN EKONOMI PASCA-PANDEMI DI INDONESIA

Fikri Novrial Azhar 1, Hendri Hermawan Adinugraha 2

2. Bagi Pelaku Usaha: UMKM dan wirausaha kreatif perlu meningkatkan literasi digital, inovasi produk, serta memperkuat branding agar mampu bersaing di pasar global.
3. Bagi Lembaga Keuangan Syariah: penting untuk memperluas akses pembiayaan yang ramah UMKM serta menyediakan skema pembiayaan inovatif yang mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif dan industri halal.
4. Bagi Masyarakat: peningkatan literasi halal dan apresiasi terhadap produk kreatif lokal akan memperkuat ekosistem halal kreatif sebagai fondasi pertumbuhan ekonomi berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, Hendri Hermawan, Muhammad Khoirul Fikri, and Rizky Andrean. "Halal Industry, Digital Economy, and Creative Economy : Challenges and Opportunities for MSMEs in Indonesia." *Journal of Islamic Economics Management and Business (JIEMB)* 6, no. 2 (2024): 155–82. <https://doi.org/10.21580/jiemb.2024.6.2.23588>.
- Baehaqi, Muhammad Alfarici, Annisa Khusnul Latifah, Vera Agustin, Malista Putri, Dela Dwi Rama, and Amalia Nuril Hidayati. "Peluang Dan Tantangan Industri Halal Di Indonesia." *Jurnal Media Akademik (JMA)* 3, no. 5 (2025).
- Fathoni, Muhammad Anwar, and Tasya Hadi Syahputri. "Potret Industri Halal Indonesia : Peluang Dan Tantangan." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 03 (2020): 428–35. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>.
- Kuncoro, Tri Wisnu Dono, and Bayu Harjono. "Kajian Budaya Ekonomi Kreatif Di Lima Kecamatan." *Jurnal Bengawan Solo* 1 No. 2 (2022). <https://doi.org/10.58684/jbs.v1i2.12>.
- Mulyani, Sri, Munawar Ismail, and Aunur Rofiq. "Percepatan Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19 Melalui Pengembangan Sektor Industri Halal Di Indonesia." *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam* 13, no. 2 (2022): 167–80. <https://doi.org/10.35891/ml.v13i2.3157>.
- Pujayanti, Difa Ameliora. "Industri Halal Sebagai Paradigma Bagi Sustainable Development Goals Di Era Revolusi Industri 4.0." *Youth & Islamic Economic Journal* 1, no. 1 (2020): 20–33.
- Shelawati, Amanda, and Fauzatul Laily Nisa. "Mengembangkan Potensi Ekonomi Kreatif Subsektor Kriya : Sebuah Tantangan Dan Peluang." *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia* 2, no. 3 (2024): 170–77. <https://doi.org/10.61896/jeki.v2i3.59>.

# EKONOMI KREATIF DAN INDUSTRI HALAL SEBAGAI MOTOR PERTUMBUHAN EKONOMI PASCA-PANDEMI DI INDONESIA

Fikri Novrial Azhar 1, Hendri Hermawan Adinugraha 2

---

Syafitri, Aulia Daisy Arsy, and Fauzatul Laily Nisa. “Perkembangan Serta Peran Ekonomi Kreatif Di Indonesia Dari Masa Ke Masa.” *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen* 2, no. 3 (2024). <https://doi.org/10.59024/jise.v2i3.810>.

Utami, Maya, Cahaya Aqila, Putri Andini, and Yenni Samri Julianti Nasution. “Analisis Pertumbuhan Konsumsi Produk Halal Di Berbagai Sektor Ekonomi Indonesia Hingga Tahun 2025.” *J-EBI Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 03, no. 02 (2025): 131–47. <https://doi.org/10.57210/j-ebi.v3.i02.78>.

Waharini, Faqiatul Mariya, and Anissa Hakim Purwantini. “Model Pengembangan Industri Halal Food Di Indonesia.” *Jurnal Muqtasid IAIN Salatiga*, no. June (2018). <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v9i1.1-13>.

Wahyuningsih, Sri, and Dede Satriani. “Pendekatan Ekonomi Kreatif Terhadap Pertumbuhan Ekonomi ( Studi Kasus Di Desa Pedekik ).” *IQTISHADUNA Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 8, no. 2 (2019): 195–205.

Wani, Fakia, Nurjaijah Lingga, and Devi Lianda. “Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan Di Era Digital.” *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)* 4, no. April (2025): 288–95.