

## ANALISIS SWOT TERHADAP URGENSI SERTIFIKASI HALAL FASHION SEBAGAI PREFERENSI KONSUMEN MUSLIM

**Rido Nugraha**

Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon

Email: [ridoo.nugrahaa@gmail.com](mailto:ridoo.nugrahaa@gmail.com)

### **Abstract**

*The study discusses the importance of halal certification in the fashion industry to boost the confidence and preferences of Muslim consumers. The study used SWOT analysis to identify internal and external factors that influence Muslim consumer decisions when purchasing halal-labeled fashion products. The results of the study showed that halal certification has a significant influence on Muslim consumers' purchasing decisions as well as their preferences in choosing fashion products in accordance with Islamic shariah. Therefore, the research recommends that the fashion industry should prioritize halal certifications as an effective marketing strategy to enhance the confidence and loyalty of Muslim consumers.*

**Keyword:** *SWOT; Halal industry; Halal certification; Halal fashion; Muslim consumer.*

### **Abstrak**

Penelitian ini membahas pentingnya sertifikasi halal dalam industri fashion untuk meningkatkan kepercayaan dan preferensi konsumen muslim. Dengan menggunakan analisis SWOT, penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keputusan konsumen muslim dalam membeli produk fashion yang telah diberikan label halal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen muslim, serta mempengaruhi preferensi mereka dalam memilih produk fashion yang sesuai dengan syariat Islam. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan bahwa industri fashion harus memprioritaskan sertifikasi halal sebagai strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen muslim.

**Kata Kunci:** *SWOT; Industri Halal; Sertifikasi Halal; Fashion Halal; Konsumen Muslim.*

## PENDAHULUAN

Laporan RISSC menunjukkan bahwa pada tahun 2023, jumlah orang muslim di Indonesia mencapai 240,62 juta, atau 86,7% dari 277,53 juta penduduk nasional. Dengan populasi Muslim yang begitu besar, ini menunjukkan bahwa Indonesia adalah pasar potensial bagi banyak produsen barang dan jasa, khususnya fashion, tetapi setiap konsumen yang beragama Islam memiliki tingkat kepatuhan yang tinggi terhadap syariah berdasarkan tingkat religiusitasnya, namun pelanggan muslim akan memiliki perspektif yang berbeda (Afendi, 2020).

Bagi orang Islam, apa yang dianggap halal atau boleh biasanya dikembalikan pada hukum Islam, yang, tidak seperti hukum sekuler, umumnya tidak pasti dan tidak dapat diubah. Syariah adalah sistem moral yang berkembang bersama umat Islam, bukan hanya tentang apa yang boleh dimakan. Oleh karena itu, konsep halal sangat penting dalam kehidupan umat islam. Selain itu, istilah "halal" tidak hanya merupakan komponen merek tetapi juga merupakan komponen sistem kepercayaan, etika, dan kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, baik penerapan istilah halal maupun kepatuhan terhadap prinsip syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi pembeli muslim (Jaelani, 2017)

Di era modern ini, banyak bisnis yang membuat pakaian berlabel halal, khususnya halal fashion untuk meningkatkan penjualan mereka dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya membeli pakaian berlabel halal karena sesuai dengan syariat agama (Afendi, 2020), Industri fashion halal telah berkembang pesat di Indonesia, dengan kesadaran masyarakat yang lebih besar tentang pentingnya kualitas produk fashion. Konsumen dapat melihat sertifikasi halal dari Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) sebagai salah satu faktor yang memengaruhi keputusan mereka untuk membeli barang-barang tertentu seperti fashion. Namun, Banyak usaha mikro kecil menengah (UMKM) masih belum memahami pentingnya sertifikasi halal dalam meningkatkan kepercayaan dan preferensi konsumen.

Fashion Halal atau busana muslim Seiring dengan perkembangan zaman yang terjadi pada saat ini, kini menjadi suatu tren yang terkenal di masyarakat saat ini. Memakai pakaian muslim ternyata disukai oleh anak-anak dan remaja. Trend ini meningkatkan kesadaran masyarakat, terutama wanita, tentang pentingnya menjalankan ajaran Islam tentang kewajiban menutup aurat. Tidak diragukan lagi, banyaknya persaingan busana muslimah di Indonesia memberikan peluang luar biasa bagi pemilik bisnis untuk selalu mengikuti perkembangan tren. Beberapa toko berlomba-lomba

menawarkan busana muslim atau muslimah dengan beragam model, merek, dan atribut produk sesuai tren persaingan saat ini. Pertumbuhan fashion wanita muslim di Indonesia memberikan peluang yang besar bagi dunia usaha untuk mendukung perkembangan tren fashion tersebut. Alhasil, semakin banyak pedagang yang menjual berbagai jenis dan desain baju muslim (Syafitri, 2021).

Sebagian besar pembeli tidak memperhatikan aspek halal dari pakaian. Kebanyakan orang percaya bahwa Menutupi aurat dianggap halal bagi umat Islam. Selain itu, karena tidak dimakan, sepatu dan tas yang terbuat dari kulit binatang liar dianggap halal (Rizkyana, Syafa'ah, & Husnurrosyidah, 2022).

Analisis SWOT telah menjadi alat yang berguna untuk menghiiasi persaingan di seluruh dunia, baik di dalam negeri maupun di tingkat global. Tambahan pula, analisis ini dapat digunakan sebagai alat yang membantu pembuat keputusan dalam memasukkan program baru ke dalam organisasi. Proses analisis SWOT terdiri dari survei di dalam perusahaan tentang kekuatan dan kelemahan organisasi dan survei eksternal tentang kegiatan organisasi yang ingin dikaji seperti peluang dan ancaman (Fatimah, 2016).

Sebuah teknik perencanaan strategis yang digunakan untuk memeriksa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu proyek atau proposisi bisnis. Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT) adalah singkatan dari "kekuatan dan kelemahan dari internal" dan "peluang dan ancaman dari eksternal" yang dihadapi perusahaan (Mashuri, 2020). Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) adalah cara untuk menilai posisi strategis suatu organisasi atau industri dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Dalam konteks industri fashion, Analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT) dapat membantu memahami bagaimana faktor internal dan eksternal mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli barang fashion yang memiliki label halal.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis SWOT terhadap urgensi sertifikasi halal fashion sebagai preferensi konsumen muslim. Studi ini akan mencari faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keputusan pembeli muslim untuk membeli barang fashion dengan label halal dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam menciptakan strategi pemasaran yang berhasil untuk meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen muslim terhadap produk fashion halal.

## KAJIAN PUSTAKA

### a. Konsep SWOT

Analisis SWOT adalah singkatan dari Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (bahaya). Analisis ini didasarkan pada rasionalitas dan bertujuan untuk memaksimalkan manfaat (kekuatan) dan peluang (peluang) sambil mengurangi kelemahan (kelemahan) dan ancaman (bahaya) (Rangkuti, 2015)

Strength (Kekuatan) merujuk pada kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan, yang dapat memberinya keuntungan dibandingkan dengan pesaingnya. Contoh kekuatan yang umum ditemukan dalam analisis SWOT antara lain: lokasi yang strategis, harga yang kompetitif, kualitas produk yang baik, reputasi yang baik di mata pelanggan, modal yang besar, komposisi bahan baku yang aman bagi kesehatan, pelayanan yang cepat dan tanggap, jumlah tenaga kerja yang besar, produk yang lebih murah daripada yang lain, produk yang memiliki kualitas dan mutu terbaik, pemanfaatan media sosial untuk promosi.

Weakness (Kelemahan) adalah kesenjangan atau batasan sumber daya yang memisahkan suatu bisnis dari para pesaingnya. Hal ini menjadi penghalang untuk memuaskan kebutuhan pelanggan secara efisien. Branding yang lemah, omzet yang lebih tinggi dari rata-rata, tingkat utang yang tinggi, rantai pasokan yang tidak memadai, dan kurangnya modal adalah beberapa contoh kelemahannya.

Opportunities (Peluang) adalah faktor eksternal yang memberikan kemungkinan bagi perusahaan untuk meningkatkan keberhasilan bisnisnya. Opportunities ini dapat berupa, peluang pasar dan ketersediaan pasar yang besar dan potensial untuk produk atau jasa perusahaan, penemuan teknologi baru yang dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas perusahaan, perubahan kebijakan pemerintah yang mendukung bisnis perusahaan, kerja sama dan kesempatan untuk berkolaborasi dengan perusahaan lain atau organisasi untuk meningkatkan kemampuan dan jangkauan, keterampilan dan kemampuan karyawan yang dapat meningkatkan kualitas produk atau jasa perusahaan.

Threats (Ancaman) adalah faktor eksternal yang berpotensi menghambat kesuksesan dan pertumbuhan organisasi. Ancaman ini dapat berasal dari berbagai sumber seperti perubahan pasar, persaingan yang ketat, perubahan teknologi,

peraturan pemerintah, atau perubahan dalam preferensi pelanggan.

#### **b. Konsep Industri Halal**

Industri halal adalah segala bentuk usaha untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, seperti pengolahan bahan baku dan pengembangan elemen lain yang dapat menghasilkan produk ekonomi yang diizinkan oleh syariat selama proses pembuatan, usaha, penggunaannya, pemasarannya, dan pengembangannya tanpa terkait dengan transaksi yang dilarang oleh syariat (Sulistiani, 2019).

Indonesia memiliki potensi industri halal sangat besar. Hal ini merupakan konsekuensi dari besarnya populasi umat Islam di Indonesia. Sektor makanan halal, keuangan syariah, pariwisata halal, dan fashion muslim merupakan beberapa industri yang menunjukkan potensi pasar halal Indonesia (Fathoni, 2020).

Industri yang memproduksi barang dan jasa yang dianggap halal menurut syariah disebut sebagai industri halal. Istilah "halal" juga digunakan untuk makanan halal, minuman halal, peralatan dapur, peralatan makanan, kode pakaian, logo, dan sertifikat halal (Razali, Syahputra & Ulfah, 2021).

Industri halal berpikir bahwa produk industri harus sesuai dengan hukum syariah, yang dianggap boleh dalam Islam. Menurut konsep ini, semua yang dimakan oleh Muslim, baik makanan maupun non-makanan, harus berasal dari sumber yang halal (Nasution, 2020).

#### **c. Konsep Halal Fashion**

Fashion merupakan suatu cara hidup yang sedang digemari suatu masyarakat pada kurun waktu tertentu, dibentuk oleh budaya dan keadaan sekitar. Desain busana halal Indonesia antara lain jilbab dan hijab stylish dengan motif trendi, baju koko, serta busana muslim modern yang memadukan unsur tradisional dan kekinian. inovatif mengambil pakaian pria tradisional, kosmetik halal sesuai syariah, dan aksesoris halal seperti perhiasan, tas, dan sepatu. Semuanya di sini dimaksudkan untuk memuaskan klien Muslim yang ingin tampil menarik secara Islami (Sitorus & Fauziyah, 2023).

Kedudukan atau nilai sosial seseorang juga dapat ditunjukkan melalui pakaian dan selera gayanya, orang biasanya menilai orang lain berdasarkan pakaian yang mereka kenakan. Seiring berjalannya waktu, berbagai tren fashion telah berkembang dan menjadi bagian penting dari penampilan seseorang untuk gaya sehari-hari saat

melakukan semua aktifitas. Untuk tidak kalah, orang muslim secara tidak langsung membuat tren berpakaian muslim, atau Halal Fashion, di mana mereka mengenakan pakaian yang sesuai dengan syariah Islam. yang memungkinkan mereka untuk tetap modis dan menutup aurat (Ayyah & Murniningsih, 2021).

Kaum perempuan muslim saat ini sangat menyukai mode halal, yang memungkinkan mereka menggabungkan dan memadukan apa pun yang mereka sukai sambil tidak melanggar aturan agama mereka. Orang-orang di masyarakat berusaha untuk bergaya sesuai dengan mode yang sedang populer. Mereka rela membeli dan berganti-ganti barang mode seperti pakaian dan kosmetik untuk tetap dianggap modis dan kekinian, dengan munculnya tren fashion, individu akan berusaha sekuat tenaga untuk mengekspresikan diri mereka melalui mode di tempat umum agar dapat dilihat dan dihargai oleh orang lain (Ayyah & Murniningsih, 2021).

#### **d. Konsep Sertifikasi Halal**

Indonesia menjual berbagai macam barang, baik produksi dalam negeri maupun impor. Untuk memudahkan pelanggan dalam memilih produk halal, setiap produk perlu memiliki tanda halal yang sesuai. Oleh karena itu, khususnya bagi umat Islam, produk perlu disertifikasi dan diberi label untuk memastikan kehalalannya (Afronyati, 2019). Pelabelan produk industri dengan label halal sangat penting untuk mengevaluasi kualitas produk, yang dibuktikan dengan kehalalannya, menunjukkan nilai intrinsik dari proses pembuatan dan produk jadi yang dihasilkan (Nasution, 2020).

Produk yang diberi label halal tidak hanya terkait dengan label syariah, tetapi konsep halal telah menjadi dasar untuk keunggulan produk. Halal dengan cepat menjadi standar konsumen, seperti yang ditunjukkan oleh partisipasi dan keterlibatan negara dan organisasi nonmuslim. Banyak negara-negara Barat, khususnya di Eropa dan Amerika Serikat, saat ini berupaya memasuki pasar halal setelah menyadari meningkatnya tren global dalam permintaan konsumen terhadap produk dan layanan halal. Penerapan kebijakan halal oleh manajemen puncak sangat penting untuk mendukung industri halal. Hal ini akan menjadi landasan untuk memperkuat sistem rantai pasokan (Saad, Rahman & Muhammad, 2016).

Produk halal Indonesia memiliki peluang besar untuk bersaing dengan produk lain di dunia. Eksportir dan produsen di Indonesia yang memiliki sertifikat halal akan lebih mudah menjual produknya yang berlabel halal ke pelanggan di luar negeri.

Misalnya, konsumen asing yang ingin membeli makanan kaleng biasanya akan memilih barang dengan label “halal” (Warta Ekspor, 2015).

#### **e. Konsep Preferensi Muslim**

Preferensi muslim atau pilihan konsumen adalah pertimbangan atau informasi yang mereka terima yang akan memengaruhi cara mereka membeli barang sesuai dengan syariat islam sebagai muslim yang baik mengikuti aturan Al quran dan hadisinya. Merek juga menyatakan nilai, yang berarti menunjukkan bahwa nilai mereknya berhasil. Konsumen yang membutuhkan komunikasi cepat mungkin percaya bahwa suatu produk harus cepat bekerja, dan merek mungkin menggambarkan budaya tertentu, misalnya, menggabungkan gaya muslim dengan gaya nusantara. Konsumen cenderung memilih produk yang sesuai dengan kebiasaan atau budaya mereka, serta mencerminkan sesuatu yang narutal dan menyenangkan, sehingga pelanggan percaya bahwa produk yang akan dibeli mencerminkan kepribadian tersebut (Edwina, 2020).

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian eksplorasi adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk memperluas pengetahuan, mengeksplorasi konsep-konsep baru, dan memecahkan masalah yang belum pernah terpecahkan sebelumnya. Dengan mengkaji topik penelitian secara cermat, maka tujuannya adalah untuk memahami gagasan atau fenomena yang menjadi pokok penelitian. Metode kepustakaan digunakan untuk menjelaskan informasi mengenai permasalahan yang diketahui maupun yang belum diketahui guna memperoleh ide penelitian yang terbaik. Pengumpulan informasi, pencatatan, dan pembacaan merupakan bagian dari pengelolaan data perpustakaan.

Data dikumpulkan dari sumber data sekunder seperti buku, jurnal, website, dan dokumentasi. Data sekunder digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan SWOT di industri fashion halal serta urgensinya sertifikat fashion halal terhadap preferensi konsumen muslim. Yang dimaksud dengan “teknik pengumpulan data”, menurut Arikunto (2013) adalah cara peneliti mengumpulkan data. Meskipun metode ini bersifat abstrak dan tidak ditemukan pada objek sebenarnya, metode ini dapat diterapkan dan terbukti berhasil. Untuk penelitian ini, data dikumpulkan dari berbagai sumber literatur, termasuk buku, catatan, artikel, dan laporan penelitian sebelumnya. Selanjutnya data tersebut dianalisis melalui penerapan metode analisis deskriptif kualitatif yang mengutamakan pemahaman makna dibandingkan generalisasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Faktor Internal SWOT (Kekuatan dan Kelemahan) dalam Fashion Halal

Faktor internal dalam analisis SWOT meliputi kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) yang dimiliki oleh suatu bisnis. Berikut adalah contoh faktor internal yang relevan dalam industri fashion halal:

#### **Kekuatan (Strengths)**

Kekuatan (Strengths) dapat berupa harga yang ditawarkan terjangkau. Persyaratan pembelian minimum untuk menerima kupon atau diskon, flash sale reguler, mengutamakan kepuasan pelanggan, model pakaian muslim yang mengikuti tren saat ini, ketersediaan inventaris baru dan model terbaru secara konstan, promosi media sosial di platform seperti TikTok dan Instagram, mendapatkan endorsement karena mempermudah transaksi bagi pelanggan karena ada sistem COD dan pembayaran tanpa tunai dan memiliki jaringan pelanggan yang luas (Daulay, Imsar & Harahap, 2023).

1. Kualitas Produk: Produk fashion halal yang dikembangkan berkualitas tinggi dan sesuai dengan persyaratan syariah., sehingga meningkatkan kepercayaan pelanggan dan meningkatkan penjualan.
2. Inovasi: Industri fashion halal terus berinovasi dengan mengikuti tren fashion global dan menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar.
3. Sertifikasi Halal: Produk fashion halal yang memiliki sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan pelanggan dan meningkatkan penjualan.
4. Kemampuan pemasaran: Bisnis fashion halal memiliki kemampuan pemasaran yang baik, seperti menggunakan media sosial dan strategi pemasaran digital, untuk meningkatkan kesadaran pasar dan meningkatkan penjualan.

#### **Kelemahan (Weaknesses)**

Kelemahan (Weaknesses) dapat berupa tenaga kerja profesional modal yang terbatas, sistem pembukuan manual, model fesyen yang mudah ditiru, banyaknya pesaing yang menawarkan barang serupa, persaingan ketat dalam hal harga, kualitas, dan pemasaran, rendahnya tingkat bisnis yang berulang, dan keharusan untuk selalu mengikuti perkembangan tren fesyen terkini (Daulay, Imsar & Harahap, 2023).

1. Persediaan stok: Persediaan stok pakaian yang terbatas dapat menghambat penjualan dan meningkatkan biaya operasional.

2. Kualitas bahan: Kualitas bahan yang di bawah standar dapat mengurangi kepercayaan pelanggan dan meningkatkan biaya penggantian.
3. Persaingan: Persaingan bisnis fashion yang tinggi dapat menghambat penjualan dan meningkatkan biaya operasional.
4. Sumber daya yang terbatas: Perkembangan bisnis mungkin terhambat karena kurangnya modal atau sumber daya manusia.

### **Faktor Eksternal SWOT (Peluang dan Ancaman) dalam Fashion Halal**

Faktor eksternal dalam analisis SWOT meliputi peluang (opportunities) dan ancaman (threats) yang terkait dengan pihak luar atau eksternal dari perusahaan. Berikut adalah contoh faktor eksternal yang relevan dalam industri fashion halal:

#### **Peluang (Opportunities)**

Peluang (Opportunities) dapat berupa belanja online menjadi lebih populer karena semua teknologi digital, sehingga harganya lebih murah dibandingkan toko offline, serta mayoritas penduduknya adalah umat Islam, maka terdapat permintaan yang signifikan terhadap pakaian muslim di Indonesia. Dengan meningkatkan tuntutan masyarakat, khususnya perempuan, kita dapat meningkatkan target pasar melalui promosi, menjamin pembayaran publik yang efektif, dan terus meningkatkan loyalitas dan pelayanan (Daulay, Imsar & Harahap, 2023).

1. Tren baru: Munculnya tren baru dalam fashion dapat diikuti untuk menambah ide model pakaian yang baru dan meningkatkan penjualan.
2. Harga ramah kantong: Harga yang ramah kantong cocok untuk para kalangan pelajar dan mahasiswa, meningkatkan kesempatan penjualan.
3. Pasar digital: Pasar digital yang menawarkan fitur halal dapat mencakup serangkaian indikator target industri, termasuk transaksi berbasis syariah, sertifikasi halal, peningkatan cakupan pasar, dan pengetahuan tentang barang dan jasa halal.
4. Dukungan pemerintah: Dukungan pemerintah dapat meningkatkan kesempatan pengembangan bisnis fashion halal, seperti dengan memberikan bantuan modal dan sumber daya.

#### **Ancaman (Threats)**

Ancaman (Threats) dapat berupa pesaing baru terus muncul, terjadi persaingan antara pakaian muslim dan non muslim, pesaing memiliki kualitas dan pelayanan yang

lebih baik, pesaing memiliki harga yang lebih murah, dan terdapat perbedaan antara barang lokal dan impor. Pelaku usaha harus kreatif dalam menjual produknya (Daulay, Imsar & Harahap, 2023).

1. Pesaing baru: Munculnya pesaing baru yang memiliki kualitas lebih bagus dapat menghambat penjualan dan meningkatkan biaya operasional.
2. Perkembangan strategi promosi: Perkembangan strategi promosi melalui teknologi yang tidak mudah dipelajari dapat menghambat penjualan dan meningkatkan biaya operasional.
3. Tren menurun: Tren fashion yang menurun dapat menghambat penjualan dan meningkatkan biaya operasional.
4. Persaingan sengit: Persaingan sengit dalam industri fashion dapat menghambat penjualan dan meningkatkan biaya operasional.

### **Urgensi Sertifikasi Fashion Halal**

Perlindungan konsumen Muslim Indonesia terkait dengan sertifikasi produk halal. Untuk mendukung ini, perlu ada lembaga yang melakukan sertifikasi produk halal, yang merupakan persyaratan untuk produk hukum. Pada tahun 2014, pemerintah Indonesia memberlakukan Undang-Undang Jaminan Produk Halal. Hal ini memerlukan sertifikasi halal untuk produk yang dijual di Indonesia dan mulai berlaku pada tahun 2019. Selanjutnya, kewenangan kini berada di tangan organisasi yang mengelola sertifikasi halal. Sebelumnya, Majelis Ulama Indonesia merupakan otoritas eksklusif dalam sertifikasi halal. Namun saat ini yang mengurusnya adalah Kementerian Agama, dan Badan Penjaminan Produk Halal menjadi salah satu lembaganya. Meski demikian, Majelis Ulama Indonesia tetap berjalan tanpa henti. Meskipun demikian, untuk melakukan sertifikasi produk halal, lembaga penjaminan harus berkolaborasi dengan lembaga lain dan melakukannya secara efektif (Fatmawati & Hasibuan, 2022).

Selain itu, dijamin bahwa pengembangan fesyen halal akan menjadi bagian dari rantai pasokan halal atau rantai nilai halal di negara ini. karena kain atau tekstil halal diperlukan untuk bahan pakaian yang dibuat oleh para desainer Indonesia. Produk fesyen halal yang dibuat oleh anak-anak di negara ini selanjutnya, diharapkan dapat masuk ke pasar ekspor, yang dianggap penting untuk mengokohkan fesyen Muslim Indonesia di tingkat internasional. Pasar-pasar ini termasuk negara-negara OKI, Timur Tengah, dan Eropa (BPJPH, 2023).

Sertifikasi halal telah menjadi suatu keharusan dalam industri fashion halal, terutama di Indonesia. Berikut adalah beberapa alasan mengapa urgensi sertifikasi halal dalam fashion halal:

1. Keamanan pemakaian: Sertifikasi halal memastikan bahwa orang Muslim dapat menggunakan pakaian yang aman dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Hal ini sangat penting untuk memastikan keamanan pemakaian dan menghindari produk yang tidak halal.
2. Kualitas produk: Sertifikasi halal memastikan bahwa produk fashion yang diproduksi menggunakan bahan-bahan yang sesuai dengan standar syariah dan tidak mengandung bahan haram. Hal ini meningkatkan kualitas produk dan memastikan keamanan konsumsi.
3. Pengembangan industri: Sertifikasi halal membantu dalam pengembangan sektor mode halal di Indonesia. Hal ini meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menggunakan produk fashion yang halal dan meningkatkan permintaan terhadap produk fashion halal.
4. Komitmen perusahaan: Sertifikasi halal juga membantu dalam meningkatkan komitmen perusahaan dalam pengembangan produk fashion yang halal. Hal ini meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan dan meningkatkan penjualan.

Sertifikasi halal sangat penting dalam industri fashion halal di Indonesia. Hal ini memastikan keamanan konsumsi, meningkatkan kualitas produk, membantu pengembangan industri, dan meningkatkan komitmen perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan fashion halal harus memastikan bahwa produknya telah mendapat sertifikasi halal untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat dan meningkatkan penjualan.

### **Preferensi Muslim Dalam Memilih Fashion Halal**

Berbagai alasan individu memengaruhi keputusan pembelian pakaian, dengan faktor utama yang diperhitungkan adalah desain. Pakaian merupakan cerminan gaya hidup dan kepribadian seseorang, dan agar dianggap modis, busana harus sesuai dengan norma budaya dan agama. Mendapatkan barang yang tepat pada waktu yang tepat dan sesuai dengan gaya hidup saat ini adalah salah satu permasalahan yang dihadapi industri fashion. Untuk memenuhi permintaan konsumen, desain produk yang inovatif dan menarik harus mengikuti perkembangan gaya hidup. Dalam industri fesyen, kemampuan seorang desainer untuk menghasilkan tampilan yang menarik secara visual dan selaras dengan preferensi konsumen sangat penting bagi kesuksesan mereka, karena desain yang menarik memainkan peran penting dalam keputusan pembelian pelanggan (Sitorus & Fauziyah,

2023).

Preferensi Muslim dalam memilih fashion halal telah menjadi suatu topik yang sangat penting dalam industri fashion halal. Berikut adalah beberapa faktor yang mempengaruhi preferensi Muslim dalam memilih fashion halal:

1. Kualitas Produk: Kualitas produk fashion halal yang baik dan sesuai dengan standar syariah menjadi faktor utama yang mempengaruhi preferensi Muslim dalam memilih fashion halal.
2. Tren Fashion: Tren fashion yang memenuhi persyaratan syariah dan tidak menonjolkan lekuk tubuh juga mempengaruhi preferensi Muslim dalam memilih fashion halal.
3. Pengaruh gaya hidup halal: Pengaruh gaya hidup halal yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih fashion halal. Keputusan konsumen untuk memilih pakaian halal yang sesuai dengan syariah dipengaruhi oleh gaya hidup halal yang sesuai dengan syariah.
4. Sertifikasi Halal: Sertifikasi halal yang diberikan oleh organisasi yang berwenang mempengaruhi preferensi Muslim dalam memilih fashion halal. Sertifikasi halal memastikan bahwa produk fashion halal sesuai dengan standar syariah dan tidak mengandung bahan-bahan yang tidak halal.

Preferensi Muslim dalam memilih fashion halal dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk kualitas produk, tren fashion, pengaruh gaya hidup halal, dan sertifikasi halal. Oleh karena itu, meningkatkan persaingan di industri mode halal di Indonesia dan membuka peluang di pasar mode halal di luar negeri, dan memiliki sertifikasi halal untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat Muslim dan meningkatkan penjualan.

## **KESIMPULAN**

Dalam analisis SWOT Kekuatan: Meningkatnya permintaan konsumen Muslim untuk produk halal, termasuk fashion, meningkatnya kesadaran konsumen Muslim akan pentingnya produk halal adanya dukungan pemerintah untuk pengembangan industri fashion halal, tumbuhnya industri fashion halal global, potensi pasar fashion halal yang besar di Indonesia.

Kelemahan: kurangnya pemahaman konsumen tentang produk fashion halal, kurangnya sertifikasi halal fashion yang terpercaya, keterbatasan akses produk fashion halal bagi konsumen Muslim, persaingan yang ketat di industri fashion halal, kurangnya inovasi dan diversifikasi dalam produk fashion halal.

Peluang: peningkatan kesadaran konsumen tentang pentingnya produk halal, dukungan pemerintah untuk pengembangan industri fashion halal, tumbuhnya industri fashion halal global, potensi pasar fashion halal yang besar di Indonesia, perkembangan teknologi yang dapat membantu dalam pengembangan produk fashion halal.

Ancaman: persaingan yang ketat di industri fashion halal, kurangnya inovasi dan diversifikasi dalam produk fashion halal, kemunculan produk fashion palsu yang diklaim halal, perubahan kebijakan pemerintah yang dapat menghambat industri fashion halal.

Urgensi Sertifikasi Halal Fashion: Sertifikasi halal fashion sangat penting untuk, meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim terhadap produk fashion, memastikan bahwa produk fashion memenuhi standar halal, meningkatkan persaingan di industri mode halal di Indonesia dan membuka peluang di pasar mode halal di luar negeri, mendukung perkembangan ekonomi syariah di Indonesia, sertifikasi halal fashion memiliki banyak manfaat bagi konsumen Muslim, industri fashion halal, dan ekonomi syariah di Indonesia. Sertifikasi halal fashion juga memiliki peran penting dalam keputusan pembeli umat Islam. Oleh karena itu, sertifikasi halal fashion menjadi lebih penting, dan pemerintah, bisnis, dan masyarakat harus bekerja sama.

## **SARAN**

1. Meningkatkan edukasi dan promosi tentang sertifikasi halal fashion kepada konsumen Muslim.
2. Bekerja sama dengan lembaga sertifikasi halal yang terpercaya untuk mendapatkan sertifikasi halal fashion.
3. Mengembangkan produk fashion halal yang berkualitas tinggi dan ramah lingkungan.
4. Memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk menjangkau konsumen Muslim di seluruh dunia.
5. Bekerja sama dengan pemerintah untuk mendapatkan dukungan dalam pengembangan industri fashion halal.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Afendi, A. (2020). The effect of halal certification, halal awareness and product knowledge on purchase decisions for halal fashion products. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 2(2), 145-154.

Afronyati, L. (2014). Analisis ekonomi politik sertifikasi halal oleh Majelis Ulama

- Indonesia. *JKAP (Jurnal Kebijakan dan Administrasi Publik)*, 18(1), 37-52.
- Arikunto Suharsimi. (2013). Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik. *In Perpustakaan Nasional RI. Rineka Cipta.*
- Ayyah, H. R. A. N., & Murniningsih, R. (2021, October). Pengaruh gaya hidup halal dan self-identity terhadap halal fashion di Indonesia. *In UMMagelang Conference Series (pp. 537-546).*
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama. (2024, Juni 1). Retrieved from <https://bpjph.halal.go.id/detail/bpjph-bersama-industri-tekstil-dan-designer-launching-indonesia-global-halal-fashion-wujudkan-indonesia-kiblat-fesyen-dunia>
- Daulay, A. S., Imsar, I., & Harahap, R. D. (2023). Strategi Pengembangan Pasar Digital dalam Mendukung Industri Fashion Halal Di Indonesia. *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 5(1), 1035-1042.
- Edwina, D. E. (2020). Kesadaran Merek Dan Citra Merek Dalam Menentukan Loyalitas Merek Serta Implikasinya Pada Preferensi Merek (Suatu Survey Pada Konsumen Elzatta Di Pasar Baru, Bandung) (*Doctoral dissertation, Univesitas Komputer Indonesia*).
- Fathoni, M. A. (2020). Potret industri halal Indonesia: Peluang dan tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428-435.
- Fatmawati, I., & Hasibuan, S. A. (2022, September). Urgensi Pendaftaran Sertifikasi Produk Halal sebagai Implementasi Undang-Undang Jaminan Produk Halal di Indonesia. *In Bandung Conference Series: Law Studies (Vol. 2, No. 2, pp. 1355-1364).*
- Fatimah, F. N. A. D. (2016). Teknik analisis SWOT. *Anak Hebat Indonesia.*
- Jaelani, A. (2017). Halal tourism industry in Indonesia: Potential and prospects. *International Review of management and Marketing*, 7(3), 25-34
- Mashuri, D. N. (2020). Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS(Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112.
- Razali, R., Syahputra, A., & Ulfah, A. K. (2021). Industri halal di Aceh: Strategi dan perkembangan. *Jurnal Al-Qardh*, 6(1), 17-29.
- Rangkuti, F. (2015). Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis. *Language*
- Rizkyana, E., Syafa'ah, P., & Husnurrosyidah, H. (2022). Industri Halal Fashion Di Kota Pati: Peluang Dan Tantangan. *Amal: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(02).
- Saad, S. N. H., Rahman, F. A., & Muhammad, A. (2016). An overview of the shariah governance of the halal industry in malaysia: with special reference to the halal logistics. *Journal of Applied Environmental and Biological Ssciences*, 6, 53-58.

- Sitorus, M., & Faujiah, A. (2023). PELUANG INDUSTRI KREATIF FASHION HALAL DI INDONESIA. *ICO EDUSHA*, 4(1), 141-153.
- SYAFITRI, S. R. (2021). PENERAPAN METODE SWOT DAN PERANCANGAN BUSINESS MODEL CANVAS SEBAGAI STRATEGI BISNIS PADA TOKO RUMAH BUSANA MUSLIM SALSANAF A (*Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU*).
- Sulistiani, S. L. (2019). Analisis maqashid syariah dalam pengembangan hukum industri halal di Indonesia. *Law and Justice*, 3(2), 91-97.
- The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC)*. (2024, Juni 1). Retrieved from <https://themuslim500.com/wp-content/uploads/2023/10/The-Muslim-500-2024-pdf>
- Warta Ekspor, 2015. *Jurnal Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. Ditjen PEN/WRT/56/VII/2015*.