

Ekonomi Kreatif Sebagai Katalisator Inovasi Produk dalam Industri Halal Fesyen di Indonesia

Ahadiyah Dwi Risyani

UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan, Indonesia

ahadiyah.dwi.risyani@mhs.uingusdur.ac.id

Hendri Hermawan Adinugraha

UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan, Indonesia

hendri.hermawan@uingusdur.ac.id

ABSTRACT

The halal fashion industry in Indonesia has immense potential, driven by the growing number of Muslim consumers both domestically and globally. As a subsector of the creative economy, halal fashion not only emphasizes Sharia principles but also integrates innovation, creativity, and aesthetic value to compete in the global market. The creative economy is a key catalyst for developing halal fashion products, as it focuses on ideas, design, technology, and cross-sector collaboration. This potential is further strengthened by the fashion industry's significant contribution to Indonesia's Creative Economy Gross Domestic Product (GDP) and exports. However, the industry faces complex challenges, such as limited access to financing for Small and Medium-sized Enterprises (SMEs), a reliance on imported raw materials, and a low level of public awareness about the importance of halal certification. On the other hand, significant opportunities exist through optimizing access to export markets, leveraging e-commerce, and strengthening the capacity of SMEs to integrate into global value chains. By combining a creative economy development strategy, utilizing local potential, and receiving government support, the halal fashion industry can strengthen Indonesia's cultural identity, enhance its international competitiveness, and contribute to national economic growth. This research therefore emphasizes that the integration of the creative economy and the halal fashion industry is a strategic step toward realizing inclusive, sustainable, and Sharia-based economic development.

Keywords: Creative Economy, Halal Fashion, Product Innovation, SMEs, Exports

ABSTRAK

Industri halal fesyen di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk muslim, baik di dalam negeri maupun global. Sebagai salah satu subsektor ekonomi kreatif, fesyen halal tidak hanya menekankan aspek syariah, tetapi juga mengintegrasikan inovasi, kreativitas, serta nilai estetika yang mampu bersaing di pasar global. Ekonomi kreatif menjadi katalisator utama dalam mendorong pengembangan produk fesyen halal, karena berfokus pada ide, desain, teknologi, serta kolaborasi lintas sektor. Potensi ini diperkuat dengan kontribusi signifikan industri fesyen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta ekspor ekonomi kreatif Indonesia. Namun demikian, tantangan yang dihadapi cukup kompleks, seperti keterbatasan akses pembiayaan bagi UMKM, ketergantungan pada bahan baku impor, serta rendahnya kesadaran masyarakat mengenai pentingnya sertifikasi halal. Di sisi lain, peluang terbuka lebar melalui optimalisasi akses pasar ekspor, pemanfaatan e-commerce, serta penguatan kapasitas UMKM agar mampu masuk ke rantai nilai global. Dengan menggabungkan strategi

pengembangan ekonomi kreatif, pemanfaatan potensi lokal, serta dukungan pemerintah, industri halal fesyen dapat memperkuat identitas budaya Nusantara, meningkatkan daya saing internasional, sekaligus memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Oleh karena itu, penelitian ini menekankan bahwa integrasi antara ekonomi kreatif dan industri halal fesyen merupakan langkah strategis dalam mewujudkan pembangunan ekonomi yang inklusif, berkelanjutan, dan berbasis nilai syariah.

Kata kunci: Ekonomi Kreatif, Halal Fesyen, Inovasi Produk, UMKM, Ekspor

Article Info:

Received: July 2025

Revised: October 2025

Accepted: October 2025

Corresponding Author:

Ahadiyah Dwi Risyani

UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan, Indonesia

ahadiyah.dwi.risyani@mhs.uingusdur.ac.id

1. PENDAHULUAN

Sematkan kata “halal” pada suatu produk tidak hanya berarti bahwa produk tersebut boleh dikonsumsi oleh orang muslim, tetapi juga telah berkembang menjadi gaya hidup yang populer di seluruh dunia (Razak et al., 2020). Seiring perkembangannya, gaya hidup halal telah menarik perhatian banyak orang, tidak hanya orang muslim tetapi juga orang non-muslim untuk mengonsumsi produk halal. Hal ini disebabkan oleh keyakinan sebagian besar orang di seluruh dunia bahwa gaya hidup halal didasarkan pada keinginan untuk gaya hidup yang sehat.

Indonesia, sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, memiliki potensi besar untuk industri halal. Jumlah penduduk Indonesia akan meningkat menjadi 270 juta lebih pada tahun 2022, dengan sekitar 87% dari total populasi menjadi muslim. Dengan demikian, total penduduk muslim Indonesia akan mencapai 234 juta jiwa. Kebutuhan produk halal yang sangat besar, termasuk makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, dan lainnya, sangat besar, dan Indonesia harus mampu memastikan bahwa warganya yang beragama Islam dapat mendapatkan produk halal dengan mudah. Konsumsi produk halal adalah masalah yang sangat sensitif bagi umat Islam. Kebutuhan halal di dalam negeri sangat besar, dan kebutuhan halal di seluruh dunia akan meningkat.

Perusahaan besar dengan produk yang sangat terbatas masih mendominasi industri halal saat ini. Perusahaan besar di Indonesia dianggap memiliki kemampuan produksi yang baik dan berkualitas untuk menyiapkan produk halal. Namun, pelaku usaha dalam industri halal belum terlalu besar pada UMKM, sehingga pemerintah harus mendorong UMKM untuk mampu memproduksi produk halal karena UMKM memiliki porsi paling besar dan paling beragam terkait dengan produk halal di seluruh nusantara.

Ekonomi kreatif memainkan peran penting dalam mendorong pengembangan produk fesyen halal yang memenuhi aspek kehalalan selain

memiliki nilai estetika dan daya saing tinggi di pasar global. Ekonomi kreatif mengutamakan kreativitas, ide, dan inovasi sebagai sumber nilai tambah. Inovasi produk dapat dicapai melalui kolaborasi antara pengusaha, desainer, dan pelaku industri kreatif. Ini dapat mencakup desain unik, penggunaan bahan ramah lingkungan, dan teknologi produksi yang canggih.

Ekonomi kreatif terbukti bahwa dalam beberapa tahun terakhir memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja. Selain itu, ekonomi kreatif berfungsi sebagai sumber inovasi dan transformasi digital, memperkaya budaya lokal, dan meningkatkan citra suatu negara atau daerah. Meskipun sektor ekonomi kreatif memiliki banyak potensi, masih ada beberapa masalah yang dihadapi. Tidak banyak orang yang memahami konsep ekonomi kreatif dan bagaimana mereka dapat dimasukkan ke dalam kebijakan ekonomi nasional. Banyak negara belum memanfaatkan sepenuhnya sektor ekonomi kreatif mereka, terutama dalam menghadapi era ekonomi global yang kompetitif dan terus berubah. Selain itu, sektor ekonomi kreatif menghadapi tantangan karena perubahan digitalisasi dan teknologi. Dibutuhkan pemahaman yang lebih baik tentang peluang dan tantangan industri kreatif dalam menghadapi perubahan yang disebabkan oleh digitalisasi dan transformasi digital, karena ini telah berdampak pada cara produk kreatif dibuat, didistribusikan, dan dikonsumsi.

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari bagaimana industri kreatif dapat berfungsi sebagai katalisator untuk mendorong pengembangan produk baru di industri fesyen halal Indonesia. Ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional dan pengembangan industri halal yang berkelanjutan.

2. KAJIAN PUSTAKA

Ekonomi Kreatif

Menurut My (2023), ekonomi kreatif adalah bidang yang menekankan kreativitas, ide, dan inovasi sebagai sumber nilai tambah dalam pembangunan ekonomi dan berperan penting sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi berbasis inovasi, penciptaan lapangan kerja, dan penguatan daya saing nasional. Ini sesuai dengan rencana pemerintah untuk menjadikan ekonomi kreatif sebagai motor penggerak pertumbuhan industri halal Indonesia.

Industri Halal Fesyen

Industri fesyen halal tidak hanya memenuhi persyaratan syariah tetapi juga telah berkembang menjadi komponen gaya hidup kontemporer. Siturus dan Faujiah (2023) menekankan bahwa fesyen halal memiliki peluang besar di Indonesia karena mayoritas penduduknya adalah muslim dan didorong oleh tren fesyen muslim di seluruh dunia. Selain itu, penggunaan kearifan lokal seperti songket, batik, dan tenun membuat fesyen halal Indonesia memiliki identitas yang berbeda. Ini dapat

meningkatkan daya saing mereka di pasar domestik dan internasional (Industri, Halal, Islam, & Indonesia, 2025).

Tantangan dan Peluang

Industri fesyen halal masih menghadapi banyak tantangan meskipun memiliki banyak peluang. Hasim (2023) menjelaskan bahwa beberapa hambatan utama adalah keterbatasan akses ke dana, ketergantungan pada bahan baku impor, dan kurangnya kesadaran masyarakat tentang sertifikasi halal. Sebaliknya, peluang untuk berkembang terus ada melalui optimalisasi ekspor, penggabungan UMKM ke dalam rantai pasokan global, dan penggunaan e-commerce untuk mempromosikan dan mendistribusikan produk (Industri et al., 2025). Oleh karena itu, pengembangan fesyen halal berbasis ekonomi kreatif membutuhkan dukungan pemerintah, kolaborasi lintas sektor, dan penguatan pelaku usaha.

3. METODE

Dalam penelitian ini, literatur review digunakan. Ini berarti mengumpulkan, mempelajari, dan menganalisis berbagai penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik yang dibahas. Metode ini memungkinkan para peneliti untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang teori, konsep, dan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Metode ini juga memungkinkan para peneliti untuk menemukan area atau masalah yang belum banyak diteliti. Data yang digunakan berasal dari sumber akademis seperti jurnal, buku, artikel, dan laporan penelitian yang dipilih secara hati-hati berdasarkan persyaratan yang memungkinkan mereka dimasukkan. Analisis dilakukan secara kritis dan sintesis untuk menghubungkan dan membandingkan data dari berbagai studi. Ini memberikan gambaran yang jelas dan mendalam tentang fenomena yang dipelajari.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Ekonomi Kreatif dalam Inovasi Produk Halal Fesyen

Di Indonesia, industri fesyen halal adalah subsektor unggulan yang menggabungkan syariah, budaya, dan kreativitas. Ekonomi kreatif berperan sebagai penggerak dalam pengembangan produk halal fesyen. fesyen halal dengan bahan yang halal, proses produksi yang etis, dan desain yang sederhana yang menutup aurat. Ekonomi kreatif mendorong inovasi seperti kain organik bebas zat haram atau kain pintar anti bakteri yang memadukan motif tradisional seperti batik dengan tren dunia. Daya saing di pasar Muslim global yang bernilai USD 400 miliar didukung oleh kolaborasi desainer, pengrajin, dan platform digital. Melalui program inkubasi Kemenparekraf dan pelatihan desain dan pemasaran online, pemerintah mendorong UMKM untuk berinovasi. Akibatnya, ekonomi kreatif mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan serta meningkatkan nilai ekonomi

dan memperkuat identitas budaya halal Indonesia sebagai pusat fesyen sederhana di seluruh dunia.

Ekonomi kreatif meningkatkan pasokan dan sumber daya manusia kreatif, mendorong inovasi produk halal fesyen. Subsektor fesyen yang memiliki potensi ekspor besar melalui sertifikasi halal BPJPH, menyumbang 17% nilai ekonomi kreatif nasional. Inovasi di bidang ini mencakup pengembangan teknologi digital seperti desain VR untuk membuat produk unik dan pengembangan bahan ramah lingkungan, seperti serat alami yang tahan lama. Ekonomi kreatif memungkinkan pelatihan desain dan penggunaan AI untuk prediksi tren, yang menghasilkan produk untuk pasar Timur Tengah seperti hijab anti sinar matahari. Perusahaan kecil dan menengah (UMKM), seperti pengrajin di Solo, dapat memperkaya produk mereka dengan elemen lokal. Melindungi desain dari pembajakan adalah salah satu tujuan hak kekayaan intelektual (HKI). Dengan inovasi ini, pelaku usaha memperoleh lebih banyak uang dan mendukung SDGs, terutama dalam sirkular ekonomi, sehingga fesyen halal Indonesia menjadi kompetitif dan relevan di pasar global.

Ekonomi kreatif memperluas inovasi fesyen halal dengan bantuan teknologi dan pemasaran berbasis data. Dengan menggunakan data besar seperti Instagram dan Shopee, desainer dapat mempelajari preferensi pelanggan Muslim untuk membuat produk unik seperti gamis yang dapat disesuaikan ukurannya. Dengan produk halal yang memenuhi standar OIC dan AI digunakan untuk membuat kaftan atau abaya dengan motif songket kontemporer menjadi lebih menarik di seluruh dunia, subsektor fesyen akan menyumbangkan 8% PDB nasional pada tahun 2023. Kolaborasi dengan influencer halal meningkatkan kesadaran sertifikasi halal dan mempercepat adopsi produk. Program seperti Indonesia Fashion Creative Award mendorong inovasi inklusif untuk pasar anak-anak atau orang dengan ukuran tubuh yang berbeda. Oleh karena itu, ekonomi kreatif meningkatkan ekspor dan menciptakan ekosistem yang tahan terhadap kerusakan, menempatkan Indonesia sebagai pemimpin pasar fesyen Muslim di seluruh dunia melalui inovasi yang sesuai dengan tren dan kebutuhan pelanggan.

Inovasi fesyen halal fokus pada keinginan dan inklusi sosial. Penggunaan bahan daur ulang sesuai dengan prinsip syariah tentang pelestarian alam karena mengurangi dampak fast fashion. Jutaan orang bekerja di subsektor ini, terutama perempuan dan pemuda, melalui klaster kreatif di Yogyakarta atau Jakarta. Seperti syal yang dibuat dari limbah tekstil, inovasi baru mendukung ekonomi sirkular. Teknologi seperti pencetakan 3D memungkinkan prototipe cepat, mengatasi keterbatasan infrastruktur. Selaras dengan SDG 12, program pemerintah menargetkan pertumbuhan fesyen halal 10% setiap tahun. Perempuan desainer Muslim mendorong inklusi ekonomi dan menggunakan fesyen halal sebagai alat diplomasi budaya yang mempertahankan nilai Islam sambil mendorong

kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di negara ini.

Potensi Pengembangan Industri Halal Fesyen

Peluang dan potensi pertumbuhan permintaan produk halal yang terus berkembang seiring dengan peningkatan jumlah populasi Muslim di seluruh dunia, beberapa langkah strategis yang perlu diambil untuk meningkatkan ekspor produk halal Indonesia:

a. Mengoptimalkan akses produk halal ke pasar ekspor

Potensi pasar industri halal di seluruh dunia terus meningkat seiring dengan peningkatan akses pasar ekspor untuk produk halal. Menurut Laporan Ekonomi Islam Global 2021–2022, pengeluaran umat Islam di seluruh dunia pada tahun 2019 mencapai sekitar \$2,02 triliun, dialokasikan untuk berbagai sektor syariah seperti makanan, obat-obatan, kosmetik, fashion, pariwisata, dan lainnya. Jumlah ini diperkirakan akan meningkat menjadi \$2,3 triliun pada tahun 2024. Fenomena ini muncul sebagai akibat dari meningkatnya permintaan produk halal di seluruh dunia, yang merupakan gaya hidup bagi orang Muslim dan berdampak besar pada bisnis di seluruh dunia.

b. Mendukung ekspor UMKM dalam rantai pasok global

Menurut Master Plan Ekonomi Syariah Indonesia, untuk meningkatkan ekspor halal Indonesia, penting untuk meningkatkan kapasitas usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk menjadi bagian dari rantai nilai atau rantai pasokan industri halal global. Untuk mendorong pertumbuhan dan fleksibilitas finansial UMKM, perlu dibangun pusat inkubasi bisnis di berbagai daerah untuk kepemimpinan dan pelatihan. Empat program utama ini mencakup pelatihan untuk pemilik usaha mikro, pengaturan pembiayaan, pembentukan database UMKM, dan literasi UMKM. Pusat ini memiliki kemampuan untuk membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk bergabung ke dalam rantai nilai industri halal. Pusat perdagangan internasional ini juga menekankan kemungkinan keterlibatan bisnis kecil dan menengah (UMKM) dalam rantai pasokan global industri halal, terutama mengingat peluang pertumbuhan yang ada di industri makanan halal.

c. Mengoptimalkan penggunaan e-commerce

Meningkatkan penggunaan perdagangan elektronik adalah salah satu cara untuk meningkatkan peluang ekspor produk halal. Dalam konteks ini, kemajuan digitalisasi telah membuka peluang perdagangan lintas batas baru. E-commerce dapat berfungsi sebagai platform untuk promosi dan bisnis bagi pelaku UMKM, memberikan kemudahan dalam bertransaksi, dan menjadi solusi terhadap kendala finansial di masa pandemi. Penggunaan e-commerce juga dapat merampingkan rantai distribusi, yang pada gilirannya dapat mengurangi biaya dan membuat produk lebih murah. Namun, pelaku UMKM masih sedikit yang menggunakan e-commerce saat ini. Data yang dikumpulkan

oleh Kementerian Koperasi dan UMKM menunjukkan bahwa hanya 13,7 juta, atau 21% dari 64 juta UMKM, telah memanfaatkan teknologi digital (Report Digital, 2024).

Tantangan dan Peluang Halal Fesyen

Industri fesyen halal Indonesia memiliki banyak peluang karena pasarnya yang besar, dimana mayoritas orang adalah Muslim . Hal ini diperkuat oleh meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk halal, baik dalam hal makanan maupun gaya hidup, seperti pakaian. Selain itu, tren fesyen muslim sekarang dianggap tidak lagi sebagai sesuatu yang konservatif, tetapi sudah menjadi bagian dari gaya hidup modern yang mengikuti mode global. Kondisi ini memungkinkan para desainer dan UMKM untuk menghasilkan produk halal yang tetap modis, mengikuti tren, dan memiliki nilai budaya lokal seperti tenun, songket, atau batik yang dipadukan dengan busana muslim kontemporer. Oleh karena itu, fesyen halal Indonesia memiliki keunggulan unik yang memungkinkannya bersaing di pasar domestik dan internasional.

Industri fesyen halal di Indonesia memiliki peluang yang baik, tetapi masih menghadapi beberapa tantangan yang cukup sulit. Masalah utamanya adalah ketergantungan pada bahan baku dari luar negeri, sehingga membuat para pelaku usaha kesulitan memastikan bahwa seluruh rantai pasokan memenuhi standar halal dan bisa dilacak. Selain itu, akses terbatas terhadap dana dan pembiayaan menjadi hambatan, khususnya bagi pengusaha UMKM, sehingga menghambat kemampuan mereka untuk berinovasi dan memperluas pasar. Tantangan lainnya adalah tingkat kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang konsep halal dalam fesyen yang masih rendah, sehingga sertifikasi halal belum menjadi prioritas bagi sebagian produsen maupun konsumen. Lebih lanjut, proses mendapatkan sertifikasi halal seringkali dianggap rumit dan mahal, meskipun regulasi nasional telah menetapkan bahwa produk fesyen wajib bersertifikasi mulai tahun 2026. Di samping itu, para pelaku industri juga harus mampu bersaing dalam pasar global, sehingga perlu terus berinovasi dalam desain, menggunakan teknologi, serta menerapkan strategi pemasaran digital untuk menyesuaikan diri dengan tren konsumen internasional yang terus berkembang.

5. KESIMPULAN

Industri fesyen halal di Indonesia merupakan subsektor strategis dalam ekonomi kreatif yang menggabungkan nilai syariah, budaya lokal, dan inovasi teknologi. Dengan dukungan pemerintah melalui program inkubasi, pelatihan desain, dan sertifikasi halal, sektor ini mampu mendorong pertumbuhan UMKM serta memperkuat daya saing di pasar global yang bernilai triliunan dolar. Pemanfaatan teknologi digital seperti AI, desain virtual, dan pemasaran berbasis data memperluas jangkauan produk halal yang sesuai tren dan kebutuhan konsumen Muslim di berbagai negara. Selain itu, pengembangan bahan ramah

lingkungan dan inovasi produk yang inklusif mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan serta memperkuat identitas fesyen halal Indonesia sebagai pusat fesyen sederhana dan modern di dunia.

Industri fesyen halal di Indonesia juga menghadapi tantangan yang signifikan, seperti ketergantungan bahan baku impor, keterbatasan akses pembiayaan bagi UMKM, dan rendahnya kesadaran serta pemahaman masyarakat tentang pentingnya sertifikasi halal. Proses sertifikasi yang kompleks dan biaya yang tinggi juga menjadi hambatan dalam memperluas pasar. Oleh karena itu, diperlukan strategi terpadu yang mengoptimalkan akses pasar ekspor, memperkuat rantai pasok global melalui pengembangan kapasitas UMKM, serta memaksimalkan penggunaan e-commerce dan teknologi digital. Dengan inovasi berkelanjutan dan kolaborasi lintas sektor, fesyen halal Indonesia dapat meningkatkan ekspor, menciptakan ekosistem yang tangguh, dan menempatkan Indonesia sebagai pemimpin pasar fesyen muslim dunia yang kompetitif dan berkelanjutan dapat tumbuh berkelanjutan, meningkatkan daya saing global, dan memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Bernika, L., & Monika, A. K. (2025). Peran Ekonomi Kreatif terhadap Perekonomian Indonesia Selama Pandemi dengan Analisis Tabel Input-Output. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 13(3), 249-271. Diakses dari <https://jurnal.isei.or.id/index.php/isei/article/view/344>
- 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>
- Industri, P., Halal, F., Islam, P., & Indonesia, D. I. (2025). *Potensi industri fashion halal terhadap perekonomian islam di indonesia*. 1–20.
- Kontribusi Subsektor Fesyen, Kuliner, dan Kriya terhadap Peningkatan Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Nasional. (2025). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*, 3(01), 45-54. Diakses dari <https://wnj.westsciences.com/index.php/jekws/article/view/1921>
- My, R. M. Y. A. (2023). Ekonomi Kreatif dan Potensi Pertumbuhan Ekonomi Berbasis Industri Kreatif. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 60–69. <https://doi.org/10.59561/jmeh.v1i2.155>
- Perkembangan serta Peran Ekonomi Kreatif di Indonesia dari Masa ke Masa. (2024). *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*, 2(3), 189-198. Diakses dari <https://jurnal.alimspublishing.co.id/index.php/JISE/article/view/810>
- Rachim, H. A., & Santoso, M. B. (2021). Mengarusutamakan Halal Lifestyle: Antara Peluang Dan Tantangan Kapasitas Perlindungan Sosial Dalam Trend Global. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 6(2), 151-161.
- Razak, N. F. A., Karim, R. H. A., Jamal, J. A., & Said, M. M. 2020. Rapid Discrimination of Halal and Non-Halal Pharmaceutical Excipients by Fourier Transform Infrared Spectroscopy and Chemometrics. *Journal of Pharmacy &*

- BioAllied Sciences. Vol. 12 Issue. 6. 752-757.
<https://jpbsonline.org/text.aps?2020/12/6/752/300000>
- 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.