



LEBIH DARI SEKEDAR MENUTUP AURAT: MEMBEDAH EKOSISTEM HALAL DALAM INDUSTRI FESYEN MODERN

Sonalia¹, Ujang² Lisnawati³

¹ Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Palangka raya, G obos, Palangkaraya, Kalimantan Tengah, Indonesia, 73112

² Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Palangka raya, G obos, Palangkaraya, Kalimantan Tengah, Indonesia, 73112

*Penulis Korespondensi: sonaliaa649@gmail.com, achmdujung@gmail.com

Abstract. *This research explores the dynamics of halal fashion, which has transformed from a religious obligation into a modern lifestyle phenomenon within the global creative industry. The primary objective of this study is to define the comprehensive boundaries of halal fashion, analyze the driving factors behind the modest fashion trend, and evaluate the role of halal certification in ensuring product integrity in the global market. The method employed is a qualitative descriptive analysis with a literature review on Sharia principles, halal product guarantee regulations, and contemporary market trends. Research findings indicate that halal fashion integrates five core principles covering the aurat, loose-fitting, non-transparent, avoiding tabarruj, and sincere intention which now collaborate with modern aesthetics such as hijab street style. Halal certification through Law No. 33 of 2014 has proven crucial in building consumer trust (peace of mind) through supply chain transparency that is clean from upstream to downstream. The implications of this research confirm that effective marketing strategies must integrate Islamic ethical values with the sustainable fashion movement and digital ecosystem optimization. Halal fashion is not only a symbol of piety but also represents inclusive, transparent, and competitive universal quality excellence on the international stage.*

Keywords: *Digital Ecosystem; Halal Certification; Halal Fashion; Modest Fashion; Sharia Law.*

Abstrak Penelitian ini mengeksplorasi dinamika fesyen halal yang kini bertransformasi dari sekadar kewajiban religius menjadi fenomena gaya hidup modern dalam industri kreatif global. Tujuan utama dari kajian ini adalah untuk mendefinisikan batasan komprehensif fesyen halal, menganalisis faktor pendorong tren modest fashion, serta mengevaluasi peran sertifikasi halal dalam menjamin integritas produk di pasar global. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dengan tinjauan literatur pada prinsip syariat, regulasi jaminan produk halal, dan tren pasar kontemporer. Temuan penelitian menunjukkan bahwa fesyen halal mengintegrasikan lima prinsip utama menutup aurat, longgar, tidak transparan, menghindari tabarruj, dan niat yang tulus yang kini berkolaborasi dengan estetika modern seperti hijab street style. Sertifikasi halal melalui UU No. 33 Tahun 2014 terbukti krusial dalam membangun kepercayaan konsumen (peace of mind) melalui transparansi rantai pasok yang bersih dari hulu ke hilir. Implikasi dari penelitian ini menegaskan bahwa strategi pemasaran yang efektif harus mengintegrasikan nilai etika Islam dengan gerakan sustainable fashion dan optimalisasi ekosistem digital. Fesyen halal tidak hanya menjadi simbol ketaatan, tetapi juga merepresentasikan keunggulan kualitas universal yang inklusif, transparan, dan kompetitif di kancah internasional.

Kata kunci: Ekosistem Digital; Fesyen Halal; Modest Fashion; Sertifikasi Halal; Syariat Islam.

LATAR BELAKANG

Fenomena fesyen saat ini telah bergeser dari sekadar pemenuhan kebutuhan primer menjadi refleksi identitas, etika, dan nilai-nilai spiritual. Dalam konteks global, fesyen halal atau fesyen Islamik muncul sebagai kekuatan baru dalam industri kreatif yang tidak

hanya menawarkan estetika, tetapi juga kepatuhan pada syariat Islam. Landasan utama konsep ini berakar pada nilai teologis dalam Surah Al-A'raf ayat 26 yang menekankan bahwa fungsi utama pakaian adalah sebagai penutup aurat dan perhiasan, dengan "pakaian takwa" sebagai standar kualitas tertinggi. Namun, transformasi fesyen halal di era modern menghadapi tantangan kompleks, mulai dari pergeseran makna estetika akibat pengaruh budaya urban hingga isu integritas bahan baku dalam rantai pasok global yang sering kali mengabaikan aspek kehalalan dan kebersihan (*thayyib*).

Penelitian terdahulu telah banyak mendiskusikan modest fashion dari sudut pandang tren pasar dan perilaku konsumen secara umum. Meskipun demikian, masih terdapat kesenjangan (*gap analysis*) dalam literatur yang mengintegrasikan batasan komprehensif fikih berpakaian dengan tantangan industri modern, seperti tren pakaian bekas (*thrifting*) dan kepastian sterilitas bahan pada level manufaktur. Urgensi penelitian ini terletak pada perlunya pemahaman holistik yang menghubungkan aspek fisik pakaian (longgar dan tidak transparan), etika spiritual (larangan *tabarruj* dan *syuhrah*), hingga legalitas formal melalui sertifikasi halal. Kebaruan penelitian ini menawarkan sudut pandang bahwa sertifikasi halal bukan sekadar label administratif, melainkan sebuah bentuk luxury value dan tanggung jawab moral yang menjamin transparansi dari hulu ke hilir.

Selain itu, pesatnya perkembangan media sosial telah mengubah narasi busana Muslimah melalui fenomena *fashionable piety*, yang di satu sisi meningkatkan inklusivitas namun di sisi lain berisiko mengaburkan batasan syariat jika tidak dibarengi dengan literasi halal yang kuat. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk merumuskan batasan komprehensif fesyen halal yang relevan dengan perkembangan zaman, menganalisis faktor pendorong modest fashion dalam industri kreatif, serta menjelaskan pentingnya peran sertifikasi halal dalam menjamin integritas produk dan membangun kepercayaan konsumen. Melalui kajian ini, diharapkan tercipta sinergi antara kreativitas desainer, kepatuhan produsen, dan kesadaran konsumen dalam memperkuat ekosistem ekonomi syariah global.

KAJIAN TEORITIS

Kajian ini berpijak pada integrasi antara hukum Islam (*Fikih*), etika konsumsi, dan teori pemasaran modern. Landasan teologis utama merujuk pada prinsip halalan thayyiban, di mana sebuah produk fesyen tidak hanya harus memenuhi kriteria hukum formal (*halal*), tetapi juga harus mengandung unsur kebaikan (*thayyib*) yang mencakup kebersihan, kesehatan, serta proses produksi yang etis. Konsep ini sejalan dengan teori Conscious Consumption, yang menekankan bahwa konsumen modern saat ini cenderung memilih produk yang memiliki nilai moral dan transparansi rantai pasok.

Landasan Etika dan Syariat dalam Berfesyen

Secara teoretis, fesyen dalam Islam diklasifikasikan ke dalam lima prinsip utama yang menjadi parameter kepatuhan syariah. Pertama, kewajiban menutup aurat secara sempurna sesuai dengan batasan yang telah ditetapkan. Kedua, prinsip la *washf* (tidak menampakkan lekuk tubuh) melalui potongan pakaian yang longgar. Ketiga, prinsip la *yashif* (tidak transparan) yang mengatur densitas material kain. Keempat, larangan tabarruj, yakni berhias secara berlebihan dengan tujuan menarik perhatian yang tidak pantas. Kelima, aspek niat yang tulus untuk ibadah guna menghindari sifat syuhrah atau pakaian yang dikenakan demi kesombongan dan kemasyhuran. Teori ini didukung oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa identitas Muslim dalam berpakaian adalah bentuk "dakwah visual" yang menyeimbangkan antara ketaatan (*piety*) dan estetika.

Tren Modest Fashion dan Fenomena Gaya Hidup Modern

Perkembangan modest fashion dalam industri kreatif global dapat dijelaskan melalui teori *Fashionable Piety*. Teori ini menggambarkan bagaimana individu Muslim mengintegrasikan ekspresi keagamaan mereka ke dalam budaya populer modern. Penelitian sebelumnya menyoroti bahwa media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, bertindak sebagai katalisator utama yang mendefinisikan ulang hijab sebagai simbol gaya hidup urban yang dinamis melalui tren seperti hijab street style. Hal ini menciptakan pergeseran paradigma dari busana yang dianggap tradisional menjadi produk yang kompetitif secara ekonomi dan estetika. Faktor pendorong utama tren ini adalah meningkatnya daya beli segmen Conscious Muslim Consumer yang menuntut personalisasi gaya tanpa mengorbankan prinsip religius.

Sertifikasi Halal dan Kepercayaan Konsumen

Dalam perspektif manajemen industri, peran sertifikasi halal dijelaskan melalui teori *Signaling Theory*. Sertifikat halal berfungsi sebagai "sinyal" kualitas dan integritas yang mengurangi ketidakpastian informasi antara produsen dan konsumen. Kajian literatur menunjukkan bahwa implementasi UU Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) di Indonesia memperkuat perlindungan konsumen dengan memberikan kepastian hukum. Penelitian terkait *Supply Chain Management (SCM)* halal juga menegaskan bahwa integritas produk sangat bergantung pada proses hulu ke hilir mulai dari audit bahan baku (seperti memastikan kulit hewan disembelih secara syar'i) hingga pencegahan kontaminasi silang pada fasilitas produksi. Sinergi antara regulasi negara dan otoritas fatwa menciptakan ekosistem industri yang jujur, yang pada akhirnya melahirkan loyalitas merek berbasis nilai (*Value-Based Loyalty*).

Bagian ini menguraikan teori-teori relevan yang mendasari topik penelitian dan memberikan ulasan tentang beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dan memberikan acuan serta landasan bagi penelitian ini dilakukan. Jika ada hipotesis, bisa dinyatakan tidak tersurat dan tidak harus dalam kalimat tanya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka (*library research*). Fokus utama metode ini adalah menganalisis integrasi prinsip syariat dengan dinamika industri fesyen modern.

Data dikumpulkan dari sumber sekunder yang relevan, meliputi:

- Dokumen Regulasi: UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.
- Teks Normatif: Al-Qur'an (Surah Al-A'raf: 26) dan Hadis terkait etika berpakaian.
- Literatur Ilmiah: Jurnal dan laporan industri mengenai modest fashion global.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis konten (*content analysis*). Proses analisis dilakukan melalui reduksi data, kategorisasi tema (definisi, tren, sertifikasi, dan strategi), serta penarikan kesimpulan. Peneliti memvalidasi data melalui triangulasi sumber untuk memastikan sintesis yang objektif antara standar hukum Islam dan praktik bisnis di pasar global.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Definisi dan Batasan Komprehensif Fesyen Halal

Definisi fesyen halal atau fesyen Islamik merujuk pada gaya berpakaian yang dirancang dan digayakan dengan memenuhi standar hukum syariat Islam sebagai Landasan hukum yang paling utama merujuk pada Surah Al-A'raf ayat 26 *"Wahai anak cucu Adam! Sesungguhnya Kami telah menyediakan pakaian untuk menutupi auratmu dan untuk perhiasan bagimu. Tetapi pakaian takwa, itulah yang lebih baik. Demikianlah sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka ingat"*, di mana Allah SWT berfirman mengenai hakikat pakaian bagi umat manusia. Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa Allah telah menurunkan pakaian untuk menutup aurat dan juga sebagai perhiasan bagi manusia. Namun, ditegaskan pula bahwa "pakaian takwa" adalah yang paling baik. Hal ini menjadi dasar bahwa dalam berfesyen, fungsi utama yang harus didahulukan adalah menutup aurat dengan penuh ketaatan (takwa), barulah kemudian fungsi estetika atau perhiasan mengikutinya.

Selain itu, terdapat hadis yang menekankan pentingnya menjaga kesopanan dan larangan tampil mencolok atau berlebihan yang dikenal dengan istilah pakaian syuhrah (pakaian untuk kemasyhuran/kesombongan). diriwayatkan oleh Imam Abu Daud dan An-Nasa'i. Rasulullah SAW bersabda: *"Sesiapa yang memakai pakaian syuhrah (untuk kemasyhuran/menonjolkan diri), nescaya Allah akan mengenakan kepadanya pakaian kehinaan pada hari kiamat nanti."* (Hadis Riwayat Abu Daud dan An-Nasa'i)

Dalam materi tersebut, hadis ini landasan etika dalam berfesyen agar seorang Muslim tidak bertujuan untuk menarik perhatian secara berlebihan atau merasa lebih tinggi daripada orang lain melalui pakaian yang dikenakan. Fokus utama berpakaian dalam Islam adalah untuk pengabdian dan ketaatan kepada Allah, sehingga niat yang ikhlas menjadi syarat utama agar aktiviti berfesyen dikira sebagai ibadah. Rasulullah SAW mengingatkan bahwa tujuan berpakaian adalah untuk pengabdian kepada Allah, sehingga niat dalam berfesyen haruslah karena ibadah, bukan untuk menonjolkan kemewahan atau mencari perhatian secara berlebihan.

Secara keseluruhan, menjelaskan bahwa dalil-dalil ini membentuk lima prinsip utama dalam berfesyen: menutup aurat secara sempurna, pakaian yang longgar (tidak

**LEBIH DARI SEKEDAR MENUTUP AURAT: MEMBEDAH EKOSISTEM
HALAL DALAM INDUSTRI FESYEN MODERN**

ketat), tidak transparan, tidak mengandung unsur *tabarruj* (berhias berlebihan), dan niat yang tulus karena Allah. Landasan ini memastikan bahwa inovasi dalam fesyen tetap berada dalam koridor hukum syarak tanpa menghilangkan identitas seorang Muslim.. Fesyen ini tidak sekedar berfungsi sebagai pelindung tubuh atau penutup aurat, melainkan dipandang sebagai bentuk ibadah untuk mendapatkan rida Allah SWT serta menjaga kehormatan diri.

Prinsip Utama	Parameter Fisik / Teknis	Batasan Etika & Spiritual	Tantangan Industri Modern
Menutup Aurat	Pakaian menutupi seluruh batasan aurat secara sempurna.	Pakaian menutupi seluruh batasan aurat secara sempurna.	Adanya pergeseran makna akibat pengaruh budaya urban dan media sosial.
Longgar (<i>La Washf</i>)	Potongan pakaian tidak ketat dan tidak menampakkan lekuk tubuh.	Menghindari kesan pamer bentuk fisik tubuh.	Desain kontemporer yang tetap harus mempertahankan volume kelonggaran kain.
Tidak Transparan (<i>La Yashif</i>)	Mengatur kerapatan dan ketebalan material kain agar tidak tembus pandang.	Menjaga kesopanan visual secara syar'i.	Pemilihan bahan baku tekstil di tingkat manufaktur yang sering kali tipis.
Menghindari <i>Tabarruj</i>	Penggunaan aksesoris atau	Larangan berhias berlebihan yang bertujuan menarik	Fenomena <i>fashionable piety</i>

**LEBIH DARI SEKEDAR MENUTUP AURAT: MEMBEDAH EKOSISTEM
HALAL DALAM INDUSTRI FESYEN MODERN**

	desain inovatif tidak mencolok.	perhatian lawan jenis secara tidak pantas.	di media sosial yang berisiko mengaburkan batasan syariat.
Niat yang Tulus	Sterilitas bahan dari najis dan zat haram (termasuk proses penyamakan kulit).	Larangan pakaian <i>syuhrah</i> (memakai baju demi kesombongan/kemasyhuran).	Asal-usul bahan pada tren pakaian bekas (<i>thrifting</i>) yang memerlukan penyucian (<i>tathir</i>).

Dalam perspektif Islam, fesyen harus memenuhi kriteria spesifik, yakni menutup aurat secara sempurna, memiliki potongan yang longgar sehingga tidak menampakkan lekuk tubuh, serta menggunakan bahan yang tidak transparan. Selain itu, fesyen halal juga menekankan aspek kesopanan dengan menghindari unsur tabarruj atau gaya berlebihan yang bertujuan untuk menarik perhatian lawan jenis secara tidak pantas. Di sisi lain, fesyen halal dipahami sebagai perpaduan antara ketaatan beragama dengan kreativitas kontemporer. Islam pada dasarnya tidak melarang keindahan dalam berpakaian, sehingga fesyen Islamik terus bertransformasi mengikuti tren modern tanpa meninggalkan prinsip moral dan etika. Penggunaan aksesoris atau desain yang inovatif tetap diperbolehkan selama tidak melanggar batas syarak dan tidak didasari oleh sifat kesombongan atau riya. Dengan demikian, fesyen halal berfungsi sebagai media dakwah visual yang menunjukkan bahwa pakaian yang patuh syariah tetap bisa tampil kompetitif, anggun, dan relevan dengan perkembangan zaman di tengah arus gaya hidup global.

Selain itu Batasan komprehensif fesyen halal mencakup dimensi yang sangat luas, mulai dari aspek fisik pakaian hingga etika spiritual pemakainya. Secara fisik, batasan utama adalah kewajiban menutup aurat secara sempurna dengan kriteria pakaian yang longgar agar tidak menampakkan lekuk tubuh, serta menggunakan bahan yang cukup tebal sehingga tidak transparan atau jarang. Selain kriteria fisik, fesyen halal juga membatasi sumber material yang digunakan, di mana bahan harus bersifat *thayyib* (baik),

suci dari najis, dan bukan berasal dari sumber yang diharamkan seperti kulit babi atau hewan yang tidak disembelih sesuai syariat Islam. Dalam konteks material kulit (*leather*), pengawasan harus lebih ketat untuk menjamin bahwa kulit tersebut bukan berasal dari hewan haram atau hewan halal yang mati menjadi bangkai (kecuali melalui proses penyamakan yang sah menurut fikih). Selain itu, pada tren pakaian bekas (*thrifting*), asal-usul bahan menjadi tantangan tersendiri karena adanya ketidakpastian apakah pakaian tersebut pernah bersentuhan dengan najis atau zat haram selama pemakaian sebelumnya, sehingga diperlukan proses pembersihan (*tathir*) yang sesuai kaidah syara' untuk mengembalikan kesuciannya.

Dalam konteks modern seperti tren pakaian bekas (*thrifting*), batasan ini meluas pada kepastian kebersihan dan asal-usul barang agar terjamin kehalalannya. Lebih jauh lagi, batasan fesyen halal menyentuh aspek moral dan etika melalui larangan tabarruj, yaitu gaya berhias yang berlebihan atau bertujuan menarik perhatian lawan jenis secara tidak pantas. Fesyen juga dibatasi oleh larangan terhadap pakaian syuhrah, yakni pakaian yang dikenakan demi kemasyhuran, kesombongan, atau untuk memamerkan kemewahan yang dapat menimbulkan kesenjangan sosial. Batasan yang paling tinggi adalah "pakaian takwa," di mana seluruh elemen estetika pakaian harus dibarengi dengan niat yang tulus untuk beribadah dan menjaga maruah diri karena Allah SWT. Dengan demikian, fesyen halal menjadi konsep yang holistik yang mengintegrasikan kepatuhan syariat, kualitas bahan, kebersihan, serta kesantunan perilaku dalam satu kesatuan.

B. Tren modest fashion berkembang dalam industri kreatif global dan apa faktor yang mendorongnya menjadi fenomena gaya hidup modern

Fenomena tren modest fashion yang tengah viral secara global saat ini ditandai dengan munculnya tren hijab street style. Dalam tren ini, hijab tidak lagi hanya dilihat sebagai simbol kesalehan agama, tetapi telah bertransformasi menjadi medium ekspresi diri yang dinamis dalam budaya populer urban. Gaya ini memadukan nilai-nilai religius dengan estetika modern seperti penggunaan *outerwear* longgar, *sneakers*, dan teknik layering yang dipopulerkan oleh para *influencer* di *platform* seperti Instagram dan TikTok. Secara global, industri ini telah menarik perhatian merek fesyen mewah dan ritel internasional yang mulai merilis koleksi khusus Muslimah, menandakan bahwa gaya

berpakaian santun telah diterima sepenuhnya dalam arus utama mode dunia. Di Indonesia sendiri, pertumbuhan ini didorong oleh pergeseran gaya hidup syariah yang masif, di mana kolaborasi desainer, pemanfaatan teknologi digital, dan dukungan ekosistem industri halal berhasil mengubah citra busana Muslim menjadi lebih modis, inklusif, dan memiliki nilai ekonomi tinggi.

Media sosial memang menjadi mesin utama yang mengubah wajah modest fashion. Melalui kurasi konten visual yang menarik, para influencer berhasil menciptakan narasi baru bahwa busana tertutup adalah pilihan gaya hidup modern yang berkelas. Hal ini membuat tren tersebut diadopsi secara luas oleh berbagai kalangan tanpa memandang latar belakang tertentu. Kehadiran media sosial tidak hanya memviralkan produk, tetapi juga meruntuhkan stereotip lama dan menggantinya dengan citra "kesalehan yang modis" (*fashionable piety*) yang sangat berpengaruh dalam industri mode dunia saat ini

Selain faktor estetika, kesadaran akan isu lingkungan dan etika produksi kini menjadi pendorong utama lainnya. Konsumen modern cenderung memilih merek yang transparan dan jujur mengenai proses pembuatannya. Menariknya, konsep "halal" dalam fesyen kini dimaknai secara lebih luas—tidak hanya sebatas menutup aurat, tetapi juga mencakup prinsip *thayyib* (kebaikan) dalam seluruh rantai pasoknya. Hal ini membuat modest fashion sangat selaras dengan gaya hidup berkelanjutan (*sustainable lifestyle*). Keduanya sama-sama menekankan pada produksi yang etis, penggunaan bahan ramah lingkungan, serta perlakuan adil terhadap pekerja. Dengan demikian, tren busana sopan ini hadir sebagai solusi gaya hidup yang bertanggung jawab sekaligus elegan di mata dunia.

C. pentingnya peran sertifikasi halal dalam menjamin integritas produk fesyen dan membangun kepercayaan konsumen di pasar saat ini

Sertifikasi halal memegang peranan krusial sebagai penjamin integritas produk fesyen dengan mengintegrasikan nilai religius ke dalam standar kualitas yang objektif dan terukur. Di tengah dominasi industri fast fashion yang sering kali mengabaikan aspek etis, sertifikasi ini hadir untuk memastikan bahwa seluruh rantai pasok mulai dari pemilihan bahan baku hingga proses produksi bebas dari unsur non-halal serta memenuhi prinsip *thayyib* yang mencakup kebersihan dan keamanan. Kehadiran label halal resmi dari

otoritas terkait berfungsi sebagai validasi pihak ketiga yang kuat untuk membangun kepercayaan konsumen, memberikan rasa tenang (*peace of mind*), dan meningkatkan loyalitas terhadap merek. Lebih dari sekadar pemenuhan aspek hukum Islam, sertifikasi ini menciptakan transparansi melalui sistem ketertelusuran (*traceability*) yang jelas, sehingga mampu mengubah persepsi konsumen terhadap fesyen santun menjadi sebuah produk yang tidak hanya estetik, tetapi juga bertanggung jawab secara moral dan memiliki daya saing tinggi di pasar global.

Implementasi nilai tersebut diwujudkan melalui proses sertifikasi yang sistematis untuk memastikan integritas syariah di seluruh lini produksi. Berdasarkan tinjauan literatur, prosedur ini dimulai dengan pemeriksaan ketat terhadap bahan baku, di mana produsen wajib memastikan bahwa kain, zat pewarna, hingga bahan pelengkap seperti kancing atau ritsleting bebas dari unsur haram maupun najis, seperti lemak babi atau produk turunan hewan yang tidak disembelih sesuai syariat. Selain pemilihan bahan, aspek kritical lainnya adalah audit fasilitas produksi guna menjamin tidak adanya kontaminasi silang selama proses pencucian, penjahitan, hingga pengemasan. Melalui konsep Halalan Thayyiban, sertifikasi ini menghubungkan kebutuhan gaya hidup modern dengan transparansi manajemen rantai pasok yang patuh pada regulasi otoritas.

Kepatuhan industri ini pun telah mendapatkan payung hukum yang kuat melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH). Pemerintah telah menyediakan wadah resmi melalui kolaborasi Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai regulator dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai pemegang otoritas fatwa. Sinergi ini memberikan kepastian hukum bahwa setiap produk bersertifikat telah melewati audit faktual yang dapat dipertanggungjawabkan secara hukum dan agama. Dengan adanya regulasi ini, sertifikasi halal bukan lagi sekadar label sukarela, melainkan kewajiban negara untuk memberikan perlindungan hakiki bagi masyarakat dalam menjalankan gaya hidup sesuai keyakinan, sekaligus menciptakan ekosistem industri yang lebih jujur.

Keamanan yang dijamin oleh negara ini diterapkan secara nyata melalui prinsip bersih dari hulu ke hilir. Sertifikat halal menjamin bahwa sterilitas produk terjaga di setiap titik, mulai dari pengadaan bahan mentah di tingkat hulu hingga sistem logistik di tahap

hilir agar produk tidak tercampur dengan bahan haram selama perjalanan menuju toko. Dengan pengawasan ketat dari auditor halal, tercipta sebuah ekosistem produksi yang transparan dan jujur. Hasil akhirnya, saat produk sampai di tangan konsumen, kualitasnya telah teruji secara menyeluruh; memberikan kepastian bahwa pakaian tersebut tidak hanya indah secara fisik, tetapi juga suci dan bersih sesuai kaidah halalan thayyiban.

D. Strategi pemasaran yang efektif untuk memperkenalkan dan memperluas jangkauan produk fesyen halal kepada target audiens yang lebih luas

Strategi pemasaran produk fesyen halal yang efektif saat ini sangat bergantung pada optimalisasi ekosistem digital melalui platform visual seperti Instagram dan TikTok. Konten estetik dan edukatif digunakan sebagai instrumen utama untuk membangun kesadaran merek sekaligus meruntuhkan batasan antara nilai religius dan tren modern. Pendekatan ini diperkuat dengan penerapan etika pemasaran syariah yang mengedepankan prinsip kejujuran (*Siddiq*) dan profesionalisme (*Fathanah*), sehingga informasi produk seperti detail bahan dan kualitas jahitan disampaikan secara transparan guna membangun loyalitas pelanggan. Melalui narasi estetika yang modern, produk tidak hanya ditampilkan secara fisik, tetapi dipasarkan sebagai solusi gaya hidup yang etis, ramah lingkungan, dan bertanggung jawab secara sosial.

Lebih dari sekadar strategi visual, efektivitas pemasaran fesyen halal kini terletak pada kemampuan merek untuk mengintegrasikan konsep Halal Lifestyle dengan gerakan Sustainable Fashion. Kolaborasi dengan influencer yang memiliki citra positif serta pemanfaatan promosi terpadu melalui marketplace global memungkinkan produk menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk generasi muda yang sangat peduli pada isu keberlanjutan. Dalam konteks ini, sertifikasi halal hadir sebagai validasi kualitas dan keamanan dari hulu ke hilir. Dengan menonjolkan jaminan kualitas tersebut, produsen dapat memposisikan fesyen halal sebagai pilihan yang elegan sekaligus bermoral di pasar global yang semakin kompetitif.

Transformasi ini mendorong lahirnya strategi *value-based* marketing yang menggeser paradigma label halal dari sekadar pemenuhan regulasi administratif menjadi simbol keunggulan kualitas universal. Sertifikasi halal kini diposisikan sebagai kurasi standar tinggi yang menjamin produk tidak hanya suci secara spiritual, tetapi juga unggul

secara material melalui pemilihan bahan baku premium yang bebas kontaminasi. Narasi yang dibangun adalah bahwa label halal identik dengan kebersihan total (*hygiene*) dan keamanan produk, yang menyasar audiens luas termasuk konsumen non-Muslim. Transparansi rantai pasok menjadi bentuk tanggung jawab moral perusahaan, sehingga label halal bertransformasi menjadi *luxury value* yang menawarkan ketenangan pikiran (*peace of mind*) bagi penggunanya.

Pergeseran strategi pemasaran tersebut selaras dengan analisis perilaku konsumen dalam ekonomi syariah, di mana meningkatnya daya beli masyarakat Muslim diiringi oleh kesadaran religius yang lebih selektif. Saat ini, konsumen Muslim tidak lagi melihat produk hanya sebagai komoditas, melainkan sebagai bagian dari identitas dan prinsip hidup. Hal ini memicu pergeseran ke arah segmen *Conscious Muslim Consumer* yang menuntut nilai tambah tinggi pada setiap produk. Dampaknya, tercipta loyalitas merek berbasis nilai (*Value-Based Loyalty*) yang kuat, di mana konsumen bersedia membayar lebih (*price premium*) untuk jaminan kebersihan dan etika produksi. Personalisasi gaya hidup ini, mulai dari *luxury modest wear* hingga *streetwear*, pada akhirnya mendorong terciptanya ekosistem ekonomi syariah yang lebih jujur, transparan, dan kompetitif di kancan internasional.

KESIMPULAN DAN SARAN

Fesyen halal merupakan konsep holistik yang menyatukan ketaatan syariat dengan kreativitas modern melalui prinsip menutup aurat, tidak transparan, dan menghindari tabarruj serta syuhrah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa tren modest fashion global telah bertransformasi menjadi gaya hidup modern yang didorong oleh media sosial dan keselarasan dengan isu keberlanjutan (*sustainability*). Sertifikasi halal berdasarkan UU Nomor 33 Tahun 2014 terbukti krusial sebagai penjamin integritas produk dari hulu ke hilir, yang memberikan *peace of mind* serta meningkatkan loyalitas konsumen. Selain itu, strategi pemasaran yang efektif ditemukan pada pemanfaatan ekosistem digital yang mengedepankan etika kejujuran dan transparansi rantai pasok sebagai nilai keunggulan kompetitif di pasar global.

Rekomendasi bagi pelaku industri adalah mengintegrasikan sertifikasi halal sebagai standar kualitas universal, sementara pemerintah perlu memperkuat edukasi mengenai

batasan syariat dalam berinovasi. Keterbatasan penelitian ini terletak pada penggunaan data sekunder, sehingga disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan studi empiris langsung terhadap pelaku industri fesyen halal di berbagai negara. Kajian mendatang juga perlu mendalami dampak ekonomi kewajiban sertifikasi halal terhadap daya saing UMKM di kancah internasional secara lebih mendalam.

DAFTAR REFERENSI

- Anas Malik. (2024). Analisis strategi promosi dalam meningkatkan jumlah pelanggan ladyfame shop di bandar lampung. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1, 122–132.
- Burta, F. S. (2018). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析* Title. 1, 430–439.
- Halal, I., & Indonesia, D. I. (2023). *Jemari : Jurnal Edukasi Mahasiswa Sunan Giri MENGGALI DAMPAK REVOLUSI MEDIA SOSIAL TERHADAP INDUSTRI HALAL DI INDONESIA Mega Oktaviany 1*, Fikri Zaeni Hasbalah 2. 57–67.
- Izzah, N. (2025). Hijab Street Style Ekspresi Modest Fashion Dan Komodifikasi Agama. *NIHAYAH: Journal of Islamic Studies*, 1(2), 142–157.
<https://doi.org/10.65802/nihayah.v1i2.13>
- Kepuasan, S., Terhadap, P., Aplikasi, P., Rs, S., Pmi, U. T. D., & Tangerang, K. (2025). *SURVEI KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PENGGUNA APLIKASI SIDONI RS UTD PMI KABUPATEN TANGERANG (Studi Di Rumah Sakit Wilayah Tangerang Raya)*. 31.
- Kusumah, D., & Ridwan, I. F. (2024). AL-AFKAR : Journal for Islamic Studies Optimalisasi Industri Fesyen Halal Berbasis Pesantren di Kota Tasikmalaya. : : *Https://Al-Afkar.Com P-ISSN*, 7(3), 1458–1472. <https://doi.org/10.31943/afkarjournal.v7i3.1054>. Optimization
- Maria, S., Rahmawaty, A., & Setiawan, E. (2026). *Optimalisasi Strategi Pemasaran Produk Halal Untuk Meningkatkan Daya Saing Pasar*. 4(4), 22531–22542.
- Nurhaliza, S., Zahra, P. A., Gazani, H., Faraby, M. E., Madura, U. T., & Timur, J. (2025). *KONSUMEN*. 2(1), 12–21.
- Pendidikan, U. (2025). *Alya.D.(2025). Halal Fashion sebagai Identitas dan Tren Global: Antara Syariat dan Komersialisasi . Prodi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam, Universitas Pendidikan Indonesia 1-14* .
- Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, I. I. J. (2024). *No Title 濟無No Title No Title No Title*. 2(12), 306–312.
- Satriawan, M. (2025). *Peran Sertifikasi Halal Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Volume Penjualan Produk Madu Pada Pt. Lembar Rimba Agri Lestari Palopo*. 77.
- Siliwangi, U., Siliwangi, U., & Siliwangi, U. (n.d.). *Halal Awareness Dalam Modest Wear : Studi Kritis Terhadap*. 08(02), 1–9.
- Widajantie, T., & Putri, S. Y. (2022). *robust Research Business and Economics Studies*. 3(2), 226–240.
<https://www.semanticscholar.org/paper/a89270ab54f7e7a2531585e3d60ec9dae384af6a>