

Analisis Hukum Ekonomi Syariah tentang Halal Fashion: Analisis Bibliometrik

Mutiara Alya Syakira *, Arif Rijal Anshori, Ifa Hanifia Senjiati

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

mutiaraalyasyakira@gmail.com, arijalanshori89@gmail.com, ifa.wahyudin@gmail.com

Abstract. The halal fashion industry has experienced rapid growth alongside increasing public awareness of the halal lifestyle and the development of the Islamic economy. This development is followed by the increasing number of scientific publications on halal fashion, Islamic fashion, and Islamic economic law and halal fashion. This study aims to analyze the trend of scientific publication development and to examine Islamic economic law on halal fashion based on bibliometric analysis. The research uses a qualitative method with a library research approach. Data were obtained from the Dimensions database for the period 2007–2026 and analyzed using bibliometric methods with the assistance of VOSviewer software. The results show that the trend of scientific publications on halal fashion increased by 59%, although it still fluctuated in several periods. The co-occurrence analysis identifies three main themes, namely halal fashion and halal lifestyle, consumer behavior, and halal industry development. From the perspective of Islamic Economic Law, the development of halal fashion research is related to normative, muamalah, and institutional dimensions, although studies specifically discussing Islamic Economic Law remain relatively limited.

Keywords: *Halal Fashion, Islamic Economic Law, Bibliometric Analysis.*

Abstrak. Industri *halal fashion* mengalami perkembangan yang pesat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup halal dan pertumbuhan ekonomi syariah. Perkembangan tersebut diikuti dengan meningkatnya publikasi ilmiah mengenai *halal fashion*, *Islamic fashion*, dan *Islamic economic law and halal fashion*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tren pengembangan publikasi ilmiah serta menganalisis hukum ekonomi syariah tentang halal fashion berdasarkan analisis bibliometrik. Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi pustaka (*library research*). Data diperoleh dari database Dimensions periode 2007–2026 dan dianalisis menggunakan metode bibliometrik dengan bantuan perangkat lunak VOSviewer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tren pengembangan publikasi ilmiah mengenai halal fashion mengalami peningkatan sebesar 59%, meskipun masih berfluktuasi pada beberapa periode. Analisis *co-occurrence* menunjukkan tiga tema utama, yaitu halal fashion dan gaya hidup halal, perilaku konsumen, serta pengembangan industri halal. Berdasarkan perspektif hukum ekonomi syariah, perkembangan penelitian *halal fashion* berkaitan dengan dimensi normatif, muamalah, dan kelembagaan, meskipun kajian yang secara khusus membahas hukum ekonomi syariah masih relatif terbatas.

Kata Kunci: *Halal Fashion, Hukum Ekonomi Syariah, Analisis Bibliometrik.*

A. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara dengan populasi muslim terbesar di dunia. Menurut Data Indonesia, pada tahun 2025 jumlah penduduk Indonesia yang beragama Islam mencapai 249 juta jiwa atau sekitar 87,14% dari total populasi nasional (Ridha Kusuma Perdana, 2025). Besarnya populasi muslim tersebut menuntut produk yang beredar di Indonesia memiliki sertifikasi halal (Magfiratun et al., 2025). Produk halal tidak hanya relevan dari sisi religius, tetapi juga penting dalam dimensi ekonomi, konsumsi, dan identitas sosial masyarakat. Perkembangan produk halal tidak lagi terbatas pada sektor makanan dan minuman, kosmetik, industri keuangan, maupun obat-obatan, tetapi telah meluas ke berbagai sektor, termasuk *fashion* yang kini menjadi bagian dari gaya hidup muslim modern atau dikenal dengan istilah *halal fashion* (Amal, 2023).

Secara konseptual, *halal fashion* dan *modest fashion* memiliki hubungan yang erat, meskipun keduanya memiliki penekanan yang berbeda. *Modest fashion* merujuk pada gaya berpakaian yang menekankan kesederhanaan dengan tetap memperhatikan nilai estetika dan keagamaan (Masnila & Sassi, 2025). Sementara itu, *halal fashion* tidak hanya merujuk pada pakaian yang memenuhi ketentuan syariat Islam dalam berpakaian, tetapi juga mencakup penggunaan bahan baku, proses produksi, penyimpanan, distribusi, hingga pemasaran yang selaras dengan prinsip-prinsip halal (Afiyah, 2024). Perkembangan *halal fashion* menjadikan busana muslim tidak lagi hanya berfungsi untuk memenuhi kewajiban menutup aurat, tetapi juga berkembang menjadi komoditas ekonomi yang didukung oleh meningkatnya literasi masyarakat terhadap produk halal, inovasi berbasis syariah, serta strategi *halal branding* (Cholifah, 2026).

Perkembangan industri halal yang semakin luas turut mendorong pertumbuhan sektor *halal fashion* sebagai bagian dari industri kreatif. *Halal fashion* tidak hanya dipahami sebagai kewajiban dalam menutup aurat, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi identitas, nilai budaya, dan tren global dalam gaya hidup muslim (Alya, 2025). Dalam beberapa tahun terakhir, industri *halal fashion* menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, ditandai dengan kenaikan sektor *modest fashion* sebesar 3,81% pada periode 2023–2024. Selain itu, Indonesia menempati peringkat pertama dunia dalam ekosistem *modest fashion* berdasarkan *State of the Global Islamic Economy (SGIE) Report 2024/2025* (Rana Setiawan, 2026). Perkembangan industri tersebut juga diikuti oleh meningkatnya publikasi ilmiah mengenai *halal fashion*. Berdasarkan data Dimensions dengan kata kunci "*halal fashion*", publikasi yang pada tahun 2016 hanya berjumlah satu artikel meningkat menjadi sekitar 22–35 publikasi per tahun pada periode 2023–2025 (*Dimensions*, n.d.).

Meningkatnya jumlah publikasi tersebut menunjukkan bahwa *halal fashion* menjadi salah satu topik yang semakin berkembang dalam kajian akademik. Namun, penelitian terdahulu masih lebih banyak membahas *halal fashion* dari perspektif perilaku konsumen, strategi pemasaran, dan gaya hidup muslim. Sementara itu, kajian bibliometrik yang secara khusus memetakan perkembangan penelitian *halal fashion* masih relatif terbatas. Beberapa penelitian bibliometrik sebelumnya hanya menggunakan satu kata kunci atau memiliki cakupan periode penelitian yang berbeda, sehingga belum memetakan perkembangan publikasi menggunakan kombinasi kata kunci *halal fashion*, *Islamic fashion*, dan *Islamic economic law and halal fashion* dalam satu analisis bibliometrik.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka masalah tersebut menarik untuk diteliti, bagaimana tren pengembangan publikasi ilmiah serta analisis hukum ekonomi syariah tentang *halal fashion*, *Islamic fashion*, dan *Islamic economic law and halal fashion* dalam analisis bibliometrik. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis tren pengembangan publikasi ilmiah tentang *halal fashion*, *Islamic fashion*, dan analisis hukum ekonomi syariah terhadap *halal fashion*.
2. Untuk menganalisis hukum ekonomi syariah tentang *halal fashion* berdasarkan analisis bibliometrik.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi pustaka (*library research*). Jenis data yang digunakan terdiri atas data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif diperoleh melalui analisis dokumen yang bersumber dari penelitian terdahulu, jurnal terpublikasi, artikel ilmiah, buku, serta literatur lain yang relevan untuk menginterpretasikan konsep

dan perkembangan penelitian mengenai *halal fashion*. Sementara itu, data kuantitatif diperoleh dari statistik deskriptif yang meliputi jumlah artikel, jumlah jurnal, jumlah penerbit (*publisher*), dan jumlah sitasi untuk menggambarkan pola serta tren perkembangan publikasi ilmiah mengenai *halal fashion*. Sumber data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari *database* ilmiah Dimensions melalui penelusuran publikasi menggunakan kombinasi kata kunci ("*halal fashion*" OR "*Islamic fashion*" OR ("*Islamic economic law and halal fashion*")) dengan operator Boolean OR. Data yang dikumpulkan berupa metadata publikasi yang meliputi judul artikel, nama penulis, tahun publikasi, jumlah sitasi, kata kunci (*keywords*), serta informasi bibliografis lainnya yang mendukung analisis bibliometrik.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi digital (*online database searching*). Proses pengumpulan data diawali dengan penelusuran *database* Dimensions pada ruang lingkup pencarian *Title and Abstract* dengan membatasi jenis publikasi pada kategori *article* dan rentang tahun publikasi 2007–2026 sehingga diperoleh 255 publikasi. Selanjutnya dilakukan penyaringan data menggunakan Microsoft Excel untuk mengidentifikasi dan menghapus publikasi yang terduplikasi sehingga jumlah publikasi menjadi 248 artikel. Metadata publikasi kemudian diekspor melalui fitur *Export Full XLSX – Excel* untuk tabulasi data dan *Export for Bibliometric Mapping* untuk proses analisis menggunakan perangkat lunak VOSviewer.

Metode analisis data menggunakan analisis bibliometrik dengan bantuan perangkat lunak VOSviewer. Analisis dilakukan melalui lima jenis analisis, yaitu *co-authorship*, *citation*, *bibliographic coupling*, *co-citation*, dan *co-occurrence*. Hasil analisis kemudian divisualisasikan dalam bentuk *network visualization*, *overlay visualization*, dan *density visualization* untuk mengidentifikasi pola hubungan, arah perkembangan, serta konsentrasi topik penelitian mengenai *halal fashion*, *Islamic fashion*, dan *Islamic economic law and halal fashion*. Tahapan penelitian meliputi pengumpulan data, penyaringan data, tabulasi data, analisis data, dan visualisasi data.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Temuan Tren Publikasi Ilmiah

Penelusuran data pada basis data Dimensions dilakukan menggunakan kombinasi kata kunci ("*halal fashion*" OR "*islamic fashion*" OR (*Islamic economic law and halal fashion*)) pada kolom pencarian *title and abstract*. Penelusuran dilakukan dengan membatasi jenis publikasi pada artikel (*article*), sehingga diperoleh sebanyak 255 publikasi dalam rentang tahun 2007–2026. Selanjutnya, dilakukan proses pemeriksaan (*data cleaning*) untuk mengidentifikasi publikasi yang muncul lebih dari satu kali akibat penggunaan kombinasi kata kunci. Hasil pemeriksaan menunjukkan terdapat 7 publikasi duplikat, sehingga publikasi tersebut dikeluarkan dari dataset. Dengan demikian, jumlah publikasi yang digunakan dalam analisis sebanyak 248 artikel. Perkembangan jumlah publikasi ilmiah berdasarkan dataset akhir tersebut selama periode 2007–2026 disajikan pada gambar berikut.



Gambar 1. Perkembangan Publikasi Ilmiah Tahun 2007-2026

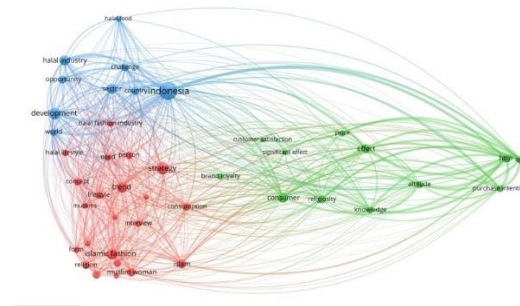
Berdasarkan Gambar 1, publikasi ilmiah mengenai *halal fashion*, *islamic fashion*, dan *Islamic economic law and halal fashion* pada basis data Dimensions selama periode 2007–2026 menunjukkan kecenderungan meningkat. Pada awal periode, jumlah publikasi masih relatif rendah dan berfluktuasi, kemudian mulai mengalami peningkatan sejak tahun 2022. Jumlah publikasi terus bertambah hingga mencapai puncaknya pada tahun 2025 sebanyak 54 artikel, kemudian tercatat sebanyak 15 artikel pada

tahun 2026. Selain itu, grafik juga menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,5933 atau 59,33%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa perubahan perkembangan riset tentang *halal fashion* selama kurun waktu 19 tahun menunjukkan peningkatan produktivitas artikel ilmiah sebesar 59%. Meskipun pada beberapa periode terjadi perlambatan produktivitas artikel ilmiah, secara keseluruhan peningkatan tersebut menunjukkan perkembangan yang signifikan. Dengan kata lain, para peneliti memiliki tingkat perhatian yang tinggi terhadap penelitian mengenai *halal fashion*, khususnya pada periode 2017–2025.

Analisis Co-Occurrence

Analisis *co-occurrence* dilakukan menggunakan perangkat lunak VOSviewer terhadap 248 publikasi yang diterbitkan selama periode 2007–2026. Analisis dilakukan menggunakan metode *text mining* dengan memanfaatkan data tahun, judul (*title*), dan abstrak (*abstract*) publikasi yang diperoleh dari basis data Dimensions. Metode *full counting* digunakan dengan jumlah minimum kemunculan istilah (*minimum number of occurrences of a term*) sebanyak 20 kali. Analisis *co-occurrence* bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan keterkaitan antaristilah (*terms*) berdasarkan frekuensi kemunculannya secara bersamaan dalam judul dan abstrak publikasi ilmiah. Hasil analisis kemudian disajikan dalam bentuk *network visualization* dan *density visualization*.

Network Visualization



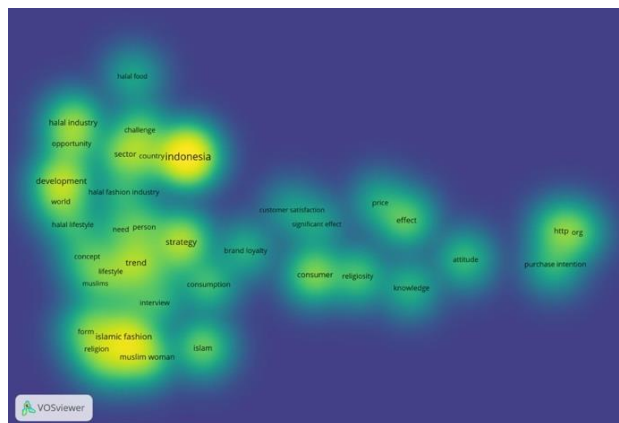
Gambar 2. Network Visualization Co-occurrence

Hasil analisis co-occurrence pada network visualization menunjukkan terdapat 43 istilah (items) yang memenuhi batas minimum kemunculan sebanyak 20 kali, kemudian dikelompokkan ke dalam tiga cluster dengan 731 link dan total link strength sebesar 16.799. Berdasarkan hasil network visualization, istilah-istilah tersebut dikelompokkan ke dalam tiga tema penelitian, yaitu halal fashion dan gaya hidup halal, perilaku konsumen, serta pengembangan industri halal, sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Kata Kunci Dominan

Cluster	Tema Penelitian	Kata Kunci Dominan
Cluster 1 (warna merah)	Halal Fashion, Gaya Hidup Halal	<i>Clothing, Concept, Consumption, Faith, Form, Halal Fashion Industry, Halal Lifestyle, Importance, Interview, Islam, Islamic Fashion, Islamic Law, Lifestyle, Muslim Woman, Muslims, Need, Paper, Person, Religion, Strategy, Trend, and Woman.</i>
Cluster 2 (warna hijau)	Perilaku Konsumen	<i>Attitude, Brand Loyalty, Consumer, Customer Satisfaction, Effect, http, Knowledge, org, Price, Purchase Intention, Religiosity, Significant Effect</i>
Cluster 3 (warna biru)	Pengembangan Industri Halal	<i>Challenge, Country, Development, Halal Food, Halal Industry, Indonesia, Opportunity, Sector, and World</i>

Density Visualization



Gambar 3. Density Visualization Co-occurrence

Berdasarkan hasil *density visualization*, terlihat bahwa istilah Indonesia, *Islamic fashion*, *muslim woman*, *trend*, dan *strategy* berada pada area dengan warna kuning yang paling dominan. Hal tersebut menunjukkan bahwa istilah-istilah tersebut merupakan topik yang paling sering muncul dan memiliki hubungan yang kuat dengan berbagai istilah lain dalam penelitian mengenai *halal fashion*. Dominasi istilah Indonesia mengindikasikan bahwa Indonesia menjadi salah satu konteks wilayah yang paling banyak dikaji dalam penelitian *halal fashion*, sedangkan kemunculan *Islamic fashion*, *muslim woman*, *trend*, dan *strategy* menunjukkan bahwa penelitian banyak berfokus pada perkembangan tren busana muslim, karakteristik konsumen muslim, serta strategi pengembangan *halal fashion*.

Analisis dan Pembahasan Tren Pengembangan Publikasi Ilmiah tentang Halal Fashion, Islamic Fashion, dan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Halal Fashion

Peningkatan jumlah publikasi mengenai *halal fashion*, *Islamic fashion*, dan *Islamic economic law and halal fashion* sejak tahun 2022 hingga mencapai puncaknya pada tahun 2025 menunjukkan bahwa perkembangan penelitian berjalan seiring dengan kemajuan industri *halal fashion*. Salah satu faktor yang mendorong peningkatan tersebut adalah keberhasilan Indonesia menempati peringkat pertama dunia pada sektor *modest fashion* dalam laporan *State of the Global Islamic Economy 2024/2025*. Kondisi ini menunjukkan bahwa semakin berkembangnya industri *halal fashion*, semakin besar pula perhatian para peneliti untuk mengkaji topik tersebut. Temuan ini juga sejalan dengan berbagai penelitian bibliometrik pada bidang industri halal yang menyatakan bahwa peningkatan publikasi ilmiah umumnya dipengaruhi oleh berkembangnya industri, meningkatnya permintaan pasar, serta dukungan regulasi terhadap sektor halal.

Meskipun demikian, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 59,33% menunjukkan bahwa pertumbuhan publikasi belum berlangsung secara konsisten dari tahun ke tahun. Jumlah publikasi masih mengalami kenaikan dan penurunan, terutama pada periode sebelum tahun 2022. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian mengenai *halal fashion*, *Islamic fashion*, dan hukum ekonomi syariah terhadap *halal fashion* masih berada pada tahap perkembangan. Menurut Ihsanul Ikhwan (Ikhwan, 2021), melalui analisis teks terhadap korpus penelitian halal, juga menyimpulkan bahwa *halal fashion* masih memerlukan lebih banyak penelitian dibandingkan topik makanan halal dan pariwisata halal yang telah berkembang lebih dahulu. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan adanya perkembangan yang positif. Dalam lima tahun terakhir pada tahun 2021-2025, jumlah publikasi terus meningkat sehingga dapat disimpulkan bahwa *halal fashion* mulai mendapat perhatian yang lebih besar dari kalangan akademisi dan berkembang menjadi salah satu bidang kajian yang semakin diminati.

Pertumbuhan publikasi yang belum sepenuhnya stabil juga dipengaruhi oleh cakupan kata kunci yang digunakan dalam penelitian ini. Penelusuran data menggunakan kombinasi tiga kata kunci, yaitu *halal fashion*, *Islamic fashion*, dan *Islamic economic law and halal fashion*, yang masing-masing mewakili bidang kajian yang berbeda. *Halal fashion* umumnya dikaji dari aspek industri, pemasaran, dan gaya hidup, *Islamic fashion* lebih banyak membahas nilai-nilai keislaman dan budaya berpakaian, sedangkan *Islamic economic law and halal fashion* berfokus pada perspektif hukum ekonomi syariah.

Perbedaan fokus kajian tersebut menyebabkan perkembangan publikasi pada masing-masing topik tidak berlangsung dengan laju yang sama. Sebagaimana akan dibahas pada bagian ketiga pembahasan ini, penelitian mengenai *halal fashion* masih didominasi oleh perspektif pemasaran dan budaya, sementara kajian yang membahasnya dari sudut pandang hukum ekonomi syariah jumlahnya masih relatif terbatas. Perbedaan intensitas perkembangan inilah yang turut menyebabkan tren pertumbuhan publikasi secara keseluruhan belum menunjukkan pola yang benar-benar konsisten.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa tren pengembangan publikasi ilmiah mengenai *halal fashion*, *Islamic fashion*, dan hukum ekonomi syariah terhadap *halal fashion* menunjukkan kecenderungan meningkat, terutama dalam lima tahun terakhir. Meskipun pertumbuhannya belum sepenuhnya stabil, peningkatan jumlah publikasi menunjukkan bahwa bidang kajian ini semakin mendapat perhatian akademisi seiring berkembangnya industri halal. Namun, perkembangan tersebut masih didominasi oleh kajian pemasaran, industri, dan budaya, sedangkan penelitian yang membahas *halal fashion* dari perspektif hukum ekonomi syariah masih relatif terbatas sehingga membuka peluang bagi penelitian lanjutan.

Hukum Ekonomi Syariah tentang Halal Fashion Berdasarkan Analisis Bibliometrik

Berdasarkan hasil analisis *co-occurrence* menggunakan VOSviewer terhadap 248 publikasi mengenai *halal fashion* periode 2007–2026, diperoleh 43 istilah (*items*) yang memenuhi ambang batas minimum kemunculan sebanyak 20 kali dan terbagi ke dalam tiga tema utama, yaitu *halal fashion* dan gaya hidup halal, perilaku konsumen dan strategi pemasaran halal, serta pengembangan industri halal. Pengelompokan tersebut menunjukkan bahwa perkembangan penelitian *halal fashion* tidak hanya berfokus pada aspek produk atau busana muslim semata, tetapi telah berkembang ke berbagai dimensi yang saling berkaitan, mulai dari implementasi nilai-nilai syariah dalam kehidupan masyarakat, perilaku ekonomi para pelaku pasar, hingga penguatan industri dan regulasi halal. Dengan demikian, hasil pemetaan bibliometrik memperlihatkan bahwa arah perkembangan penelitian *halal fashion* bersifat multidisipliner dan memiliki keterkaitan yang erat dengan ruang lingkup hukum ekonomi syariah.

Tema pertama, yaitu *halal fashion* dan gaya hidup halal, merupakan kelompok dengan jumlah istilah terbanyak yang mencakup *clothing*, *halal lifestyle*, *islam*, *islamic fashion*, *islamic law*, *muslim woman*, *religion*, *faith*, dan *lifestyle*. Pada kelompok ini, pembahasan tentang *halal fashion* berhubungan dengan etika berpakaian menurut nilai-nilai Islam dan hukum Islam.

Sorotan utama *halal fashion* dari segi gender merujuk pada gender perempuan atau wanita. Banyak penelitian yang meneliti tentang *halal fashion* bagi wanita. Selain itu, terdapat hubungan *halal fashion* dengan keyakinan dan agama. Hal ini menunjukkan bahwa tata cara berpakaian yang halal dan Islam sangat bergantung kepada keyakinan seseorang muslim. Misalnya dalam berpakaian bagi muslimah terdapat perbedaan praktik, seperti penggunaan jilbab atau khimar, serta cara mengenakan pakaian yang menutup hingga bagian dada atau hanya menutup aurat. Semua ini bergantung pada keyakinan seseorang menyakini ayat-ayat Al-Quran yang mengatur tentang *halal fashion* atau berpakaian.

Dari penjelasan ini maka dapat diidentifikasi untuk kelompok pertama bahwa kajian *halal fashion* berhubungan dengan :

1. Hukum Islam
2. Wanita / Perempuan
3. Keyakinan

Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, temuan ini mencerminkan bahwa *halal fashion* dipahami sebagai aktivitas ekonomi yang tidak terlepas dari ketentuan syariah mengenai kewajiban berpakaian sesuai prinsip menutup aurat, penggunaan bahan yang halal, serta pemenuhan nilai-nilai keislaman dalam aktivitas konsumsi.

Temuan tersebut diperkuat oleh hasil *density visualization* yang menunjukkan bahwa istilah Indonesia, *Islamic fashion*, *muslim woman*, *trend*, dan *strategy* memiliki tingkat kemunculan paling tinggi. Dominasi istilah Indonesia menunjukkan bahwa penelitian *halal fashion* banyak berkembang dalam konteks Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbesar dan salah satu pusat perkembangan industri *modest fashion*. Sementara itu, dominasi istilah *muslim woman* mengindikasikan bahwa perhatian penelitian lebih banyak diarahkan kepada perempuan muslim sebagai kelompok konsumen utama sekaligus pelaku yang merepresentasikan penerapan prinsip-prinsip syariah dalam berbusana. Dengan demikian, hasil bibliometrik menunjukkan bahwa *halal*

fashion diposisikan tidak hanya sebagai komoditas industri, tetapi juga sebagai bagian dari identitas keagamaan dan praktik kehidupan seorang muslim.

Tema kedua, yaitu perilaku konsumen dan strategi pemasaran halal, terdiri atas istilah seperti *attitude, consumer, purchase intention, religiosity, customer satisfaction, dan brand loyalty*. Kemunculan istilah-istilah tersebut menunjukkan bahwa perkembangan penelitian *halal fashion* banyak diarahkan pada perilaku konsumen muslim dalam mengambil keputusan pembelian serta strategi pemasaran yang digunakan oleh pelaku usaha. Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, fokus penelitian ini berkaitan dengan ruang lingkup muamalah, khususnya mengenai etika bisnis Islam, kejujuran dalam penyampaian informasi produk, perlindungan konsumen, dan pemenuhan hak-hak konsumen muslim terhadap produk yang sesuai dengan prinsip syariah.

Hal ini menunjukkan bahwa penelitian *halal fashion* tidak hanya memandang konsumen dari sisi ekonomi, tetapi juga mempertimbangkan dimensi religiusitas sebagai faktor yang memengaruhi aktivitas transaksi pembelian produk *halal fashion*. Religiusitas akan berhubungan dengan tingkat keyakinan yang tinggi seseorang muslim atau muslimah dalam memahami aturan berpakaian dalam Islam. Hal ini menunjukkan bahwa pakaian dalam Islam mengidentifikasikan etika atau perilaku seseorang. Pakaian akan menunjukkan etika atau perilaku seseorang. Namun, penelitian ini perlu diperkuat dengan penelitian lanjutan, karena banyak pula muslim dan muslimah yang berpakaian “*syar’i*” namun secara etika atau perilaku tidak menunjukkan hal yang sebenarnya. Namun demikian, pakai yang sesuai syariah Islam akan menjadi panduan seseorang muslim dan muslimah untuk berperilaku. Pakaian akan menahan dirinya untuk tidak berperilaku buruk dan jahat kepada orang lain.

Tema ketiga, yaitu pengembangan industri halal, memuat istilah seperti *halal industry, development, challenge, opportunity, Indonesia, dan sector*. Kelompok istilah tersebut menunjukkan bahwa perhatian penelitian mulai berkembang pada aspek kelembagaan, pengembangan industri, dan tantangan implementasi *halal fashion* dalam skala yang lebih luas. Dari perspektif hukum ekonomi syariah, tema ini berkaitan dengan penguatan regulasi, sertifikasi halal, serta sistem jaminan produk halal yang bertujuan memberikan kepastian hukum bagi produsen maupun konsumen. Kemunculan istilah *challenge* dan *opportunity* mengindikasikan bahwa penerapan prinsip halal pada industri *fashion* masih menghadapi berbagai tantangan, baik dari aspek rantai pasok, bahan baku, maupun standardisasi produk, sehingga diperlukan dukungan regulasi yang mampu menjamin terlaksananya prinsip-prinsip syariah secara lebih optimal.

Berdasarkan keseluruhan hasil analisis tersebut, dapat dipahami bahwa perkembangan penelitian *halal fashion* berdasarkan analisis bibliometrik menunjukkan keterkaitan yang kuat dengan tiga dimensi utama dalam hukum ekonomi syariah, yaitu dimensi normatif yang berkaitan dengan kepatuhan terhadap prinsip syariah dalam berpakaian, dimensi muamalah yang berkaitan dengan etika bisnis dan perlindungan konsumen, serta dimensi kelembagaan yang berkaitan dengan regulasi dan jaminan produk halal. Hasil ini menunjukkan bahwa *halal fashion* tidak hanya dipahami sebagai fenomena industri maupun tren gaya hidup, tetapi juga sebagai bagian dari implementasi nilai-nilai hukum ekonomi syariah dalam aktivitas ekonomi. Meskipun demikian, pemetaan bibliometrik juga memperlihatkan bahwa sebagian besar penelitian masih menempatkan hukum ekonomi syariah sebagai perspektif pendukung dalam kajian pemasaran, perilaku konsumen, dan pengembangan industri, sehingga penelitian yang secara khusus menjadikan hukum ekonomi syariah sebagai fokus utama analisis masih relatif terbatas.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa tren pengembangan publikasi ilmiah mengenai *halal fashion, Islamic fashion*, dan hukum ekonomi syariah terhadap *halal fashion* menunjukkan kecenderungan meningkat selama periode 2007–2026 sebesar 59%, meskipun mengalami fluktuasi pada beberapa tahun tertentu. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa penelitian *halal fashion* semakin berkembang sebagai bidang kajian yang memperoleh perhatian dari berbagai disiplin ilmu, terutama pemasaran, perilaku konsumen, ekonomi syariah, dan industri halal. Perkembangan ini dipengaruhi oleh meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap

produk halal, berkembangnya industri halal global, serta meningkatnya minat akademisi untuk mengkaji *halal fashion* dari berbagai perspektif.

Berdasarkan analisis hukum ekonomi syariah, penelitian mengenai *halal fashion* masih lebih banyak berorientasi pada aspek pemasaran dan gaya hidup dibandingkan aspek hukum ekonomi syariah. Hasil analisis bibliometrik menunjukkan bahwa pembahasan mengenai prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah, seperti keabsahan akad, kepatuhan terhadap prinsip syariah, perlindungan konsumen, serta pencapaian maqashid syariah, masih belum menjadi fokus utama dalam publikasi ilmiah karena kata kunci ini tidak muncul dalam pengolahan penelitian sebelumnya.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan rasa syukur dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT. atas segala nikmat iman, Islam, kesehatan, kemudahan, kekuatan, serta pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Kedua orang tua tercinta serta seluruh dosen dan staf Fakultas Syariah Universitas Islam Bandung yang telah memberikan ilmu, pengalaman, pelayanan, dan bantuan kepada penulis selama menjalani proses perkuliahan.

Daftar Pustaka

- Afiyah. (2024). Perkembangan Industri Halal Fesyen: Peluang dan Tantangan. *Tsarwah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 9, 27. <https://doi.org/https://doi.org/10.32678/tsarwah.v9i1.10401>
- Ajidin, Z. A., & Kuswanjono, A. (2025). Epistemologi Mulla Sadra dan Relevansinya dalam Pengilmuan Ekonomi Islam. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 173–182. <https://doi.org/10.29313/jres.v5i2.8000>
- Alya, D. (2025). *Halal Fashion sebagai Identitas dan Tren Global: Antara Syariat dan Komersialisasi*.
- Amal, M. A. (2023). Sinergitas Stakeholder Pengembangan Halal Fashion di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4572. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10106>
- Cholifah, I. C. I. (2026). Halal Industry Development in the Fashion Goods Sector in Indonesia. *ASEAN Journal of Halal Study*, 3(1), 1. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/ajhs.v3i1.49312>
- Dimensions. (n.d.). Retrieved April 18, 2026, from app.dimensions.ai
- Ikhwan, I. (2021). Text Analytic on Halal Research. *Journal of Islamic Economic Literatures*, 2(2). <https://doi.org/10.58968/jiel.v2i2.47>
- Magfiratun, S., Mujibatun, S., & Imron, A. (2025). Consumer Perception and Challenges of Halal Certification in the Food and Beverage Industry in Indonesia. *International Journal of Nusantara Islam*, 13(1), 153. <https://doi.org/10.15575/ijni.v13i1.46030>
- Masnila, M., & Sassi, K. (2025). Relevansi Surah An-Nur Ayat 31 Terhadap Konsep Modest Fashion: Perspektif Tafsir Maudu'i. *Hamalatul Qur'an: Jurnal Ilmu Alqur'an*, 6(2), 58. <https://doi.org/10.37985/hq.v6i2.568>
- Rana Setiawan. (2026, February 12). *Indonesia Peringkat 1 Modest Fashion Dunia, Ada PR Besar Bagi Industri Halal Berkelanjutan*. Mozaik Islam. mozaik.inilah.com
- Ridha Kusuma Perdana. (2025, September 1). *Data Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Agama pada Semester I/2025*. DataIndonesia.Id.
- Salwa, Z. A., Febriadi, S. R., & Dzulhijjah, L. (2025). Analisis Hukum Taflis dan Undang-Undang Nomor 37 Tahun 2004 terkait Gagal Bayar Tabungan Siswa. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 163–172. <https://doi.org/10.29313/jres.v5i2.8650>
- Septian Nugraha, Zaini Abdul Malik, & Neng Dewi Himayasari. (2024). Efektivitas Penyaluran Zakat Produktif Melalui Program Pemberdayaan Ekonomi dalam Meningkatkan Kesejahteraan Mustahik. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 31–38. <https://doi.org/10.29313/jres.v4i1.3666>