

Analisis VECM *Trade Openness* dan FDI terhadap Pertumbuhan Ekspor Halal ASEAN

Rika Sugiarti¹, Putri Lestari², Maulana Syarif Hidayatullah³

¹ Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma
rikasugiarti46@gmail.com, plestari.es@gmail.com, msyarif@staff.gunadarma.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Foreign Direct Investment (FDI)* dan *Trade Openness* terhadap ekspor produk halal di Indonesia dan Malaysia periode 2014–2023. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan data panel dan analisis *Vector Error Correction Model (VECM)* untuk menilai hubungan jangka pendek dan jangka panjang antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa FDI berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor produk halal dalam jangka panjang, sedangkan *Trade Openness* berpengaruh negatif dan signifikan. Pada jangka pendek, FDI berpengaruh negatif signifikan dan *Trade Openness* berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan. Uji kausalitas Granger menemukan hubungan satu arah dari Trade.

Kata Kunci: Ekspor Halal; Investasi Asing Langsung (*FDI*); Keterbukaan Perdagangan; ASEAN.

PENDAHULUAN

Perdagangan merupakan proses pertukaran barang maupun jasa dari satu wilayah ke wilayah lainnya yang timbul akibat perbedaan sumber daya yang dimiliki. Pada skala internasional, perdagangan terjadi karena adanya kebutuhan yang tidak dapat sepenuhnya dipenuhi oleh masing-masing negara (Sasabone and Widanta 2024). Perdagangan internasional memiliki peran strategis dalam mendorong peningkatan aktivitas ekonomi suatu negara, dan ekspor menjadi salah satu indikator utama untuk menilai kinerja sektor perdagangan. Ekspor produk halal menjadi salah satu sektor yang semakin diperhitungkan, seiring meningkatnya permintaan konsumen Muslim maupun non-Muslim terhadap produk yang terjamin kehalalan dan kualitasnya.

Menurut laporan The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC), populasi Muslim di dunia diperkirakan melebihi 2 miliar jiwa (RISCC 2025). Dalam laporan tersebut, negara anggota Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) memiliki total penduduk Muslim sekitar 271 juta jiwa. ASEAN merupakan negara-negara di kawasan Asia Tenggara yang menjalin kerja sama regional untuk mempererat kolaborasi di bidang ekonomi, perdagangan, serta sosial dan budaya (Fathoni, Musadieq, and Supriono 2017). Sejalan dengan hal tersebut, perkembangan pasar halal internasional memberikan peluang strategis bagi negara-negara produsen seperti ASEAN untuk meningkatkan daya saing sekaligus memperkuat kontribusi ekspor terhadap perekonomian nasional (Hendra and Fauziah 2023). Laporan *State of the Global Islamic Economy Report (SGIER) 2023/2024* menunjukkan bahwa Malaysia, Arab Saudi, dan Indonesia menempati posisi tiga besar dalam indeks ekosistem ekonomi Islam global dari 81 negara yang diukur, mencerminkan kemajuan signifikan dalam penguatan industri halal dan ekonomi syariah di kawasan Asia. Ketiga negara tersebut dinilai memiliki performa unggul dalam pengembangan sektor-sektor utama ekonomi Islam seperti makanan halal, keuangan syariah, pariwisata halal, kosmetik halal, serta farmasi halal. Untuk menggambarkan besarnya potensi pasar halal global, berikut disajikan data mengenai peluang konsumen produk halal.

Tabel 1. Peluang Konsumen Produk Halal Global

JENIS SEKTOR	PELUANG KONSUMEN	
	Laporan Tahun 2022 (USD, Miliar)	Prediksi 2027 (USD, Miliar)
Makanan Halal	1.400	1.890
Keuangan Syariah	3.960	5.940
Pariwisata Halal	133	174
Modest Fasion	318	428
Farmasi Halal	108	142
Kosmetik Halal	84	129
Media & Rekreasi	247	344

Sumber : State of the Global Islamic Economy Report (SGIR) 2023/2024

Berdasarkan Tabel 1.1, dapat dilihat bahwa permintaan konsumen terhadap produk halal menunjukkan prospek yang sangat besar dan terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pasar pangan halal menjadi salah satu sektor yang paling potensial dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, terutama melalui kontribusinya terhadap aktivitas ekspor. Di antara berbagai segmen ekonomi halal, sektor keuangan syariah dan makanan halal mendominasi porsi terbesar permintaan global. Kenaikan ini tidak terlepas dari bertambahnya populasi Muslim dunia, meningkatnya kesadaran konsumen terhadap kualitas dan keamanan produk, serta meluasnya sertifikasi halal yang kini tidak hanya menjadi standar keagamaan, tetapi juga jaminan mutu yang diakui secara internasional.

Beberapa negara di kawasan Asia Tenggara, khususnya Indonesia, Malaysia, dan Thailand, diproyeksikan memiliki kemampuan besar untuk menjadi pusat utama produksi sekaligus distribusi produk halal dunia. Ketiga negara tersebut memiliki keunggulan kompetitif berupa basis produksi yang kuat, dukungan infrastruktur sertifikasi halal yang komprehensif, serta tingginya permintaan domestik yang mendorong penguatan industri halal secara berkelanjutan. Peningkatan ekspor produk halal dari negara-negara ini tidak hanya berperan dalam memperkuat perekonomian nasional, tetapi juga meningkatkan daya saing kawasan ASEAN dalam perdagangan global, terutama dalam rantai pasok produk halal yang semakin terintegrasi.

Sejalan dengan besarnya potensi pasar halal global, penting untuk mengidentifikasi negara-negara yang saat ini mendominasi aktivitas ekspor produk halal, baik ke negara anggota Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) maupun ke pasar non-OKI. Pemetaan ini bermanfaat untuk melihat bagaimana posisi strategis negara-negara eksportir dalam lanskap perdagangan halal internasional. Informasi tersebut dapat membantu menjelaskan keunggulan kompetitif suatu negara, dinamika arus perdagangan global sektor halal, serta peluang bagi negara-negara berkembang seperti Indonesia untuk memperluas pangsa

pasarnya. Dengan memahami peta persaingan dan pola ekspor, negara dapat lebih tepat dalam menyusun kebijakan, meningkatkan kualitas produk, serta memperkuat rantai nilai halal secara berkelanjutan.

Tabel 2. Top 10 Eksportir ke OKI untuk Semua Kategori Produk Halal

Negara	Perdagangan 2022 (USD, Miliar)
China	31.81
India	26.37
Brasil	20.85
Amerika Serikat	20.76
Turki	16.34
Rusia	15.21
Perancis	15.02
Indonesia	13.38
Argentina	12.49
Australia	11.13

Sumber : State of the Global Islamic Economy Report (SGIER) 2023/2024

Berdasarkan tabel 1.2, Indonesia adalah satu-satunya negara ASEAN yang masuk dalam 10 besar eksportir produk halal ke OKI tahun 2022 dengan nilai perdagangan USD13.38 miliar. Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) merupakan organisasi internasional lintas negara yang menghimpun negara-negara berpenduduk mayoritas Muslim dan menempati peringkat kedua sebagai organisasi internasional dengan jumlah anggota terbanyak setelah Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) (Albar and Ratnasari 2022). Meskipun demikian, Indonesia masih tertinggal jauh dari China, India, dan Brazil yang secara konsisten menduduki posisi teratas. Ketiga negara tersebut memiliki kapasitas produksi industri yang jauh lebih besar, infrastruktur ekspor yang lebih kuat, serta kemampuan efisiensi yang tinggi dalam memenuhi pasar global. Namun, beberapa negara ASEAN tetap berkontribusi signifikan dalam daftar 10 negara dengan ekspor produk halal tertinggi di sektor tertentu, seperti Malaysia di sektor makanan halal, Vietnam di sektor fashion halal, serta Singapura di sektor kosmetik dan fashion halal (SGIER 2024). Hal ini menunjukkan bahwa ASEAN memiliki potensi besar dalam industri halal global, meskipun sebagian besar negara anggotanya belum masuk dalam daftar utama eksportir produk halal.

Dalam konteks pengembangan ekspor produk halal, keterbukaan perdagangan (*Trade Openness*) dan *Foreign Direct Investment* (FDI) menjadi dua faktor yang memiliki pengaruh penting bagi negara-negara ASEAN, khususnya Indonesia dan Malaysia. Dalam konteks Malaysia dan Indonesia, dua negara dengan populasi Muslim terbesar di kawasan ini, keterbukaan terhadap perdagangan internasional memungkinkan arus barang, jasa, dan teknologi yang lebih lancar sehingga meningkatkan daya saing produk halal di pasar global. Sementara itu, FDI berkontribusi melalui transfer modal, pengetahuan, dan teknologi yang mendukung peningkatan kualitas serta kapasitas produksi industri halal. Malaysia, dengan ekosistem ekonomi Islam yang sudah mapan, berhasil menarik FDI di sektor makanan, farmasi, dan kosmetik halal yang memperkuat ekspor produk berstandar syariah. Di sisi lain, Indonesia yang tengah memperkuat kebijakan ekonomi syariah dan memperluas pasar halal, juga diuntungkan oleh peningkatan keterbukaan perdagangan dan masuknya FDI sebagai pendorong ekspor halal nasional. Oleh karena itu, analisis terhadap hubungan antara *Trade Openness* dan FDI terhadap ekspor produk halal menjadi penting untuk memahami strategi peningkatan daya saing dan posisi kedua negara dalam rantai nilai global industri halal.

Melihat potensi besar tersebut, ASEAN perlu memanfaatkan momentum pertumbuhan pasar halal global yang terus meningkat. Namun, kontribusi ekspor produk halal dari negara-negara ASEAN masih menghadapi sejumlah tantangan struktural, seperti kurangnya harmonisasi standar halal antarnegara, keterbatasan teknologi produksi, minimnya riset dan inovasi, serta persaingan ketat dari negara non-ASEAN yang memiliki kemampuan produksi masif dan lebih efisien. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis secara mendalam faktor-faktor utama yang mempengaruhi ekspor halal, seperti tingkat keterbukaan perdagangan dan arus FDI, agar negara-negara ASEAN dapat merumuskan strategi yang tepat dalam meningkatkan daya saing global. Penguatan kolaborasi regional, peningkatan kualitas produk halal, dan integrasi rantai nilai antara negara-negara ASEAN menjadi langkah strategis untuk mendorong ASEAN tampil sebagai pusat industri halal dunia di masa depan. Melalui strategi yang tepat, ASEAN tidak hanya mampu memperluas pangsa pasar halal global, tetapi juga meningkatkan kontribusi sektor halal terhadap pertumbuhan ekonomi nasional dan regional.

Tujuan singkat penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh keterbukaan perdagangan dan investasi asing (FDI) terhadap ekspor produk halal di negara-negara ASEAN, khususnya Indonesia dan Malaysia, sebagai upaya memahami strategi peningkatan daya saing dalam pasar halal global.

KAJIAN LITERATUR

Produk halal merupakan produk yang dinyatakan sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Suatu produk dapat memperoleh status halal apabila telah melalui serangkaian tahapan yang disebut Proses Produk Halal (PPH). PPH mencakup kegiatan yang bertujuan menjamin kehalalan produk, mulai dari penyediaan bahan baku, proses pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, hingga tahap penjualan dan penyajian kepada konsumen (Dwi Nurhidayah, Amalia Nuril Hidayati, and Muhammad Alhada Fuadilah Habib 2022). Adanya jaminan halal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat, terutama konsumen Muslim, terhadap produk yang ditawarkan. Peningkatan kepercayaan ini pada akhirnya dapat memperluas permintaan pasar dan membuka peluang bagi produsen untuk menembus pasar internasional.

Kegiatan ekspor merupakan salah satu bentuk perdagangan internasional yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. Fluktuasi nilai ekspor dapat memengaruhi laju pertumbuhan ekonomi nasional (Tyas 2022). Dari sudut pandang ekonomi, kegiatan ekspor memberikan sejumlah manfaat, seperti peningkatan pendapatan negara, penambahan devisa, serta perluasan lapangan kerja (Widjajanto, Sutrisno, and Anita 2020). Selain itu, ekspor juga bertujuan untuk memperluas permintaan domestik, mendorong pertumbuhan perusahaan besar, dan menjaga stabilitas sosial serta politik suatu negara (Tampubolon, Hou, and Sakuntala 2024). Dengan demikian, ekspor berperan strategis dalam memperkuat perekonomian suatu negara melalui peningkatan daya saing produk di pasar global.

Untuk meningkatkan kinerja ekspor, negara berkembang seperti Indonesia dan Malaysia memerlukan dukungan tambahan modal dari luar negeri, salah satunya melalui investasi asing langsung atau *Foreign Direct Investment* (FDI) (Sulfiana and Sentosa 2021). FDI merupakan arus modal internasional di mana perusahaan dari suatu negara menanamkan modalnya dengan mendirikan atau memperluas usaha di negara lain. Keberadaan FDI memiliki peran penting dalam memperkuat daya saing komoditas, menjaga stabilitas nilai tukar, serta memengaruhi harga ekspor dalam suatu perekonomian (Alkautsar, Susetyo, and Yulianita 2023). Jenis investasi ini juga bersifat jangka panjang dan relatif stabil dalam menghadapi dinamika ekonomi global, sehingga mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan peningkatan perdagangan internasional (Tyas 2022).

Keterkaitan antara perdagangan internasional, ekspor, dan investasi asing dapat dijelaskan melalui teori perdagangan Heckscher-Ohlin. Teori ini berpendapat bahwa dalam sistem perdagangan bebas, negara berkembang sebaiknya berspesialisasi dalam produksi barang-barang padat karya serta mengekspor komoditas yang memiliki faktor produksi berlimpah dan berbiaya rendah, seperti tenaga kerja dan sumber daya alam. Sebaliknya, negara maju akan lebih unggul dalam memproduksi barang-barang padat modal (Siregar and Hasbi 2023). Berdasarkan pandangan tersebut, negara seperti Indonesia dan Malaysia dapat memanfaatkan keunggulan faktor produksi yang dimiliki, termasuk potensi besar pada sektor produk halal, guna memperkuat posisi dalam perdagangan global melalui peningkatan ekspor dan penyerapan investasi asing.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan data panel yang bersumber dari data sekunder World Bank selama periode 2014–2023. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran empiris yang objektif mengenai hubungan antarvariabel ekonomi dari waktu ke waktu. Objek penelitian mencakup dua negara di kawasan ASEAN, yaitu Indonesia dan Malaysia, yang dipilih karena keduanya merupakan negara dengan perkembangan industri halal yang pesat serta menjadi pusat pertumbuhan ekonomi syariah di Asia Tenggara. Variabel utama yang dianalisis meliputi *Foreign Direct Investment* (FDI), *Trade Openness* (TO), dan ekspor produk halal, dengan seluruh data disajikan dalam bentuk data tahunan (annual data) agar mampu menangkap perubahan struktur ekonomi secara lebih stabil.

Metode analisis yang digunakan adalah *Vector Error Correction Model* (VECM), yang dianggap paling tepat untuk penelitian ini karena mampu mengidentifikasi hubungan jangka pendek dan jangka panjang antarvariabel yang saling berinteraksi. VECM juga memungkinkan peneliti untuk memahami dinamika penyesuaian ketika terjadi deviasi menuju keseimbangan jangka panjang. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak EViews 12 untuk memastikan akurasi hasil estimasi serta konsistensi perhitungan.

Tahapan analisis dalam penelitian ini meliputi analisis deskriptif untuk memetakan karakteristik awal masing-masing variabel, uji stasioneritas data untuk memastikan kestabilan varian waktu, serta penentuan panjang lag optimal yang diperlukan untuk menemukan struktur hubungan terbaik dalam model. Selanjutnya dilakukan uji stabilitas VAR untuk memastikan model tidak mengalami eksplosivitas, uji kausalitas Granger untuk melihat arah hubungan sebab-akibat antarvariabel, serta uji kointegrasi guna mengidentifikasi apakah terdapat kesetimbangan jangka panjang di antara variabel FDI, *Trade Openness*, dan ekspor produk halal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap awal dalam penelitian ini adalah melakukan analisis deskriptif untuk melihat karakteristik umum dari setiap variabel sebelum memasuki tahap pengujian ekonometrika. Analisis deskriptif penting dilakukan karena memberikan gambaran awal mengenai pola distribusi data, tingkat variasi, serta kecenderungan pergerakan variabel selama periode penelitian. Hasil analisis deskriptif ditampilkan pada tabel berikut dan menjadi dasar untuk memahami bagaimana setiap variabel berperilaku di Indonesia dan Malaysia sepanjang tahun 2014–2023:

Tabel 3. Hasil Analisis Deskriptif

Stan. Deskriptif	Y (Ekspor Produk Halal)	X1 (FDI)	X2 (Trade Openness)
Mean	16.7177	0.0248	0.8600
Median	16.8202	0.0226	0.8243
Maximum	17.3898	0.0541	1.4650
Minimum	16.1136	0.0048	0.3297
Std. Dev.	0.4128	0.0112	0.4685

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel ekspor produk halal (Y) memiliki nilai rata-rata sebesar 16,7177 dengan standar deviasi 0,4128. Nilai ini menunjukkan bahwa pergerakan ekspor produk halal relatif stabil pada periode penelitian di Indonesia dan Malaysia. Stabilitas tersebut dapat dikaitkan dengan meningkatnya permintaan global terhadap produk halal serta dukungan kebijakan pemerintah dalam pengembangan industri halal di kedua negara.

Untuk variabel *Foreign Direct Investment* (FDI) (X1), nilai rata-rata tercatat sebesar 0,0248 dengan standar deviasi 0,0112. Angka ini menunjukkan adanya fluktuasi yang cukup moderat dalam arus masuk FDI selama periode penelitian. Fluktuasi tersebut sangat mungkin dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal seperti perlambatan ekonomi global, gejolak harga komoditas, perubahan suku bunga internasional, serta perkembangan geopolitik global. Faktor internal seperti stabilitas politik, perubahan regulasi investasi, dan daya tarik industri halal bagi investor asing juga berperan dalam menentukan besaran FDI yang masuk ke Indonesia dan Malaysia. Dengan demikian, pergerakan FDI menunjukkan dinamika yang lebih sensitif terhadap perkembangan situasi global dan nasional.

Sementara itu, variabel *Trade Openness* (X2) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,8600 dengan standar deviasi 0,4685, menandakan adanya variasi yang cukup besar dalam tingkat keterbukaan perdagangan antarperiode. Variasi ini dapat disebabkan oleh dinamika kebijakan perdagangan internasional, pergerakan nilai tukar, serta perubahan aktivitas ekspor-impor selama periode penelitian. Secara keseluruhan, hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa ekspor produk halal cenderung stabil, sedangkan FDI dan *Trade Openness* mengalami fluktuasi. Kondisi ini mengindikasikan bahwa faktor kebijakan nasional serta situasi ekonomi global berperan penting dalam memengaruhi perkembangan masing-masing variabel di kedua negara.

Secara keseluruhan, hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa ekspor produk halal cenderung stabil sepanjang periode penelitian, sedangkan variabel FDI dan *Trade Openness* mengalami fluktuasi yang lebih nyata. Perbedaan karakteristik tersebut mencerminkan bahwa sektor ekspor halal sudah berada pada jalur pertumbuhan yang cukup konsisten, sementara arus investasi asing dan keterbukaan perdagangan lebih dipengaruhi oleh dinamika makroekonomi global maupun kebijakan domestik. Dengan demikian, analisis deskriptif ini memberikan landasan penting dalam memahami hubungan jangka pendek dan jangka panjang antarvariabel pada tahap analisis selanjutnya.

Tahap berikutnya dalam penelitian ini adalah melakukan uji stasioneritas data untuk memastikan bahwa setiap variabel tidak mengandung akar unit (unit root). Uji ini sangat penting karena model VECM hanya dapat digunakan jika variabel yang dianalisis memiliki sifat stasioner atau menjadi stasioner setelah dilakukan proses diferensiasi. Untuk itu, penelitian ini menggunakan Unit Root Test dengan metode *Augmented Dickey-Fuller* (ADF) sebagai alat untuk mengidentifikasi apakah data memiliki varian yang konstan dari waktu ke waktu serta tidak menunjukkan pola tren yang kuat. Melalui pengujian ini, dapat diketahui apakah data berada pada kondisi yang valid dan stabil untuk diolah ke tahap analisis selanjutnya.

Tabel 4. Hasil Uji Stasioner

Variabel	Level	First Difference
	Prob.	Prob.
Ekspor Produk Halal (Y)	0.0712	0.0287
FDI (X1)	0.0075	0,0228
Trade Openness (X2)	0.0030	0,0005

Berdasarkan hasil uji ADF pada tingkat level, ditemukan bahwa variabel ekspor produk halal (Y) belum bersifat stasioner karena nilai probabilitasnya lebih besar dari 0,05. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa variabel ini masih dipengaruhi oleh tren atau fluktuasi jangka panjang sehingga belum memenuhi syarat untuk digunakan dalam model VECM. Sebaliknya, variabel FDI dan *Trade Openness* menunjukkan nilai probabilitas di bawah 0,05 pada tingkat level, sehingga keduanya dinyatakan sudah stasioner tanpa perlu diferensiasi tambahan.

Selanjutnya, untuk menyamakan derajat integrasi seluruh variabel, dilakukan uji ulang pada tingkat *first difference*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel, termasuk ekspor produk halal, memiliki nilai probabilitas di bawah ambang batas 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel telah memenuhi syarat stasioneritas pada tingkat differensi pertama. Kondisi ini memastikan bahwa ketiga variabel tersebut layak digunakan dalam analisis lanjutan menggunakan *Vector Error Correction Model* (VECM), yang mensyaratkan variabel berada pada integrasi yang sama namun tetap menunjukkan adanya hubungan jangka panjang melalui proses kointegrasi.

Setelah seluruh variabel dinyatakan stasioner pada tingkat *first difference*, tahap selanjutnya adalah menentukan lag optimal yang akan digunakan dalam model. Penentuan lag ini sangat penting karena jumlah lag yang tepat memastikan bahwa dinamika hubungan antarvariabel dapat tercermin secara akurat dalam model VECM. Jika lag yang dipilih terlalu sedikit, informasi penting dari periode sebelumnya dapat terabaikan, sedangkan lag yang terlalu banyak dapat menyebabkan overfitting dan mengurangi efisiensi model.

Untuk menentukan lag terbaik, penelitian ini menggunakan beberapa kriteria informasi, salah satunya Akaike Information Criterion (AIC) sebagai acuan utama. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh bahwa lag optimal adalah lag 1, yang ditunjukkan oleh nilai AIC paling kecil dibandingkan alternatif lag lainnya. Pemilihan lag 1 ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel ekspor produk halal (Y), FDI (X1), dan *Trade Openness* (X2) lebih tepat dianalisis dengan mempertimbangkan satu periode sebelumnya. Dengan kata lain, dinamika ketiga variabel tersebut menunjukkan bahwa perubahan yang terjadi pada periode sebelumnya sudah cukup menjelaskan perubahan pada periode saat ini, sehingga lag 1 menjadi pilihan yang paling efisien untuk digunakan dalam model VECM.

Sebagai langkah lanjutan dari penentuan lag optimal, dilakukan uji stabilitas model VAR untuk memastikan bahwa model yang digunakan benar-benar memenuhi syarat kelayakan secara statistik sebelum masuk ke tahap analisis yang lebih mendalam. Uji stabilitas ini penting karena model VAR hanya dapat memberikan hasil yang reliabel apabila seluruh akar karakteristiknya berada di dalam unit circle. Apabila terdapat akar yang berada di luar batas tersebut, maka model dianggap tidak stabil dan hasil estimasinya berpotensi bias serta tidak dapat digunakan untuk keperluan peramalan maupun analisis hubungan dinamis antarvariabel. Hasil uji stabilitas tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Tabel 5. Hasil Uji Stabilitas

Root	Modulus
0.029638 - 0.783114i	0.783675
0.029638 + 0.783114i	0.783675
-0.397212	0.397212

Berdasarkan hasil uji stabilitas yang ditampilkan pada gambar, terlihat bahwa seluruh nilai modulus berada di bawah angka satu dan tidak ditemukan adanya akar yang berada di luar unit circle. Kondisi ini menunjukkan bahwa model VAR berada dalam keadaan stabil secara struktural, sehingga layak digunakan dalam menganalisis hubungan jangka pendek maupun jangka panjang antara variabel ekspor produk halal (Y), *Foreign Direct Investment* (FDI) (X1), dan *Trade Openness* (X2). Dengan terpenuhinya syarat stabilitas ini, hasil estimasi yang dihasilkan oleh model dapat diinterpretasikan dengan akurat serta mencerminkan dinamika yang terjadi pada data sesungguhnya.

Setelah memastikan stabilitas model, analisis dilanjutkan dengan uji kausalitas Granger untuk mengidentifikasi arah hubungan dan pengaruh antarvariabel. Uji ini penting karena mampu menunjukkan apakah suatu variabel dapat digunakan sebagai prediktor bagi variabel lainnya dari sudut pandang hubungan jangka pendek. Berdasarkan hasil uji kausalitas Granger, ditemukan beberapa hasil penting sebagai berikut:

1. *Trade Openness* terbukti memiliki hubungan kausal satu arah terhadap Ekspor Produk Halal dengan nilai probabilitas sebesar $0,017 < 0,05$. Temuan ini menjelaskan bahwa peningkatan keterbukaan perdagangan dapat mendorong ekspor produk halal baik di Indonesia maupun Malaysia. Hal ini logis karena negara dengan tingkat keterbukaan perdagangan yang tinggi cenderung memiliki akses pasar internasional yang lebih luas, aturan perdagangan yang lebih fleksibel, serta tingkat integrasi ekonomi yang semakin kuat.
2. Ekspor Produk Halal tidak memiliki pengaruh kausal terhadap *Trade Openness* (probabilitas $0,585 > 0,05$). Artinya, meskipun ekspor produk halal meningkat, kondisi ini belum cukup kuat untuk memperluas tingkat keterbukaan perdagangan. Dengan kata lain, kontribusi sektor halal terhadap struktur perdagangan nasional masih belum dominan.
3. *Trade Openness* juga ditemukan memiliki pengaruh signifikan terhadap FDI (probabilitas $0,033 < 0,05$). Semakin terbuka suatu negara terhadap perdagangan internasional, semakin besar kemungkinan masuknya investasi asing langsung (FDI).
4. FDI tidak memiliki hubungan kausal terhadap *Trade Openness* (probabilitas $0,918 > 0,05$). Ini menunjukkan bahwa peningkatan FDI belum mampu mendorong keterbukaan perdagangan secara signifikan, kemungkinan karena investasi asing yang masuk lebih berorientasi pada sektor-sektor tertentu yang tidak secara langsung mendorong liberalisasi perdagangan.
5. Tidak ditemukan hubungan kausal dua arah antara FDI dan Ekspor Produk Halal (probabilitas $0,162$ dan $0,0651 > 0,05$). Kondisi ini dapat disebabkan oleh masih terbatasnya aliran investasi

asing yang diarahkan ke sektor industri halal, sehingga kontribusi FDI terhadap ekspor halal belum optimal.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan kausal satu arah dari *Trade Openness* menuju Ekspor Produk Halal dan FDI. Temuan ini menegaskan bahwa keterbukaan perdagangan memainkan peran strategis dalam meningkatkan daya saing ekspor halal serta menarik investasi asing, sehingga menjadi salah satu faktor yang perlu diperkuat oleh pemerintah Indonesia dan Malaysia dalam mengembangkan industri halal secara berkelanjutan.

Selain itu, untuk menganalisis keterkaitan jangka panjang antarvariabel, dilakukan uji kointegrasi menggunakan metode Johansen. Hasil Johansen Cointegration Test (Trace) menunjukkan adanya tiga hubungan kointegrasi yang signifikan antara variabel FDI, *Trade Openness*, dan ekspor produk halal (Prob. < 0,05). Artinya, ketiga variabel tersebut memiliki hubungan jangka panjang yang stabil, di mana peningkatan keterbukaan perdagangan dan investasi asing secara berkelanjutan dapat berkontribusi terhadap pertumbuhan ekspor produk halal di kedua negara tersebut.

Setelah seluruh tahapan pengujian awal terpenuhi, analisis dilanjutkan dengan pengujian hipotesis menggunakan metode *Vector Error Correction Model* (VECM) untuk melihat hubungan jangka pendek dan jangka panjang antarvariabel. Berikut hasil analisis jangka panjang:

1. FDI (*Foreign Direct Investment*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor produk halal dengan koefisien sebesar 144,934 dan nilai *t-statistic* 6,46 (> 1,96). Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan aliran investasi asing langsung berkontribusi terhadap peningkatan ekspor produk halal dalam jangka panjang. Temuan ini menegaskan bahwa FDI tidak hanya berperan sebagai sumber pendanaan, tetapi juga berfungsi sebagai katalisator dalam memperkuat daya saing industri halal di pasar global.

FDI merupakan salah satu sumber modal penting bagi negara berkembang karena mampu memberikan kontribusi besar terhadap pembangunan ekonomi melalui transfer aset, manajemen, serta teknologi yang mendorong perekonomian negara (Widjajanto, Sutrisno, and Anita 2020). Masuknya investasi asing membantu meningkatkan kapasitas produksi, memperluas akses ke pasar internasional, dan menaikkan standar kualitas industri halal di Indonesia dan Malaysia. Selain itu, investor asing umumnya membawa keunggulan berupa teknologi modern dan jaringan distribusi global yang memperkuat posisi ekspor produk halal di pasar dunia.

Sejalan dengan pendapat Pacheco-López (2005), kehadiran perusahaan multinasional dapat mendorong promosi ekspor sehingga volume ekspor suatu negara meningkat. Aliran investasi ini diharapkan dapat mempercepat pembangunan ekonomi domestik, meningkatkan output nasional, serta berdampak pada kesejahteraan masyarakat. FDI juga memiliki efek jangka panjang yang relatif stabil terhadap perekonomian karena sifatnya yang tahan terhadap fluktuasi ekonomi global (Tyas 2022).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tyas (2022), Widjajanto et al. (2020), Hotsawadi & Widyastutik (2020), dan Asta & Saputra (2020), yang sama-sama menyimpulkan bahwa FDI berperan signifikan dalam meningkatkan ekspor.

2. *Trade Openness* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ekspor produk halal dengan koefisien sebesar -27,046 dan nilai *t-statistic* -7,27 (< -1,96). Hal ini berarti bahwa peningkatan keterbukaan perdagangan justru menyebabkan penurunan ekspor produk halal. Temuan tersebut menggambarkan bahwa semakin terbuka suatu negara terhadap perdagangan internasional, semakin besar pula potensi masuknya produk halal impor dengan daya saing yang lebih tinggi, sehingga menekan kinerja ekspor produk halal domestik.

Kondisi ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain kualitas produk halal nasional yang belum sepenuhnya memenuhi standar global, ketergantungan terhadap bahan baku impor, serta efisiensi produksi yang masih rendah. Keterbukaan perdagangan tanpa kesiapan sektor industri halal domestik berpotensi memperbesar tekanan terhadap produsen lokal dalam menghadapi persaingan internasional.

Fenomena tersebut terlihat pada periode 2020–2023, ketika Indonesia mengalami peningkatan impor produk halal, terutama makanan dan minuman, dari negara seperti Tiongkok dan Thailand. Pada saat yang sama, ekspor produk halal dalam sektor makanan olahan dan kosmetik mengalami penurunan. Malaysia juga menghadapi kondisi serupa, dengan melemahnya ekspor bersih produk halal akibat persaingan ketat dari negara-negara Timur Tengah yang telah memposisikan diri sebagai pusat ekspor halal dunia. Hal ini memperkuat bukti bahwa keterbukaan perdagangan tanpa kesiapan dan peningkatan daya saing industri domestik justru dapat menghambat pertumbuhan ekspor.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Christina & Budiningsih (2025), yang juga menemukan bahwa peningkatan keterbukaan perdagangan dapat berdampak negatif terhadap kinerja ekspor.

Berikut hasil analisis jangka pendek:

1. FDI (*Foreign Direct Investment*) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ekspor produk halal dalam jangka pendek, dengan koefisien -7.907 dan nilai t -statistic -1.519 (< 1.96). Hasil ini menunjukkan bahwa perubahan FDI pada periode sebelumnya belum mampu memberikan dorongan langsung terhadap peningkatan ekspor produk halal dalam horizon waktu yang pendek. Kondisi seperti ini umum terjadi di negara berkembang, termasuk Indonesia dan Malaysia. Manfaat FDI biasanya tidak dirasakan secara langsung karena membutuhkan waktu untuk membangun fasilitas produksi, melakukan transfer teknologi, dan mengintegrasikan rantai pasok ekspor.

Selain itu, literatur menunjukkan bahwa meskipun FDI dapat memperkuat teknologi dan kapasitas produksi, masuknya perusahaan asing sering menimbulkan tekanan kompetitif terhadap pelaku usaha kecil. Cupian et al. (2024) menemukan bahwa pelaku usaha kecil di negara berkembang berpotensi mengalami penurunan pendapatan akibat ketatnya persaingan dengan perusahaan multinasional yang memiliki efisiensi dan sumber daya lebih besar. Fenomena ini semakin menjelaskan mengapa ekspor halal tidak langsung meningkat pada jangka pendek, karena struktur industri domestik belum sepenuhnya mampu beradaptasi terhadap dinamika FDI.

Temuan ini juga sejalan dengan studi (Dinh et al. 2019), yang menunjukkan bahwa arus FDI di negara berkembang umumnya bersifat kontraktif dalam jangka pendek sebelum memberikan manfaat pada periode jangka menengah hingga panjang. Hal ini sangat relevan pada negara Indonesia dan Malaysia sebagai dua negara ASEAN yang tengah memperkuat posisinya dalam industri halal global. Di Indonesia, masuknya FDI sering memerlukan waktu untuk beradaptasi dengan kondisi industri domestik yang masih menghadapi berbagai kendala, seperti efisiensi produksi yang belum optimal, keterbatasan teknologi, dan integrasi rantai pasok yang belum sepenuhnya terstandarisasi. Proses penyesuaian ini membuat dampak positif FDI terhadap ekspor termasuk ekspor produk halal belum dapat dirasakan secara langsung dalam horizon waktu yang pendek.

Sementara itu, Malaysia yang telah lebih maju dalam infrastruktur industri halal juga menghadapi dinamika serupa. Meskipun ekosistem halalnya relatif matang, manfaat FDI tetap

memerlukan proses internalisasi melalui peningkatan kapasitas, adaptasi teknologi, dan penguatan kolaborasi antara perusahaan lokal dan investor asing. Dengan demikian, baik Indonesia maupun Malaysia menunjukkan pola yang konsisten dengan teori bahwa FDI memerlukan periode adaptasi sebelum mampu berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan ekspor halal. Secara keseluruhan, hasil ini menegaskan bahwa kesiapan industri domestik menjadi faktor kunci dalam menentukan kecepatan transformasi FDI menjadi output ekspor di dua negara tersebut.

2. *Trade Openness* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap ekspor produk halal dalam jangka pendek, yang ditunjukkan oleh koefisien sebesar -0.254 dengan nilai t-statistic -0.222 (< 1.96). Artinya, perubahan tingkat keterbukaan perdagangan belum memberi dampak langsung terhadap ekspor produk halal. Hal ini dapat terjadi karena peningkatan keterbukaan perdagangan membutuhkan adaptasi industri, kesiapan pelaku usaha, dan aktivitas ekspor yang tidak langsung berubah secara cepat dalam jangka pendek.

Fenomena ini wajar terjadi pada negara berkembang seperti Indonesia dan Malaysia, di mana peningkatan *Trade Openness* sering kali belum segera memperluas ekspor, terutama untuk komoditas spesifik seperti produk halal. Dalam jangka pendek, pelanggaran hambatan perdagangan atau peningkatan akses pasar biasanya diikuti oleh masuknya barang impor lebih cepat dibandingkan kemampuan industri domestik untuk memperluas kapasitas produksinya. Situasi ini dapat menyebabkan industri dalam negeri, khususnya pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) sektor halal, menghadapi tekanan kompetitif yang lebih kuat sebelum mereka dapat memanfaatkan peluang ekspor secara optimal.

Selain itu, produk halal memiliki rantai pasok yang kompleks meliputi sertifikasi halal, pemenuhan standar kualitas internasional, pengawasan bahan baku, hingga kepatuhan regulasi sehingga respons ekspor terhadap perubahan kebijakan keterbukaan perdagangan cenderung membutuhkan waktu lebih lama. Artinya, walaupun *Trade Openness* memberikan peluang pasar yang lebih luas, manfaatnya baru dapat dirasakan ketika kapasitas produksi, kualitas produk, dan integrasi rantai nilai global telah lebih matang.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Putra et al. (2022) yang menjelaskan bahwa keterbukaan perdagangan dalam jangka pendek justru berdampak negatif terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hasil tersebut menggambarkan bahwa manfaat *Trade Openness* tidak dapat dirasakan secara langsung karena cenderung memiliki sifat tertunda (*lagging effect*). Kondisi ini semakin relevan mengingat kedua negara masih berada dalam tahap penguatan kapasitas industri halal, baik dari sisi kualitas produksi, pemenuhan sertifikasi internasional, maupun integrasi rantai nilai global. Keterbukaan perdagangan yang meningkat seringkali diikuti oleh masuknya produk impor yang memiliki daya saing lebih tinggi, sehingga pelaku industri halal domestik belum mampu merespons peluang ekspor secara cepat.

Selain itu, sektor halal di kedua negara memiliki karakteristik rantai pasok yang kompleks dan memerlukan standarisasi ketat, mulai dari pengadaan bahan baku, proses sertifikasi, hingga distribusi. Oleh karena itu, peningkatan akses pasar internasional melalui *Trade Openness* membutuhkan proses adaptasi industri yang tidak singkat. Baru setelah terjadi peningkatan kapasitas produksi, efisiensi teknologi, dan penguatan regulasi halal, manfaat keterbukaan perdagangan dapat terakselerasi dan memberikan kontribusi positif terhadap ekspor halal. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa efektivitas *Trade Openness* di Indonesia dan Malaysia lebih nyata dalam jangka menengah hingga panjang, ketika struktur industri halal telah cukup kuat untuk bersaing di pasar global.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian mengenai pengaruh *Foreign Direct Investment* (FDI) dan *Trade Openness* terhadap ekspor produk halal di Indonesia dan Malaysia periode 2014–2023, diperoleh beberapa temuan utama. Pertama, FDI berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor produk halal dalam jangka panjang, menunjukkan bahwa investasi asing berperan penting dalam meningkatkan kapasitas produksi, kualitas, dan daya saing industri halal di pasar global. Sebaliknya, *Trade Openness* menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap ekspor produk halal jangka panjang, yang mengindikasikan bahwa keterbukaan perdagangan tanpa kesiapan industri domestik dapat meningkatkan persaingan impor dan menekan ekspor nasional.

Dalam analisis jangka pendek, FDI berpengaruh negatif dan signifikan, sedangkan *Trade Openness* berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap ekspor produk halal. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat FDI dan keterbukaan perdagangan tidak langsung terasa dalam waktu singkat karena membutuhkan adaptasi industri, transfer teknologi, dan integrasi rantai pasok yang kompleks.

DAFTAR PUSTAKA

- Albar, Maulidy, and Ririn Tri Ratnasari. 2022. "Analysis of the Effect of Consumption Expenditure , *Foreign Direct Investment* , and Manufacturing Industry Moderated by Labor Force on Growth of Economy of OIC Countries during the Covid-19 Pandemic." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 9 (6): 787–99. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20226pp787-799>.
- Alkautsar, Muhammad, Didik Susetyo, and Anna Yulianita. 2023. "Kinerja Ekspor Di Negara-Negara ASEAN." *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis* 5 (3): 833–37. <https://doi.org/10.37034/infv5i4.664>.
- Asta, Ngr Kadek Ryan Sukrawan, and Putu Mahardika Adi Saputra. 2020. "Penentu Ekspor Karet Alam Indonesia: Studi Pada Sepuluh Negara Tujuan Utama." *Warta Perkaretan* 39 (2): 147–56. <https://ejournal.puslitkaret.co.id/index.php/wartaperkaretan/article/view/699%0Ahttps://ejournal.puslitkaret.co.id/index.php/wartaperkaretan/article/download/699/541>.
- Christina, Elma, and Ni Ketut Budiningsih. 2025. "Determinan Volume Ekspor Tepung Kakao Indonesia" 14 (5): 379–471.
- Cupian, Daneswara Smitasari, and Sarah Annisa Noven. 2024. "Analisis Pengaruh Ekspor Halal, *Foreign Direct Investment*, *Trade Openness*, Nilai Tukar, Dan Pertumbuhan Populasi Terhadap Produk Domestik Bruto Riil ASEAN." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10 (03).
- Dinh, Trang Thi-huyen, Duc Hong Vo, Anh The Vo, and Thang Cong Nguyen. 2019. "*Foreign Direct Investment* and Economic Growth in the Short Run and Long Run : Empirical Evidence from Developing Countries." *Journal of Risk and Financial Management*.
- Dwi Nurhidayah, Amalia Nuril Hidayati, and Muhammad Alhada Fuadilah Habib. 2022. "Pengaruh Inflasi, Saham Syariah, Sukuk Dan Reksadana Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Nasional Tahun 2013-2020." *Jurnal Sinar Manajemen* 9 (1): 158–69. <https://doi.org/10.56338/jsm.v9i1.2435>.
- Fathoni, Rinaldy Achmad Roberth, Mochammad Al Musadieq, and Supriono. 2017. "Pengaruh Ekspor Intra-ASEAN Dan FDI Intra-ASEAN Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Negara ASEAN (Studi Pada Negara Indonesia, Malaysia, Singapura, Filipina, Dan Thailand Tahun 2006-2015)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 45 (1).
- Hendra, and Nisya Fauziah. 2023. "Peran Dan Strategi Peningkatan Sertifikasi Halal Dalam Ekspor Produk Halal Di Pasar Internasional." *Jurnal Minfo Polgan* 12 (2): 2567–71.
- Hotsawadi, and Widyastutik. 2020. "Diversifikasi Ekspor Non Migas Indonesia Ke Pasar Non Tradisional." *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan* 14 (2): 215–38. <https://doi.org/10.30908/bilp.v14i2.442>.
- Putra, Anggara Pratama, Damia Liana, and Mohamed Lamin Conteh. 2022. "Dampak Keterbukaan Perdagangan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia." *Journal of Economics Development Issues* 8 (1).
- RISCC. 2025. *Muslim 500: The World's 500 Most Influential Muslims*. Amman.

- Sasabone, Keren Hapukh Frederica, and Anak Agung Bagus Putu Widanta. 2024. "Analisis Pengaruh Kurs, Tingkat Inflasi, Dan FDI Terhadap Ekspor Ikan Tuna Indonesia Ke Amerika Serikat Tahun 1990-2020." *EKONOMIKA45 : Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan* 12 (1): 762–78. <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v12i1.3651>.
- SGIER. 2024. *State of the Global Islamic Economy Report 2023/2024*. Dinar Standard: Growth Strategy Research & Advisory.
- Siregar, Suci Wulandari, and Hasbi. 2023. "Analisis Pengaruh Keterbukaan Perdagangan, Konsumsi Energi, Dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Emisi Karbon Di Negara D-8" 2 (1): 61–77.
- Sulfiana, Dewi, and Sri Ulfa Sentosa. 2021. "Pengaruh *Foreign Direct Investment*, Inflasi Dan Nilai Tukar Terhadap Kinerja Ekspor Manufaktur Di Indonesia." *Ecosains: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembangunan* 10 (2): 98–105. <https://doi.org/10.24036/ecosains.11563957.00>.
- Tampubolon, Arsyaf, Amin Hou, and Dwita Sakuntala. 2024. "The Impact Of Exchange Rate, Inflation And Interest Rates On Indonesian Mining Product Exports Arsyaf." *Jurnal Ekonomi* 13 (03). <https://doi.org/10.54209/ekonomi.v13i03>.
- Tyas, Hania Puspitaning. 2022. "Analisis Ekspor Indonesia Tahun 1990-2019." *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan* 2 (2): 37–52. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i2.114>.
- Widjajanto, Tulus, Sutrisno, and Tri Anita. 2020. "Analisis Pengaruh Foreign Direct Investment (FDI), Suku Bunga Dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Expor Total Indonesia." *Sosio E-Kons* 12 (2): 184–94.