



ANALISIS KEBERLANJUTAN KEUANGAN DAN MONETISASI KONTEN BLOG SERTA PODCAST GAYA HIDUP HALAL DI PASAR GLOBAL

Financial Sustainability Analysis and Monetization of Halal Lifestyle Blog and Podcast Content in the Global Market

Sri Hardiyanti¹, Hendri Hermawan Adinugraha²

^{1,2}Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan, Indonesia

*Penulis Korespondensi; Sri Hardiyanti, Hendri Hermawan Adinugraha

Email: sri.hardiyanti@mhs.uingusdur.ac.id¹, hendri.hermawan@uingusdur.ac.id

Informasi Artikel:

Diterima 09, 21, 2025

Disetujui 09, 22, 2025

Diterbitkan 09,24,2025

Keywords:

Halal lifestyle; Creative economy; Digitalization; Content monetization; Islamic finance.

Kata kunci:

Halal lifestyle; Ekonomi kreatif; Digitalisasi; Monetisasi konten; Keuangan syariah.

Abstract. The global halal industry is growing not only in the food and beverage sector, but also in digital media through blogs and podcasts on the theme of halal lifestyles. These platforms serve as a means of education and da'wah while also opening up monetization opportunities in the digital creative economy. This study analyzes monetization strategies and their relationship to financial sustainability through a qualitative literature review of journals, industry reports, and international publications. The results of the study show that financial sustainability can be achieved through diversification of advertising models, sponsorship, affiliation, subscription, merchandise, and crowdfunding tailored to the audience. Integration with halal cuisine, fashion, tourism, and sharia financial support further strengthens sustainability.

Abstrak. Industri halal global berkembang tidak hanya pada sektor makanan dan minuman, tetapi juga ke media digital melalui blog dan podcast bertema gaya hidup halal. Platform ini berfungsi sebagai sarana edukasi dan dakwah sekaligus membuka peluang monetisasi dalam ekonomi kreatif digital. Penelitian ini menganalisis strategi monetisasi dan kaitannya dengan keberlanjutan finansial melalui studi pustaka kualitatif atas jurnal, laporan industri, dan publikasi internasional. Hasil penelitian menunjukkan ketahanan finansial dapat dicapai melalui diversifikasi model iklan, sponsorship, afiliasi, subscription, merchandise, dan crowdfunding yang disesuaikan dengan audiens. Integrasi dengan kuliner, fesyen, pariwisata halal, serta dukungan keuangan syariah semakin memperkuat keberlanjutan.

PENDAHULUAN

Halal lifestyle berkembang pesat melampaui sekadar konsumsi produk makanan. Halal kini menjadi simbol gaya hidup yang etis, aman, dan berkualitas sehingga mampu menarik minat tidak hanya dari konsumen Muslim, tetapi juga non-Muslim (Syarif et al., n.d.). Pertumbuhan industri halal ditopang oleh peningkatan populasi Muslim dunia, kesadaran akan nilai religius, serta dukungan regulasi di berbagai negara, termasuk Indonesia yang memiliki populasi Muslim terbesar dan regulasi jaminan produk halal (Hermawan et al., n.d.). Seiring dengan itu, perkembangan media digital membuka ruang baru bagi penyebaran nilai-nilai halal melalui blog, podcast, maupun media sosial yang mengemas konten gaya hidup Islami dalam format kreatif dan mudah diakses. Hal ini menandai pergeseran tren konsumsi informasi dari media konvensional menuju media on-demand yang lebih personal dan interaktif (Zellatifanny, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa halal lifestyle tidak hanya berkaitan dengan identitas keagamaan, tetapi juga mencakup nilai universal seperti kesehatan, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial. Industri fashion, pariwisata, dan keuangan syariah berperan penting dalam memperkuat ekosistem halal yang semakin beragam serta inklusif. Influencer dan kreator konten juga membentuk persepsi publik terhadap gaya hidup halal yang modern dan relevan dengan kebutuhan generasi muda. Konsumen menjadi semakin kritis dan selektif dengan menuntut transparansi serta keaslian klaim halal dari produsen maupun penyedia jasa. Oleh karena itu, halal lifestyle kini bertransformasi menjadi tren global yang mampu menjembatani nilai religius dengan kebutuhan praktis masyarakat modern.

Tantangan besar muncul dalam aspek keberlanjutan finansial dan strategi monetisasi. Blog dan podcast bertema halal lifestyle menghadapi dinamika serupa dengan media digital lain, yaitu ketatnya persaingan, rendahnya daya beli di negara berkembang, serta kebutuhan inovasi dalam model bisnis (Kustiawan et al., 2024). Model monetisasi seperti iklan digital, langganan berbayar, hybrid freemium, hingga kolaborasi dengan brand halal menjadi alternatif yang dapat diadopsi (Febriani & Fadilah, n.d.). Podcast, misalnya, memiliki peluang besar untuk menghasilkan pendapatan karena sifat fleksibel dan personalnya, namun masih terbentur persoalan kualitas produksi, pengukuran audiens, dan optimalisasi pengalaman pendengar (Dalila et al., n.d.; Zellatifanny, 2020). Kreator perlu menghadirkan narasi kreatif, gaya komunikasi yang segar, serta visual yang menarik sehingga audiens merasakan kedekatan emosional dengan pesan yang disampaikan. Nilai tambah tersebut dapat

meningkatkan loyalitas audiens sekaligus memperkuat posisi konten halal di tengah banjir informasi. Dengan demikian, analisis mengenai keberlanjutan keuangan serta strategi monetisasi konten halal lifestyle di pasar global menjadi penting agar ekosistem ini tidak hanya berperan dalam penyebaran nilai syariah, tetapi juga mampu bertahan dan berkembang secara ekonomi di era digital.

Industri halal global saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, namun konten kreator blog dan podcast bertema halal lifestyle masih menghadapi kesulitan dalam menjaga keberlanjutan keuangan. Kreator belum menemukan model monetisasi yang benar-benar stabil, baik melalui iklan digital, sistem langganan, maupun kolaborasi dengan brand halal. Kondisi ini memperlihatkan adanya kesenjangan antara potensi ekonomi industri halal dengan strategi pengelolaan keuangan serta monetisasi konten yang masih terbatas (Hermawan et al., n.d.; Kustiawan et al., n.d.). Banyak kreator masih mengandalkan pendanaan pribadi sehingga pengembangan konten menjadi terbatas. Ketidakpastian pendapatan membuat sebagian kreator kesulitan menjaga konsistensi produksi konten. Persaingan yang semakin ketat juga menuntut kreativitas lebih tinggi dalam menciptakan format yang menarik. Kurangnya infrastruktur pendukung menjadikan upaya monetisasi belum sepenuhnya optimal. Situasi ini menunjukkan perlunya strategi baru agar potensi ekonomi halal lifestyle dapat dimaksimalkan.

Agenda global Sustainable Development Goals (SDGs) menuntut praktik bisnis digital yang inklusif, etis, dan berkelanjutan, namun banyak pelaku konten halal lifestyle justru masih berfokus pada pencapaian keuntungan jangka pendek. Para kreator sering kali mengabaikan aspek sosial, lingkungan, dan tata kelola yang baik dalam pengembangan konten. Situasi ini menimbulkan pertanyaan mendasar mengenai bagaimana strategi keuangan dan model monetisasi blog serta podcast halal lifestyle dapat dirancang agar berkelanjutan secara finansial sekaligus selaras dengan prinsip syariah serta tujuan pembangunan berkelanjutan. reator konten perlu mengintegrasikan nilai keberlanjutan dalam strategi monetisasi agar bisnis digital mereka tidak hanya berorientasi pada laba, tetapi juga pada kebermanfaatan sosial. Praktik monetisasi yang berbasis etika dapat meningkatkan kepercayaan audiens dan memperkuat citra positif industri halal. Penerapan prinsip syariah dalam manajemen keuangan digital memberikan landasan moral sekaligus menciptakan sistem yang lebih transparan. Dukungan pemerintah dan lembaga keuangan syariah dapat memperkuat kapasitas kreator untuk menerapkan praktik bisnis berkelanjutan. Dengan pendekatan ini, konten halal lifestyle

berpotensi menjadi sarana dakwah sekaligus instrumen pembangunan ekonomi yang selaras dengan SDGs. (Mardohar Hasianna Togatorop et al., n.d.)

Berbagai penelitian terdahulu telah menyoroti perkembangan industri halal, strategi monetisasi media digital, keberlanjutan konten kreatif, dan integrasi nilai syariah dalam gaya hidup modern. Secara teoretis, blog dan podcast bertema halal lifestyle seharusnya mampu mengoptimalkan peluang besar dari pertumbuhan industri halal global melalui model bisnis digital yang stabil, transparan, dan sesuai syariah. Pada praktiknya, banyak kreator konten masih menghadapi keterbatasan dalam monetisasi, lemahnya dukungan ekosistem, serta minimnya strategi keberlanjutan yang berorientasi pada nilai jangka panjang. Sejumlah studi dengan topik serupa cenderung lebih menekankan pada potensi dan peluang, sementara aspek mekanisme keberlanjutan keuangan serta strategi monetisasi yang aplikatif belum dibahas secara mendalam. Penelitian ini penting dilakukan karena memiliki urgensi untuk menjembatani kesenjangan antara idealitas teori dan realitas lapangan, signifikansi dalam memperkuat ekosistem konten halal di era digital, serta tujuan untuk memberikan analisis yang dapat dijadikan acuan praktis bagi kreator, industri, dan pemangku kepentingan global dalam mengembangkan blog dan podcast halal lifestyle secara berkelanjutan.

TINJAUAN TEORITIK

Gaya Hidup Halal

Istilah ini berasal dari ajaran agama Islam dan merujuk pada segala aspek kehidupan yang sesuai dengan ketentuan dan aturan Islam. Dalam gaya hidup halal, seseorang berusaha untuk menjalani kehidupan yang penuh kebaikan, integritas, dan ketaqwaan kepada Tuhan. Termasuk dalam gaya hidup ini adalah pemilihan makanan yang halal, pakaian yang sesuai syariat, bisnis yang adil, dan interaksi sosial yang menghormati nilai-nilai moral. Gaya hidup Halal tidak hanya menjadi kebutuhan bagi kaum muslim saja namun juga non muslim, sehingga tidak mengherankan jika perkembangan gaya hidup Halal mengalami peningkatan dari tahun ke tahun hampir di berbagai bidang kehidupan baik makanan, busana, farmasi, kecantikan, media hingga sektor pariwisata.

Ekonomi Kreatif dan Digitalisasi

Ekonomi Kreatif adalah sebuah konsep di era ekonomi baru yang didukung oleh informasi dan kreatifitas, di mana ide dan pengetahuan SDM menjadi faktor produksi utama dalam kegiatan ekonomi. Sedangkan, digitalisasi adalah transformasi dari teknologi analog ke teknologi digital, yang

dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan industri modern. Bisa juga diartikan bahwa pengertian digitalisasi adalah proses penggunaan teknologi digital untuk mengubah atau mengkonversi informasi, data, dari format konvensional atau analog menjadi format digital. Jika digabungkan, Ekonomi Kreatif berbasis Digitalisasi adalah model ekonomi modern yang mengandalkan kreativitas manusia serta teknologi digital untuk menghasilkan nilai tambah, memperluas pasar, dan membangun ekosistem usaha yang inovatif dan berkelanjutan.

Monetisasi konten digital

Monetisasi konten digital adalah proses mengubah konten yang diproduksi dan disebarluaskan secara online menjadi sumber pendapatan. Konten digital yang dimaksud bisa berupa teks (artikel, blog), audio (podcast, musik), visual (foto, ilustrasi, video), maupun kombinasi multimedia. Prinsip utamanya adalah bagaimana kreator dapat memperoleh keuntungan finansial dari jumlah audiens, interaksi, dan nilai tambah yang terkandung dalam konten.

Keuangan Syariah dan Keberlanjutan

Keuangan syariah adalah sistem keuangan yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah Islam yang menekankan keadilan, transparansi, serta larangan praktik riba (bunga), gharar (ketidakpastian berlebihan), dan maysir (spekulasi/judi). Instrumen yang digunakan mencakup perbankan syariah, sukuk, takaful (asuransi syariah), lembaga keuangan mikro syariah, hingga fintech berbasis syariah, dengan prinsip dasar berupa profit and loss sharing, penggunaan akad-akad Islami seperti murabahah, mudharabah, musyarakah, dan ijarah, serta tanggung jawab sosial melalui zakat, infak, sedekah, dan wakaf. Dalam konteks keberlanjutan, keuangan syariah selaras dengan konsep triple bottom line yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dari sisi ekonomi, keuangan syariah berperan menciptakan stabilitas dan pertumbuhan yang adil serta inklusif dengan menghindari praktik eksploitatif; dari sisi sosial, mendukung kesejahteraan masyarakat, inklusi keuangan, pengentasan kemiskinan, dan distribusi kekayaan yang merata; sementara dari sisi lingkungan, mendorong pembiayaan hijau, penerbitan sukuk hijau, serta investasi yang ramah lingkungan. Integrasi antara keuangan syariah dan keberlanjutan semakin nyata karena prinsip syariah sejalan dengan konsep keuangan berkelanjutan global yang menolak praktik merugikan, menekankan keadilan, dan mendukung tanggung jawab sosial. Instrumen seperti green sukuk menjadi bukti kontribusi nyata keuangan syariah terhadap pembiayaan pembangunan berkelanjutan (SDGs), dan lembaga keuangan

syariah diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan finansial, melainkan juga berperan dalam pembangunan sosial serta pelestarian lingkungan. Signifikansi keuangan syariah terletak pada perannya bagi umat dalam memastikan aktivitas keuangan sesuai syariah sekaligus memberi manfaat sosial, bagi industri dalam menciptakan daya saing melalui produk keuangan hijau dan etis, serta bagi dunia global dalam menunjukkan bahwa keuangan syariah mampu menjadi pilar penting pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif untuk menggali secara mendalam dinamika keberlanjutan keuangan dan strategi monetisasi pada blog serta podcast bertema gaya hidup halal di pasar global. Pendekatan yang digunakan adalah penelitian kepustakaan, yaitu dengan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber tertulis seperti buku, jurnal akademik, laporan industri halal, artikel media, serta publikasi ilmiah terkait. Penelusuran literatur difokuskan pada keterkaitan antara monetisasi konten digital, tren konsumsi gaya hidup halal, serta peluang dan tantangan yang dihadapi dalam konteks pasar global.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui kajian literatur akademik dan dokumen digital yang relevan. Analisis ini mencakup identifikasi pola mengenai sumber pendapatan yang sesuai prinsip syariah, hambatan dalam monetisasi, serta peluang pengembangan model keuangan yang berkelanjutan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan perspektif yang lebih aplikatif mengenai bagaimana blog dan podcast halal dapat dikelola secara finansial berkelanjutan sekaligus berkontribusi pada penguatan ekosistem ekonomi halal global.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa blog dan podcast bertema halal lifestyle memiliki prospek yang cerah di pasar global. Industri halal berkembang dari kebutuhan religius menjadi fenomena gaya hidup universal (Hermawan et al., n.d.). Konsumen Muslim maupun non-Muslim menilai label halal sebagai simbol kualitas dan etika (Syarif et al., n.d.). Perubahan persepsi ini membuka peluang ekspansi bagi konten digital halal. Kreator konten dapat menjangkau audiens lintas agama dengan nilai yang lebih inklusif. Teknologi digital menyediakan sarana efektif untuk memperluas distribusi konten (Dalila et al., n.d.). Inovasi strategi penyampaian pesan dapat meningkatkan ketertarikan

audiens global. Kepercayaan pada label halal memperkuat posisi konten dibanding tema gaya hidup lain. Tren ini menempatkan halal lifestyle sebagai bagian dari industri kreatif global. Hasil ini menegaskan potensi besar monetisasi konten halal.

Analisis data menunjukkan bahwa monetisasi konten digital halal dipengaruhi oleh segmentasi pasar. Model subscription terbukti efektif di negara dengan daya beli tinggi (Kustiawan et al., n.d.). Model freemium lebih sesuai untuk negara berkembang dengan akses digital luas. Strategi hybrid menjadi pilihan utama karena menyeimbangkan audiens dan pendapatan (Dalila & Ernungtyas, 2020). Kombinasi freemium dan subscription menciptakan stabilitas finansial jangka panjang. Kreator konten halal dapat memanfaatkan crowdfunding untuk menambah sumber pendapatan Febriani & Fadilah (n.d.). Kolaborasi konten juga memperkuat stabilitas keuangan kreator independen. Diversifikasi sumber pendapatan mengurangi risiko ketergantungan pada satu model bisnis. Transparansi dana menjaga kepercayaan audiens dalam jangka panjang. Hasil ini menegaskan pentingnya fleksibilitas dalam monetisasi.

Podcast halal menawarkan keunggulan dalam kedekatan dengan audiens. Format audio on-demand memberi fleksibilitas konsumsi kapan saja (Zellatifanny, 2020). Nilai personalisasi memperkuat keterikatan emosional dengan pendengar. Media podcast efektif untuk menyampaikan nilai halal secara lebih intim (Dalila et al., n.d.). Blog halal tetap relevan sebagai media tulis yang terarsip. Optimasi mesin pencari meningkatkan jangkauan organik blog halal. Kredibilitas kreator diperkuat dengan konten tulis yang mendalam. Kombinasi blog dan podcast membangun strategi komunikasi yang lebih kuat. Sinergi dua media tersebut memperbesar basis audiens lintas preferensi. Strategi multimodal ini meningkatkan efektivitas penyampaian pesan halal lifestyle.

Keberlanjutan keuangan konten halal juga dipengaruhi ekosistem global. Data ICD-LSEG mencatat keuangan syariah global hampir mencapai USD 5 triliun pada 2023 (ICD-LSEG, 2024). Pertumbuhan ini memberi legitimasi terhadap konten halal lifestyle. Dukungan regulasi menambah stabilitas bagi model bisnis konten digital halal. Kesadaran konsumen global terhadap gaya hidup Islami semakin meningkat (Hermawan et al., n.d.; Ikhsanti & Amri, 2023). Kreator konten halal dapat berintegrasi dengan sistem keuangan syariah. Kolaborasi dengan lembaga syariah memperkuat akses pembiayaan kreatif. Pemerintah juga berperan sebagai fasilitator penguatan ekosistem (Strategi Pengembangan -, n.d.). Potensi besar industri halal digital menciptakan peluang kerja baru. Temuan ini menegaskan posisi konten halal dalam peta ekonomi kreatif global.

Tren industri halal global memperlihatkan dinamika yang signifikan. Label halal dipersepsikan sebagai simbol kualitas, etika, dan keamanan (Syarif et al., n.d.). Konsumen lintas agama menerima halal lifestyle sebagai nilai universal. Ekspansi halal mencakup pariwisata, keuangan, media, dan gaya hidup. Blog dan podcast halal dapat menggunakan tren ini sebagai branding global (Hermawan et al., n.d.). Ekosistem keuangan syariah memberikan dukungan eksternal pada keberlanjutan konten (ICD-LSEG, 2024). Kreator digital dapat menjalin kemitraan strategis dengan industri halal internasional. Pasar global menunjukkan minat tinggi terhadap produk halal. Inovasi digital memperkuat daya saing kreator halal di ranah global. Generasi muda menjadi pendorong utama konsumsi konten halal lifestyle.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Adinugraha et al. (2022). Integrasi ekonomi kreatif dan industri halal mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Studi sebelumnya menekankan sektor kreatif secara umum. Penelitian ini mempersempit fokus pada media digital blog dan podcast. Analisis ini memberikan kebaruan dalam literatur ekonomi halal. Media digital halal berfungsi sebagai instrumen strategis ekonomi syariah. Fokus pada strategi monetisasi menambah nilai orisinal penelitian. Literatur terdahulu memperkaya argumen penelitian melalui landasan teoretis. Industri halal terbukti adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Penelitian ini memperluas cakupan studi ekonomi kreatif berbasis nilai.

Strategi monetisasi blog dan podcast halal sangat bervariasi. Model subscription dipilih di pasar global dengan daya beli tinggi (Kustiawan et al., n.d.). Model freemium dinilai efektif di negara berkembang. Model hybrid dianggap paling prospektif dalam jangka panjang (Dalila et al., n.d.). Studi Dalila & Ernungtyas (2020) menekankan diversifikasi pendapatan. Kombinasi iklan, kolaborasi, dan subscription meningkatkan stabilitas keuangan. Penelitian Febriani & Fadilah (2019) menyoroti dominasi iklan di VICE Indonesia. Perbedaan konteks menjelaskan perbedaan strategi monetisasi digital. Kreator independen halal cenderung membutuhkan model hybrid. Hasil ini menegaskan pentingnya adaptasi strategi monetisasi sesuai pasar.

Strategi hybrid memiliki keterbatasan dalam implementasinya. Tidak semua audiens memiliki willingness to pay untuk konten halal. Daya beli rendah menjadi hambatan di negara berkembang (Mukhlis, 2020). Regulasi iklan halal berbeda di tiap negara (Perkembangan Industri Halal Di Indonesia | i, n.d.; Syarif et al., n.d.). Variasi regulasi memengaruhi optimalisasi pendapatan digital halal. Kreator digital perlu fleksibilitas dalam menyesuaikan strategi bisnis. Penelitian komparatif

antarnegara dapat memperjelas efektivitas strategi. Tantangan monetisasi mencakup keseimbangan nilai syariah dan tuntutan pasar. Kolaborasi lintas sektor dapat memberikan solusi inovatif (Adinugraha et al., 2022). Audiens kritis menuntut transparansi pada model monetisasi halal.

Podcast halal memiliki peluang besar sebagai media kreatif. Penelitian Mukhlis (2020) menyoroti prospek monetisasi podcast di Indonesia. Kualitas produksi dan pengalaman pendengar menjadi tantangan utama. Penelitian ini menambahkan aspek halal lifestyle sebagai diferensiasi nilai. Halal lifestyle memperkuat keunggulan emosional dan ekonomi konten halal (Dalila & Ernungtyas, 2020). Kreator halal dapat mengintegrasikan etika dan spiritualitas dalam konten. Perbedaan orientasi menunjukkan kontribusi teoritis baru pada literatur. Nilai halal mampu menarik audiens lintas budaya (Zellatifanny, 2020). Fokus penelitian ini menegaskan pentingnya identitas dalam monetisasi. Perspektif baru ini memperkaya kajian konten halal digital.

Keberlanjutan konten halal ditentukan oleh adaptasi terhadap teknologi. Kreator harus merespons perubahan preferensi audiens global. Persaingan ketat dengan konten video menjadi tantangan signifikan (Dalila et al., n.d.). Regulasi iklan halal yang tidak seragam memperumit monetisasi (Syarif et al., n.d.). Kreator perlu inovasi untuk menjaga keterikatan audiens. Kombinasi media blog dan podcast menjadi strategi efektif. Kolaborasi dengan platform besar memperluas jangkauan (Febriani & Fadilah, n.d.). Nilai halal dapat menjadi diferensiasi kompetitif di pasar digital. Adaptasi kreatif menentukan keberlanjutan konten halal lifestyle.

KESIMPULAN

Industri halal global telah berkembang dari sektor makanan dan minuman menuju media digital melalui blog serta podcast bertema gaya hidup halal. Konten digital tersebut berfungsi sebagai sarana edukasi dan dakwah sekaligus membuka peluang monetisasi yang dapat memperkuat ekonomi kreatif. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi pustaka untuk menganalisis dinamika strategi monetisasi dan keberlanjutan finansial kreator. Hasil kajian menunjukkan bahwa keberlanjutan finansial dapat dicapai melalui diversifikasi model monetisasi seperti iklan, afiliasi, sponsorship, subscription, merchandise, dan crowdfunding. Strategi yang dipilih harus disesuaikan dengan segmentasi audiens dan konteks pasar global agar hasilnya optimal. Integrasi dengan subsektor halal seperti kuliner, fesyen, dan pariwisata terbukti dapat memperluas peluang monetisasi. Dukungan dari instrumen keuangan syariah seperti fintech syariah dan sukuk kreatif juga berperan

dalam meningkatkan ketahanan finansial. Tantangan yang dihadapi kreator mencakup perbedaan daya beli konsumen global, persaingan ketat, dan keterbatasan literasi digital di sebagian pasar. Meskipun demikian, peluang pengembangan konten halal digital tetap terbuka luas jika kreator mampu memanfaatkan strategi yang tepat dan dukungan ekosistem yang memadai. Secara keseluruhan, monetisasi blog dan podcast halal tidak hanya memberikan sumber pendapatan bagi kreator, tetapi juga berkontribusi pada penguatan ekosistem ekonomi halal global yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dalila, N., Febrina Ernungtyas 2 1, N., & Tinggi, S. (n.d.). *STRATEGI STORYTELLING, SPREADABILITY DAN MONETIZATION PODCAST SEBAGAI MEDIA BARU KOMEDI*.
- Febriani, N., & Fadilah, E. (n.d.). *Penerapan Model Monetisasi Content Creation Pada Vice Indonesia*. <http://jurnal.unpad.ac.id/kajian-jurnalisme|177>
- Hermawan, H., Dwi, A., Meidiana, R., Arifti, C., & Prihatiningsih, N. A. (n.d.). *Bisnis dan Industri Halal*.
- Ikhsanti, A., & Amri, H. (2023). PENGARUH GAYA HIDUP HALAL DAN IDENTITAS DIRI TERHADAP POLA KONSUMSI HALAL FASHION. *Journal of Sharia and Law*, 2(2), 382–398. <https://jom.uin->
- Kustiawan, W., Zainab Napitupulu, U., Putri, N., Sitorus, B., Lubis, S. H., Fitri, A. S., Ningsih, W., Negeri, U. I., & Utara, S. (n.d.). *Strategi Monetisasi Media Online: Pendekatan Bisnis di Era Media On-Demand*.
- Mardohar Hasianna Togatorop, A., Widyasari Darmawan, D., Hidayati, R., Studi Magister Manajemen, P., & Ekonomika dan Bisnis, F. (n.d.). *Transformasi Digital dalam Mencapai Keberlanjutan di Bidang Ekonomi dan Keuangan*. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/MBIC/index>
- Perkembangan Industri Halal di Indonesia | i*. (n.d.).
- Strategi Pengembangan -, dan. (n.d.). *EKONOMI KREATIF*.
- Syarif, F., Agama, P., Fungsional, I., Pesanggrahan Kota, K., & Selatan, J. (n.d.). Pertumbuhan dan Keberlanjutan Konsep Halal Economy di Era Moderasi Beragama The Growth and Sustainability of The Halal Economy Concept in the Religious Moderation Era Naif Adnan. *Jurnal Bimas Islam*, 12(1).

Judul Artikel: Analisis Keberlanjutan Keuangan dan Monetisasi Konten Blog serta Podcast Gaya Hidup Halal di Pasar Global

Zellatifanny, C. M. (2020). Trends in Disseminating Audio on Demand Content through Podcast: An Opportunity and Challenge in Indonesia. *Jurnal Pekommas*, 5(2), 117–132. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050202>