

MENAKAR PELUANG, TANTANGAN, DAN STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL DI INDONESIA

Ismala Silvyani¹, Sofi Nursalmareta², Ella Puspitasari³, Amalia Nuril Hidayati⁴

¹²³⁴UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

ismala1209@gmail.com

Kata Kunci:

*Industri Halal;
Peluang;
Tantangan;
Strategi
Pengembangan:
Indonesia.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang, tantangan, strategi pengembangan, dan kontribusi industri halal di Indonesia dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui studi pustaka. Hasil kajian menunjukkan bahwa peluang utama terdapat pada sektor makanan dan minuman halal, pariwisata halal, farmasi & kosmetik halal, fesyen Muslim, serta keuangan syariah. Namun demikian, industri halal Indonesia menghadapi berbagai tantangan, seperti rendahnya literasi halal di kalangan pelaku usaha, birokrasi sertifikasi yang masih rumit, keterbatasan infrastruktur, serta kurangnya tenaga auditor halal yang kompeten. Strategi yang dapat diterapkan antara lain penyederhanaan proses sertifikasi melalui digitalisasi, peningkatan edukasi dan pelatihan SDM, serta kolaborasi lintas sektor antara pemerintah, akademisi, dan pelaku usaha. Dengan strategi yang tepat dan dukungan kebijakan yang kuat, Indonesia memiliki peluang besar untuk menjadi pusat industri halal dunia. Kontribusi industri halal terhadap perekonomian nasional terlihat dari kemampuannya mendorong ekspor, menyerap tenaga kerja, memperkuat sektor UMKM, dan memperluas pasar domestik maupun internasional.

Keywords:

*Halal industry;
Opportunities;
Challenges;
Development
Strategy;
Indonesia.*

Abstract

This study analyzes the opportunities, challenges, strategies for developing, and contribution of the halal industry in Indonesia, the world's largest Muslim-majority country. Using a qualitative descriptive method through literature review, the study identifies key opportunities in halal food, tourism, halal pharmaceuticals & cosmetics, Muslim fashion, and Islamic finance. However, challenges such as low halal literacy, complex certification procedures, limited infrastructure, and a shortage of qualified auditors persist. Recommended strategies include simplifying certification via digitalization, enhancing education and training, and promoting multi-sector collaboration. With strong policies and proper execution, Indonesia can position itself as a global halal industry hub. The contribution of the halal industry to the national economy can be seen from its ability to boost exports, absorb labor, strengthen the MSME sector, and expand domestic and international markets.

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, yakni sekitar 237,53 juta jiwa atau sekitar 86,9% dari total penduduk pada tahun 2021. Kondisi ini membuka peluang besar bagi Indonesia untuk mengembangkan sektor industri berbasis halal, yang kini tidak hanya menjadi kebutuhan, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Industri halal meliputi berbagai sektor seperti makanan, minuman, kosmetik, farmasi, dan pariwisata, dengan permintaan yang terus meningkat, baik di pasar dalam negeri maupun internasional. Konsep Halal Value Chain (HVC) menjadi elemen krusial karena mencakup proses pemilihan bahan baku, produksi, serta distribusi yang sesuai dengan prinsip syariah. HVC berkontribusi sekitar 23% terhadap perekonomian Indonesia dan diperkirakan tumbuh sebesar 4,7% hingga 5,5% pada tahun 2024.¹ Selain itu, industri halal juga memberikan kontribusi senilai USD 3,8 miliar per tahun terhadap PDB dan mampu menciptakan sekitar 127 ribu lapangan kerja dan peluang investasi.²

Industri halal adalah produk dan layanan yang diolah atau diproduksi sesuai dengan Al-Qur'an, Sunnah, dan syariah Islam.³ *Halal Value Chain (HVC)* merupakan upaya pengintegrasian industri sebagai rangkaian input, produksi, distribusi, pemasaran, dan konsumsi. Dalam proses produksi, sebuah produk halal harus memperhatikan nilai dari setiap elemen pendukungnya. Dalam proses input, perlu memperhatikan bahan baku dan penerapan teknologi dalam pelaksanaannya. Selanjutnya, dalam proses pengemasan, kebersihan dan kehalalan harus diperhatikan hingga sampai kepada konsumen. Pendistribusian dan pemasaran juga perlu memperhatikan kaidah syariah.⁴ Pengertian pertumbuhan ekonomi ialah peningkatan pendapatan nasional secara signifikan (dengan bertambahnya pendapatan per kapita) dalam suatu periode tertentu.⁵

Pemerintah Indonesia telah menunjukkan komitmen kuat dalam mendukung perkembangan industri halal melalui kebijakan dan regulasi, termasuk pembentukan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan kewajiban sertifikasi halal yang memberikan jaminan keamanan bagi konsumen muslim. Namun, pengembangan industri halal di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan, antara lain ketidaksempurnaan

¹ Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) and Ikatan Ahli Ekonomi Islam Indonesia (IAEI), *REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2024 Pengembangan Teknologi Unggulan Industri Halal*, ed. Ginanjar Dewandaru et al. (Jakarta: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), 2024).

² Muhammad Turhan Yani and Sri Abidah Suryaningsih, "Muslim Consumer Behavior in Consuming Halal Products," *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics* 3, no. 1 (2019): 9243–44.

³ Angga Syahputra, Ramadhan, and Almira Keumala Ulfah Razalia, "Industri Halal Di Aceh: Strategi Dan Perkembangan," *Jurnal Al-Qarib* 6, no. 1 (2021): 19.

⁴ Muhammad Fajrul Hakim, "Studi Library Research : Penguatan Ekosistem Halal Value Chain Di Indonesia Untuk Industri Halal Global" 4, no. 4 (2024): 2230.

⁵ Marselino Wau, Leni Wati, and Jhon Firman Fau, *Teori Pertumbuhan Ekonomi (Kajian Konseptual Dan Empirik)*, Eureka Media Aksara, 2022.

implementasi regulasi Jaminan Produk Halal, rendahnya kesadaran dan pengetahuan pelaku usaha kecil menghadapi berbagai kendala dalam memproduksi produk halal, seperti keterbatasan bahan baku yang sesuai dengan standar halal serta persaingan dengan negara lain yang juga aktif dalam pengembangan industri halal.

Pandemi Covid-19 turut menjadi faktor penghambat yang berdampak besar terhadap pertumbuhan industri halal di Indonesia. Untuk itu, dibutuhkan strategi yang efektif dalam memanfaatkan peluang yang ada, seperti peningkatan kualitas produk halal, pengembangan sektor pariwisata halal, serta pemanfaatan teknologi digital dalam proses pemasaran dan distribusi produk halal. Melalui sinergi antara pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat, Indonesia memiliki potensi untuk menjadi pemain kunci dalam industri halal global, sekaligus memperkuat ekonomi nasional berbasis syariah.

Beberapa penelitian yang ada sebelumnya cenderung membahas aspek-aspek ini secara terpisah. Dalam salah satu penelitian terdapat aspek signifikan peran industri halal mendukung pertumbuhan ekonomi.⁶ Sedangkan dalam salah satu penelitian lain, mengangkat tantangan utama yang dihadapi oleh industri halal di Indonesia.⁷ Dengan latar belakang inilah, penelitian ini berusaha untuk mengkaji bagaimana peluang, tantangan, dan strategi yang ada dalam industri halal di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penulisan ini menggunakan studi pustaka atau bisa disebut juga dengan metode literatur, yang berfokus pada analisis literatur yang relevan untuk memahami peluang, tantangan, dan strategi industri halal di Indonesia. Sumber data yang digunakan terdiri dari data sekunder, yang mencakup buku, jurnal akademik, artikel, dan dokumen resmi yang membahas tentang Industri halal. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka, di mana peneliti mengumpulkan dan menganalisis informasi dari berbagai sumber tertulis yang dipilih berdasarkan relevansinya terhadap topik penelitian dan kredibilitasnya sebagai referensi ilmiah. Data yang terkumpul akan dianalisis secara deskriptif dengan mengidentifikasi tema-tema utama terkait bagaimana peluang industri halal, tantangan, dan strategi dalam industri halal di Indonesia. Hasil analisis ini diharapkan dapat disusun dalam bentuk narasi yang menjelaskan hubungan antara industri halal dan hasil perekonomiannya, serta memberikan wawasan tentang efektivitas industri halal untuk mengatasi masalah perekonomian dan merekomendasikan strategi pengelolaan

⁶ Bahtiar Adamsah and Eka Subakti, "Development of the Halal Industry on Indonesian Economic Growth," *Indonesia Journal of Halal* 5, no. 1 (2022): 71–75.

⁷ Rina Samsiyah Agustina, Luluwatun Nazla, and Silva Nur'aini, "Analisis Peluang, Tantangan, Dan Strategi Industri Halal Di Indonesia," *AL-MUSAHAMAH: Journal of Islamic Economics, Finance, and Business* 1, no. 1 (June 30, 2024): 94–96, <https://doi.org/10.37058/ams.v1i1.11749>.

industri yang lebih baik berdasarkan temuan yang ada.⁸

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peluang Industri Halal di Indonesia

Indonesia merupakan salah satu negara dengan penduduk yang mayoritas memeluk agama Islam. Mengacu pada data statistik dari Kementerian Agama Republik Indonesia, penduduk muslim Indonesia mencapai 229,62 juta jiwa atau sekitar 87,2% Dari total populasi Indonesia yang berjumlah 269,6 juta jiwa. Jumlah yang sangat fantastis ini menawarkan peluang pertumbuhan halal lifestyle dan syariah yang sangat positif bagi industri halal di Indonesia. Beberapa aspek yang dapat menjadi peluang halal industri di Indonesia antara lain:

1. Dukungan Pemerintah

Pemerintah memiliki kemampuan untuk memberikan kemudahan maupun bantuan bagi regulasi industri halal di Indonesia. Pada UU No. 33 tahun 2014 tentang penyelenggaraan Jaminan Produk Halal (JPH) yang bertujuan melindungi, menjamin, selain itu juga memberi keamanan, keselamatan, dan kepastian produk halal. Pada pasal 4 dari 68 pasal disebutkan bahwa semua produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Hadirnya undang-undang ini membawa keuntungan bagi konsumen maupun produsen. sebagai pengguna konsumen akan merasakan kenyamanan ketika mengkonsumsi, menggunakan barang atau jasa yang beredar di pasaran. Disisi lain produsen akan memunculkan keinginan untuk bergabung dalam bisnis industri halal ini yang dikuatkan oleh undang-undang dimana salah satu syarat bagi pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya.

Undang-undang serta peraturan undang-undang lain juga mengatur produk industri halal yang sesuai dengan agama, antara lain:

- a. Ketentuan peredaran juga penandaan makanan dengan kandungan babi tercantum pada Peraturan Menteri Kesehatan (Permenkes) RI No. 280/Menkes/Per/XI/76. Peraturan ini bertujuan memberi rasa aman khususnya umat muslim dari kesalahan dan ketidaktahuan memilih makanan dengan kandungan babi. Peraturan ini mewajibkan adanya label pembeda atau tanda pada kemasan produk yang terkandung babi di dalamnya.
- b. Pencantuman label Halal pada produk makanan dalam Keputusan Bersama Menteri Kesehatan dan Menteri Agama No.427/Menkes/SKB/VII/1985 dan No. 68 tahun 1985. Jaminan dimana makanan atau minuman yang diproduksi dan diproses sesuai dengan

⁸ Zainorrahman and Robby Reza Zulfikri, "Peluang Dan Tantangan Pengembangan Umkm Halal Di Indonesia," *Jurnal Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2023): 23–24.

ketentuan agama Islam.⁹

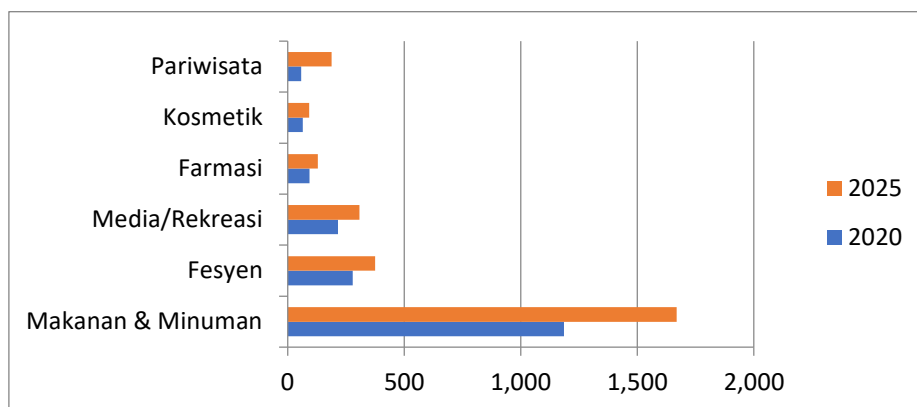
2. Kebutuhan halal lifestyle

Dengan tuntutan syariat agama, konsumsi halal menjadi pilihan yang tepat untuk gaya hidup juga budaya masyarakat muslim. Pemenuhan syariat ini tentunya juga dapat menjadi peluang bagi produsen halal industri untuk masuk ke dalam pasar. Produk halal yang disatu sisi berlandas syariat tapi disisi lain juga memenuhi kepuasan berekspresi seorang muslim. Kemajuan konsumen yang mulai sadar terhadap pemilihan makanan halal, pakaian sesuai syariat, berkunjung pada destinasi yang muslim friendly, selain itu juga mulai beralih pada produk syariah perbankan yang tidak hanya berdasar perintah agama, tetapi juga bermanfaat baik bagi kehidupan

3. Variatif Produk

Negara dengan mayoritas muslim di dunia, Indonesia, membuka potensi dan peluang untuk terjun pada persaingan pasar industri halal. Bersumber dari Dinar Standard mengenai Pengeluaran Konsumen Muslim Global per Sektor Industri Halal 2020-2025 menunjukkan perkembangan industri ini.

**Grafik 1. Pengeluaran Konsumen Muslim Global per Sektor Industri Halal
Tahun 2020 – 2025**



Sumber: DinarStandard Growth Strategy Research & Advisory.

Dengan kira-kira 2 miliar Muslim yang tercatat di dunia pada tahun 2025, ini jelas akan menghadirkan pendapatan sektor halal ekonomi. Sejumlah negara dan masyarakat non-muslim lainnya mulai menunjukkan perhatian pada produk halal mulai dari makanan minuman, fesyen, media/rekreasi, farmasi, kosmetik, dan pariwisata. Hal ini menunjukkan kemajuan ragam halal yang ada berkembang selaras dengan kebutuhan dan minat masyarakat yang terus berkembang sesuai dengan zaman. Oleh karena itu, sebagai pelaku halal industri, hal ini dapat menjadi peluang besar jika dapat mengembangkan produk halal

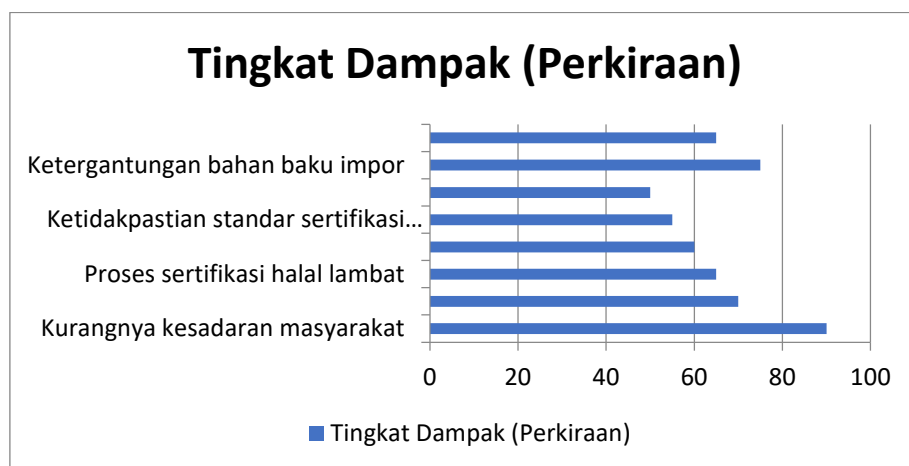
⁹ Sitti Saleha Madjid, "Analisis Peluang, Tantangan Dan Strategi Industri Halal Di Indonesia (Pada Masa Pandemic Covid-19)," *JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 13, no. 1 (2022): 23–24.

sebagaimana minat zaman.¹⁰

Tantangan Industri Halal di Indonesia

Indonesia menghadapi tiga tantangan utama dalam pengembangan industri halal. Pertama, persaingan ketat dari negara-negara lain, baik yang mayoritas Muslim seperti Malaysia, Turki, dan UEA, maupun non-Muslim seperti Korea Selatan, Tiongkok, Jepang, dan Thailand yang telah sukses mengembangkan berbagai produk dan layanan halal. Kedua, belum adanya standar sertifikasi halal internasional yang disepakati bersama membuat produk halal Indonesia sulit bersaing di pasar global karena perbedaan regulasi antarnegara. Ketiga, rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya produk halal, yang umumnya lebih dipengaruhi oleh faktor agama, kesehatan, dan media daripada pemahaman mendalam mengenai konsep halal. Untuk mengatasi hal ini, dibutuhkan edukasi dan sosialisasi berkelanjutan melalui berbagai kegiatan seperti seminar, kunjungan industri, dan pameran agar pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap produk halal semakin meningkat.¹¹

Grafik 2. Tantangan Industri Halal di Indonesia



Sumber: Jurnal of Halal, Analisis Tantangan dan Peluang Industri Halal di Indonesia.

Sosialisasi mengenai konsep halal dapat dilakukan melalui berbagai jenis media. Media cetak seperti koran, majalah, buku, dan komik dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan pemahaman tentang halal, sebagaimana dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Media elektronik juga memiliki peran penting, misalnya melalui siaran televisi atau radio yang membahas konsep dan perkembangan industri halal. Di era digital, media siber seperti website dan media sosial menjadi sarana efektif untuk menjangkau

¹⁰ Miftahul Jannah and Malahayatic, "Analisis Tantangan Dan Peluang Industri Halal Di Indonesia," *MUBEZA: Pemikiran Hukum Dan Ekonomi Islam* 14, no. 2 (2024): 174.

¹¹ Syauqi Darmawan, "Pengembangan Industri Halal : Peluang Dan Tantangan Dalam Ekonomi Islam" 3, no. 2 (n.d.): 448–49.

masyarakat luas. Konten digital bisa berupa artikel, video edukatif, tantangan di media sosial, hingga siaran langsung yang interaktif.¹²

Meskipun upaya sosialisasi gencar dilakukan, implementasi regulasi, khususnya Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) Nomor 33 Tahun 2014, masih menemui hambatan. Persoalan utama terletak pada tertundanya penerbitan Peraturan Pemerintah (PP) oleh pemerintah sebagai pedoman pelaksanaan UU JPH. Seharusnya, PP tersebut telah dikeluarkan paling lambat pada tahun 2016, dua tahun setelah UU JPH disahkan, namun kenyataannya baru tersedia di tahun 2019. Penundaan ini dinilai sebagai pelanggaran terhadap aturan hukum yang berlaku.

Selain PP, peraturan pelaksana lain seperti peraturan menteri juga mengalami penundaan. Padahal, keberadaan peraturan ini esensial untuk mendukung penerapan UU JPH secara komprehensif, mencakup pengaturan penyelenggaraan jaminan produk halal, penetapan daftar produk yang harus memiliki sertifikat, tahapan proses sertifikasi, dan mekanisme pengajuan sertifikat halal. Ketiadaan kejelasan regulasi ini menyebabkan ketidakpastian dan kesulitan bagi pelaku usaha dalam memenuhi kewajiban sertifikasi halal.

Keterlambatan regulasi dan kewajiban sertifikasi halal juga memunculkan kekhawatiran di kalangan pelaku usaha, terutama usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sertifikasi halal dinilai dapat menambah beban biaya produksi, yang berisiko memperlambat laju pertumbuhan ekonomi nasional. Selain itu, pengakuan sertifikat halal Indonesia oleh negara tujuan ekspor menjadi sangat penting. Tanpa pengakuan tersebut, produk halal Indonesia dapat terhambat masuk ke pasar internasional, sehingga berdampak negatif terhadap perdagangan dan pertumbuhan ekonomi.

Pengakuan sertifikasi halal Indonesia di pasar ekspor penting untuk mendukung penerimaan produk dan pertumbuhan ekonomi. Namun, rendahnya kesadaran masyarakat membuat Indonesia lebih banyak menjadi konsumen produk halal. Untuk mengatasi hal ini, perlu peningkatan kualitas SDM melalui pendidikan dan pelatihan, serta penguatan riset produk halal. Perguruan tinggi juga berperan dalam riset dan pemanfaatan laboratorium guna mendukung pengembangan industri halal, khususnya bagi UMKM.

Industri halal di Indonesia menghadapi tantangan seperti rendahnya kesadaran menjadi produsen halal, dominasi produk impor di pasar dan e-commerce, serta kurangnya pemahaman masyarakat terhadap potensi bisnis halal. Selain itu, terbatasnya pasokan bahan baku halal sekitar 37% masih diimpor dan infrastruktur yang belum memadai turut menghambat perkembangan. Produk impor yang mendominasi e-commerce hingga 90%

¹² Risa Qoniah, "Tantangan Dan Strategi Peningkatan Ekspor Produk Halal Indonesia Di Pasar Global," *Halal Research Journal* 2, no. 1 (March 2, 2022): 56–58, <https://doi.org/10.12962/j22759970.v2i1.246>.

juga menjadi hambatan besar bagi pertumbuhan industri halal lokal.¹³

Tantangan utama sektor industri halal prioritas di Indonesia adalah ketergantungan terhadap impor bahan baku, khususnya pada industri farmasi, kosmetik, dan fashion, di mana sekitar 80% bahan baku kosmetik masih diimpor sehingga mempengaruhi harga dan pengawasan kehalalan produk. Selain itu, untuk industri makanan halal, tantangan utamanya adalah penyediaan bahan baku yang halal, terutama yang diimpor, namun hal ini mulai teratasi dengan semakin banyaknya pelaku usaha dari China yang mengajukan sertifikasi halal ke Indonesia. Meskipun demikian, peluang bisnis di sektor industri halal di Indonesia masih sangat besar dan menjanjikan bagi pelaku usaha dalam negeri untuk bersaing dan berkembang.¹⁴

Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia

Strategi pengembangan industri halal di Indonesia memerlukan pendekatan yang menyeluruh dan terintegrasi agar mampu menjawab tantangan serta memaksimalkan potensi besar yang dimiliki negara ini. Salah satu langkah utama yang harus dilakukan adalah membangun dan memperkuat ekosistem halal nasional. Ekosistem ini mencakup keterpaduan sektor-sektor penting seperti makanan dan minuman halal, fesyen muslim, kosmetik dan farmasi halal, serta pariwisata halal, agar saling terhubung dalam satu sistem yang utuh.¹⁵ Dalam implementasinya, pembangunan kawasan industri halal menjadi kunci, seperti yang telah dilakukan di Cikande, Banten (*Modern Halal Valley*), Sidoarjo (*Safe N Lock Halal Industrial Park*), dan Bintan (*Bintan Inti Halal Hub*).¹⁶

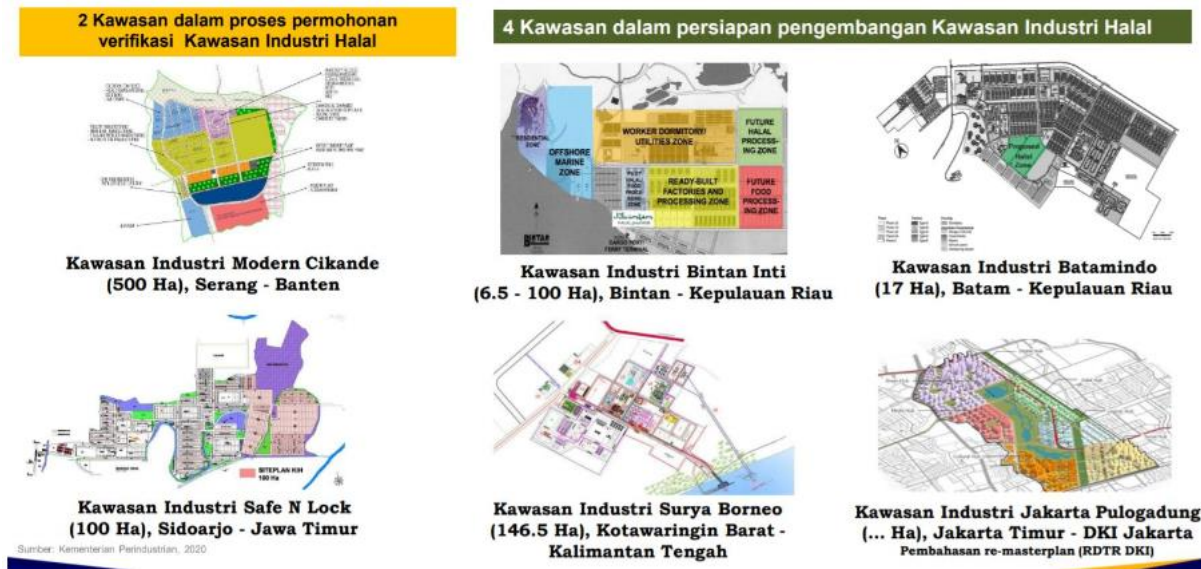
¹³ Muhammad Suhaimi and Marliyah Marliyah, "Peluang Dan Tantangan Industri Halal Menuju Pusat Industri Global," *Ekonomi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 3, no. 1 (2023): 41–44, <https://doi.org/10.58432/ekonom.v3i1.768>.

¹⁴ Muhammad Anwar Fathoni, "Potret Industri Halal Indonesia: Peluang Dan Tantangan," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 432–33, <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>.

¹⁵ (KNEKS) and (IAEI), *REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2024 Pengembangan Teknologi Unggulan Industri Halal*.

¹⁶ Hasnil Hasyim, "Peluang Dan Tantangan Industri Halal Di Indonesia," *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 7, no. 2 (2023): 669–671, <https://doi.org/10.30868/ad.v7i02.4918>.

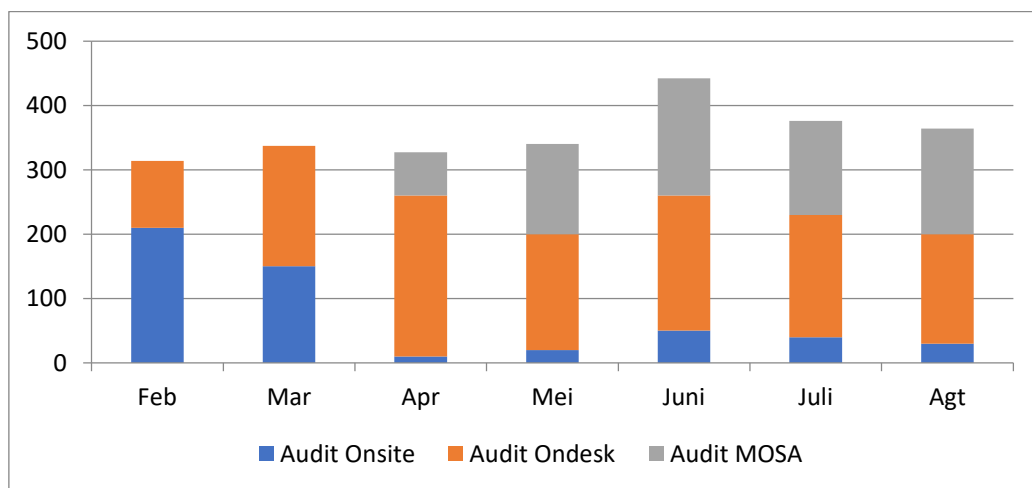
Gambar 1. Kawasan Industri Halal (KIH)



Sumber: Kementerian Perindustrian, 2020.

Kawasan ini dirancang khusus untuk menjadi pusat produksi dan distribusi produk halal yang memenuhi prinsip-prinsip syariah, dengan dukungan infrastruktur yang memadai dan proses sertifikasi yang terkendali. Di sisi regulasi, reformasi dalam birokrasi sertifikasi halal menjadi hal yang sangat mendesak. Proses sertifikasi yang selama ini dinilai lamban dan memberatkan, terutama bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM), harus disederhanakan.¹⁷

Grafik 3. Registrasi Sertifikasi Halal Selama Pandemi Covid-19

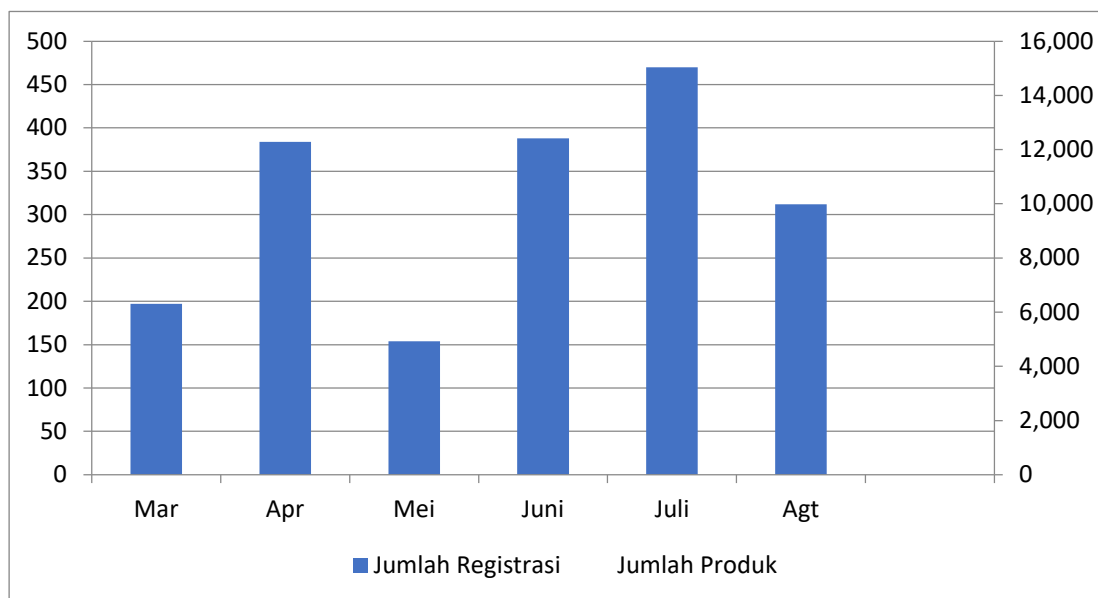


Sumber: LPPOM MUI

¹⁷ Lady Yulia, "Halal Products Industry Development Strategy Strategi Pengembangan Industri Produk Halal," *Jurnal Bisnis Islam* 8, no. 1 (2019): 134–35.

Selama pandemi Covid-19, jumlah pendaftaran sertifikasi halal yang diajukan oleh perusahaan secara umum mengalami peningkatan. Melalui aplikasi sertifikasi halal online Cerol-SS23000 selama pandemi COVID-19, Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetik (LPPOM MUI) Dewan Ulama Indonesia tetap dapat memberikan layanan pendaftaran sertifikasi halal kepada masyarakat secara efektif. Dalam situasi di mana pertemuan tatap muka tidak memungkinkan, peran teknologi informasi sangat krusial untuk memastikan layanan tetap beroperasi dengan lancar. Dengan memanfaatkan sistem ini, banyak perusahaan menemukan proses pendaftaran sertifikasi halal menjadi lebih mudah, sehingga prosesnya menjadi lebih efektif dan efisien.

Grafik 4. Keterkaitan Antara Jumlah Registrasi dan Jumlah Produk Mengenai Kehalalan Produk Berdasarkan Rapat Komisi Fatwa MUI



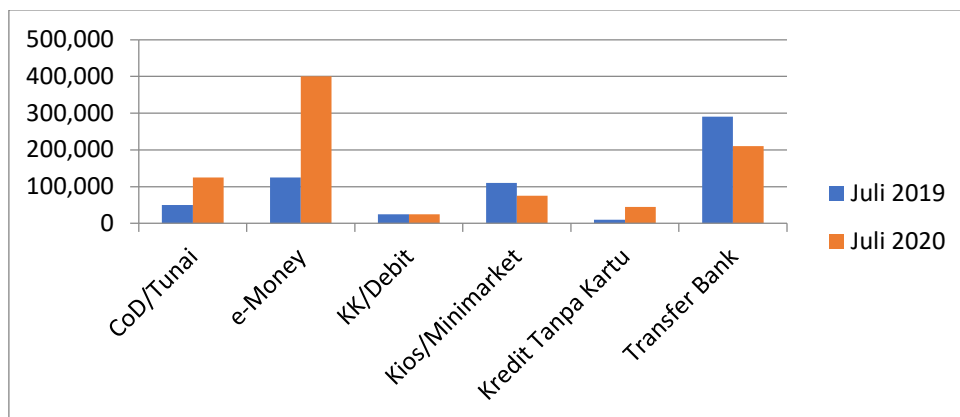
Sumber: LPPOM MUI

Selama masa pendemi Covid-19, pelaksanaan rapat komisi fatwa tetap berjalan aktif melalui sarana virtual. Pada awal masa pandemi, jumlah registrasi relative rendah, karena penyesuaian dengan sarana rapat virtual. Sedangkan pada Mei 2020, bertepatan dengan Ramadhan. Pemerintah telah mulai mendorong sistem *self-declare* atau pernyataan mandiri, di mana pelaku UMKM dapat menyatakan sendiri bahwa produk mereka halal, selama bahan baku yang digunakan telah sesuai dengan standar yang ditetapkan. Sistem ini juga dibarengi dengan pembebasan biaya sertifikasi untuk UMKM, dan batas waktu sertifikasi yang dipercepat maksimal 21 hari. Selain itu, perluasan jumlah Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) dan peningkatan jumlah auditor halal sangat penting agar jangkauan pelayanan semakin luas dan efisien.

Pemberdayaan UMKM juga menjadi fokus strategis dalam pengembangan industri halal. UMKM sebagai tulang punggung ekonomi syariah perlu mendapatkan pelatihan teknis terkait proses produksi halal (misalnya gelatin, enzim, penyedap), pendampingan dalam pengajuan sertifikasi, serta akses yang lebih luas terhadap pembiayaan syariah yang mudah dan cepat. Selain itu, kompetensi pelaku UMKM juga perlu ditingkatkan, terutama dalam penguasaan teknologi dan strategi pemasaran digital. Hal ini penting agar produk halal Indonesia tidak hanya beredar di pasar domestik, tetapi juga mampu bersaing di pasar global.¹⁸

Pemanfaatan teknologi menjadi dimensi penting dalam strategi ini. Salah satu terobosan yang dapat diterapkan adalah penggunaan sistem *blockchain* dalam logistik halal, untuk menjamin transparansi rantai pasok dan pemisahan yang ketat antara produk halal dan non-halal (*halal supply chain*). Di samping itu, pemanfaatan digital marketing, e-commerce, dan media sosial, perlu dimaksimalkan oleh para pelaku industri halal agar mampu menjangkau konsumen yang lebih luas, baik di dalam negeri maupun luar negeri. Transaksi produk non-haram di *E-commerce* terus bertumbuh didominasi produk fashion, makanan & minuman halal, serta kosmetik, mengindikasikan cukup optimisnya prospek usaha syariah di tengah Covid-19 dengan pemanfaatan teknologi digital.

Grafik 4. Alat Pembayaran E-commerce (Rp Juta)



Sumber: Pusat Studi Manajemen dan Bisnis FEB UNPAD

Transaksi untuk produk non-haram di e-commerce terus meningkat di hampir semua sektor, didominasi oleh sektor fashion, perawatan pribadi & kosmetik, serta makanan dan minuman halal. Dibandingkan dengan tahun lalu, penggunaan metode pembayaran e-money melonjak sebesar 238% (year-on-year). Peningkatan ini sejalan dengan kolaborasi e-commerce dengan berbagai platform e-money melalui penawaran diskon dan cashback.¹⁹

¹⁸ Amirul Mukminin and Malahayatie, "Strategi Pengembangan Industri Halal," *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi* 2, no. 3 (July 22, 2024): 469–82, <https://doi.org/10.61597/jbe-ogzrp.v2i3.57>.

¹⁹ Agustina, Nazla, and Nur'aini, "Analisis Peluang, Tantangan, Dan Strategi Industri Halal Di Indonesia."

Sinergi antar lembaga juga menjadi faktor penentu keberhasilan strategi pengembangan industri halal. Keterlibatan KNEKS, Kementerian Perindustrian, Kementerian Agama (BPJPH), Lembaga sertifikasi dan pemeriksa halal (LPH), lembaga keuangan syariah, lembaga pendidikan, pesantren, dan ormas Islam perlu diperkuat agar kebijakan dan implementasi di lapangan berjalan selaras. Kerja sama ini telah terlihat dalam berbagai inisiatif, seperti penyelenggaraan Indonesia Halal Industry Award (IHYA), Kolaborasi internasional untuk pengakuan sertifikasi halal nasional (*Mutual Recognition Agreement/MRA*), kampanye nasional produk halal, serta pembentukan zona industri halal yang berorientasi ekspor.

Di sisi lain, peningkatan literasi dan edukasi halal di masyarakat merupakan fondasi penting dalam membangun kesadaran dan permintaan terhadap produk halal. Seperti, sosialisasi penggunaan label halal MUI/BPJPH sebagai jaminan kualitas, gizi, dan keamanan, dan juga peran pemanfaatan media atau influencer dalam menyebarkan gaya hidup halal (*halal lifestyle*). Masyarakat perlu memahami bahwa produk halal bukan hanya memenuhi ketentuan agama, tetapi juga menjamin aspek kesehatan, kebersihan, dan keamanan konsumsi. Dengan pemahaman ini, kesadaran masyarakat akan produk halal akan meningkat, dan pada akhirnya akan mendorong pertumbuhan industri halal secara menyeluruh.²⁰

Dengan pendekatan yang holistik mulai dari penguatan ekosistem, reformasi regulasi, pemberdayaan UMKM, digitalisasi, sinergi kelembagaan, hingga peningkatan literasi, Indonesia diharapkan mampu memperkuat posisinya sebagai pusat industri halal dunia. Tantangan yang dihadapi saat ini dapat dijawab dengan langkah-langkah konkret yang terencana, terukur, dan berkelanjutan.

Kontribusi Industri Halal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia

Industri halal memainkan peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Industri halal berkontribusi sebesar USD 3,8 miliar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia setiap tahunnya. Selain itu, industri halal juga telah menarik investasi asing sebesar USD 1 miliar dan menciptakan 127.000 lapangan kerja per tahun. Jika dikembangkan lebih lanjut, industri halal dapat meningkatkan nilai ekspor dan cadangan devisa.²¹ Pemerintah terus mendukung pengembangan industri halal melalui regulasi dan kebijakan yang mendukung, seperti pembentukan Badan Penjaminan Produk Halal (BPJPH), KNEKS, dan pengembangan infrastruktur halal. Kontribusi industri halal

²⁰ Haryono, "Strategi Pengembangan Industri Halal Di Indonesia Menjadi Top Player Global," *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* ..., no. 3 (September (2023)): 692–98, <https://doi.org/10.30868/ad.v7i02.4918>.

²¹ Adamsah and Subakti, "Development of the Halal Industry on Indonesian Economic Growth."

berdasarkan pendekatan produksi mencakup beberapa bidang seperti makanan dan minuman halal, fashion Muslim, farmasi dan kosmetik halal, keuangan Islam, pariwisata halal, serta media dan rekreasi halal.

Konsumsi produk halal oleh masyarakat Indonesia sangat luas dan bahkan termasuk yang tertinggi di dunia. Penggunaan produk halal diperkirakan akan terus tumbuh dengan rata-rata 5,3% per tahun. Pada tahun 2025, tingkat konsumsi produk halal di Indonesia diperkirakan mencapai USD 330,5 miliar. Tingkat konsumsi yang tinggi ini sebagian besar didorong oleh barang impor. Indonesia memiliki peluang besar untuk mengembangkan industri halal. Potensi ini mencakup beberapa faktor, seperti populasi Muslim yang besar, yang diperkirakan mencapai 256 juta orang pada tahun 2050, perkembangan berbagai sektor industri halal, terutama sektor keuangan, pariwisata, dan fashion, pengakuan Indonesia yang semakin meningkat di kancah internasional, lokasi geografis dan keunggulan demografis Indonesia, kemajuan teknologi. Kemampuan ini dapat mendorong pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan nilai ekspor dan cadangan devisa.

Dengan memperhatikan potensi dan tantangan itu, pemerintah dianjurkan untuk lebih aktif mendorong edukasi. Kepada pelaku bisnis mengenai urgensi untuk memelihara dan memastikan mutu produk dan layanan yang disediakan kepada publik, terutama berkenaan dengan kepastian kehalalan tersebut mengingat sebagian besar penduduk Indonesia berkeyakinan Islam. Selain itu, perlu adanya bimbingan pelaku Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah (UMKM) dalam proses sertifikasi halal mengingat ada 57, 83 juta pelaku UMKM (di tahun 2018) yang berperan sebagai sebagian besar pelaku usaha di Indonesia. Melalui pendidikan dan pendampingan ini diharapkan agar Indonesia dapat beralih dari negara yang mengkonsumsi produk halal menjadi negara pembuat di waktu yang akan datang.

KESIMPULAN

Industri halal di Indonesia memiliki potensi luar biasa untuk tumbuh dan menjadi pemain utama di kancah global, didukung oleh populasi muslim terbesar di dunia, peningkatan kesadaran konsumen, serta regulasi pemerintah yang progresif seperti UU Jaminan Produk Halal. Diversifikasi produk halal yang meliputi sektor makanan, minuman, fesyen, pariwisata, dan keuangan syariah membuka peluang besar bagi pasar domestik maupun ekspor. Dengan inovasi, edukasi, dan penguatan standar halal, Indonesia dapat mengoptimalkan potensi pasar dan memperkuat posisinya di industri halal internasional.

Namun, tantangan seperti persaingan global, keterbatasan infrastruktur, ketergantungan pada bahan baku impor, serta dominasi produk asing masih harus diatasi.

Strategi pengembangan yang holistik dan terintegrasi-melalui penguatan ekosistem halal, reformasi regulasi, pemberdayaan UMKM, serta pemanfaatan teknologi-menjadi kunci keberhasilan. Dengan sinergi antar lembaga, edukasi masyarakat, dan dukungan pemerintah yang berkelanjutan, industri halal Indonesia dapat bertransformasi dari konsumen menjadi produsen utama, sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi nasional secara signifikan.

REFERENSI

- (KNEKS), Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, and Ikatan Ahli Ekonomi Islam Indonesia (IAEI). *REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2024 Pengembangan Teknologi Unggulan Industri Halal*. Edited by Ginanjar Dewandaru, Muhammad Quraisy, Dece Kurniadi, Sutan Emir Hidayat, Nadiah Hidayati, and Fayca Rudhatin. Jakarta: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), 2024.
- Adamsah, Bahtiar, and Eka Subakti. "Development of the Halal Industry on Indonesian Economic Growth." *Indonesia Journal of Halal* 5, no. 1 (2022): 71–75.
- Afifah, Mutiara Nur, Abizar Abizar, Heri Sutopo, and Ulil Albab. "Pengaruh Gerakan Boikot Produk Pro Israel Di Media Sosial Terhadap Minat Beli Masyarakat Bandar Lampung." *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa* 9, no. 02 (2024): 426–435.
- Agustina, Rina Samsiyah, Luluwatun Nazla, and Silva Nur'aini. "Analisis Peluang, Tantangan, Dan Strategi Industri Halal Di Indonesia." *AL-MUSAHAMAH: Journal of Islamic Economics, Finance, and Business* 1, no. 1 (June 30, 2024): 94–96. <https://doi.org/10.37058/ams.v1i1.11749>.
- Albab, Ulil. "EKSPLOKASI EKONOMI BERKELANJUTAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM: STUDI KASUS, STRATEGI DIGITAL, KREATIVITAS, LITERASI." *Insight Mediatama* (2023).
- Albab, Ulil, Heri Sutopo, and Dona Algarini. "Kontribusi Komite Daerah Ekonomi dan Keuangan Syariah (KDEKS) terhadap Perkembangan Sektor Ekonomi Kota Bandar Lampung." *Jurnal Alwatzikhoebillah: Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora* 10, no. 2 (2024): 527–535.
- Darmawan, Syauqi. "Pengembangan Industri Halal: Peluang Dan Tantangan Dalam Ekonomi Islam" 3, no. 2 (n.d.): 448–49.
- Dewi, Citra Kurnia, Ulil Albab, and Heri Sutopo. "PENDISTRIBUSIAN ZAKAT BERBAIS MASJID (STUDI KASUS DI MASJID ISTIQLAL LAMPUNG TENGAH)." *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)* 7, no. 2 (2024): 1–11.
- Fathoni, Muhammad Anwar. "Potret Industri Halal Indonesia: Peluang Dan Tantangan." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 432–33. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>.
- Hakim, Muhammad Fajrul. "Studi Library Research: Penguatan Ekosistem Halal Value Chain Di Indonesia Untuk Industri Halal Global" 4, no. 4 (2024): 2230.
- Haryono, H. "Strategi Pengembangan Industri Halal Di Indonesia Menjadi Top Player Global." *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis ...*, no. September (2023): 692–98. <https://doi.org/10.30868/ad.v7i02.4918>.
- Hasyim, Hasnil. "Peluang Dan Tantangan Industri Halal Di Indonesia." *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 7, no. 2 (2023): 665–88. <https://doi.org/10.30868/ad.v7i02.4918>.
- Jannah, Miftahul, and Malahayatic. "Analisis Tantangan Dan Peluang Industri Halal Di Indonesia." *MUBEZA: Pemikiran Hukum Dan Ekonomi Islam* 14, no. 2 (2024): 174.
- Lutfiani, Ulfa, Nina Ramadhani Wulandari, Ruslaini Ruslaini, and Ulil Albab. "Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan Mobile Banking: Studi Kasus BSI Kota Bandar Lampung." *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa* 9, no. 02 (2024): 461–469.

- Madjid, Sitti Saleha. "Analisis Peluang, Tantangan Dan Strategi Industri Halal Di Indonesia (Pada Masa Pandemic Covid-19)." *JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 13, no. 1 (2022): 23–24.
- Mukminin, Amirul, and Malahayatie. "Strategi Pengembangan Industri Halal." *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi* 2, no. 3 (July 22, 2024): 469–82. <https://doi.org/10.61597/jbe-ogzrp.v2i3.57>.
- Nurhaliza, Siti, Ulil Albab, and Heri Sutopo. "ANALISIS DAMPAK FATWA MUI NO 83 TAHUN 2023 TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN STUDI PADA ASN DI PEMERINTAHAN PROVINSI LAMPUNG." *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 7, no. 2 (2024): 381–389.
- Qoniah, Risa. "Tantangan Dan Strategi Peningkatan Ekspor Produk Halal Indonesia Di Pasar Global." *Halal Research Journal* 2, no. 1 (March 2, 2022): 56–58. <https://doi.org/10.12962/j22759970.v2i1.246>.
- Suhaimi, Muhammad, and Marliyah Marliyah. "Peluang Dan Tantangan Industri Halal Menuju Pusat Industri Global." *Ekonom : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 3, no. 1 (2023): 41–44. <https://doi.org/10.58432/ekonom.v3i1.768>.
- Syahputra, Angga, Ramadhan, and Almira Keumala Ulfah Razalia. "Industri Halal Di Aceh: Strategi Dan Perkembangan." *Jurnal Al-Qardh* 6, no. 1 (2021): 19.
- Wau, Marselino, Leni Wati, and Jhon Firman Fau. *Teori Pertumbuhan Ekonomi (Kajian Konseptual Dan Empirik)*. Eureka Media Aksara, 2022.
- Yani, Muhammad Turhan, and Sri Abidah Suryaningsih. "Muslim Consumer Behavior in Consuming Halal Products." *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics* 3, no. 1 (2019): 9243–44.
- Yulia, Lady. "Halal Products Industry Development Strategy Strategi Pengembangan Industri Produk Halal." *Jurnal Bisnis Islam* 8, no. 1 (2019): 134–35.
- Zainorrahman, and Robby Reza Zulfikri. "Peluang Dan Tantangan Pengembangan Umkm Halal Di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2023): 23–24.