

Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Produk Halal: Studi Produk Air Minuman dalam Kemasan AQUA

Amalia Amiza¹, Drajat Stiawan²

^{1,2}UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Email: amalia.amiza@mhsuingusdur.ac.id¹, drajat.stiawan@uingusdur.ac.id²

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan ekonomi kreatif berbasis produk halal dengan studi kasus pada produk air minum dalam kemasan (AMDK) AQUA. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar, Indonesia memiliki peluang besar untuk mengembangkan industri halal, terutama seiring meningkatnya permintaan global terhadap produk bersertifikasi halal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur untuk mengumpulkan data dari jurnal ilmiah, laporan industri, dan publikasi pemerintah terkait strategi inovasi dan kebijakan halal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa AQUA telah mengadopsi berbagai inovasi untuk memastikan kepatuhan terhadap standar halal, termasuk implementasi sertifikasi halal digital, penggunaan teknologi Internet of Things (IoT) dalam proses produksi, dan strategi pemasaran berbasis e-commerce. AQUA juga berkomitmen terhadap keberlanjutan melalui penggunaan botol daur ulang dan pengembangan galon guna ulang. Namun, tantangan utama yang dihadapi meliputi ketergantungan pada bahan baku impor, terbatasnya jumlah lembaga sertifikasi halal, serta persaingan dengan produk halal global. Inovasi dan digitalisasi menjadi faktor kunci dalam memperkuat daya saing produk halal di pasar internasional. Dukungan dari pemerintah melalui percepatan proses sertifikasi, penguatan infrastruktur halal, dan pemberian insentif bagi industri halal sangat penting untuk mendukung pertumbuhan sektor ini. Kolaborasi antara pelaku industri, regulator, dan pelaku usaha kecil akan mempercepat pengembangan ekonomi kreatif berbasis halal, menjadikan Indonesia sebagai pemain utama dalam ekosistem halal global.

Kata kunci: ekonomi kreatif, produk halal, inovasi, digitalisasi, AQUA

ABSTRACT: This study aims to analyze creative economic development strategies based on halal products with a case study on AQUA bottled drinking water (AMDK) products. As a country with the largest Muslim population, Indonesia has a great opportunity to develop the halal industry, especially as global demand for halal-certified products increases. This research uses a qualitative approach with a literature study method to collect data from scientific journals, industry reports, and government publications related to innovation strategies and halal policies. The results show that AQUA has adopted various innovations to ensure compliance with halal standards, including the implementation of digital halal certification, the use of Internet of Things (IoT) technology in the production process, and e-commerce-based marketing strategies. AQUA is also committed to sustainability through the use of recycled bottles and the development of reusable gallons. However, the main challenges faced include dependence on imported raw materials, limited number of halal certification bodies, and competition with global halal products. Innovation and digitalization are key factors in strengthening the competitiveness of halal products in the international market. Support from the government through accelerating the certification process, strengthening halal infrastructure, and providing incentives for the halal industry is essential to support the growth of this sector. Collaboration between industry players, regulators, and small businesses will accelerate the development of a halal-based creative economy, making Indonesia a major player in the global halal ecosystem.

Keywords: creative economy, halal products, innovation, digitalization, AQUA

1. PENDAHULUAN

Sektor ekonomi kreatif telah menjadi salah satu pilar utama dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Ekonomi kreatif mencakup berbagai subsektor yang

berlandaskan kreativitas, inovasi, serta nilai tambah budaya dan intelektual (Shabillia & Santoso, 2023). Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (2020), sektor ekonomi kreatif memberikan kontribusi sebesar 7,44% terhadap PDB nasional. Ini menunjukkan betapa pentingnya peran sektor tersebut dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan serta berbasis inovasi.

Sebagai negara yang memiliki kekayaan budaya yang beragam, Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi kreatif. Selain itu, dengan statusnya sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki peluang besar untuk mengembangkan ekonomi kreatif yang berfokus pada produk halal (Kusuma et al., 2022). Produk halal tidak hanya meliputi sektor makanan dan minuman, tetapi juga mencakup berbagai industri lainnya, seperti kosmetik, fesyen, farmasi, perawatan pribadi, serta layanan pariwisata. Berdasarkan laporan *Global Islamic Economy Report* (2021), permintaan terhadap produk halal secara global terus meningkat, dengan nilai pasar yang diprediksi mencapai USD 3,2 triliun pada tahun 2024. Ini mengindikasikan bahwa industri produk halal memiliki potensi besar dan prospek yang menjanjikan di masa depan.

Produk halal dalam konteks ekonomi kreatif dapat menjadi faktor pembeda yang kuat bagi pelaku usaha dalam bersaing di pasar global (Siagian & Cahyono, 2021). Keunggulan produk halal yang berlandaskan nilai-nilai etika dan keberlanjutan menjadikannya lebih kompetitif di tengah tren konsumen yang semakin memilih produk ramah lingkungan dan etis (Setiawati et al., 2024). Oleh karena itu, pengembangan ekonomi kreatif berbasis produk halal menjadi strategi yang tepat untuk memperkuat daya saing Indonesia di pasar global.

Konsep halal tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan terhadap standar syariah, tetapi juga mencerminkan kualitas, kebersihan, dan keamanan produk yang tinggi (Ernayani & Firman, 2024). Oleh sebab itu, produk halal tidak hanya menarik minat konsumen Muslim, tetapi juga masyarakat luas yang semakin memperhatikan aspek kesehatan dan keamanan. Penelitian oleh Rahmawati et al. (2019) mengungkapkan bahwa preferensi konsumen terhadap produk halal tidak hanya didasarkan pada alasan religius, melainkan juga karena kepercayaan terhadap kualitas dan keamanan yang ditawarkan produk tersebut.

Indonesia memiliki peluang besar dalam mengembangkan industri halal, baik di tingkat nasional, regional, maupun global (Nasution, 2020). Berdasarkan laporan *State of The Global Islamic Economy* tahun 2018 yang dikutip oleh Mubarak & Imam (2020), Indonesia menempati peringkat pertama sebagai konsumen produk makanan halal terbesar di dunia. Dengan jumlah penduduk Muslim mencapai 209,1 juta jiwa atau 87,2 persen dari total populasi, Indonesia mewakili 13,1 persen dari total populasi Muslim secara global.

Secara global, industri halal terus berkembang, seiring dengan proyeksi pertumbuhan populasi Muslim dari 1,6 miliar jiwa pada tahun 2010 menjadi 2,2 miliar jiwa pada tahun 2030 (Mubarak & Imam, 2020). Selain itu, pada tahun 2017, Indonesia mencatat pengeluaran sebesar USD 218,8 miliar di sektor ekonomi syariah. Hal ini menegaskan bahwa Indonesia memiliki potensi signifikan sebagai negara dengan pangsa pasar produk halal terbesar di dunia (Supandi & Umbara, 2022).

Salah satu sektor yang turut berinovasi adalah industri air minum dalam kemasan. AQUA, sebagai merek air kemasan terkemuka di Indonesia, terus beradaptasi dan mengembangkan inovasi untuk memastikan produknya tetap relevan dan terpercaya di kalangan konsumen Muslim. AQUA sebagai salah satu produk AMDK di Indonesia telah mendapatkan sertifikasi halal dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal

(BPJPH). Produk ini tidak hanya memenuhi standar halal, tetapi juga menekankan aspek keberlanjutan melalui inovasi kemasan berbahan daur ulang dan pengembangan galon guna ulang ramah lingkungan. AQUA berhasil memperoleh penghargaan "The Best Green Program 2023" atas inovasi botol mini berbahan ramah lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa integrasi antara prinsip halal dan keberlanjutan dapat menjadi strategi pengembangan ekonomi kreatif yang efektif.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian dalam artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan pustaka atau studi literatur. Metode ini dipilih untuk mengidentifikasi dan menganalisis inovasi produk halal di era digital melalui studi kasus produk air minum dalam kemasan AQUA. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam terkait isu yang diteliti melalui analisis berbagai sumber literatur yang relevan. Data dikumpulkan dari berbagai sumber literatur seperti jurnal ilmiah, laporan industri, publikasi pemerintah, dan publikasi yang relevan dengan topik penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur yang berfokus pada teori, konsep, serta hasil penelitian empiris terkait strategi pengembangan ekonomi kreatif berbasis produk halal. Proses analisis dilakukan secara sistematis dengan mengidentifikasi isu-isu utama terkait industri halal, tantangan, dan peluang pasar global, serta strategi inovasi yang diterapkan AQUA. Studi literatur ini memungkinkan peneliti untuk memahami dinamika industri halal di Indonesia, peran teknologi digital dalam mendukung industri halal, serta kontribusi AQUA dalam memperkuat ekosistem halal nasional dan daya saing global. Dengan pendekatan ini, penelitian menghasilkan gambaran komprehensif mengenai bagaimana AQUA menghadapi tantangan industri halal, memanfaatkan peluang digital, dan berkontribusi pada pengembangan ekonomi kreatif berbasis produk halal di Indonesia.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Inovasi dalam Produk Halal di Era Digital

Industri halal mengalami perkembangan pesat seiring dengan kemajuan teknologi digital. Transformasi digital telah memberikan dampak besar terhadap proses produksi, distribusi, dan konsumsi produk halal (Widyaningrum & Nusran, n.d.). Konsumen kini semakin mudah mengakses informasi terkait kehalalan produk melalui berbagai platform digital, sementara produsen dapat memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan transparansi.

Dalam pembukaan *The 6th Indonesia International Halal Lifestyle (INHALIFE) Conference 2024*, Deputy Gubernur Bank Indonesia, Juda Agung, menegaskan bahwa Indonesia memiliki peluang besar untuk menjadi pemain utama di industri halal global. Untuk mencapai hal tersebut, pemanfaatan teknologi dan transformasi digital menjadi faktor kunci dalam mempercepat kemajuan industri halal nasional, terutama di tengah pesatnya pertumbuhan pasar halal dan digitalisasi di tingkat global. Selain itu, komitmen dan kolaborasi dari seluruh pemangku kepentingan juga berperan krusial, tidak hanya dalam mendukung pelaku usaha lokal, tetapi juga dalam menetapkan standar industri halal Indonesia agar dapat bersaing di pasar internasional.

Deputy Gubernur Bank Indonesia, Juda Agung, memaparkan lima strategi utama untuk mempercepat digitalisasi dalam industri halal. Pertama, memaksimalkan penggunaan platform e-commerce sebagai sarana pemasaran bagi produk bersertifikat halal. Kedua, mengimplementasikan sistem pembayaran digital, termasuk penggunaan

QRIS, guna mempermudah dan memperluas akses transaksi. Ketiga, pemanfaatan keuangan syariah digital sebagai sarana pembiayaan bagi bisnis halal. Strategi lainnya mencakup penerapan *halal traceability* untuk memperkuat ekosistem jaminan produk halal, sehingga bahan baku dapat ditelusuri dari hulu hingga ke tangan konsumen. Selain itu, sertifikasi halal digital juga menjadi fokus utama melalui pemanfaatan kecerdasan buatan (AI), yang bertujuan mempercepat dan meningkatkan efisiensi proses sertifikasi. tetapi juga tentang membangun ekosistem halal yang inklusif, efisien, dan berkeadilan untuk mendukung kemajuan industri halal di Indonesia.

AQUA sebagai produk halal terus beradaptasi dengan tren digitalisasi, baik dalam hal pemasaran maupun transparansi informasi kehalalan produk. AQUA telah mengadopsi sistem sertifikasi halal digital yang memungkinkan konsumen memverifikasi status kehalalan produk melalui teknologi QR code. Meskipun belum semua produk AQUA terdapat kode QR, namun sebagian kemasan AQUA dilengkapi dengan kode QR yang dapat dipindai oleh konsumen untuk mendapatkan informasi rinci tentang sumber air, proses produksi, dan sertifikasi halal. Langkah ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas serta kehalalan produk.

Sertifikasi halal menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya saing produk di pasar Muslim. Kepala BPJPH, Dr. Ir. Ahmad Haikal Hasan, Skom, MMT, menegaskan bahwa AQUA telah memenuhi standar halal dan *thayyib*, yang mencerminkan kualitas produk dari aspek kesehatan, kebersihan, dan keamanan konsumsi.

“Saya melihat bahwa AQUA bukan sekedar halal tetapi juga *thayyib*, karena telah konsisten mengalirkan kebaikan bersama Indonesia. Merek dengan logo halal tentunya baik untuk untuk dikonsumsi dan masyarakat tidak perlu ragu. Kami juga mengapresiasi usaha yang telah dilakukan AQUA dalam pendampingan UMKM binaannya untuk mendapatkan sertifikat halal. Melihat potensi yang besar dari pasar domestik dan internasional, dengan total 66 juta pengusaha di Indonesia, kepatuhan pelaku UMKM untuk menjalankan proses produksi yang tertib halal, tentu akan meningkatkan daya saing produksi dalam negeri di kancah ekonomi global.” Ujar Kepala BPJPH.

Sementara itu, Vera Galuh Sugijanto, VP General Secretary Danone Indonesia mengatakan, AQUA juga secara konsisten telah menghadirkan produk yang tidak hanya memperhatikan aspek kualitas dan keamanan produk tetapi juga aspek kehalalan,

“Dalam rangka mewujudkan komitmen tersebut, AQUA menjadikan kehalalan sebagai nilai utama yang melekat dalam setiap tahapan proses kami. Kami terus berupaya menjaga transparansi, inovasi, dan kepatuhan terhadap regulasi halal untuk memberikan rasa aman dan nyaman kepada masyarakat,” ungkap Vera.

Hal ini mendukung preferensi konsumen yang semakin mengutamakan produk halal dalam kehidupan sehari-hari. Lebih jauh, sertifikasi halal AQUA juga menjadi bagian dari strategi perusahaan untuk memperluas pangsa pasar ke negara-negara dengan permintaan produk halal yang tinggi.

AQUA menggunakan sistem produksi berbasis Internet of Things (IoT) untuk memastikan efisiensi dalam rantai produksi sekaligus menjaga standar halal dalam setiap tahap produksi. AQUA telah mengadopsi teknologi IoT dalam sistem produksi guna meningkatkan efisiensi operasional serta memastikan kehalalan produk secara real-time. AQUA memantau kualitas air di setiap tahap produksi dengan teknologi IoT untuk memastikan standar kebersihan dan kehalalan tetap terjaga. Penggunaan IoT

memungkinkan sistem produksi berjalan secara otomatis dengan pemantauan berbasis data, sehingga mengurangi risiko kontaminasi dan meningkatkan efisiensi produksi, dan AQUA dapat mengontrol penggunaan air dan energi di fasilitas produksi, sehingga mendukung keberlanjutan lingkungan sekaligus menghemat sumber daya.

AQUA juga memanfaatkan platform digital seperti e-commerce dan marketplace untuk memperluas jangkauan pemasaran produknya. E-commerce memainkan peran penting dalam memudahkan akses produk AQUA bagi konsumen di berbagai wilayah. Melalui e-commerce, produk halal lebih mudah diakses oleh konsumen, termasuk di pasar internasional. Untuk mendapatkan produk AQUA yang aman dan terjamin keasliannya, saat ini bisa dengan mudah menemukannya. Sekarang tidak hanya di toko kelontong, minimarket dan supermarket tetapi bisa juga melalui beberapa e-commerce seperti [tokopedia](#), [Shopee](#), [JD.ID](#), dan [blibli.com](#). selain itu, untuk mempermudah pemesanan AQUA Galon hingga diantar langsung ke rumah, sekarang dapat mememesannya lewat [AQUA Home Service \(AHS\)](#) dengan langsung menghubungi via [WhatsApp](#) untuk menemukan AHS terdekat dari rumah.

Dengan adanya digitalisasi ini, AQUA mampu mempercepat distribusi produk halal, meningkatkan efisiensi produksi, serta membangun interaksi yang lebih baik dengan konsumen melalui berbagai platform digital.

3.2 Tantangan dan Peluang Pasar Halal Global

Berdasarkan laporan The State of Global Islamic Economy (2021), industri halal dihadapkan pada beberapa kendala utama. Indonesia masih menghadapi tantangan dalam hal ketergantungan pada bahan baku impor untuk industri halal. Hal ini berdampak pada harga produksi dan daya saing produk di pasar internasional. Selain itu, keterjaminan kehalalan bahan baku impor tidak selalu dapat ditelusuri dengan mudah, menimbulkan kekhawatiran terkait kehalalan produk akhir (Adinugraha et al., 2022). Sebagai produsen air minum dalam kemasan, AQUA menjamin bahwa setiap tahap produksinya, mulai dari pengambilan bahan baku hingga distribusi, telah sesuai dengan standar halal dan thayyib. Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), Ahmad Haikal Hasan, menyatakan bahwa AQUA merupakan produk berkualitas, halal, dan thayyib, sehingga aman dikonsumsi masyarakat.

Salah satu tantangan pasar halal di Indonesia adalah keterbatasan jumlah lembaga sertifikasi halal. Keterbatasan jumlah lembaga sertifikasi halal di Indonesia menyebabkan proses sertifikasi menjadi lebih panjang dan kompleks (Muhamad, 2020). Hal ini dapat menghambat distribusi produk halal, terutama bagi pelaku usaha kecil dan menengah yang memiliki keterbatasan sumber daya. Selain itu, adanya monopoli dalam proses sertifikasi halal berpotensi memperlambat perkembangan industri halal di Indonesia. AQUA telah berhasil memperoleh sertifikasi halal untuk produknya dan terus berkomitmen menjaga kualitas serta kehalalan produknya. Namun, bagi banyak UMKM, proses sertifikasi yang panjang dan birokratis menjadi tantangan tersendiri. Oleh karena itu, diperlukan upaya kolaboratif antara pemerintah, lembaga sertifikasi, dan pelaku industri untuk mempercepat dan mempermudah proses sertifikasi halal.

Tantangan lainnya yaitu Persaingan dengan Produk Global. Produk halal Indonesia harus bersaing dengan produk dari negara lain seperti Malaysia dan Arab Saudi yang telah lebih dulu memiliki ekosistem industri halal yang kuat (Nabbila et al., 2024). Negara-negara ini telah membangun sistem sertifikasi halal yang diakui secara

internasional dan memiliki infrastruktur pendukung yang lebih maju. Malaysia, misalnya, telah lama mengembangkan industri halal dengan dukungan Halal Industry Development Corporation (HDC) yang aktif mempromosikan produk halal ke berbagai negara. Sementara itu, Arab Saudi memiliki pengaruh besar dalam pasar halal global karena menjadi pusat ibadah umat Islam, sehingga banyak produk halal yang mendapat kepercayaan tinggi di pasar internasional.

Selain faktor regulasi dan pengakuan internasional, produk halal dari negara-negara ini juga memiliki keunggulan dalam inovasi dan pemasaran. Malaysia telah membangun ekosistem industri halal berbasis digital dengan adanya sertifikasi halal yang dapat diakses melalui aplikasi berbasis blockchain. Hal ini memungkinkan transparansi dalam rantai pasok dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal mereka. Untuk bersaing di pasar global, Indonesia perlu memperkuat infrastruktur halal nasional, meningkatkan daya saing produk lokal, serta mempercepat harmonisasi standar halal dengan negara lain agar produk-produk Indonesia lebih mudah diterima di pasar internasional (Hidayat, n.d.).

Untuk meningkatkan daya saing, AQUA tidak hanya memastikan kehalalan produknya tetapi juga berinovasi dalam aspek keberlanjutan. AQUA memperkenalkan botol yang terbuat dari 100% bahan daur ulang dan dapat didaur ulang kembali, sebagai bagian dari komitmen terhadap lingkungan. Inovasi ini dapat menjadi nilai tambah bagi produk halal Indonesia di pasar global. Meskipun terdapat tantangan seperti ketergantungan pada bahan baku impor, keterbatasan lembaga sertifikasi halal, dan persaingan dengan produk global, perusahaan seperti AQUA menunjukkan bahwa dengan komitmen terhadap kualitas, kehalalan, dan inovasi, produk Indonesia dapat bersaing di pasar internasional.

Meskipun terdapat banyak tantangan, era digital juga menghadirkan banyak peluang bagi pengembangan bisnis halal. Peningkatan kesadaran akan konsumsi produk halal tidak hanya terjadi di negara-negara Muslim tetapi juga di negara-negara non-Muslim dengan populasi Muslim yang signifikan (Maulizah & Sugianto, 2024). Konsumen semakin mencari produk halal karena dianggap lebih higienis, berkualitas tinggi, dan memenuhi standar keamanan pangan (Ishardini et al., 2021). Hal ini menciptakan peluang besar bagi industri halal Indonesia untuk memperluas pangsa pasarnya di tingkat global. AQUA sebagai salah satu merek air minum halal memiliki peluang besar untuk memperluas pasar internasional dengan menonjolkan jaminan kehalalan dan kualitas produknya. Dengan meningkatnya preferensi konsumen terhadap produk halal yang higienis dan berkualitas tinggi, AQUA dapat memanfaatkan tren ini untuk memperkuat daya saingnya di pasar global.

Pemerintah Indonesia terus menguatkan kebijakan sertifikasi halal melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) (Mulyono & Hidayat, 2022). Langkah ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap produk yang beredar di pasar telah memenuhi standar halal yang ketat. Selain itu, pemerintah juga menyediakan berbagai insentif bagi industri halal, seperti pembebasan pajak bagi usaha kecil dan menengah (UKM) di sektor halal serta kemudahan akses permodalan melalui lembaga keuangan berbasis syariah. Dukungan ini diharapkan dapat mempercepat pertumbuhan industri halal nasional serta meningkatkan daya saing produk halal Indonesia di pasar global.

Dengan sertifikasi halal yang diwajibkan bagi semua produk yang beredar, AQUA secara langsung mendapatkan manfaat dari regulasi ini karena telah memiliki sertifikasi halal yang diakui. Selain itu, berbagai insentif yang diberikan oleh pemerintah, seperti

kemudahan akses permodalan melalui skema pembiayaan syariah, juga membuka peluang bagi AQUA untuk terus berinovasi dalam mengembangkan produknya.

Berkembangnya teknologi digital, industri halal Indonesia semakin beradaptasi untuk meningkatkan daya saingnya. Digitalisasi dalam sertifikasi halal memungkinkan proses verifikasi menjadi lebih cepat dan transparan (Dewi & Hakiki, 2023). Selain itu, pemasaran produk halal kini semakin efektif melalui platform e-commerce dan marketplace yang memungkinkan produsen menjangkau konsumen global secara lebih efisien. Inovasi dalam formulasi produk halal juga semakin berkembang, seperti pengembangan kemasan ramah lingkungan serta produk berbasis bahan alami yang lebih diminati oleh konsumen modern.

AQUA terus beradaptasi untuk meningkatkan daya saing produknya dalam berkembangnya teknologi digital saat ini. Salah satu langkah yang telah diambil adalah digitalisasi dalam proses sertifikasi halal, yang memungkinkan verifikasi halal dilakukan lebih cepat dan transparan. AQUA juga telah menerapkan strategi pemasaran digital melalui e-commerce dan marketplace untuk menjangkau lebih banyak konsumen di dalam dan luar negeri. Selain itu, inovasi dalam formulasi produk halal, seperti pengembangan kemasan yang lebih ramah lingkungan, semakin meningkatkan daya tarik produk AQUA di pasar modern yang semakin peduli terhadap isu lingkungan dan keberlanjutan.

AQUA telah meluncurkan botol 100% daur ulang dan memperkenalkan galon guna ulang yang lebih tahan lama sebagai bagian dari komitmennya terhadap keberlanjutan. Aqua berhasil meraih The Best Green Program 2023 pada ajang Indonesia Green Awards 2023. Keberhasilan itu berkat inovasi botol air minum Aqua kemasan mini (cube) tanpa label, tanpa sedotan, dan 100 persen dapat didaur ulang dengan mudah.

"Inovasi Aqua cube mulai dilakukan sejak 2021 dan mulai dipasarkan sejak April 2022. Kemasan Aqua cube memang sangat tipis, namun tetap kuat dan aman, sehingga menjadi produk yang ramah lingkungan," jelas Senior Packaging Development Manager Danone-Aqua.

Kehadiran Aqua cube menarik perhatian dewan juri Indonesia Green Awards 2023 yang diselenggarakan oleh La Tofi School of Social Responsibility.

"Setiap prestasi, patut diapresiasi. Indonesia Green Awards merupakan penghargaan yang diberikan oleh La Tofi School of Social Responsibility kepada perusahaan yang memiliki kepedulian tinggi terhadap lingkungan melalui berbagai ragam kreativitas atau kepada siapa saja yang dianggap berprestasi dan berjasa bagi lingkungan sekitar. Kami mengucapkan selamat kepada Danone-Aqua yang selalu konsisten mengembangkan program-program pelestarian lingkungan," ujar Chairman La Tofi School of Social Responsibility La Tofi.

Inisiatif ini tidak hanya mendukung standar halal, tetapi juga memenuhi ekspektasi konsumen global yang semakin memperhatikan aspek lingkungan dalam memilih produk.

3.3 Peran Pemerintah dalam Mendukung Ekonomi Kreatif Halal

Pemerintah melalui BPJPH telah mewajibkan sertifikasi halal bagi produk yang beredar di pasar Indonesia (Warto & Samsuri, 2020). Regulasi ini bertujuan untuk

meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal dalam negeri serta memastikan standar yang lebih ketat dalam produksi halal. Kebijakan ini juga mempermudah akses pelaku usaha dalam mendapatkan sertifikasi halal melalui sistem digitalisasi. AQUA memastikan seluruh produknya memenuhi standar halal yang ditetapkan. Selain itu, AQUA aktif bekerja sama dengan BPJPH dan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) untuk membantu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam memperoleh sertifikasi halal. Inisiatif ini tidak hanya memperkuat ekosistem halal nasional tetapi juga meningkatkan kapabilitas UMKM dalam memenuhi standar halal yang berlaku.

Dukungan Infrastruktur dan Pendanaan. Pemerintah menyediakan berbagai fasilitas seperti kawasan industri halal yang dirancang khusus untuk mendukung produksi halal dari hulu ke hilir (Wulandari & Pradesyah, 2023). Selain itu, skema pembiayaan syariah juga diperkenalkan untuk membantu pelaku usaha mendapatkan akses pendanaan tanpa melanggar prinsip syariah, sehingga memperkuat daya saing UMKM berbasis halal. AQUA memanfaatkan dukungan ini dengan mengembangkan infrastruktur produksi yang sesuai dengan standar halal dan ramah lingkungan. Melalui program #BijakBerplastik yang diluncurkan pada 2018, AQUA berkomitmen mengatasi permasalahan sampah plastik di Indonesia. Salah satu inovasinya adalah peluncuran AQUA LIFE, botol yang terbuat dari 100% bahan daur ulang dan dapat didaur ulang, sebagai bagian dari upaya menciptakan produk yang sepenuhnya sirkular.

Industri kreatif di Indonesia secara masih didominasi dengan tenaga kerja berpendidikan rendah dengan presentase lebih dari 50% (Pratama, 2024). Peran kompetensi sumber daya manusia (SDM) merupakan faktor penentu keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan. Pemerintah terus mengembangkan program pelatihan dan edukasi bagi pelaku industri halal (Hariani, 2024). Program ini meliputi pelatihan mengenai standar sertifikasi halal, inovasi produk halal, dan strategi pemasaran global agar produk halal Indonesia semakin kompetitif. Selain itu, pemerintah juga bekerja sama dengan perguruan tinggi dan lembaga riset untuk menghasilkan sumber daya manusia yang lebih kompeten dalam industri halal. AQUA mendukung inisiatif ini dengan mengadakan berbagai pelatihan dan workshop bagi karyawan dan mitra bisnisnya. Selain itu, AQUA berperan aktif dalam meningkatkan kapabilitas UMKM melalui kerja sama dengan BPJPH dan BPOM, membantu mereka dalam proses sertifikasi halal dan pengembangan produk yang sesuai dengan standar halal.

Untuk meningkatkan daya saing produk halal Indonesia di pasar global, pemerintah aktif dalam memperluas jaringan ekspor (Hariani, 2024). Kerja sama perdagangan dengan negara-negara Muslim lainnya semakin diperkuat untuk membuka akses pasar yang lebih luas. Selain itu, berbagai pameran dan forum internasional juga dimanfaatkan sebagai ajang promosi bagi produk halal Indonesia agar lebih dikenal di kancah global. AQUA mendukung upaya ini dengan memastikan produknya memenuhi standar halal internasional, sehingga dapat diterima di pasar global. Selain itu, AQUA terus berinovasi dalam pengembangan produk dan kemasan yang ramah lingkungan, seperti peluncuran botol mini "AQUA Cube" dan galon guna ulang berbahan ramah lingkungan. Inovasi ini tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen akan produk berkualitas dan halal, tetapi juga mendukung keberlanjutan lingkungan, sehingga meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar global. Melalui berbagai inisiatif dan inovasi tersebut, AQUA berkomitmen untuk mendukung regulasi dan kebijakan halal pemerintah, serta berperan aktif dalam pengembangan industri halal nasional dan global.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan bahwa inovasi produk halal di era digital, khususnya dalam industri air minum dalam kemasan seperti AQUA, menunjukkan potensi besar bagi pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia. AQUA telah membuktikan kemampuannya dalam menghadapi tantangan global melalui komitmen terhadap standar halal, keberlanjutan lingkungan, dan pemanfaatan teknologi digital. Inisiatif seperti penggunaan botol 100% daur ulang dan galon guna ulang, serta penerapan teknologi IoT dalam proses produksi, menjadi keunggulan kompetitif bagi AQUA di pasar halal global. Namun, tantangan signifikan seperti ketergantungan pada bahan baku impor, keterbatasan lembaga sertifikasi halal, dan persaingan ketat dari produk global masih menjadi hambatan. Dukungan pemerintah melalui regulasi halal, infrastruktur, pendanaan syariah, dan promosi ekspor sangat penting untuk memperkuat industri halal nasional. AQUA juga memainkan peran penting dalam mendukung UMKM memperoleh sertifikasi halal dan memperluas jangkauan pasar melalui digitalisasi. Kesuksesan AQUA menjadi bukti bahwa produk halal Indonesia mampu bersaing secara global dengan strategi inovatif dan kolaborasi erat antara pemerintah, industri, dan lembaga sertifikasi. Ke depan, penguatan ekosistem halal nasional dan pemanfaatan teknologi akan menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing produk halal Indonesia di kancah internasional.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H., Andrean, R., Ikhrom, W. A., Setyani, R. A. G., Sibyani, H., Mukarromah, F., Fauzi, U. H., Ifiandri, A., Masrurroh, I., & Safitri, A. (2022). *Perkembangan Industri Halal di Indonesia*. Scientist Publishing.
- Astuti, M. (2020). Pengembangan Produk Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal (Halal Lifestyle). *IURIS STUDIA: Jurnal Kajian Hukum*, 1(1), 14–20.
- Dewi, A. P., & Hakiki, M. I. (2023). Transformasi Digital dalam Industri Halal di Indonesia (Studi Implementasi Teknologi Blockchain dalam Proses Sertifikasi Halal). *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 3(2), 360–370.
- Ernayani, R., & Firman, F. (2024). Transformasi Industri Halal: Keberlanjutan dan Inovasi dalam Perekonomian Syariah. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 1011–1020.
- Hariani, D. (2024). Peningkatan Produktivitas dan Daya Saing UMKM Halal Food Indonesia. *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 5(2), 374–390.
- Hasyim, H. (2023). Peluang dan Tantangan Industri Halal Di Indonesia. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(2), 665–688. <https://doi.org/10.30868/ad.v7i02.4918>
- Hidayat, R. R. (n.d.). *Penguatan Industri Halal Di Indonesia Melalui Integrasi Dengan Lembaga Keuangan Syariah*. FEB UIN JAKARTA.
- Ishardini, C., Darwanto, D., Salistia, F., & Junaedi, D. (2021). Minat Beli Masyarakat Non Muslim terhadap Produk Makanan Halal. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 3(3), 284–305.
- Kusuma, D. A., Muhtadi, R., & Agustin, F. (2022). Strategi Pengembangan Desa Wisata Halal Berbasis Bumdesa Di Jawa Timur; Peluang Dan Tantangan. *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman*, 8(1), 156–185.
- Maulizah, R., & Sugianto, S. (2024). Pentingnya Produk Halal di Indonesia: Analisis Kesadaran Konsumen, Tantangan Dan Peluang. *El-Suffah: Jurnal Studi Islam*, 1(2),

129–147.

- Muhamad, M. (2020). Tantangan dan peluang penerapan kebijakan mandatory sertifikasi halal (Studi implementasi UU No. 33 Th. 2014 dan PP No. 31 Th. 2019). *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 1–26.
- Mulyono, A., & Hidayat, Y. R. (2022). Implementasi kebijakan sertifikasi halal di Indonesia. *Res Publica: Journal of Social Policy Issues*, 1(1), 1–10.
- Nabbila, F. L., Putri, D. F., & Sari, W. R. (2024). Peran Bank Syariah Indonesia (BSI) Dalam Mendorong Pertumbuhan Industri Halal di Indonesia. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 4(1), 54–61.
- Nasution, L. Z. (2020). Penguatan Industri Halal bagi Daya Saing Wilayah: Tantangan dan Agenda Kebijakan. *Journal of Regional Economics Indonesia (JREI)*, 1(2), 33–57.
- Pratama, A. (2024). Kekuatan Adaptasi: Eksplorasi Praktik Resiliensi oleh Wirausaha Perempuan di Lingkungan Industri Kreatif Indonesia. *Jurnal Ilmiah Perlindungan Dan Pemberdayaan Sosial (Lindayasos)*, 6(1), 34–38. <https://doi.org/10.31595/lindayasos.v6i1.1183>
- Setiawati, K., Baihaqi, S. A., Azahra, S. R., Apriliawati, V., & Fajrussalam, H. (2024). Inovasi Keuangan Islam: Peran Fintech dalam Perbankan Syariah. *SYARIAH: Jurnal Ilmu Hukum*, 1(2), 119–124.
- Shabillia, L., & Santoso, B. (2023). Analisis Yuridis Terhadap Pembiayaan Berbasis Kekayaan Intelektual dalam Ekosistem Ekonomi Kreatif di Indonesia. *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 5(1), 737–746.
- Siagian, A. O., & Cahyono, Y. (2021). Strategi pemulihan pemasaran UMKM di masa pandemi COVID-19 pada sektor ekonomi kreatif. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 206–217.
- Supandi, A. F., & Umbara, B. D. (2022). *Analisis Strategi Pengembangan UMKM Halal di Jember dalam Menghadapi Persaingan Pasar Nasional (Studi pada Peluang dan Tantangan)*. 2(2), 86–103.
- Warto, W., & Samsuri, S. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>
- Widyaningrum, D. H., & Nusran, M. (n.d.). Analisis Model Pengembangan Industri Halal Fashion Di Indonesia. *Manajemen Industri Produk Halal Dalam Perspektif Ekosistem Halal*, 77.
- Wulandari, P., & Pradesyah, R. (2023). Ekosistem Perbankan Syariah dalam Mendukung Indonesia Menjadi Trend Setter Industri Halal. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(2), 387–396.