

Pengembangan Industri Halal: Peluang dan Tantangan dalam Ekonomi Islam

Syauqi Darmawan¹

¹: UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Email: syauqi.darmawan@mhs.uingusdur.ac.id¹

ABSTRAK: Artikel ini mengkaji mengenai pengembangan industri halal dalam hal peluang dan tantangan yang melekat pada ekonomi Islam melalui pertumbuhan pesat industri halal global dan potensinya bagi negara-negara Muslim. Metodologi penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi literatur melalui berbagai jurnal ilmiah. Hasil dan pembahasan mengungkapkan peluang signifikan ditemukan dalam sektor makanan, keuangan, pariwisata, dan kosmetik halal, namun industri ini juga dihadapkan pada tantangan seperti standarisasi, sertifikasi, kurangnya kesadaran konsumen dan persaingan global yang semakin ketat. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengembangan industri halal berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan daya saing global negara-negara Muslim. Untuk memaksimalkan potensi ini, diperlukan pendekatan holistik yang melibatkan peningkatan regulasi, investasi dalam penelitian dan pengembangan, serta kolaborasi erat antara pemerintah, industri, dan lembaga keagamaan. Studi ini memberikan kontribusi pada pemahaman komprehensif tentang dinamika industri halal dalam konteks ekonomi Islam.

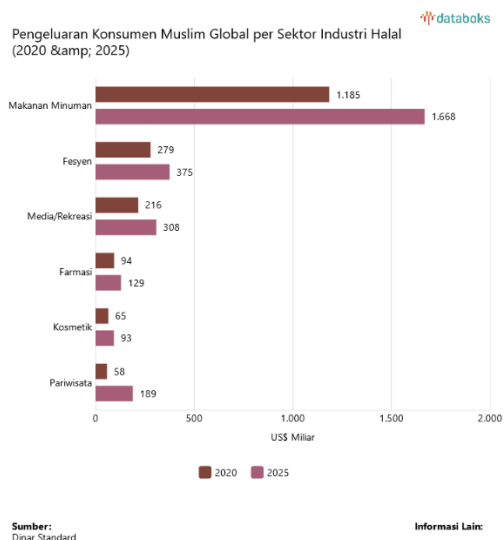
Kata kunci: Industri Halal, Keberlanjutan, Inovasi, Ekonomi Islam.

ABSTRACT: This article examines the development of halal industry in terms of the opportunities and challenges inherent in the Islamic economy through the rapid growth of global halal industry and its potential for Muslim countries. Research methodology uses a qualitative approach to the study of literature through a variety of scientific journals. The results and discussions reveal significant opportunities found in the food, finance, tourism, and halal cosmetics sectors, but the industry is also facing challenges such as standardization, certification, a lack of consumer awareness and increasing global competition. The study concludes that the development of halal industries has the potential to boost economic growth and increase the global competitiveness of Muslim countries. To maximize this potential, a holistic approach is needed that involves improved regulation, investment in research and development, and close collaboration between government, industry, and religious institutions. This study contributes to a comprehensive understanding of the dynamics of halal industry in the context of Islamic economy.

Keywords: Halal Industry, Sustainability, Innovation, Islamic Economy

1. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah memiliki pengaruh yang signifikan pada ekonomi, menyebabkan jaringan pasokan terganggu, produksi berhenti, dan aktivitas ekonomi berubah. Sebagian besar permintaan untuk barang dan jasa tidak teratur, yang berarti bahwa itu mungkin akan mempengaruhi kebiasaan pembelian konsumen yang sudah lama dan pilihan produk, pada akhirnya mengubah operasi bisnis. Ini terjadi di hampir setiap negara di dunia, di mana itu tidak dapat diubah dan akan mengakibatkan penciptaan perintah baru (Hidayat et al., 2022). Bisnis halal memiliki lebih banyak potensi selama wabah Covid-19 karena prioritas orang-orang telah bergeser untuk memprioritaskan produk halal dan higienis.



Tabel 1
Sumber : Databooks.id

Negara Muslim terbesar di dunia, Indonesia, menawarkan peluang besar bagi sektor halal. Pada tahun 2022, akan ada lebih dari 270 juta orang yang tinggal di Indonesia, 87 persen dari mereka adalah Muslim. Ini berarti akan ada 234 juta Muslim di Indonesia secara keseluruhan (Ahla et al., n.d.) Indonesia harus dapat memastikan bahwa produk halal tersedia untuk populasi Muslimnya, seperti yang terlihat dari statistik di atas, yang menunjukkan bahwa ada kebutuhan yang signifikan untuk produk halal di bidang makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, dll. Bagi Muslim, konsumsi makanan halal adalah hal yang sangat sensitif. Ada potensi yang signifikan untuk kebutuhan halal domestik, dan potensi yang lebih besar bagi kebutuhan halal di seluruh dunia. Dengan perkiraan 2 miliar Muslim di seluruh dunia pada tahun 2025, ini jelas menyumbang untuk bagian yang signifikan dari aktivitas ekonomi Sharia di sektor halal.

Negara-negara dunia sekarang memprioritaskan pertumbuhan industri halal sambil mengembangkan strategi pengembangan mereka. Faktanya, sejumlah negara non-Muslim memiliki tingkat kesadaran dan perhatian yang tinggi tentang mempertahankan integritas status halal, yang mencakup semua operasi rantai pasokan. Halal didefinisikan sebagai kebaikan (*toyyib*) dan segala sesuatu yang bermanfaat bagi manusia dan diizinkan dalam Islam. Keputusan gaya hidup yang didasarkan pada prinsip-prinsip moral (*sharia*) seperti distribusi manfaat yang adil, tanggung jawab sosial, ramah lingkungan, keadilan, menahan diri dari *usury*, dan investasi moral adalah apa yang menimbulkan keunggulan industri halal. Manfaat ini menunjukkan bahwa prinsip-prinsip moral dan agama terintegrasi, dan itu memperluas potensi pasar halal melampaui 2,8 miliar Muslim yang membentuk basis pelanggan dunia. Berbagai industri, termasuk makanan dan minuman, kesehatan, perjalanan, kimia, logistik, pemasaran, media cetak dan elektronik, keuangan, dan industri kunci lainnya, menyadari industri halal dan pasar potensialnya (Hidayat et al., 2022).

Selain itu, produsen mendapatkan keuntungan dari Jaminan Produk Halal dalam hal penjualan yang lebih tinggi. Seperti yang diketahui, sangat mudah untuk menemukan pelanggan halal di Indonesia. Oleh karena itu, jika produk memenuhi persyaratan halal, pelanggan Muslim akan tertarik untuk membelinya (Fathoni, 2020). Ini menunjukkan bahwa Indonesia tidak hanya mengonsumsi jumlah terbesar barang halal, tetapi juga berkontribusi pada inovasi dalam ekonomi syariah dengan mendorong pertumbuhan di sektor makanan, fashion, kosmetik, farmasi, pariwisata, keuangan, media, dan rekreasi. Tetapi pengamat ekonomi syariah Abra Talattov dari Institute for Development of Economics and Finance (Indef) menyesal bahwa Indonesia terus berada di peringkat

yang lebih rendah dari negara-negara non-Muslim dalam hal produksi produk halal. Dengan kata lain, Indonesia belum dapat menyadari potensi komersial industri halal sepenuhnya, terutama di dalam negeri. Hasilnya, esai ini akan membahas peluang dan tantangan untuk memperkuat sistem ekonomi yang dipresentasikan oleh dampak industri halal pada ekonomi Islam Indonesia.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Sebuah pendekatan kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini. Tanpa menguji teori, tahap-tahap pendekatan deskriptif dibahas. Review dari literatur (literature research) yang digunakan yaitu sumber data sekunder. Metode penelitian deskriptif yang bersifat kualitatif. Pencarian komprehensif dalam sejumlah database elektronik, termasuk PubMed, Google Scholar, dan platform jurnal ilmiah bergengsi, akan menjadi bagian dari proses pengumpulan data. Informasi yang relevan akan dikumpulkan dan diperiksa secara metodis, termasuk studi kasus, analisis pasar, dan temuan penelitian. Setelah pengumpulan data, analisis sistematis akan dilakukan dengan penekanan pada menemukan tema kunci, membandingkan data, dan mensintesis informasi yang relevan dalam kerangka prinsip-prinsip ekonomi Sharia dan evolusi industri halal.

Gagasan transformasi industri halal akan menjadi topik utama dari ulasan literatur, yang akan membahas secara rinci tentang pertumbuhan industri, pergeseran permintaan, variabel yang mempromosikan pertumbuhan, dan hambatan. Selain itu, penilaian literatur akan menekankan dampak prinsip-prinsip ekonomi Islam, termasuk bagaimana prinsip ini mempengaruhi cara industri halal berubah. Penelitian ini akan berfokus pada bagaimana dinamika industri halal dibentuk dan dipengaruhi oleh teknologi, inovasi, etika, dan budaya. Tujuan utama dari metodologi keseluruhan ulasan literatur ini adalah untuk menghadirkan pemahaman yang menyeluruh tentang bagaimana industri halal telah berubah. Ia juga bertujuan untuk menyoroti bagaimana prinsip-prinsip ekonomi Sharia dan faktor-faktor lain telah mempengaruhi perkembangan dan evolusi sektor ini dalam konteks ekonomi berbasis nilai prinsip moral dan etika.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran dan Prinsip Ekonomi Islam

Bisnis halal sangat bergantung pada konsep ekonomi Islam, seperti keberlanjutan dan distribusi kekayaan yang adil, untuk memberikan tujuan dan struktur bagi industri halal. Ide-ide ini tidak hanya berfungsi sebagai dasar penjuror pertumbuhan industri yang etis dan berkelanjutan, tetapi juga membentuk dasar praktik perusahaan. Ide-ide ini menempatkan penekanan yang kuat pada peran yang dimainkan keadilan sosial dalam mendistribusikan kekayaan dengan cara yang mempromosikan keadilan ekonomi dalam masyarakat. Panduan ini juga menekankan pentingnya etika bisnis yang solid di sektor halal, menegaskan kebutuhan untuk perdagangan yang jujur dan menghindari perilaku yang tidak etis.

Peran dan prinsip ekonomi Islam sangat fundamental dalam pengembangan industri halal, menyediakan kerangka etis dan operasional yang membentuk dasar seluruh aktivitas ekonomi di sektor ini. Prinsip-prinsip utama seperti kepatuhan syariah, kesejahteraan publik, dan keadilan menjadi landasan penting. Kepatuhan syariah memastikan bahwa setiap aspek industri, mulai dari produksi hingga pemasaran, sesuai dengan hukum Islam. Sementara itu, prinsip masalah mendorong industri untuk tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga memberikan manfaat sosial dan lingkungan yang lebih luas. Prinsip keadilan mempromosikan praktik bisnis yang adil dan seimbang dalam seluruh rantai nilai industri halal. Fokus pada keberlanjutan ini mencakup industri halal berkewajiban untuk mempertimbangkan dampak lingkungan dari operasi bisnisnya

sebagai bagian dari penekanan pada keberlanjutan. Ide keberlanjutan ini melibatkan mengurangi limbah, menggunakan sumber daya alam secara bertanggung jawab, dan menerapkan praktik bisnis yang ramah lingkungan. Dalam hal ini, prinsip-prinsip ekonomi Islam telah berkembang menjadi batu penjur yang menawarkan bisnis halal dasar yang kuat untuk pertumbuhan, serta kemampuan untuk berfungsi secara etis dan berkelanjutan.

Ekonomi Islam juga menekankan konsep-konsep penting lainnya seperti takaful (solidaritas), larangan riba, serta penghindaran gharar (ketidakpastian) dan maysir (perjudian). Prinsip-prinsip ini mendorong pengembangan produk keuangan berbasis bagi hasil, transparansi dalam transaksi bisnis, dan pengurangan risiko serta spekulasi berlebihan. Konsep falah, yang menekankan keseimbangan antara kesuksesan duniawi dan ukhrawi, menjadi panduan penting dalam mengembangkan industri halal yang tidak hanya fokus pada aspek material tetapi juga spiritual. Kewirausahaan dan inovasi, yang sangat didorong dalam Islam, menjadi motor penggerak penting dalam pengembangan produk dan layanan baru di industri halal. Hal ini sejalan dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang berakar pada konsep khalifah, mendorong praktik bisnis yang ramah lingkungan dan bertanggung jawab secara sosial.

Etika bisnis yang tinggi, meliputi kejujuran, integritas, dan pemenuhan janji, juga menjadi aspek krusial dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap industri halal. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam ini, industri halal dapat berkembang menjadi sektor yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga memberikan dampak positif yang luas bagi masyarakat dan lingkungan. Peran ekonomi Islam dalam pengembangan industri halal memastikan bahwa pertumbuhan sektor ini sejalan dengan nilai-nilai etika dan keberlanjutan, menjadikannya model untuk pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Hal ini pada akhirnya dapat berkontribusi pada pencapaian tujuan-tujuan yang lebih luas dari ekonomi Islam, yaitu kesejahteraan manusia secara holistik.

Peraturan Perundang-undangan

Otoritas legislatif, yaitu pemerintah, memiliki wewenang untuk mengadopsi dan melaksanakan peraturan yang berkaitan dengan kemajuan sektor halal di Indonesia. Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) ditandatangani oleh pemerintah pada tahun 2014. Pasal 68 menyatakan bahwa barang-barang yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Indonesia harus memiliki sertifikat halal. Tujuan awal dari undang-undang ini adalah untuk memberikan kenyamanan, keamanan, dan kepastian kepada masyarakat mengenai ketersediaan produk halal untuk dikonsumsi dan digunakan. meningkatkan nilai yang ditawarkan oleh aktor bisnis untuk produksi dan penjualan barang halal. Sebagai pengguna dan pemasok produk halal, hukum ini menguntungkan produsen dan konsumen. Pelanggan tidak perlu khawatir tentang menggunakan atau mengkonsumsi barang dan jasa yang tersedia di pasar karena mereka akan merasa nyaman melakukannya sebagai pengguna. Akan ada semangat keterlibatan dalam industri ini untuk produsen. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa itu diperkuat oleh undang-undang, yang merupakan salah satu prasyarat bagi para pemain bisnis untuk mengembangkan perusahaan mereka.

Indonesia adalah negara muslim terbesar di dunia, penerapan Syariah Islam harus dilakukan secara tidak langsung. Populasi Muslim didorong untuk mengkonsumsi barang-barang baik oleh label Islam. Dengan demikian, Indonesia memiliki otoritas khusus yang disebut Dewan Ulama Indonesia (MUI) yang mengeluarkan fatwa untuk mengatur kehidupan orang-orang sesuai dengan syariah dan memastikan bahwa itu dipertahankan. Dengan menggunakan kekuasaannya, MUI dapat memverifikasi halalitas barang-barang dalam sirkulasi dengan mengeluarkan sertifikat halal, yang diidentifikasi oleh logo halal yang dikeluarkan MUI.

Industri Berperan terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Indonesia adalah salah satu negara yang terpengaruh oleh pandemi Covid-19. Untuk memerangi COVID-19, Indonesia mengubah aturan karantina regional yang ada menjadi PSBB atau pembatasan Sosial Berskala Besar yang luas berdasarkan keparahan penyakit di setiap provinsi, distrik, dan kota (Peristiwa, 2021). Penyebab utama krisis ekonomi Indonesia adalah pembatasan sosial skala besar. (PSBB). Banyak hal yang terganggu oleh keberadaan PSBB ini. Mulai dengan sabotase pasokan bahan baku, seseorang kemudian dapat mempengaruhi operasi keuangan para pemain bisnis. Selanjutnya, pemilik bisnis menderita kerugian keuangan yang signifikan karena ketidakmampuan mereka untuk membayar karyawan, yang mengarah pada gelombang pemecatan yang tidak dapat dihindari. Kesulitan banyak orang menemukan pekerjaan berkontribusi pada peningkatan pengangguran. Bisnis halal masih berkembang meskipun krisis ekonomi yang menggangu banyak negara

Dari grafik yang disajikan dalam Global Islamic Economy Report, dapat disimpulkan bahwa industri halal global mengalami penurunan pertumbuhan 50% dari tahun sebelum pandemi, dengan pertumbuhan 6,2% selama periode pra-pandemik dan hanya 3,1% selama pandemi (Hasanah, 2021). Meskipun menurun namun tetap industri halal masih mengalami pertumbuhan yang setidaknya dapat mempengaruhi perekonomian nasional. Bisnis halal berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dalam potensi penuhnya. Setiap tahun, bisnis halal terus berkembang secara positif. Tidak ada keraguan bahwa pertumbuhan ini menguntungkan perekonomian Indonesia. Konsumsi produk halal di Indonesia adalah salah satu yang tertinggi di dunia. Menurut data, orang Indonesia mengkonsumsi barang halal senilai US\$ 200 miliar pada tahun 2017, yang menyumbang lebih dari 36% dari total konsumsi rumah tangga. Rata-rata pertumbuhan tahunan untuk konsumsi produk halal diproyeksikan menjadi 5,3%. Diperkirakan Indonesia akan mengkonsumsi barang halal senilai USD 330,5 miliar pada tahun 2025.

Industri halal memainkan peran strategis dalam memperkuat ekonomi negara. Potensi industri halal jelas terlihat dari data dari Kementerian Keuangan Republik Indonesia pada tahun 2019. Industri ini telah bertanggung jawab atas kontribusi US\$ 3,8 miliar dalam GDP, US\$ 1 miliar investasi asing, dan penciptaan 127 ribu pekerjaan per tahun. Sektor halal memiliki potensi untuk meningkatkan nilai ekspor dan cadangan mata uang asing negara jika dikembangkan lebih lanjut. Selain itu, sektor halal memiliki potensi untuk berkontribusi secara signifikan terhadap ekspor Indonesia, yang merupakan salah satu hal yang mendorong perekonomian negara maju.

Industri halal memiliki potensi untuk menghasilkan antara 5,1 miliar dan 11 miliar dolar AS dalam nilai ekspor tahunan. Pasar halal menghasilkan US\$ 7,6 miliar tahun lalu. Dengan industri halal, kami memiliki kesempatan besar untuk merangsang pertumbuhan cadangan valuta asing. Ada pilihan yang tersedia. Pertama, perlu meningkatkan nilai ekspor industri halal. Pakaian Muslim dan makanan halal adalah dua halal yang dapat diekspor oleh Indonesia. Kedua, meningkatkan potensi pariwisata halal. Ketiga, memperluas keterlibatan sektor keuangan sharia dalam mencapai inklusi keuangan. Untuk mempengaruhi kesejahteraan masyarakat secara lebih luas, sektor keuangan sharia akan tumbuh lebih kuat (Fathoni, 2020).

Peluang Industri Halal di Indonesia

Sektor halal dan ekonomi syariah telah dilihat sebagai penggerak pertumbuhan baru bagi ekonomi baru Indonesia. Permintaan Muslim di seluruh dunia di bidang makanan, obat-obatan, kosmetik, fashion, perjalanan, dan industri lain yang mematuhi Syariah setidaknya USD 2.02 triliun. Awalnya kebutuhan untuk komunitas Muslim, halal telah berevolusi menjadi tren komersial global dan gaya hidup. Dengan demikian, persaingan pasar untuk produk halal sedang didorong oleh negara-negara seperti Thailand, Australia, Brasil, China, Jepang, dan Korea Selatan yang memiliki populasi Muslim yang relatif kecil. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia

mengambil bagian dalam *fastabiqul khoirot*, atau kompetisi dalam kebaikan, dengan meningkatkan produktivitas dan kualitas industri halal, membuat produknya sangat kompetitif dan dalam permintaan oleh konsumen lokal dan internasional.

Populasi Muslim terbesar di dunia (278.752.361 juta, menurut data dari 2022) ditemukan di Indonesia. Merek produk lokal terus menikmati preferensi dan tingkat loyalitas merek yang kuat di kalangan konsumen. Selain itu, Indonesia adalah eksportir bersih dari halal fashion dan makanan, dengan total nilai ekspor USD 10,5 miliar dan USD 22.5 miliar, masing-masing. Diperkirakan bahwa ekonomi Islam akan menjadi pilihan untuk kebutuhan sehari-hari orang dan bahwa itu akan inklusif dan universal. Komunitas dapat merasa nyaman dan damai oleh prinsip-prinsip dasar kepatuhan terhadap Syariah dan keadilan, yang merupakan dasar dari transaksi keuangan Syariah. Kebutuhan ini menunjukkan bahwa ada ruang dan potensi bagi Indonesia untuk memenuhi kebutuhan domestik yang signifikan sambil juga mendapatkan pangsa pasar untuk produk halal secara internasional. Memperkuat bisnis produk halal sangat penting untuk mengubah Indonesia menjadi bagian dari produsen halal global

Hal ini dapat dicapai sebagian dengan meningkatkan kapasitas produksi produk halal melalui penciptaan zona halal, zona industri halal (KIH), dan sertifikasi halal. selanjutnya memperkuat UMKM di sektor halal dengan memanfaatkan teknologi digital, meningkatkan daya saing, membuka pasar baru, memberikan akses mudah ke pendanaan, menggunakan teknologi digital dan sebagainya. Selain itu, meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk halal dan meningkatkan kaliber sumber daya manusia berdasarkan keuangan dan ekonomi Islam (Ernita Julistia et al., 2021). Kolaborasi dan kerjasama antara semua pihak yang relevan diperlukan untuk pengembangan industri halal Indonesia untuk membangun ekosistem yang mendorong ekspansi dan kemajuan sektor halal negara. Ekosistem ini mempromosikan ekspansi sektor halal nasional dan ekonomi sharia, yang dapat menyebabkan munculnya zona industri halal baru.

Tantangan Industri Halal di Indonesia

Industri halal masih menghadapi sejumlah hambatan dalam pengembangan, meskipun Indonesia sudah memiliki ekosistem industri halal yang relatif berkembang. Ini konsisten dengan banyak kasus di banyak negara yang berurusan dengan berbagai kesulitan dalam mengembangkan sektor halal (Zein et al., 1071). Banyak temuan yang signifikan mengarah pada kesimpulan bahwa faktor demografis - populasi besar Muslim yang mewakili sekte yang berbeda - adalah sumber sebenarnya dari kesulitan. Mengingat bahwa demografi memiliki dampak pada preferensi pasar dan pergerakan populasi, mereka dapat menjadi faktor yang menentukan dari sudut pandang geografis. Sekolah berpikir memengaruhi bagaimana orang bereaksi terhadap produk dan layanan yang dibuat oleh bisnis halal, yang pada gilirannya mempengaruhi bagaimana perilaku konsumen dan seberapa banyak permintaan agregat.

Ada banyak hambatan yang dihadapi bisnis halal Indonesia saat ini: Pertama, partisipasi pemerintah dalam membuat Indonesia hub global untuk halal pada tahun 2024 merupakan tantangan bagi industri halal negara itu. Sertifikasi produk dan peran pemerintah dalam mendidik masyarakat tentang industri halal adalah tantangan. halal, inisiatif perlindungan konsumen, sertifikasi halal bisnis, dan regulasi pemerintah tentang persyaratan logistik halal (Yuli & Wojtyla, 2020). Selain itu, ada masalah dengan Undang-Undang Jaminan Produk Halal Nomor 33 tahun 2014. Halal Product Guarantee Act (UU JPH) mulai berlaku pada 17 Oktober 2019, meski telah diadopsi pada tahun 2014.

Kedua, sektor industri halal menghadapi persaingan dari banyak negara. Sektor halal tidak hanya hadir di negara-negara Muslim seperti Malaysia, Turki, dan Uni Emirat Arab, tetapi juga di negara seperti Thailand, China, Jepang, dan Korea Selatan di mana mayoritas penduduknya bukan Muslim. Eksportir pakaian muslim terbesar saat ini

adalah China. Bersama dengan pertumbuhan pariwisata halal, Korea Selatan telah muncul sebagai produsen kosmetik halal terkemuka di dunia. Jepang juga mempromosikan perjalanan halal dan industri halal. Selain itu, negara-negara tetangga seperti Thailand bertujuan menjadi pusat global industri makanan halal. (KNEKS, 2021). Mengingat potensi yang luas dan menjanjikan dari industri halal, ini sebenarnya normal. Di sisi lain, hal ini dapat berdampak negatif pada Indonesia dengan mengurangi jumlah produk halal yang diproduksi di Indonesia, baik di pasar lokal maupun global. Indonesia hanya akan menjadi konsumen di pasar yang menguntungkan ini, bahkan jika tidak mampu bersaing.

Ketiga, masih ada kekurangan kesadaran tentang halal di antara orang Indonesia. Banyak orang Indonesia percaya bahwa setiap produk yang tersedia di pasar adalah halal. Agama akrab dengan ide-ide halal dikaitkan dengan kesadaran halal. Tingkat keyakinan agama, pertimbangan kesehatan, label dan logo halal, dan paparan tinggi semuanya memiliki dampak pada kesadaran halal. Untuk meningkatkan kesadaran halal di Indonesia, sosialisasi diperlukan. Sosialisasi dapat dicapai melalui studi agama tentang ide halal, seminar tentang subjek, kunjungan ke lembaga pendidikan, dan acara dan pameran yang terkait dengan sektor halal. Intermediaries juga dapat digunakan untuk memfasilitasi sosialisasi. Mengingat sumber daya saat ini, Indonesia, negara yang memenuhi kriteria untuk diklasifikasikan sebagai negara maju, harus terus mendorong batas-batas inovasi, memanfaatkan peluang, dan memanfaatkan sumber daya alam, manusia, dan teknologi. Akibatnya, pasar halal Indonesia dapat memberikan lebih banyak nilai tambah kepada pelanggan.

Keempat, menetapkan standar halal yang diterima secara global dan akreditasi, terutama di industri makanan. Kurangnya peraturan halal menciptakan prasangka di pasar untuk konsumen dan produsen. Saat ini diyakini bahwa tidak ada program global yang ada untuk mengesahkan Badan Sertifikasi Halal di setiap negara, termasuk Indonesia. Memilih satu badan pengembangan standar untuk memberikan akses pasar dapat menjadi tantangan karena kelimpahan kelompok-kelompok ini, dan eksportir sering harus mendapatkan sertifikat yang berlainan. Banyak negara melaporkan bahwa ada kesenjangan kapasitas dan keterampilan di dalam organisasi yang mengeluarkan sertifikasi halal, yang menyajikan dilema. Dalam hal ini, perkembangan industri halal di Indonesia dipengaruhi oleh tantangan global yang berkaitan dengan standar halal dan akreditasi.

Pada saat yang tepat, Indonesia dianggap kurang baik dalam hal menjamin integritas produk halal di seluruh rantai pasokan. Bahkan, sangat ideal bagi pemerintah untuk memainkan peran dalam mempertahankan integritas rantai pasokan untuk industri halal. Keterlibatan pemerintah dalam operasi rantai pasokan, termasuk perencanaan, pengembangan, pelaksanaan, regulasi, promosi, dan pendidikan untuk produsen dan konsumen industri halal, masih dianggap tidak lengkap. Selain itu, pembentukan lembaga, kerjasama antar lembaga, dan pelatihan auditor ahli untuk menjamin integritas rantai pasokan yang dapat diandalkan dari industri halal masih di luar kendali pemerintah. Hal ini menunjukkan betapa sedikit gagasan rantai pasokan diakui sebagai faktor penting dalam pertumbuhan sektor halal. Semua pihak yang terlibat dalam rantai pasokan idealnya harus mengambil semua tindakan pencegahan yang diperlukan untuk memastikan integritas produk industri halal. Tujuannya adalah untuk mencegah kontaminasi silang, yang dapat mengubah produk menjadi sesuatu yang tidak halal (haram).

Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia

Terdapat beberapa strategi yang dapat digunakan untuk memajukan sektor industri halal di Indonesia, pertama, dalam menciptakan sumber daya manusia yang hebat adalah mengembangkan individu, atau sumber manusia, melalui pembangunan SDM (people development) yaitu Heart, Head, dan Hand. Pendekatan Hati menyatukan tujuan

untuk berkomitmen kepada Allah, Allah Yang Mahakuasa, dan merupakan pendekatan yang berasal dari hati. Kepala yang berpengetahuan dengan bakat khusus di sektor tertentu (hands). Pengembangan SDM ditempuh dengan sertifikasi profesi serta kemampuan spesifik. Pengembangan SDM Unggul dapat dilakukan melalui Saluran Edukasi SDM. Penguatan SDM tidak lepas dari peran perguruan tinggi. Universitas tidak hanya harus fokus pada pengembangan staf yang berkualitas tinggi dan spesialis subjek, tetapi juga pada memproduksi penelitian kaliber tinggi, yang mencakup studi yang terkait dengan sektor produk halal. Laboratorium dan fasilitas ilmiah yang dimiliki universitas dapat membantu UMKM menciptakan produk halal, terutama melalui inkubasi. Oleh karena itu, kolaborasi dengan peserta industri diperlukan untuk memasukkan proses inkubasi penuh.

Kedua, kemampuan untuk mensosialisasikan sertifikasi halal membutuhkan rencana strategi yang handal. Jika jelas bahwa bahan-bahan dan proses manufaktur produk halal, maka semua barang dan jasa halal termasuk makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, produk biologis dan kimia, produk rekayasa genetika, dan barang dan layanan konsumen untuk distribusi, pengolahan, penyembelihan, dan presentasi harus disertifikasi oleh proses produk halal (PPH). pelaku bisnis harus berkomitmen dan bertanggung jawab untuk memastikan bahwa produk mereka halal melalui implementasi sistem jaminan produk halal (SJPH). Selain itu, fasilitas dan konsesi lainnya harus diberikan untuk barang-barang halal-sertifikasi untuk memfasilitasi produksi, distribusi, dan perdagangan mereka tanpa hambatan besar. Dengan penunjukan BPJPH pada 17 Oktober 2019, jaminan produk halal Indonesia memasuki era baru. Jaminan Produk Halal (JPH) sebelumnya diimplementasikan oleh masyarakat dan bersifat opsional; namun, dengan lulusnya Undang-Undang 33/2014, negara (pemerintah) mengambil tanggung jawab atas JPH dan menjadi wajib. Pengaruh Hal ini sangat penting bahwa produk (barang dan jasa) memiliki sertifikasi halal. Di satu sisi, persyaratan ini menjamin bahwa barang-barang yang digunakan dan dikonsumsi oleh masyarakat umum halal. Namun demikian, definisi "kewajiban" ini juga berarti bahwa pemerintah memiliki tugas yang signifikan dalam menghubungkan berbagai rantai nilai halal yang bagaimanapun tersebar di berbagai industri. Hal ini membutuhkan banyak kolaborasi.

Ketiga, kerjasama dan koordinasi yang kuat antara pemangku kepentingan halal diperlukan untuk membangun ekosistem halal. Ada rantai panjang yang terlibat dalam implementasi sertifikasi halal, dari atas ke bawah, untuk memastikan keamanan produk halal. Rantai nilai untuk sertifikasi halal-halal memiliki banyak pemain. Lembaga lain harus memainkan peran dalam menentukan apakah produk halal, termasuk otoritas keagamaan (MUI) dan pemeriksa atau pengujian produk (LPH).

Keempat, Fungsi pengawasan produk dilakukan oleh BPOM, peredaran barang/produk menjadi kewenangan kementerian perindustrian, perdagangan, pertanian, dan bea cukai. Kerjasama internasional dengan lembaga halal negeri menjadi otoritas kementerian luar negeri. Belum lagi jenis usaha yang terdiri atas perusahaan besar, menengah, kecil dan mikro di bawah koordinasi dan pembinaan kementerian atau lembaga lain (Kemenkes, Kemenkop UKM, Pemda, dan Kemendag).

4. KESIMPULAN

Industri halal adalah ekonomi berbasis syariah yang memproduksi barang dan menyediakan layanan halal kepada masyarakat umum. Karena populasi Muslimnya yang kuat, Indonesia adalah salah satu negara paling menjanjikan di dunia untuk pengembangan industri halal. Industri halal yang dapat dikembangkan termasuk makanan dan minuman halal, pakaian halal, kosmetik halal, farmasi halal, restoran halal, perbankan halal, media, dan reenactment. Produk yang diproduksi dalam industri halal harus mematuhi standar yang ditetapkan oleh badan sertifikasi halal. Oleh karena itu, pemerintah mengeluarkan Peraturan No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

sebagai panduan bagi pemilik bisnis untuk mengikuti saat memproduksi produknya. Pengembangan industri halal di Indonesia memerlukan penguatan kapasitas produksi, peningkatan daya saing UMKM, peningkatan kualitas SDM dan literasi masyarakat, serta kolaborasi antar pemangku kepentingan untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan ekonomi syariah dan industri halal nasional, sehingga Indonesia dapat menjadi pusat produsen halal dunia agar mampu menghadapi tantangan dan juga mengembangkan ekonomi Islam di Indonesia.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Ahla, A., Hulaify, A., Iman, H., & Budi, S. (n.d.). *STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI SYARI'AH MELALUI PENGUATAN HALAL VALUE CHAIN (Studi Kasus pada Industri Pariwisata Halal di Kota Banjarbaru)*.
- Ernita Julistia, C., Syarif Nasution, A., Yusuf Imfazu, M., & Pradesyah, R. (2021). *ANALISIS EKOSISTEM HALAL VALUE CHAIN PADA UMKM DI KOTA MEDAN*. 6(2), 247–255. <https://doi.org/10.31604/muaddib.v5i1.247-255>
- Fathoni, M. A. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>
- Hasanah, U. (n.d.). ANALISIS PELUANG DAN TANTANGAN INDUSTRI HALAL PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI INDONESIA. In *Journal Economic And Strategy (JES)* | Volume (Vol. 2). <https://journal.utnd.ac.id/index.php/jes>
- Hidayat, S. E., Rafiki, A., & Nasution, M. D. T. P. (2022). Halal industry's response to a current and post-COVID-19 landscape and lessons from the past. *Journal of Islamic Marketing*, 13(9), 1843–1857. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2020-0180>
- Peristiwa, H. (2021). Impact of the Covid-19 Pandemic on Indonesia Halal Tourism Transportation. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 3(1), 19–36. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2021.3.1.7814>
- Zein, L., Halal, I., Pasokan, R., Saing Wilayah, D., & Kelembagaan, E. (1071). Penguatan Industri Halal bagi Daya Saing Wilayah: Tantangan dan Agenda Kebijakan Lokot Zein Nasution. In *Jl. DR. Wahidin* (Issue 1). <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jrei/>