

TANTANGAN DAN SOLUSI PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL DI INDONESIA: MENUJU MENJADI PUSAT HALAL GLOBAL

Amanda Ditania Putri¹, Malahayatie²

^{1,2}Institut Agama Islam Negeri Lhokseumawe

amandaditania1p0@gmail.com

Abstrak

Kata Kunci:
*Industri Halal Indonesia;
Pusat Halal Global;
Tantangan dan Solusi.*

Tujuan utama pemerintah dalam meningkatkan ekonomi halal dan menumbuhkan pasar halal global saat ini adalah pengembangan sektor halal Indonesia. Meskipun demikian, rendahnya persentase produk UMKM yang memiliki sertifikasi halal, kurangnya sistem jaminan halal yang fungsional, dan ketergantungan industri yang tinggi terhadap impor bahan baku-yang sangat penting bagi kehalalan-merupakan beberapa kesulitan yang dihadapi sektor halal Indonesia. Implementasi strategi pengembangan sektor halal Indonesia membutuhkan pendekatan yang komprehensif, yang mencakup peningkatan infrastruktur fisik, transformasi digital, dan peningkatan penerimaan produk halal di pasar luar negeri, untuk mengatasi hambatan ini. Selain itu, kebijakan yang lebih terbuka terhadap potensi dan risiko halal serta antusiasme yang meningkat di kalangan investor individu dan swasta dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan membantu para pelaku usaha. Dengan pendekatan ini, Indonesia memiliki potensi untuk mendominasi pasar halal global dan memantapkan diri sebagai pusat sektor halal.

Abstract

Keywords:
*Indonesian Halal Industry;
Global Halal Center;
Challenges and Solutions.*

The government's main goal in boosting the halal economy and growing the global halal market is currently the development of Indonesia's halal sector. However, the low percentage of MSME products with halal certification, the lack of a functional halal assurance system, and the industry's high dependency on imported raw materials-which are critical to halalness-are some of the difficulties facing Indonesia's halal sector. The implementation of Indonesia's halal sector development strategy requires a comprehensive approach, which includes improving physical infrastructure, digital transformation, and increasing acceptance of halal products in overseas markets, to overcome these obstacles. In addition, policies that are more open to the potential and risks of halal and increased enthusiasm among individual and private investors can drive economic growth and help businesses. With this approach, Indonesia has the potential to dominate the



SYIRKAH: Jurnal Ekonomi Syariah

Vol. 1 No. 1 (2024), Hal. 01-14

global halal market and establish itself as the center of the halal sector.

PENDAHULUAN

Istilah “halal” yang dulunya hanya diperuntukkan bagi umat Islam, kini digunakan dalam semua konteks komersial dan industri dan menjadi isu global. Hal ini menunjukkan bahwa ada kebutuhan yang semakin meningkat akan barang-barang halal di kalangan umat Islam dan bahwa ada minat masyarakat terhadap produk halal. Penjualan makanan halal di Rusia yang meningkat pesat setiap tahunnya merupakan pertanda baik akan meningkatnya kesadaran konsumen; permintaan tahunan untuk produk halal di negara ini berkisar antara 30% hingga 40%.

Oleh karena itu, tidak diragukan lagi bahwa ekonomi akan tumbuh ketika semua pihak yang terlibat melihat halal sebagai sarana potensial untuk meningkatkan perdagangan, pariwisata, dan ekspor bernilai tambah. Konsep halal semakin populer, dan perusahaan-perusahaan dengan cepat memenuhi kebutuhan ini dengan menyediakan produk dan layanan. Di antara faktor-faktor yang memengaruhi seberapa terkenal, dipahami, dan sadarnya pelanggan akan produk mereka Faktor manusia, lingkungan, dan sosial, semuanya berdampak pada konsumsi¹.

Meskipun pandemi Covid-19 menyebabkan penurunan pasar halal secara global, sektor ini telah membuat kemajuan yang signifikan dalam lima tahun terakhir. Makanan dan fesyen terus menjadi dua pasar terbesar untuk produk halal di seluruh dunia. Saat ini, operasi bisnis industri halal di seluruh dunia sangat bergantung pada penggunaan digitalisasi dan tren yang berkelanjutan. Pembatasan mobilitas telah mendorong pelanggan Muslim di seluruh dunia untuk merangkul teknologi digital dan mempraktikkan belanja yang beretika. Berkat konektivitas internet, jaringan untuk e- dan m-commerce domestik dan global telah berkembang.

Bisnis syariah di Indonesia memiliki banyak potensi mengingat 87% dari populasi negara ini adalah Muslim, negara ini memiliki pasar dan konsumsi barang halal yang cukup besar, dan berada di peringkat keempat di antara negara-negara yang mengekspor barang halal. Kekuatan utama di balik pertumbuhan sektor syariah di Indonesia adalah Organisasi Kerja Sama Islam (OKI), serta peluang ekonomi dan peningkatan penjualan produk halal. Perluasan dan popularitas kuliner halal tercermin dalam ukuran pasar makanan sehat, menurut temuan beberapa survei preferensi konsumen global. Akibatnya, mengonsumsi makanan halal dan sehat menjadi lebih populer karena menawarkan branding makanan yang higienis, aman, dan bersih. Permintaan makanan halal di masa depan diperkirakan akan datang dari orang-orang di seluruh dunia, sehingga Indonesia harus terus mengembangkan industri ini jika ingin meningkatkan ekonominya².

Industri halal didedikasikan untuk memproduksi dan memasarkan barang-barang yang mematuhi hukum Islam dan peraturan halal dan keamanan yang berlaku dalam sektor tersebut. Organisasi sertifikasi halal menetapkan peraturan halal dan keamanan untuk berbagai industri, termasuk makanan, minuman, kosmetik, dan lainnya. Semua industri ini termasuk dalam lingkup industri halal. Untuk menjamin kehalalan dan keamanan produk

¹ Sah Ikhlas Hendri Hermawan Adinugraha, Rizky Andrian, Wahyudin Ali Ikhrom, Restu Aurora Gita Setyani, Hidayatul Sibyani, Fitri Mukarromah, Ummu Hani Fauzi, Ali Ifiandri, Ika Masruroh, Anis Safitri, 'Perkembangan Industri Halal Di Indonesia', ed. by Achmad Tubagus Surur, *Scientist Publishing* Jl., 2022, XIII.

² Andy Lesmana, "Perkembangan Industri Halal, Potensi Dan Strategi Pengembangan," 2023.

halal, sektor halal mencakup berbagai kegiatan, termasuk produksi, distribusi, dan konsumsi. Untuk itu, kolaborasi antara produsen, pengecer, dan konsumen sangat diperlukan³.

Pasar halal adalah pasar yang sedang berkembang dengan potensi keuntungan finansial yang besar. Melalui penempatan pusat halal di seluruh dunia, Indonesia memanfaatkan pasar yang memasok hampir 25% populasi dunia. Langkah strategis yang diperhitungkan ini mencerminkan komitmen Indonesia terhadap moral dan pembangunan berkelanjutan selain pertimbangan ekonomi. Penekanan Indonesia terhadap halal merupakan bukti komitmennya untuk mencapai keseimbangan antara tanggung jawab sosial dan lingkungan serta kemajuan ekonomi⁴. Awalnya, sektor halal muncul untuk memenuhi kebutuhan pangan umat Muslim. Namun, kini jangkauannya telah meluas hingga mencakup lebih banyak bidang kehidupan. Beberapa sektor yang menjadi bagian dari industri halal antara lain sebagai berikut:

1. Makanan dan Minuman: Segmen terbesar dalam industri halal. Produknya meliputi minuman, bahan pengolahan makanan, dan pasokan makanan mentah yang mematuhi peraturan halal.
2. Kosmetik dan Obat-obatan: Alkohol dan zat-zat najis (atau tidak murni) tidak diperbolehkan dalam kosmetik atau obat-obatan halal.
3. Pariwisata: Dengan menawarkan tempat ibadah, hidangan halal, dan kegiatan yang sesuai syariah, pariwisata halal memberikan pengalaman wisata yang ramah bagi umat Islam.
4. Fashion: Sektor halal mencakup pakaian Muslim serta pakaian yang menutupi area intim.
5. Keuangan syariah: Layanan keuangan seperti asuransi dan perbankan diatur oleh hukum syariah yang melarang riba (bunga). Lembaga keuangan saat ini semakin populer, terutama bank syariah. Bank syariah merupakan pelopor dalam masyarakat Indonesia. Bank yang pertama kali didirikan pada tahun 1991 adalah Bank Muamalat⁵.
6. Logistik: Logistik halal menjamin bahwa produk tetap halal di seluruh rantai distribusi saat mengeksport barang⁶.

Selain sektor-sektor tersebut, potensi pertumbuhan industri halal juga disebabkan oleh meningkatnya pengetahuan masyarakat Muslim tentang gaya hidup halal.

Dengan jumlah penduduk Muslim yang besar, Indonesia memainkan peran penting dalam bisnis halal global. Dalam industri halal, Indonesia menduduki peringkat ketiga di dunia, menurut studi State of the Global Islamic Economy (SGIE) 2023⁷. Dengan pertumbuhan PDB sebesar 5,1 miliar dolar AS setiap tahunnya, Indonesia memiliki potensi yang signifikan untuk meningkatkan industri produk halal. Dengan memberlakukan Pasal 65 Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal dan mengesahkan program sertifikasi halal gratis (sehati) untuk usaha mikro dan kecil,

³ Prof. Dr. Euis Amalia M.Ag Dr. Indra Rahmatillah SH., MH Dr. Bukhari Muslim, LC, "Penguatan Ukm Halal Di Indonesia, Samudra Biru," 2024.

⁴ Heri Kurniawan, "Mewujudkan Indonesia Sebagai Raja Industri Halal Dunia," 2023, <https://febi.uinsalatiga.ac.id/mewujudkan-indonesia-sebagai-sebagai-raja-industri-halal-duni/>.

⁵ Haryono Haryono and Raudya Pertiwi, 'Regulasi Lembaga-Lembaga Fasilitator Sebagai Penentu Arah Kebijakan Operasional Bank Syariah', *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4.01 (2020), 37.

⁶ Rahmawati, Husni Thamrin, and Zulfadli Nugraha Triyan Putra, 'Overview Industri Halal Di Perdagangan Global', *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5.2 (2022), 72–81.

⁷ BPJPH, 'Indonesia Masuk Tiga Besar SGIE Report 2023, BPJPH: Penguatan Ekosistem Halal Makin Menunjukkan Hasil Positif, 2023.

pemerintah Indonesia telah mengambil tindakan regulasi yang signifikan⁸. Selain itu, faktor penting lainnya dalam pencapaian sertifikasi halal di Indonesia adalah Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Melalui kerja sama antara para pemangku kepentingan, pemerintah, komunitas bisnis, dan masyarakat luas, Indonesia menciptakan masyarakat yang berakhlakul karimah sekaligus menjadi ujung tombak ekonomi halal dunia⁹.

METODE PENELITIAN

Jurnal ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan *library research* (penelitian kepustakaan). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah analisis dokumen, seperti kebijakan pemerintah, laporan penelitian, dan berita media. Metode analisis tematik akan digunakan untuk memeriksa data yang telah dikumpulkan. Metode analisis data kualitatif yang disebut analisis tematik digunakan untuk menemukan, mengklasifikasikan, dan memahami pola-pola dalam data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tantangan Pengembangan Industri Halal di Indonesia

Dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki banyak potensi untuk memimpin bisnis halal global. Namun, untuk mewujudkan potensi ini, sejumlah kendala harus diatasi, seperti:

- 1) Infrastruktur dan personil yang tidak memadai: sedikit fasilitas untuk menguji makanan halal. Kurangnya auditor halal yang terampil. Kurangnya kemampuan dalam bidang penelitian dan pengembangan produk halal.
- 2) Persaingan internasional: dominasi negara lain di sektor halal, teknik pemasaran negara lain yang kuat, dan perlindungan hukum yang tidak memadai.
- 3) Standardisasi dan sertifikasi halal: Standar halal nasional yang bervariasi, sertifikasi halal yang mahal, dan prosedur yang sulit dan berbelarut-larut.
- 4) Ketersediaan bahan baku halal: Ketergantungan pada impor, ketidakcukupan pasokan bahan baku halal lokal, dan variasi biaya bahan baku halal.
- 5) Kesadaran masyarakat: Masyarakat umum masih memiliki tingkat pengetahuan yang rendah tentang produk halal, pemahaman yang buruk tentang konsep halal, dan informasi yang salah dari rumor dan informasi palsu (hoax).

Selain itu, ada juga beberapa tantangan utama lainnya, yaitu :

- 1) Jumlah negara yang bersaing dalam industri halal.

Sektor halal hadir tidak hanya di negara-negara Muslim seperti Malaysia, Turki, dan Uni Emirat Arab, tetapi juga di negara-negara seperti Thailand, Cina, Jepang, dan Korea Selatan yang mayoritas penduduknya bukan Muslim. Pengekspor pakaian Muslim terbesar saat ini adalah Tiongkok. Seiring dengan pertumbuhan pariwisata halal, Korea Selatan telah muncul sebagai produsen kosmetik halal terkemuka di dunia. Jepang juga mempromosikan wisata halal dan industri halal. Selain itu, negara tetangga seperti Thailand bertujuan untuk menjadi pusat global industri makanan halal¹⁰.

Melihat potensi industri halal yang sangat besar dan menjanjikan, hal ini sebenarnya adalah hal yang wajar. Hal ini dapat menurunkan jumlah produk halal yang diproduksi di

⁸ President of The Republic of Indonesia, 'Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal', *Government of The Republic of Indonesia*, 086085, 2021, 1110.

⁹ Supian Sauri, "Indonesia: Pemain Penting Di Panggung Global Industri Halal," 2023.

¹⁰ KNEKS, *Master Plan Executive Summary*, 2023.

Indonesia yang dijual baik di dalam maupun luar negeri, dan hal ini akan berdampak buruk bagi Indonesia. Indonesia hanya akan menjadi konsumen di pasar yang menggiurkan ini, bahkan jika tidak mampu bersaing.

- 2) Tidak ada satu pun sertifikat halal yang diakui secara universal.

Hal ini disebabkan oleh kurangnya kesepakatan global di antara negara-negara untuk menstandarisasi sertifikat halal internasional. Setiap negara memiliki standarnya sendiri untuk sertifikasi halal. Negara lain mungkin menerima atau tidak menerima standar ini. Akibatnya, muncul anomali dalam sertifikasi halal. Tentu saja, ketika produk diekspor ke negara lain, hal ini dapat berdampak pada kepercayaan konsumen¹¹. Oleh karena itu, konferensi internasional diperlukan untuk membahas harmonisasi sertifikasi halal. Dalam hal ini, Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) dapat memimpin dalam hal ini.

- 3) Konsep halal masih belum jelas bagi masyarakat Indonesia.

Banyak orang Indonesia percaya bahwa setiap produk yang tersedia di pasar adalah halal. Agama dan keakraban dengan ide-ide halal terkait dengan kesadaran halal. Pengetahuan tentang produk halal tidak sepenting religiusitas dalam menentukan perilaku konsumsi produk halal konsumen. Tingkat keyakinan agama, pertimbangan kesehatan, label dan lambang halal, dan eksposur yang tinggi, semuanya berdampak pada kesadaran halal. Selain itu, paparan media, identitas diri, dan keyakinan agama juga mempengaruhi pengetahuan halal.

- 1) Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 yang mengatur Jaminan Produk Halal memiliki problematika.

Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) mulai berlaku pada tanggal 17 Oktober 2019, meskipun telah disahkan pada tahun 2014. UU JPH membutuhkan waktu bahkan setelah disahkan pada tahun 2019 karena persyaratan untuk sertifikasi halal diimplementasikan secara bertahap. Selain itu, sejumlah masalah membuat pelaksanaan undang-undang ini tidak efektif. Salah satunya adalah lamanya waktu yang dibutuhkan pemerintah untuk mengeluarkan Peraturan Pemerintah (PP) yang berkaitan dengan pelaksanaan UU JPH. UU JPH mengatur bahwa PP yang berkaitan dengan pelaksanaan UU JPH harus diterbitkan selambat-lambatnya dua tahun sejak UU JPH diundangkan, atau pada tahun 2016. Namun pada kenyataannya, pemerintah baru mengeluarkan PP ini pada tahun 2019, yang mengindikasikan bahwa PP ini sudah terlambat tiga tahun. Bisa dikatakan bahwa dalam memberlakukan UU JPH, pemerintah telah melanggar hukum¹².

- 2) Terdapat juga penundaan dalam penerbitan peraturan menteri.

Peraturan menteri diperlukan untuk memudahkan pelaksanaan UU JPH sebagai peraturan turunannya. Pelaksanaan jaminan produk halal, produk yang belum bersertifikat halal dan tahapan jenis produk yang wajib bersertifikat halal, standar khusus larangan produk, dan kategori produk yang wajib bersertifikat halal, semuanya tunduk pada peraturan menteri yang harus dikeluarkan oleh Menteri Agama. Mengenai harga sertifikasi halal, menteri keuangan juga diharuskan untuk mengadopsi peraturan menteri. Meskipun UU JPH sudah berlaku, belum ada satu pun peraturan menteri yang dihasilkan dari sekian banyak peraturan yang ada. Oleh karena itu, kerangka normatif UU JPH masih belum ideal dari segi substansi hukum¹³.

¹¹ Kasim Randeree, "Demography, Demand and Devotion: Driving the Islamic Economy," 2019.

¹² Moh. Kusnadi, 'Problematika Penerapan Undang-Undang Jaminan Produk Halal Di Indonesia', *Islamika*, 1.2 (2019), 116–32.

¹³ *Ibid*, 7

3) Kurangnya pengetahuan masyarakat Indonesia untuk bersaing.

Karena membanjirnya produk halal dari luar negeri, produk lokal Indonesia harus bersaing untuk tetap bertahan dalam bisnis. Sayangnya, masih kurangnya kesadaran akan persaingan di masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika saat ini Indonesia menjadi negara yang paling banyak membeli produk halal¹⁴. Menurut data dari State of Global Islamic Report 2018, Indonesia adalah negara yang paling banyak membelanjakan uangnya untuk makanan halal, dengan perkiraan 170 miliar USD. Paradoksnya, mengingat bahwa Indonesia tidak masuk dalam peringkat 10 besar negara yang memproduksi makanan halal di tahun yang sama, angka yang luar biasa ini tidak sebanding dengan pencapaiannya sebagai produsen makanan halal. Tentu saja, fenomena ini perlu disadari secara luas agar Indonesia dapat menjadi lebih dari sekadar konsumen barang industri halal, tetapi juga dapat memanfaatkan semua peluang yang ada untuk menjadi negara yang produktif di sektor industri halal.

2. Strategi Mengatasi Tantangan Pengembangan Industri Halal di Indonesia

1) Kolaborasi antara Pemerintah, Industri, dan Lembaga Keuangan

Untuk sukses di pasar halal global, kerja sama antara sektor keuangan dan sektor industri sangat penting. Daya saing yang tinggi dalam barang-barang manufaktur diperlukan untuk memenuhi tujuan ini. Bekerja sama dengan sektor keuangan, sektor industri, dan sertifikasi halal adalah salah satu cara untuk mencapai hal ini. Hal ini akan memungkinkan kita untuk mengembangkan produk halal yang berkualitas tinggi dan sesuai standar. KH Ma'ruf Amin, Wakil Presiden Republik Indonesia, telah mengusulkan langkah-langkah yang disengaja untuk meningkatkan ekspor produk halal¹⁵. Pertama-tama, untuk menciptakan barang dengan kualitas terbaik, penelitian tentang komponen dan bahan halal harus diperkuat. Selain itu, menciptakan Kawasan Industri Halal (KIH) adalah langkah penting yang membutuhkan penyediaan insentif dan undang-undang yang mendukung. Selain itu, perlu juga dibangun Sistem Informasi Manajemen Perdagangan Produk Halal, yang akan menyimpan data dan rincian barang yang telah disetujui untuk sertifikasi halal.

Mendirikan pusat penelitian dan pengembangan khusus untuk produk halal merupakan salah satu taktik yang menjanjikan untuk mengembangkan bisnis produk halal. Langkah ini akan mendukung penelitian dan inovasi berkelanjutan yang akan memajukan sektor ini. Selain itu, langkah ini juga penting karena memasukkan prinsip ketertelusuran ke dalam rantai pasokan halal. Dengan melakukan hal ini, kita dapat meningkatkan nilai produk Indonesia, meningkatkan daya saing, dan meningkatkan daya jual di luar negeri.¹⁶

1) Peningkatan Kesadaran dan Pendidikan Halal

Langkah-langkah pengembangan masyarakat, seperti pelatihan dan seminar, dapat dilakukan di sekolah-sekolah dan komunitas untuk meningkatkan kesadaran dan mendidik masyarakat tentang halal. Sosialisasi Gerakan Masyarakat Sadar Halal (Gemar Halal), yang berupaya mengedukasi dan menjangkau masyarakat terkait nilai-nilai halal, merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan¹⁷. Dapat dilakukannya jenis perilaku ini baik secara online maupun offline selama mematuhi peraturan kesehatan yang berlaku. Pelatihan ini

¹⁴ Adi Permana, 'Tantangan Dan Peluang Industri Halal Di Indonesia Dan Dunia', 2019.

¹⁵ Indanazulfa Qurrota A'yun, 'Comparative Analysis of Potential Halal Product Exports of Indonesia in ASEAN + 3 Countries', *Fidusia: Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 4.1 (2021), 86–96.

¹⁶ Zainal Arif, 'Halal Product Business Between Opportunities and Challenges , Problematics and Their Solutions Bisnis Produk Halal Antara Peluang Dan Tantangan , Problematika Dan Solusinya,' *Al-Ulum* 20, no. 1 (2020): 274–94.

¹⁷ H Haryono, 'Strategi Pengembangan Industri Halal Di Indonesia Menjadi Top Player Global', *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis ...*, September, 2023, 689–708.

menggunakan model ceramah dan presentasi produk halal sebagai metodenya. Diharapkan dengan menggunakan strategi ini, masyarakat umum akan menjadi lebih sadar akan pentingnya memilih produk halal dan dapat mengenali produk yang telah menerima sertifikasi yang diperlukan. Perpaduan antara teknik ceramah dan demonstrasi akan memudahkan pemahaman dan penerapan materi secara praktis.

2) Inovasi Produk dan Pemasaran Kreatif

Memanfaatkan potensi di ruang e-commerce adalah taktik utama yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan peluang mengeksport produk halal di era digital saat ini, karena e-commerce telah mengalami ekspansi yang luar biasa sejak 2018. Tingkat digitalisasi yang terus meningkat telah menghilangkan hambatan untuk perdagangan lintas batas, menciptakan jalan baru untuk perdagangan internasional. Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Kementerian Perdagangan juga telah menekankan nilai e-commerce sebagai instrumen yang sukses bagi UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) dalam hal transaksi dan promosi. Hal ini karena platform e-commerce memfasilitasi transaksi dan menawarkan cara untuk mengurangi dampak finansial dari kendala ekonomi yang disebabkan oleh pandemi¹⁸.

Mengingat besarnya masalah yang dihadapi UMKM, strategi menyeluruh diperlukan untuk bertindak sebagai peta jalan bagi UMKM saat mereka menjalankan operasinya. Persaingan yang semakin ketat yang harus dihadapi UMKM adalah faktor lain yang menunjukkan pentingnya taktik pemasaran¹⁹.

Oleh karena itu, memanfaatkan e-commerce secara maksimal merupakan langkah strategis yang bijaksana dalam meningkatkan ekspor produk halal, menguntungkan UMKM serta konsumen global yang lebih terhubung. Meningkatkan kemampuan sumber daya manusia dalam sertifikasi dan produksi halal, kampanye kesadaran publik, partisipasi aktif dalam jaringan perdagangan global untuk meningkatkan inovasi dan pemasaran, serta kerja sama dengan lembaga sertifikasi halal adalah beberapa strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan pengembangan industri produk halal. Terpercaya, pertumbuhan dan daya saing sektor produk halal global sangat bergantung pada inovasi produk, penelitian yang berkelanjutan, dan teknik pemasaran yang sukses²⁰.

1) Pengembangan Infrastruktur dan Rantai Pasok Halal

Tujuan utama manajemen rantai pasokan halal, yang mencakup pengelolaan bisnis halal, adalah untuk menegakkan kuantitas dan kualitas halal di sepanjang perjalanan produk dari produsen ke pengguna akhir. Sejumlah tugas terlibat dalam manajemen ini, termasuk kontrol inventaris, pengiriman dan transportasi produk halal, pergudangan, dan penerapan teknik manajemen ramping dan berbasis nilai. Untuk memastikan bahwa produk akhir yang layak konsumsi sesuai dengan persyaratan halal, manajemen rantai pasokan sektor halal juga mengatur faktor-faktor penting lainnya seperti pemasok bahan baku, prosedur pengolahan, kampanye pemasaran, dan barang jadi. Oleh karena itu, penekanannya adalah pada jaminan bahwa rantai pasokan industri halal selaras dengan prinsip-prinsip syariah Islam di setiap titik, selain produksi dan pemasaran.

¹⁸ Rimayanti Rimayanti, 'Industri Halal Dan Muslim Kelas Menengah: Peluang Dan Tantangan', *JEPP: Jurnal Ekonomi Pembangunan Dan Parivisata*, 2.2 (2022), 64–74.

¹⁹ Herlinda Herlinda, Suhardi M Anwar, and Andi Rizkiyah Hasbi, "Strategi Pemasaran Harga Dan Promosi Olahan Coklat UMKM Koperasi Tani Cahaya Sehati Dengan Perspektif Islam Di Desa Bringin Jaya," *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 7, no. 01 (2023).

²⁰ Nikmatul Masruroh, 'The Competitiveness of Indonesian Halal Food Exports in Global Market Competition Industry', *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 11.1 (2020), 25–48.

2) Peran Pemangku Kepentingan dalam Meningkatkan Industri Halal

Bisnis halal telah muncul sebagai salah satu bidang ekonomi yang diprediksi akan terus berkembang seiring dengan meningkatnya permintaan produk halal di seluruh dunia. Indonesia memiliki potensi yang signifikan untuk menjadi pusat makanan halal global karena jumlah penduduk Muslim yang besar²¹. Ada beberapa pihak yang telah berperan penting dalam meningkatkan industri halal:

- a. Melalui pembiayaan bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip hukum syariah, Lembaga Keuangan Syariah berkontribusi dalam pengembangan rantai pasokan industri halal. Untuk mengelola dan mendistribusikan kekayaan sesuai dengan syariah Islam, perencanaan keuangan syariah sangatlah penting.
- b. Pengelolaan rantai pasokan dalam bisnis halal juga sangat bergantung pada teknologi informasi. Teknologi informasi digunakan untuk memudahkan berbagi informasi tentang perkiraan permintaan, jadwal produksi, dan angka penjualan. Hal ini memudahkan pendistribusian barang halal secara internasional.
- c. Sebagai pelanggan, masyarakat memainkan peran penting dalam manajemen rantai pasokan bisnis halal. Selain itu, masyarakat dapat membentuk Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), yang tunduk pada peraturan pemerintah, sesuai dengan UU No. 33 tahun 2014²². Melalui pendirian lembaga-lembaga ini, komunitas kami berperan aktif dalam menjaga produk halal selain menjadi konsumen yang terinformasi. Mereka sangat penting dalam mengawasi dan menginformasikan kepada masyarakat luas tentang produk-produk halal.

KESIMPULAN

Di sektor halal, Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk memimpin dunia. Meskipun strategi untuk mengembangkan industri halal Indonesia dan menjadikannya pemain global telah dilakukan secara efektif, sektor ini masih dihantui oleh sejumlah masalah signifikan yang menghambat perkembangannya. Hal ini termasuk rendahnya persentase keuangan syariah untuk sektor halal, ketersediaan bahan baku halal, lambatnya sertifikasi halal untuk produk halal UMKM, dan terbatasnya penggunaan teknologi pangan dan pemasaran digital untuk mempromosikan produknya.

Hal ini berdampak pada betapa sulitnya mengembangkan industri halal untuk memenuhi permintaan secara global. Namun, pemerintah telah mengimplementasikan beberapa program penting, seperti pesantren, perbankan syariah, kolaborasi antar kementerian, kebijakan sertifikasi halal untuk UMKM, dan elemen-elemen penting lainnya.

REFERENSI

- A'yun, Indanazulfa Qurrota. "Comparative Analysis of Potential Halal Product Exports of Indonesia in ASEAN+ 3 Countries." *FIDUSIA: JURNAL KEUANGAN DAN PERBANKAN* 4, no. 1 (2021).
- Abdurrofi, Fida, Ulil Albab, Mawardi Mawardi, and Sri Choiriyati. "Utilization of Digital Marketing by Sharia Economics Students at UIN Raden Intan in Online Business." *ProBusiness: Management Journal* 14, no. 4 (2023).
- Amorcha, Videha Dinda, Ulil Albab, Nina Ramadhani Wulandari, Abizar Abizar, and Muhammad

²¹ Fais Istiqbal, 'Membangun Global Halal Hub Indonesia: Strategi Dan Peluang Untuk Mencapai Kompetitif Di Pasar Global', *Halal Research Journal*, 3.2 (2023), 72–85.

²² Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia, "UU No.33 Tahun 2014 (2014)," *UU No.33 Tahun 2014*, no. 1 (2014).

- Rizkal Fajri. "Implementasi Akad Gadai Sawah Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Desa Durian Kabupaten Pesawaran)." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3, no. 6 (2023): 4834-4842.
- Albab, Ulil, and Wulandari Wulandari. "Strategi Pengelolaan Wakaf Produktif Dalam Rangka Pemberdayaan Umat Di Kecamatan Terbanggi Besar." In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*, vol. 1, pp. 373-383. 2019.
- Albab, Ulil. "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengelolaan Sampah (Studi di Bank Sampah BANGKIT Pondok 1 Widodomartani, Ngemplak, Sleman DI Yogyakarta)." *Mu'amalatuna: Jurnal Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2019): 47-59.
- Albab, Ulil. "KEADILAN PENDAPATAN DENGAN PENGUPAHAN SISTEM BAGI HASIL." *Mu'amalatuna: Jurnal Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2023): 1-13.
<https://doi.org/https://doi.org/10.36269/mualamatuna.v6i2.2494>.
- Andy Lesmana. "Perkembangan Industri Halal, Potensi Dan Strategi Pengembangan," 2023.
- Aryadita, Bimo Putra, Ruslaini Ruslaini, and Ulil Albab. "ANALISIS HUBUNGAN TINGKAT PENGETAHUAN DAN PELAYANAN KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA KSPPS BTM BiMU." *Mu'amalatuna: Jurnal Ekonomi Syariah* 3, no. 2 (2020): 31-40.
- Arif, Zainal. "Halal Product Business Between Opportunities and Challenges , Problematics and Their Solutions Bisnis Produk Halal Antara Peluang Dan Tantangan , Problematika Dan Solusinya." *Al-Ulum* 20, no. 1 (2020): 274-94.
- BPJPH. "Indonesia Masuk Tiga Besar SGIE Report 2023, BPJPH: Penguatan Ekosistem Halal Makin Menunjukkan Hasil Positif, 2023." Indonesia Masuk Tiga Besar SGIE Report 2023, BPJPH: Penguatan Ekosistem Halal Makin Menunjukkan Hasil Positif, 2023, 2023.
- Faruq, Muhammad, Ulil Albab, and Heri Sutopo. "PENGUATAN EKONOMI MASYARAKAT BERBASIS FILANTROPI ISLAM DI LEMBAGA KEAGAMAAN." *Mu'amalatuna: Jurnal Ekonomi Syariah* 7, no. 1 (2024): 41-51.
- Haryono, H. "Strategi Pengembangan Industri Halal Di Indonesia Menjadi Top Player Global." *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis ...*, no. September (2023): 689-708.
<https://doi.org/10.30868/ad.v7i02.4918>.
- Haryono, Haryono, and Raudya Pertiwi. "Regulasi Lembaga-Lembaga Fasilitator Sebagai Penentu Arah Kebijakan Operasional Bank Syariah." *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 4, no. 01 (2020): 37-51.
- Hendri Hermawan Adinugraha, Rizky Andrean, Wahyudin Ali Ikhrom, Restu Aurora Gita Setyani, Hidayatul Sibyani, Fitri Mukarromah, Ummu Hani Fauzi, Ali Ifiandri, Ika Masruroh, Anis Safitri, Sah Ikhlas. *Perkembangan Industri Halal Di Indonesia*. Edited by Achmad Tubagus Surur. Vol. 13. SCIENTIST PUBLISHING JL., 2022.
- Heri Kurniawan. "Mewujudkan Indonesia Sebagai Raja Industri Halal Dunia," 2023.
<https://febi.uinsalatiga.ac.id/mewujudkan-indonesia-sebagai-sebagai-raja-industri-halal-duni/>.
- Herlinda, Herlinda, Suhardi M Anwar, and Andi Rizkiyah Hasbi. "Strategi Pemasaran Harga Dan Promosi Olahan Coklat UMKM Koperasi Tani Cahaya Sehati Dengan Perspektif Islam Di Desa Bringin Jaya." *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 7, no. 01 (2023).
- Istiqlal, Fais. "Membangun Global Halal Hub Indonesia: Strategi Dan Peluang Untuk Mencapai Kompetitif Di Pasar Global." *Halal Research Journal* 3, no. 2 (2023): 72-85.
- KNEKS. "MASTER PLAN Executive Summary," 2023.

- Kusnadi, Moh. "Problematika Penerapan Undang-Undang Jaminan Produk Halal Di Indonesia." *Islamika* 1, no. 2 (2019): 116–32.
- Masyithah, Siti, Ulil Albab, and Nina Ramadhani. "Strategi Pemasaran Dalam Pengembangan Usaha Toko Dikromoshop Perspektif Ekonomi Islam." *Mu'amalatuna: Jurnal Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (2022).
- Masruroh, Nikmatul. "The Competitiveness of Indonesian Halal Food Exports in Global Market Competition Industry." *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 11, no. 1 (2020): 25–48.
- Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia. "UU No.33 Tahun 2014 (2014)." *UU No.33 Tahun 2014*, no. 1 (2014).
- Permata, Rio Jaya, and Ulil Albab. "PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM JUAL BELI MARKETPLACE." *Mu'amalatuna: Jurnal Ekonomi Syariah* 7, no. 1 (2024): 17–27.
- Permana, Adi. "Tantangan Dan Peluang Industri Halal Di Indonesia Dan Dunia." *Institut Teknologi Bandung*, 2019.
- President of The Republic of Indonesia. "Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal." *Government of The Republic of Indonesia*, no. 086085 (2021): 1–110.
- Prof. Dr. Euis Amalia M.Ag Dr. Indra Rahmatillah SH., MH Dr. Bukhari Muslim, LC. "Penguatan Ukm Halal Di Indonesia, Samudra Biru," 2024.
- Randeree, Kasim. "Demography, Demand and Devotion: Driving the Islamic Economy," 2019.
- Refaldi, Nofan, and Ulil Albab. "PERAN EKONOMI KREATIF DALAM PENINGKATAN PEREKONOMIAN PENGRAJIN TALI TENUN PERSEPEKTIF EKONOMI ISLAM." *Jurnal Ilmu Ekonomi* 2, no. 2 (2023): 59-70.
- Reka, Novia, Ulil Albab, and Sofyan Harahap. "Tinjauan Transaksi Produk di Bank Sampah Sejahtera Kemiling Perspektif Ekonomi Islam." *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 2 (2024): 1240-1249.
- Rimayanti, Rimayanti. "Industri Halal Dan Muslim Kelas Menengah: Peluang Dan Tantangan." *JEPP: Jurnal Ekonomi Pembangunan Dan Pariwisata* 2, no. 2 (2022): 64–74.
- Supian Sauri. "Indonesia: Pemain Penting Di Panggung Global Industri Halal," 2023.
- Thamrin, Husni, and Zulfadli Nugraha Triyan Putra. "Overview Industri Halal Di Perdagangan Global." *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (2022): 72–81.