

Transformasi Digital dalam Industri Halal Global: Analisis Kebutuhan, Tantangan, dan Strategi Inovatif untuk Peningkatan Daya Saing dan Kepercayaan Konsumen

Eva Dwi Suciati ^{*1}
Husnul Muhimmah ²
Wafa Syakila Herdani ³
Lina Marlina ⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi, Indonesia

*e-mail: 231002017@student.unsil.ac.id¹, 231002018@student.unsil.ac.id²,
231002026@student.unsil.ac.id³, Linamarlina@gmail.com⁴

Abstrak

Industri halal di Indonesia memiliki potensi besar yang didukung oleh populasi Muslim terbesar di dunia, dengan peluang pertumbuhan yang signifikan pada sektor keuangan syariah, makanan halal, pariwisata, dan fesyen Muslim. Namun, tantangan seperti regulasi sertifikasi, keterbatasan akses pasar global, dan rendahnya literasi ekonomi syariah masih menghambat pengembangan sektor ini. Transformasi digital melalui penggunaan teknologi canggih seperti blockchain, Internet of Things (IoT), dan artificial intelligence (AI) berperan penting dalam meningkatkan efisiensi rantai pasok dan transparansi produk halal, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen. Strategi inovatif digitalisasi yang mengintegrasikan pemasaran konten halal, review konsumen, sistem pembayaran digital yang aman, dan e-commerce syariah mampu memperluas akses pasar dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Kolaborasi multipihak dan peningkatan literasi pelaku UMKM halal menjadi kunci sukses implementasi digitalisasi. Dengan demikian, digitalisasi inovatif dapat memperkuat daya saing produk halal Indonesia di pasar global dan mendorong pertumbuhan ekonomi syariah yang inklusif dan berkelanjutan.

Kata kunci: Akses pasar, Digitalisasi halal, Kepercayaan konsumen

Abstract

Indonesia's halal industry holds enormous potential, fueled by the world's largest Muslim population, with significant growth opportunities in Islamic finance, halal food, tourism, and Muslim fashion. However, challenges such as certification regulations, limited global market access, and low Islamic economic literacy continue to hamper the sector's development. Digital transformation through the use of advanced technologies such as blockchain, the Internet of Things (IoT), and artificial intelligence (AI) plays a crucial role in improving supply chain efficiency and transparency of halal products, thereby enhancing consumer trust. Innovative digitalization strategies that integrate halal content marketing, consumer reviews, secure digital payment systems, and Islamic e-commerce can expand market access and boost consumer trust. Multi-stakeholder collaboration and increased literacy among halal MSMEs are key to successful digitalization implementation. Thus, innovative digitalization can strengthen the competitiveness of Indonesian halal products in the global market and encourage inclusive and sustainable Islamic economic growth.

Keywords: Market access, Halal digitalization, Consumer trust

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi keniscayaan yang merambah berbagai sektor ekonomi global, termasuk Industri Halal Global yang nilainya terus meningkat seiring pertumbuhan populasi Muslim dunia. Industri ini, yang tidak lagi terbatas pada makanan dan minuman tetapi juga mencakup farmasi, kosmetik, fashion, dan pariwisata, menuntut tingkat transparansi, akuntabilitas, dan efisiensi yang tinggi, yang secara fundamental didorong oleh tuntutan prinsip syariah. Dalam konteks ini, digitalisasi bukan hanya soal modernisasi operasional, melainkan sebuah kebutuhan strategis untuk memastikan integritas kehalalan produk dari hulu ke hilir. Namun, upaya adopsi teknologi ini tidak luput dari tantangan, seperti kesenjangan literasi digital di kalangan pelaku usaha, terutama UMKM, serta kompleksitas harmonisasi standar halal di kancah internasional (Syarofi & Syam, 2025).

Digitalisasi menawarkan solusi yang signifikan dalam mengatasi inefisiensi pada Rantai Pasok Produk Halal yang kompleks dan rentan terhadap kontaminasi. Teknologi seperti Blockchain, Internet of Things (IoT), dan Big Data memainkan peran krusial dalam menjamin ketertelusuran (traceability) produk secara real-time, mulai dari bahan baku, proses produksi, hingga distribusi. Sebagai contoh, penggunaan blockchain dapat menciptakan catatan transaksi yang tidak dapat diubah (immutable ledger), sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen dan otoritas pengawas terhadap status kehalalan produk yang diverifikasi secara digital. Dampak Transformasi Digital ini sangat terasa dalam hal efisiensi, mengurangi waktu dan biaya proses sertifikasi, meminimalkan risiko kesalahan manusia, serta memastikan kecepatan respon terhadap perubahan permintaan pasar, yang semuanya berkontribusi pada rantai pasok yang lebih ramping dan terjamin.

Untuk memaksimalkan potensi pasar yang besar ini, diperlukan Strategi Inovatif Digitalisasi yang tidak hanya fokus pada proses internal, tetapi juga mampu membangun jembatan kuat dengan konsumen. Pemanfaatan platform e-commerce halal, media sosial, dan analisis Big Data memungkinkan pelaku industri untuk memperluas Akses Pasar secara global dan melakukan pemasaran yang lebih personal dan etis, sesuai dengan nilai-nilai syariah. Lebih jauh lagi, strategi ini harus berorientasi pada peningkatan Kepercayaan Konsumen melalui sertifikasi halal digital yang transparan dan mudah diakses, serta komunikasi nilai produk yang didukung data yang akurat. Dengan mengintegrasikan inovasi teknologi dan prinsip syariah, industri halal global dapat menciptakan ekosistem yang berkelanjutan, inklusif, dan kompetitif di era ekonomi digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur. Desain penelitian bersifat deskriptif-analitis, yang bertujuan untuk mengidentifikasi, menelaah, dan menginterpretasikan berbagai teori serta hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik kajian. Subjek penelitian terdiri atas berbagai sumber ilmiah seperti buku, jurnal nasional maupun internasional, artikel ilmiah, dan laporan penelitian yang memiliki keterkaitan langsung dengan fokus pembahasan. Metode pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur dari sumber-sumber terpercaya, baik cetak maupun daring.

Dalam penelitian ini tidak dilakukan intervensi langsung terhadap objek kajian, karena seluruh data diperoleh melalui penelusuran pustaka. Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan landasan teoretis yang kuat, memperkaya wawasan konseptual, serta menjadi referensi bagi penelitian empiris selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peluang dan Tantangan

Di Indonesia, terdapat potensi yang sangat besar untuk industri halal. Hal tersebut disebabkan oleh jumlah penduduk muslim yang sangat besar di Indonesia. Peluang untuk industri halal Indonesia dapat dilihat di beberapa bidang, termasuk keuangan syariah, makanan halal, pariwisata halal dan industri fesyen muslim. Adapun penjelasan mengenai potensi masing-masing sektor akan disajikan sebagai berikut: (Jannah & Malahayatic, 2024)

a. Industri halal terdiri dari kebutuhan dan hak asasi manusia

Populasi Muslim global memiliki ketergantungan yang tinggi terhadap industri halal, yang berperan tidak hanya sebagai pemenuh kebutuhan religius, tetapi juga sebagai penggerak dan katalisator penting bagi pertumbuhan ekonomi global. Perluasan pasar internasional untuk produk halal serta meningkatnya jumlah pelaku usaha dan produsen halal telah memberikan kontribusi signifikan terhadap PDB sektor halal nasional, mencapai sekitar US\$3,8 miliar per tahun. Peningkatan permintaan terhadap produk halal sejalan dengan pertumbuhan populasi Muslim dunia, yang diperkirakan akan meningkat dari 1,6% pada tahun 2010 menjadi 2,2% pada tahun 2030. (Fahrika et al., 2023)

Kondisi ini menunjukkan bahwa industri halal memiliki prospek jangka panjang yang menjanjikan dan berpotensi menjadi pilar utama ekonomi global berbasis nilai-nilai

syariah, asalkan didukung oleh inovasi, digitalisasi, serta kebijakan strategis yang mendorong daya saing dan keberlanjutan industri halal di tingkat internasional.

b. Ragam produk yang halal

Ragam produk halal di pasar global mengalami perkembangan yang pesat seiring dengan meningkatnya kesadaran dan preferensi masyarakat terhadap konsumsi produk halal. Diversifikasi produk ini bertujuan untuk memenuhi permintaan yang terus bertambah, didorong oleh keinginan masyarakat Muslim untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi sekaligus menjalankan prinsip-prinsip syariah dalam setiap aktivitas perdagangan. Indonesia menempati posisi penting sebagai salah satu produsen dan pasar utama produk halal di dunia. Fenomena serupa juga terlihat di berbagai negara lain, termasuk Amerika Serikat, di mana populasi Muslim menunjukkan minat yang tinggi terhadap berbagai jenis produk halal yang tersedia di pasar.

c. Pakaian halal

Pakaian dengan gaya modern yang tetap mematuhi ketentuan berpakaian dalam Islam dikenal sebagai fesyen halal atau busana modest (sopan), termasuk di dalamnya tren busana hijab. Segmen pasar ini terutama diminati oleh generasi milenial Muslim yang menginginkan tampilan modis tanpa meninggalkan nilai-nilai syariah. Pertumbuhan pasar fesyen halal berlangsung secara bertahap dan kini telah mencakup berbagai kategori, seperti hijab, merek dan butik desainer Muslim, pakaian olahraga yang tetap sopan, hingga koleksi khusus untuk bulan Ramadan. Peluang besar dalam industri ini tercermin dari meningkatnya daya beli masyarakat Muslim terhadap produk fesyen halal. Berdasarkan data ekspor, nilai ekspor fesyen Indonesia mencapai 8,3 miliar dolar AS pada tahun 2019, dan meningkat sebesar 1,38 miliar dolar AS hingga Februari 2020. Kontribusi ini menyumbang sekitar 5,4% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, menandakan bahwa industri fesyen halal memiliki peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekspor nasional serta memperkuat posisi Indonesia di pasar fesyen halal global. (Utari et al., 2022)

Indonesia perlu terus meningkatkan kualitas rantai pasok produk halal sebagai langkah strategis dalam memperkuat sektor industri halal nasional. Upaya ini dapat dilakukan dengan memastikan seluruh tahapan produksi, mulai dari sumber bahan baku hingga distribusi, benar-benar memenuhi standar kehalalan yang ketat. Selain itu, penting bagi Indonesia untuk meningkatkan kesadaran dan edukasi masyarakat mengenai pentingnya konsumsi produk serta penggunaan jasa yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Melalui peningkatan mutu produk halal dan literasi masyarakat, Indonesia berpotensi memperkokoh posisinya sebagai pusat utama pengembangan ekonomi syariah global yang berdaya saing dan berkelanjutan. Menurut (Jannah & Malahayati, 2024) Indonesia harus lebih banyak berkolaborasi dengan negara-negara yang memiliki potensi industri halal yang signifikan jika ingin mengembangkan sektor halal. Hal ini dapat dicapai dengan membina kolaborasi di bidang sertifikasi halal dan menunjukkan kepedulian terhadap barang dan jasa yang memfasilitasi praktik umat Islam. Dengan melakukan hal ini, Indonesia dapat memperluas pasar di seluruh dunia dan memperkuat bisnis halalnya. Selain itu, negara-negara Muslim juga memiliki peluang besar di era globalisasi, terutama dalam pengembangan ekonomi syariah, yaitu: (Amalia et al., 2025)

- 1) Pertumbuhan Pasar Global: Pertumbuhan pasar global yang semakin cepat, khususnya di negara-negara dengan populasi Muslim yang besar, membuka peluang luas bagi pengembangan berbagai produk dan layanan berbasis prinsip syariah. Tren ini mencerminkan meningkatnya kebutuhan dan minat masyarakat terhadap solusi ekonomi yang selaras dengan nilai-nilai Islam, sekaligus menjadi potensi strategis bagi perluasan industri halal di tingkat internasional.
- 2) Industri Halal: Industri halal merupakan kebutuhan dan gaya hidup bagi masyarakat Muslim di seluruh dunia, serta dapat menjadi kontributor signifikan bagi pemulihan ekonomi global

- 3) Penguatan Keuangan Syariah: Peningkatan kesadaran dan minat terhadap keuangan syariah membuka peluang untuk memperkuat sistem keuangan syariah dan mengembangkan produk-produk inovatif seperti crowdfunding berbasis syariah.
- 4) Kolaborasi antar Negara OKI: Kerjasama ekonomi antar negara anggota Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) dapat meningkatkan perdagangan, mengurangi ketimpangan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif.

Terdapat juga tantangan ekonomi di era globalisasi, baik yang bersifat umum maupun yang spesifik terkait dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Tantangan-tantangan ini kompleks dan saling terkait, memerlukan strategi yang komprehensif untuk mengatasinya. Berikut tantangan terkait globalisasi yang dihadapi negara Muslim, yaitu: (Amalia et al., 2025)

- 1) Kompetisi dengan Sistem Ekonomi Konvensional
 - a. Dominasi Pasar Global: Struktur ekonomi dunia saat ini masih dikuasai oleh sistem konvensional berbasis kapitalisme, yang menyebabkan persaingan sangat ketat bagi produk dan layanan dari negara-negara Muslim. Kondisi ini menjadi tantangan bagi ekonomi berbasis syariah untuk menembus pasar internasional dan memperoleh pangsa yang signifikan.
 - b. Standar dan Regulasi Global: Upaya harmonisasi antara prinsip-prinsip syariah dan standar internasional seperti *International Financial Reporting Standards* (IFRS) atau aturan perdagangan global masih menghadapi berbagai kendala. Selain itu, perbedaan penafsiran terhadap hukum ekonomi Islam di berbagai negara Muslim turut memperumit proses penyelarasan regulasi tersebut.
 - c. Persepsi dan Pemahaman: Masih terdapat pandangan negatif dan kurangnya pemahaman terhadap konsep ekonomi syariah, baik di kalangan masyarakat non-Muslim maupun sebagian umat Islam sendiri. Minimnya literasi ini menjadi hambatan dalam memperluas penerimaan dan pengembangan produk serta layanan berbasis syariah di pasar global.
- 2) Sumber Daya Manusia (SDM) yang Kurang Memadai:
 - a. Kesenjangan Keterampilan: Banyak negara Muslim masih kekurangan tenaga kerja yang memiliki kemampuan, pendidikan, dan kompetensi memadai untuk bersaing dalam ekonomi global yang semakin digital dan dinamis. Kondisi ini berdampak pada rendahnya produktivitas, inovasi, serta daya saing industri halal dan sektor ekonomi syariah lainnya.
 - b. Kualitas SDM: Dibutuhkan sumber daya manusia yang tidak hanya ahli secara teknis, tetapi juga memiliki nilai moral tinggi, seperti semangat kerja (*himmah*), keahlian (*kafa'ah*), dan integritas (*amanah*). Tantangan terbesar saat ini adalah menumbuhkan etika kerja islami di tengah arus materialisme global, karena tanpa integritas, praktik ekonomi Islam berpotensi kehilangan esensinya.
 - c. Literasi Ekonomi Syariah: Rendahnya pemahaman masyarakat tentang ekonomi syariah dan kesenjangan antara teori dan praktik menjadi kendala dalam mengembangkan sektor ini.
- 3) Regulasi dan Kebijakan:
 - a. Inkonsistensi: Perbedaan aturan dan kebijakan antarnegara, baik di kawasan Muslim maupun non-Muslim, sering kali menghambat perkembangan lembaga keuangan syariah serta produk-produknya. Ketidaksinkronan ini menyulitkan integrasi ekonomi halal secara global.
 - b. Ketergantungan pada Kebijakan Global: Ketergantungan terhadap sistem dan kebijakan ekonomi dunia yang masih dikuasai oleh mekanisme konvensional membuat negara-negara Muslim memiliki ruang gerak terbatas dalam menerapkan kebijakan ekonomi yang sejalan dengan prinsip syariah.
 - c. Birokrasi dan Korupsi: Prosedur birokrasi yang rumit, praktik korupsi, minimnya dukungan terhadap inovasi, serta keterbatasan akses terhadap pembiayaan menjadi faktor yang menurunkan efisiensi pasar dan menghambat pertumbuhan ekonomi syariah di banyak negara Muslim.

- 4) Isu Struktur Ekonomi dan Ketergantungan:
 - a. Ketergantungan pada Komoditas: Banyak negara Muslim, terutama anggota OKI, masih sangat bergantung pada ekspor bahan mentah, terutama minyak. Fluktuasi harga komoditas global dapat menyebabkan ketidakstabilan ekonomi.
 - b. Defisit Perdagangan: Beberapa negara Muslim menghadapi defisit perdagangan yang signifikan, misalnya karena tingginya impor minyak atau ketidakmampuan untuk menggenjot ekspor non-migas.
 - c. Utang Luar Negeri: Sebagian besar negara Muslim menghadapi masalah utang luar negeri yang tinggi, dengan rasio utang terhadap PDB yang lebih besar daripada negara berkembang lainnya. Ini dapat melemahkan keuangan negara dan meningkatkan ketergantungan pada pinjaman konvensional yang seringkali dikenakan bunga.
 - d. Kemiskinan dan Ketimpangan: Tingkat kemiskinan dan ketimpangan ekonomi yang tinggi masih menjadi masalah di banyak negara Muslim, terutama di Afrika.

2. Dampak Transformasi Digital Terhadap Efisiensi Rantai Pasok Produk Halal

Teknologi digital 4.0 memiliki peran krusial dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas rantai pasok halal. Teknologi seperti blockchain, Internet of Things (IoT), big data, Radio Frequency Identification (RFID), dan artificial intelligence telah terbukti dapat meningkatkan transparansi, ketertelusuran (traceability), dan kepatuhan terhadap standar halal di sepanjang rantai pasok. Adopsi teknologi digital dalam industri halal masih berada pada tahap awal, namun menunjukkan potensi besar dalam mengatasi tantangan integrasi teknologi, keterlibatan stakeholder, dan kesadaran akan pentingnya transformasi digital. Wafa 1

Dampak teknologi digital terhadap kinerja perusahaan dalam rantai pasok halal mencakup aspek finansial dan non-finansial. Pada aspek finansial, blockchain technology dapat meningkatkan jejak halal (halal footprint) namun memerlukan investasi yang signifikan. Big data technology membantu perusahaan menjadi lebih berkelanjutan dalam proses rantai makanan halal, sementara teknologi seperti Electronic Data Interchange (EDI) dan e-commerce berpotensi meningkatkan efisiensi rantai pasok keluarga dalam bisnis makanan halal. Pada aspek non-finansial, teknologi digital meningkatkan kualitas informasi, akurasi pesanan, kondisi pesanan, dan mengurangi ketidaksesuaian pesanan. Teknologi traceability berbasis algoritma (TS-Based Algorithm) dapat mengurangi biaya transportasi sambil memastikan keberlanjutan dan keaslian produk halal. GPS tracking technology (Halaltracer Technology) meningkatkan efektivitas pelacakan produk halal selama proses pengiriman, memfasilitasi verifikasi yang lebih efisien (Harsanto et al., 2024).

Transformasi digital melalui implementasi blockchain technology menawarkan solusi revolusioner untuk meningkatkan keberlanjutan dan integritas rantai pasok makanan halal. Penerapan blockchain dalam rantai pasok halal memberikan dampak signifikan terhadap efisiensi operasional dan kepercayaan konsumen. Dari sisi efisiensi, blockchain mengurangi waktu dan biaya verifikasi produk halal karena semua informasi tersimpan dalam sistem terdesentralisasi yang dapat diakses oleh semua pihak yang berkepentingan secara real-time. Teknologi ini juga menghilangkan kebutuhan akan intermediari dalam proses verifikasi, sehingga mempercepat aliran informasi dan mengurangi birokrasi. Dampak non-finansial yang tidak kalah penting adalah peningkatan kepercayaan konsumen Muslim terhadap produk halal, karena mereka dapat melacak asal-usul dan proses produksi produk secara transparan. Studi ini menunjukkan bahwa adopsi blockchain dapat mengatasi masalah integritas halal yang sering menjadi kekhawatiran utama konsumen, sekaligus memberikan competitive advantage bagi perusahaan yang mengimplementasikannya dalam strategi supply chain management mereka (Bersih et al., 2023).

Transformasi digital dalam logistik halal membuka peluang besar untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memastikan integritas produk halal sepanjang rantai pasok. Dalam penelitian yang berjudul Halal logistics opportunities and challenges, penelitian ini mengidentifikasi bahwa adopsi teknologi informasi dan komunikasi (ICT) dalam logistik halal

dapat mengatasi tantangan utama seperti pemisahan produk halal dan non-halal, manajemen kontaminasi, dan kepatuhan terhadap prinsip Syariah. Teknologi digital memungkinkan pelacakan real-time terhadap pergerakan produk halal, monitoring kondisi penyimpanan di warehouse, dan dokumentasi digital untuk sertifikasi halal. Peluang dari transformasi digital mencakup peningkatan koordinasi antar stakeholder dalam rantai pasok, pengurangan human error dalam pengelolaan produk halal, dan peningkatan kecepatan respons terhadap permintaan pasar yang dinamis (Zailani et al., 2017).

Meskipun transformasi digital menawarkan berbagai peluang, terdapat sejumlah tantangan yang harus diatasi dalam implementasinya pada logistik halal. Tantangan utama meliputi tingginya biaya investasi awal untuk infrastruktur teknologi, kurangnya kompetensi sumber daya manusia dalam mengoperasikan sistem digital, dan resistensi terhadap perubahan dari praktik konvensional ke sistem digital. Selain itu, standarisasi teknologi dan interoperabilitas sistem antar berbagai pelaku dalam rantai pasok halal masih menjadi hambatan signifikan. Namun demikian, penelitian ini menekankan bahwa manfaat jangka panjang dari transformasi digital—seperti peningkatan efisiensi operasional hingga 30%, pengurangan waktu proses verifikasi halal, dan peningkatan kepercayaan konsumen—jauh melebihi tantangan yang dihadapi. Kesiapan stakeholder dan dukungan pemerintah dalam bentuk insentif finansial dan regulasi yang mendukung menjadi faktor kunci kesuksesan implementasi teknologi digital dalam logistik halal (Zailani et al., 2017).

3. Strategi Inovatif Digitalisasi untuk Meningkatkan Akses Pasar dan Kepercayaan Konsumen Produk Halal.

Strategi inovatif digitalisasi dalam meningkatkan akses pasar dan kepercayaan konsumen produk halal merupakan tantangan sekaligus peluang besar di era teknologi saat ini. Produk halal tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen Muslim secara religius tetapi juga menjadi segmen pasar global yang terus berkembang pesat. Oleh sebab itu, memanfaatkan teknologi digital secara efektif menjadi syarat mutlak agar produk halal dapat bersaing dan dipercaya oleh konsumen di pasar domestik maupun internasional.

Salah satu strategi utama adalah pengembangan pemasaran digital yang fokus pada konten halal yang edukatif dan autentik. Melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube, pelaku usaha dapat menyampaikan informasi sertifikasi halal, proses produksi, serta keunggulan produk secara transparan. Menurut (Arsiati & Eri Puspita, 2023), pemasaran dengan konten halal yang jujur dan menyeluruh mampu membangun kepercayaan terutama di kalangan konsumen muda yang kritis dalam memilih produk halal. Selain itu, review positif dari konsumen yang telah menggunakan produk secara langsung memiliki pengaruh signifikan dalam memperkuat keyakinan calon pembeli, sehingga strategi membangun komunitas dan memperkuat ulasan konsumen sangat penting.

Tidak kalah penting adalah kemudahan transaksi melalui sistem pembayaran digital (e-payment) yang aman dan mudah diakses. Penggunaan e-payment mendukung kemudahan konsumen untuk membeli produk halal kapan saja dan dimana saja tanpa batasan geografis, sekaligus menambah kenyamanan dan kepercayaan dalam bertransaksi (Arsiati & Eri Puspita, 2023). Hal ini yang mana membuka akses pasar yang lebih luas, termasuk segmen yang selama ini sulit dijangkau oleh saluran perdagangan konvensional.

Teknologi canggih seperti blockchain dan kecerdasan buatan (AI) kini mulai diterapkan dalam proses sertifikasi halal untuk menjamin transparansi dan ketertelusuran produk dari hulu ke hilir. Dengan menggunakan blockchain, setiap proses dalam rantai pasok halal tercatat secara permanen, sehingga mengurangi risiko kecurangan dan meningkatkan kredibilitas sertifikat halal di mata konsumen. Ini merupakan inovasi penting yang dapat memperkuat kepercayaan konsumen terhadap keaslian dan keamanan produk halal (Fauziah & Ardiansyah, 2025).

Selain itu, pengembangan platform e-commerce syariah menjadi fokus penting dalam digitalisasi produk halal. Marketplace yang berbasis prinsip syariah tidak hanya menyediakan ruang transaksi yang adil dan transparan, tetapi juga memberikan akses yang lebih mudah

bagi UMKM halal untuk menjangkau pasar lokal maupun global. Dukungan fintech syariah turut memperluas akses pembiayaan yang sesuai syariah untuk pelaku usaha, sehingga memperkuat ekosistem halal secara menyeluruh (Fauziah & Ardiansyah, 2025).

Supaya strategi ini berhasil, literasi digital dan keuangan syariah bagi pelaku UMKM halal harus ditingkatkan. Pelatihan dan pembinaan yang intensif akan membantu mereka mengadopsi teknologi digital dengan optimal. Lebih jauh, kolaborasi multipihak antara pemerintah, lembaga sertifikasi, asosiasi industri halal, dan penyedia teknologi menjadi kunci keberhasilan implementasi digitalisasi yang inklusif serta berkelanjutan.

Dapat disimpulkan bahwa, strategi inovatif digitalisasi produk halal yang mengintegrasikan konten pemasaran halal, penguatan review konsumen, kemudahan transaksi digital, sertifikasi digital berbasis blockchain, e-commerce syariah, serta peningkatan literasi digital, dapat membuka akses pasar yang lebih luas sekaligus menumbuhkan kepercayaan konsumen yang kokoh. Ini akan memperkuat daya saing produk halal Indonesia di pasar global dan berkontribusi nyata terhadap pertumbuhan ekonomi syariah nasional secara berkelanjutan.

Studi Kasus

Selama ini, proses sertifikasi halal dianggap rumit, memerlukan banyak dokumen fisik, serta biaya yang relatif tinggi, sehingga hanya sebagian kecil UMKM yang berhasil memperoleh label halal resmi. Digitalisasi dihadirkan untuk memangkas hambatan tersebut melalui sistem pendaftaran online, pengunggahan dokumen elektronik, serta pemantauan status sertifikasi secara real-time. Dengan adanya transformasi digital, UMKM memiliki kesempatan lebih luas untuk masuk ke pasar global karena produk mereka lebih mudah memenuhi standar kehalalan internasional. Terdapat beberapa tantangan utama seperti rendahnya literasi digital pelaku UMKM, keterbatasan akses internet di daerah pedesaan, serta keraguan terhadap keabsahan sertifikat elektronik. Untuk menjawab masalah ini, strategi inovatif yang ditawarkan adalah pengembangan hybrid platform yang ramah pengguna dan terintegrasi dengan database otoritas halal melalui API, sehingga validasi dapat dilakukan otomatis dan transparan. Selain itu, program digital coaching yang melibatkan asosiasi UMKM, pemerintah daerah, dan lembaga keuangan syariah sangat diperlukan untuk mendampingi pelaku usaha dari tahap pendaftaran hingga penerbitan sertifikat. Pendekatan ini diyakini dapat mempercepat proses, menurunkan biaya, serta meningkatkan daya saing UMKM halal Indonesia di tingkat global (Syarofi & Syam, 2025).

KESIMPULAN

Transformasi digital dalam industri halal global membawa dampak signifikan terhadap peningkatan efisiensi, transparansi, dan daya saing produk halal. Digitalisasi melalui penerapan teknologi seperti *blockchain*, *Internet of Things (IoT)*, *Artificial Intelligence (AI)*, dan *Big Data* mampu memperkuat integritas rantai pasok halal dari hulu ke hilir, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas akses pasar global.

Industri halal di Indonesia memiliki potensi besar didukung oleh populasi Muslim yang tinggi dan permintaan global yang terus meningkat. Namun, pengembangannya masih dihadapkan pada sejumlah tantangan seperti keterbatasan literasi digital, hambatan regulasi, rendahnya kesadaran masyarakat terhadap produk halal, serta keterbatasan pembiayaan dan infrastruktur digital, terutama di kalangan UMKM.

Strategi inovatif digitalisasi menjadi solusi penting dalam menjawab tantangan tersebut. Penguatan pemasaran digital berbasis konten halal, optimalisasi review konsumen, kemudahan transaksi melalui e-payment, serta pengembangan e-commerce syariah dan fintech halal berperan penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen. Kolaborasi antara pemerintah, lembaga sertifikasi halal, pelaku usaha, dan penyedia teknologi menjadi faktor kunci keberhasilan dalam menciptakan ekosistem halal digital yang inklusif dan berkelanjutan.

Melalui pendekatan strategis dan kolaboratif, digitalisasi tidak hanya memperkuat daya saing produk halal Indonesia di pasar internasional, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi syariah nasional yang lebih berkeadilan, modern, dan berkelanjutan. Dengan dukungan

regulasi yang kuat serta peningkatan kompetensi sumber daya manusia, industri halal berpotensi menjadi salah satu motor utama penggerak ekonomi digital global di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Y., Rokayah, S., Bachri, S., Baihaqi, M. I., & Ridwan, M. (2025). Analisis Tantangan dan Peluang Perekonomian Negara-Negara Muslim di Era Globalisasi: Study Kasus Negara Indonesia. *Jurnal Study Islam: TafakurTimes*, 1(1), 62–76.
- Arsiati, R., & Eri Puspita, R. (2023). Digital Marketing for Halal Food Product: the Effect of Customer Review, Halal Content, and Use of E-Payment. *Journal of Islamic Entrepreneurship and Management*, 3(2), 74–91. <https://doi.org/10.18326/jiem.v3i2.74-91>
- Bersih, L., Lebih, L., Pasokan, R., Kurniawatia, D. A., & Cakravasti, A. (2023). *Machine Translated by Google Tinjauan penelitian rantai pasokan halal: Keberlanjutan dan perspektif penelitian operasi*. 6.
- Fahrika, A. I., Siradjuddin, S., & Efendi, A. (2023). Potensi dan Peluang Pengembangan Sumber Daya Manusia Industri Halal di Indonesia. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12(04), 426–434. <https://doi.org/10.34308/eqien.v12i04.1523>
- Fauziah, Z., & Ardiansyah, H. (2025). Optimalisasi E-Commerce Syariah dalam Mendukung Digitalisasi UMKM Halal: Tinjauan Literatur. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol 9(No 2), 14809–14816.
- Harsanto, B., Farras, J. I., Firmansyah, E. A., Pradana, M., & Apriliadi, A. (2024). Digital Technology 4.0 on Halal Supply Chain: A Systematic Review. *Logistics*, 8(1). <https://doi.org/10.3390/logistics8010021>
- Jannah, M., & Malahayati. (2024). Analisis Tantangan dan Peluang Industri Halal di Indonesia. *MUBEZA: Pemikiran Hukum Dan Ekonomi Islam*, 14(2), 55–64.
- Syarofi, M., & Syam, N. (2025). Digital Transformation in Halal Certification: Opportunities for SMEs in Indonesia. *Klabat Journal of Management*, 6(1), 28. <https://doi.org/10.60090/kjm.v6i1.1234.28-39>
- Utari, D., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2022). Industri Halal Berkontribusi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Era Pandemi Covid-19: Peluang Dan Tantangan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 87–98. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.119>
- Zailani, S., Iranmanesh, M., Aziz, A. A., & Kanapathy, K. (2017). Halal logistics opportunities and challenges. *Journal of Islamic Marketing*, 8(1), 127–139. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2015-0028>