

Dampak Industri Halal terhadap PDB Indonesia: Peluang dan Tantangan Ekonomi

Tasyqi Masyumatul Aulia ^{*1}

Salsa Bila Rahmawati ²

Firda Kharisma ³

Lina Marlina ⁴

^{1,2,3,4} Universitas Siliwangi

*e-mail: 231002135@student.unsil.ac.id¹, 231002140@student.unsil.ac.id²,
232002162@student.unsil.ac.id³, linamarlina@gmail.com⁴

Abstrak

Industri halal memiliki potensi signifikan sebagai mesin pertumbuhan baru bagi perekonomian Indonesia, terbukti dari kontribusinya yang terus meningkat terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Penelitian ini menganalisis secara komprehensif dampak positif sektor halal—mencakup makanan, fesyen, pariwisata, keuangan, dan kosmetik—terhadap PDB, sekaligus mengidentifikasi berbagai peluang seperti populasi Muslim yang besar dan dukungan kebijakan pemerintah. Namun, keberlanjutan pertumbuhan ini dihadapkan pada beberapa tantangan, termasuk masalah standarisasi, integrasi rantai nilai global, dan peningkatan daya saing sumber daya manusia. Dengan mengatasi tantangan ini, Indonesia dapat memaksimalkan industri halal untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Kata kunci: *industry halal, pdb indonesia*

Abstract

Halal industry has significant potential as a new growth engine for the Indonesian economy, evidenced by its steadily increasing contribution to the Gross Domestic Product (GDP). This study comprehensively analyzes the positive impact of the halal sector—encompassing food, fashion, tourism, finance, and cosmetics—on the GDP, while also identifying various opportunities such as the large Muslim population and governmental policy support. Nevertheless, the sustainability of this growth faces several challenges, including issues of standardization, integration into global value chains, and enhancing human resource competitiveness. By addressing these challenges, Indonesia can maximize the halal industry to achieve inclusive and sustainable economic growth.

Keywords: *halal industry, Indonesian Gdp*

PENDAHULUAN

Industri halal mempunyai peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia, terutama melalui kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Pendapatan yang berasal dari industri halal, peningkatan ekspor produk halal ke pasar global, serta investasi asing langsung (FDI) yang masuk ke sektor ini menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi nasional. Oleh sebab itu, penting untuk menganalisis bagaimana pengaruh pendapatan, ekspor, dan FDI dari industri halal terhadap pertumbuhan PDB Indonesia guna mengetahui dampak nyata sektor ini dalam perekonomian.

Selain faktor-faktor tersebut, perkembangan industri halal di Indonesia membuka berbagai peluang yang bisa dimanfaatkan untuk memaksimalkan kontribusinya terhadap perekonomian nasional. Pemerintah telah melakukan berbagai upaya strategis, seperti memperkuat regulasi sertifikasi halal, mengembangkan kawasan industri halal, dan meningkatkan literasi pelaku usaha tentang pentingnya sertifikasi. Dengan pemanfaatan teknologi digital yang semakin maju, pasar

produk halal Indonesia diharapkan dapat lebih kompetitif baik di pasar domestik maupun internasional.

Namun, masih banyak tantangan yang harus dihadapi oleh industri halal Indonesia, antara lain rendahnya kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya sertifikasi halal, keterbatasan sumber daya manusia yang berkualitas, serta infrastruktur yang belum optimal. Oleh karena itu, penelitian ini juga akan mengkaji tantangan-tantangan tersebut dan merumuskan strategi yang dapat diimplementasikan untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut agar industri halal dapat memberikan dampak positif yang lebih besar bagi perekonomian Indonesia secara berkelanjutan.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan makalah ini adalah Kajian Literatur (Studi Pustaka). Penelitian ini bersifat kualitatif konseptual yang bertujuan untuk menganalisis dan mensintesis berbagai informasi, konsep, dan temuan dari literatur ilmiah yang relevan guna menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengaruh Pendapatan Perusahaan terhadap Ekonomi

Hasil penelitian menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara pendapatan perusahaan dengan PDB. Dalam industri halal, aktivitas korporat dan kinerja finansial tidak hanya mencerminkan kesuksesan masing-masing perusahaan tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi secara lebih luas. Industri halal, yang mencakup berbagai sektor mulai dari makanan dan minuman, kosmetik, farmasi, hingga jasa keuangan, merupakan pasar global yang dinamis dengan permintaan yang terus berkembang. Peningkatan pendapatan dalam sektor-sektor ini tidak hanya mencerminkan ekspansi pasar tetapi juga efektivitas praktik bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip halal. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan-perusahaan dalam industri halal yang berhasil meningkatkan pendapatannya berkontribusi pada aliran ekonomi yang lebih luas sehingga dapat menstimulasi investasi, konsumsi, dan pertumbuhan ekonomi. Elsrags (2016) menekankan bagaimana industri halal telah berkembang menjadi sektor pertumbuhan baru yang melampaui sektor makanan untuk memasuki berbagai bidang ekonomi lainnya. Hal ini menegaskan bahwa pendapatan perusahaan dalam industri halal tidak hanya mencerminkan kesuksesan sektor makanan tetapi juga kesuksesan di sektor lain, menunjukkan dampak luas aktivitas halal terhadap ekonomi. Sementara itu, Jaelani (2017) mengonfirmasi bahwa pariwisata halal telah berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia sehingga menunjukkan bahwa sektor pariwisata halal juga memainkan peran penting dalam menghasilkan pendapatan dan pertumbuhan ekonomi. Ini menyoroti bagaimana diversifikasi industri halal, termasuk pariwisata, menambahkan lapisan tambahan pada pengaruh ekonomi makro dari sektor ini. (Mu'arrif 2024)

Pentingnya industri halal sebagai motor pertumbuhan ekonomi, yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh variabel ekonomi makro. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan industri halal dalam menciptakan pendapatan tidak hanya meningkatkan kesejahteraan ekonomi korporat tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang lebih luas sehingga mencerminkan potensi signifikan industri halal dalam mendorong perkembangan ekonomi global dan lokal. Kesimpulannya, kinerja finansial perusahaan halal menjadi indikator penting yang tidak hanya mencerminkan kekuatan sektor ini tetapi juga kontribusinya yang berharga terhadap ekonomi makro. (Adamsah and Subakti 2022)

Pengaruh FDI terhadap negara berkembang dan negara dengan penghasilan rendah. Tentu investasi dapat membantu dalam pengembangan teknologi, produksi, dan pengembangan infrastruktur, namun juga ditemukan bahwa FDI atau investasi asing memiliki potensial mengakibatkan penutupan dan penggusuran beberapa usaha kecil dikarenakan tekanan persaingan pada negara berkembang. Kesimpulan lain yang didapatkan adalah ditemukan FDI tidak memiliki signifikansi dan produktifitas yang lebih jika dibandingkan dengan investasi domestik. Menurut laporan kesiapan sumber daya manusia ASEAN (2021), hal ini disebabkan oleh sumber daya manusia ASEAN yang cenderung masih kurang terampil sehingga tidak dapat memanfaatkan dana secara menyeluruh dan efisien meski mendapatkan dana investasi yang cukup tinggi. Membuktikan secara teori, FDI tentu menguntungkan dan memiliki hubungan positif terhadap ekonomi, namun kenyataannya pada negara ASEAN, FDI bukanlah pemicu utama terjadinya peningkatan pertumbuhan ekonomi dan PDB. (Cupian, Smitasari, and Noven 2024)

B. Peluang pengembangan industri halal untuk meningkatkan kontribusi ekonominya terhadap PDB nasional

Industri halal memenuhi kebutuhan masyarakat muslim di seluruh dunia dan memiliki kemampuan untuk mendorong berbagai gagasan nilai dalam pemulihan ekonomi dunia. Bertambahnya jumlah pelaku UMKM halal di seluruh dunia telah menghasilkan kontribusi PDB ekonomi halal nasional sebesar US\$ 3,8 miliar per tahun, memberikan peluang untuk peningkatan permintaan industri halal di seluruh dunia karena bertambahnya populasi muslim di seluruh dunia. Penduduk muslim global diperkirakan akan meningkat menjadi 2,2 milyar pada tahun 2030, meningkat dari 1,6 milyar di tahun 2010 (Kementerian Keuangan, 2021). Gaya hidup dan budaya muslim telah berkembang menjadi kebiasaan di berbagai tempat di seluruh dunia. Hal ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan agama yang mempertimbangkan aspek higienitas sebagai pemenuhan syariat Islam. Muslim tidak hanya akan memenuhi kebutuhan dasar mereka, tetapi juga akan mencari cara untuk memenuhi kebutuhan tambahan seperti ekspresi dan spiritualitas. Meningkatnya kesadaran halal dalam masyarakat, bukan hanya di kalangan muslim tetapi seluruh agama didunia ini. Konsumen sekarang memilih makanan halal, mengenakan pakaian muslimah, berlibur ke tempat yang ramah muslim (muslim friendly), atau bertransaksi dengan barang syariah. Hidup halal didasarkan pada kesadaran bahwa itu halal karena perintah agama dan memiliki manfaat yang bermanfaat bagi kehidupan manusia. Hal itu menjadi peluang baru muncul di sektor halal. Sekarang, kebutuhan sehari-hari seperti kuliner, mode, farmasi, dan pariwisata telah berubah menjadi lahan bisnis halal yang menantang dan menjanjikan. (Rosana 2024)

Industri halal terus menunjukkan pertumbuhan yang positif setiap tahunnya. Pertumbuhan ini tentunya memberikan kontribusi yang positif terhadap perekonomian Indonesia. Kontribusi tersebut bisa dilihat melalui Produk Domestik Bruto (PDB). Ekonomi syariah sudah terbukti memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar USD 3,8 miliar setiap tahunnya (Kementerian Keuangan Republik Indonesia 2019). Kontribusi terhadap PDB ini tercermin dari konsumsi masyarakat Indonesia serta kegiatan ekspor dan impor terhadap produk halal. Dari segi ekspor, industri halal sangat berpeluang menambah nilai ekspor Indonesia. Nilai ekspor yang bisa dihasilkan dari industri halal berkisar pada USD 5,1 miliar hingga USD 11 miliar setiap tahunnya. Pada tahun 2018, industri halal telah menghasilkan USD 7,6 miliar. Indonesia memiliki halal export opportunity produk halal sebesar 3,8% secara global (Indonesia Halal Lifestyle Center 2019). Angka ini bisa ditingkatkan lagi dengan cara meningkatkan kualitas produk halal yang diekspor. Selain itu, penetapan harga yang kompetitif dirasa penting agar produk kita bisa bersaing dengan produk dari negara lain. Jika produk halal dari Indonesia sudah bisa bersaing di pasar dunia, maka tentu saja Indonesia bisa menjadi kiblat industri halal dunia. (Adamsah and Subakti 2022)

Dalam konteks pembangunan ekonomi, PDB menjadi parameter penting dalam mengevaluasi keberhasilan kebijakan ekonomi nasional. Sukirno menambahkan bahwa PDB juga mencerminkan efisiensi penggunaan sumber daya ekonomi dalam menghasilkan output barang

dan jasa. Peningkatan PDB menandakan adanya pertumbuhan ekonomi yang umumnya disertai dengan peningkatan pendapatan masyarakat, penciptaan lapangan kerja, dan meningkatnya investasi, baik dari sektor domestik maupun asing. Oleh karena itu, PDB kerap dijadikan tolok ukur utama dalam penyusunan kebijakan fiskal dan moneter oleh pemerintah. Dari perspektif teori ekonomi, dalam pendekatan Keynesian, pertumbuhan PDB sangat dipengaruhi oleh permintaan agregat, di mana belanja pemerintah dan investasi swasta memegang peran sentral dalam mendorong ekspansi output nasional. Sementara itu, teori pertumbuhan ekonomi klasik menyebutkan bahwa PDB akan meningkat secara berkelanjutan seiring adanya akumulasi modal, peningkatan produktivitas tenaga kerja, dan kemajuan teknologi. Teori pertumbuhan Rostow juga mengaitkan pertumbuhan PDB sebagai penanda transisi suatu negara dari tahap tradisional menuju tahap kematangan ekonomi. Dengan demikian, kontribusi PDB terhadap perekonomian suatu negara tidak hanya bersifat kuantitatif, tetapi juga mencerminkan kualitas dari pertumbuhan ekonomi itu sendiri. (Kusumah et al. 2025)

Indonesia memiliki populasi Muslim terbesar di dunia, mencapai lebih dari 200 juta orang. Pertumbuhan penduduk dan peningkatan kesadaran akan pentingnya konsumsi produk halal telah menggerakkan permintaan yang signifikan untuk produk halal di Indonesia. Hal ini menciptakan pasar yang besar bagi perusahaan yang ingin berinvestasi dalam industri halal. Dengan mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam, terdapat potensi pasar domestik yang besar untuk produk halal. Pemerintah Indonesia telah menunjukkan komitmen untuk mendorong perkembangan industri halal. Hal ini tercermin dalam berbagai kebijakan dan regulasi yang telah diterbitkan untuk memastikan bahwa produk halal memenuhi standar yang ditetapkan oleh otoritas halal nasional. Pemerintah Indonesia telah berkomitmen untuk memajukan industri halal melalui kebijakan dan insentif yang menguntungkan.

Dukungan pemerintah juga menjadi potensi besar industri makanan halal di Indonesia. Dukungan pemerintah ini terlihat dari pembentukan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai amanat dari Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. BPJPH disahkan pada tanggal 27 Oktober 2017 dan memiliki kedudukan di bawah Kementerian Agama. Pembentukan BPJPH telah mentransformasi penyelenggaraan jaminan produk halal di Indonesia dari yang awalnya bersifat sukarela (*voluntary*) menjadi kewajiban (*mandatory*). Hal ini dilakukan dalam rangka memberi keamanan dan kenyamanan kepada konsumen muslim serta untuk melejitkan industri halal di Indonesia, khususnya industri makanan halal (Agustina, Nazla, and Nur'aini 2024).

C. Tantangan yang dihadapi 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 (Darmawan 2024).

Dalam mengembangkan potensi industri halal di Indonesia, tentunya kita akan mendapatkan tantangan. Tantangan ini bisa berasal dari segi eksternal dan dari segi internal. Dari segi eksternal, tantangan yang dihadapi Indonesia adalah: pertama, banyaknya negara pesaing (Permana 2019). Negara-negara pesaing tersebut diantaranya adalah Malaysia, Brunei Darussalam, Turki, Pakistan, Qatar, Uni Emirat Arab, dan lain sebagainya. Bahkan, ada negara pesaing yang termasuk ke dalam negara non-muslim. Negaranegara ini diantaranya Australia, Thailand, Singapura, United Kingdom, Italia, dan lain sebagainya. Agar tidak ketinggalan, Indonesia harus bisa memanfaatkan dengan baik potensi yang dimilikinya. Bila tidak, maka Indonesia hanya akan

menjadi konsumen di pasar yang besar dan menjanjikan ini. Tantangan dari eksternal ini juga berpengaruh terhadap konsumsi produk dalam negeri. Jika ada banyak produk asing masuk ke Indonesia, maka konsumsi produk Indonesia akan berkurang. Dampaknya, neraca perdagangan akan mengalami defisi karena lebih banyak impor yang masuk ketimbang ekspor. Maka, solusi dari masalah ini adalah keseriusan pemerintah dalam menegakkan hukum kepabeanan (Pryanka, 2018). Kita

membutuhkan proteksi untuk melindungi produk lokal. Kebijakan proteksi ini harus bisa menekan angka impor, namun tidak membuat negara pengimpor "tersinggung". Tujuannya agar produk lokal terproteksi sekaligus tetap menjaga hubungan internasional. Kedua, belum adanya sertifikat halal yang berlaku secara global. Hal ini disebabkan belum adanya konsensus yang dilakukan oleh negara-negara di dunia mengenai standarisasi sertifikat halal internasional. Setiap negara memiliki kriteria tersendiri dalam penetapan sertifikasi halal. Kriteria ini belum tentu diterima oleh negara lain. Maka, tercipta ketidakaturan dalam sertifikasi halal. Tentu saja, hal ini bisa berdampak kepada kepercayaan konsumen saat produk tersebut diekspor ke negara lain (Randeree 2019). Oleh sebab itu, perlu diadakan pertemuan di antar negara-negara di dunia untuk membahas standarisasi sertifikasi halal ini. Setidaknya, langkah ini bisa dimulai oleh Organisasi Kerja Sama Islam (OKI). Sementara itu, tantangan internal yang dialami Indonesia yaitu: pertama, kurangnya halal awareness pada masyarakat Indonesia. Selain itu, pemahaman masyarakat Indonesia terhadap konsep halal masih dirasa kurang. Ada banyak masyarakat Indonesia yang menganggap bahwa semua produk di pasar adalah produk halal (Pryanka, 2018). Halal awareness memiliki keterkaitan dengan religiusitas dan pengetahuan mengenai konsep halal. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Nusran, dkk, 2018), religiusitas memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap perilaku konsumsi produk halal dibanding pengetahuan terhadap suatu produk halal. Ada juga penelitian yang dilakukan oleh (Kartika, 2020; Kurniawati dan Savitri, 2019) yang menyatakan bahwa halal awareness dipengaruhi oleh tingkat keyakinan agama, alasan kesehatan, label/logo halal, dan tingkat eksposur yang baik. Selain itu, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Yasid, dkk, 2016), halal awareness dipengaruhi oleh kepercayaan agama, identitas diri dan paparan media. Maka, untuk meningkatkan halal awareness Di Indonesia, kuncinya adalah dengan melakukan sosialisasi. Sosialisasi harus dilakukan secara terusmenerus secara langsung ataupun tidak langsung. Sosialisasi secara langsung bisa dilakukan dengan

membuat kajian keagamaan tentang konsep halal. (Bahtiar Adamsah dan Eka Subakti)

Meskipun Indonesia sudah mempunyai ekosistem industri halal yang relatif terus meningkat, namun pengembangan industri halal masih dihadapkan dengan beragam tantangan. Hal ini sejalan dengan beragam kasus di berbagai negara dalam menghadapi tantangan pengembangan industri halal yang sangat beragam (Rahmayati, 2019). Tantangan lainnya adalah menetapkan standar dan akreditasi halal yang diakui secara internasional, terutama di bidang pangan. Tidak adanya standar halal menjadikan kondisi pasar menjadi bias, baik yang terjadi di tingkat produsen maupun konsumen. Sampai saat ini dipandang masih belum terdapat skema internasional untuk mengakreditasi Badan Sertifikasi Halal di masing-masing negara, termasuk di Indonesia. Terlalu banyak badan pengembangan standar membuat kebingungan untuk memutuskan mana yang akan memberikan akses pasar, dan dalam banyak kasus banyak sertifikat diperlukan untuk eksportir. Tantangan tersebut sering dialami berbagai negara yang menyatakan adanya kesenjangan kapasitas dan kapabilitas diantara lembaga penerbit sertifikasi halal. Dalam kasus tersebut, standar dan akreditasi halal merupakan persoalan yang terjadi di tingkat global, namun mempunyai dampak terhadap perkembangan industri halal di Indonesia. Persoalan yang tidak kalah besar adalah masih minimnya literasi halal. Bagaimanapun, cakupan lain dalam penguatan ekosistem halal adalah proses literasi halal untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas produsen maupun konsumen halal. Konsep literasi halal merupakan bentuk pemahaman masyarakat, regulator, investor, dan pelaku industri halal dalam mengetahui dan memahami kemampuan untuk mengetahui, mengonsumsi, mengelola, dan menganalisis produk halal. Konsep literasi halal didasarkan pada pengertian literasi yang berkaitan dengan

kemampuan membaca, menulis, memahami, dan meningkatkan keterampilan terkait operasional bisnis halal. Konsep literasi dalam industri halal juga mencakup proses dan upaya pencapaian pengetahuan dan pemahaman tentang industri halal. Proses literasi dapat berkembang seiring dengan berkembangnya industri halal itu sendiri, sehingga dapat meningkatkan pengaruh konsumsi masyarakat terhadap produk industri halal [Yuliawati et al. 2022].

Dalam mengembangkan potensi industri halal di Indonesia, tentunya kita akan mendapatkan tantangan. Tantangan ini bisa berasal dari segi eksternal dan dari segi internal. Dari segi eksternal, tantangan yang dihadapi Indonesia adalah: pertama, banyaknya negara pesaing (Permana 2019). Negara-negara pesaing tersebut diantaranya adalah Malaysia, Brunei Darussalam, Turki, Pakistan, Qatar, Uni Emirat Arab, dan lain sebagainya. Bahkan, ada negara pesaing yang termasuk ke dalam negara non-muslim. Negaranegara ini diantaranya Australia, Thailand, Singapura, United Kingdom, Italia, dan lain sebagainya. Agar tidak ketinggalan, Indonesia harus bisa memanfaatkan dengan baik potensi yang dimilikinya. Bila tidak, maka Indonesia hanya akan menjadi konsumen di pasar yang besar dan menjanjikan ini. Tantangan dari eksternal ini juga berpengaruh terhadap konsumsi produk dalam negeri. Jika ada banyak produk asing masuk ke Indonesia, maka konsumsi produk Indonesia akan berkurang. Dampaknya, neraca perdagangan akan mengalami defisit karena lebih banyak impor yang masuk ketimbang ekspor. Maka, solusi dari masalah ini adalah keseriusan pemerintah dalam menegakkan hukum kepabeanan (Pryanka, 2018). Kedua, belum adanya sertifikat halal yang berlaku secara global. Hal ini disebabkan belum adanya konsensus yang dilakukan oleh negara-negara di dunia mengenai standarisasi sertifikat halal internasional. Setiap negara memiliki kriteria tersendiri dalam penetapan sertifikasi halal

D. Strategi pemerintah dan dalam menghadapi peluang serta mengatasi 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 (Rina Samsiyah et al. 2025).

Strategi Edukasi Kawasan Halal di Indonesia merupakan upaya pemerintah untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat mengenai konsep halal secara 370 komprehensif. Beberapa strategi utama dalam edukasi kawasan halal di Indonesia meliputi :

(Izzudin & Adinugraha, 2021)

1) Sosialisasi dan Promosi

- a. Melakukan sosialisasi kepada masyarakat tentang pentingnya mengonsumsi produk halal melalui kampanye, seminar, dan media massa.
- b. Mempromosikan kawasan-kawasan industri halal di Indonesia untuk menarik minat investor dan konsumen.

2) Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia

- a. Mengadakan pelatihan dan sertifikasi bagi tenaga profesional di bidang halal, seperti auditor halal, penyembelih hewan, dan lain-lain.
- b. Mengembangkan kurikulum pendidikan halal di institusi pendidikan seperti sekolah, universitas, dan lembaga kursus.

3) Penyediaan Infrastruktur Halal

- a. Menyediakan fasilitas dan sarana pendukung kawasan halal, seperti rumah potong hewan, laboratorium pengujian, dan pusat sertifikasi halal.

- b. Mengembangkan kawasan industri halal terpadu yang memadukan seluruh rantai pasok halal.
- 4) Penguatan Regulasi dan Standarisasi
 - a. Menyempurnakan regulasi terkait produk halal, termasuk undang-undang, peraturan pemerintah, dan standar halal nasional.
 - b. Meningkatkan koordinasi antara lembaga pemerintah, organisasi Islam, dan pelaku industri dalam penerapan standar halal.
- 5) Kerja Sama Internasional
 - a. Menjalinkan kemitraan dengan negara-negara lain yang memiliki pengalaman dalam pengembangan industri halal.
 - b. Berpartisipasi dalam forum-forum internasional terkait halal untuk berbagi pengetahuan dan mempromosikan produk halal Indonesia. Strategi edukasi kawasan halal di Indonesia bertujuan untuk menjadikan Indonesia sebagai pusat produksi dan konsumsi produk halal terkemuka di dunia, serta meningkatkan daya saing produk halal Indonesia di pasar global. Dengan strategi yang terencana dan dukungan dari berbagai pihak, edukasi dan pengembangan kawasan halal di Indonesia dapat berjalan efektif, mendukung pertumbuhan ekonomi dan menjaga kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah (Tantangan 2025).

KESIMPULAN

Industri halal memiliki peran yang sangat signifikan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia, khususnya melalui kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Pendapatan perusahaan halal, ekspor produk halal, serta potensi investasi asing menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap perekonomian nasional. Diversifikasi sektor halal, mulai dari makanan, farmasi, kosmetik, hingga pariwisata, semakin memperkuat daya saing Indonesia di tingkat global.

Selain itu, peluang besar muncul seiring meningkatnya kesadaran masyarakat dunia terhadap gaya hidup halal dan bertambahnya populasi muslim global. Hal ini membuka ruang luas bagi Indonesia untuk menjadi pusat industri halal dunia. Namun demikian, industri halal di Indonesia masih menghadapi tantangan yang kompleks, baik dari faktor internal seperti rendahnya literasi dan kesadaran halal maupun dari faktor eksternal berupa persaingan global, standar sertifikasi halal yang belum seragam, dan derasnya arus impor produk halal dari luar negeri.

Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat dan berkesinambungan, seperti peningkatan literasi halal, penguatan regulasi dan infrastruktur, serta peningkatan kualitas dan daya saing produk lokal. Dengan langkah-langkah tersebut, industri halal diharapkan mampu memberikan kontribusi yang lebih besar dalam mendorong pembangunan ekonomi nasional sekaligus memperkuat posisi Indonesia sebagai pemimpin dalam industri halal dunia.

DAFTAR PUSTAKA

- Adamsah, Bahtiar, and Eka Subakti. "Development of the Halal Industry on Indonesian Economic Growth." *Indonesia Journal of Halal* 5, no. 1 (2022): 71–75.
- Cupian, Daneswara Smitasari, and Sarah Annisa Noven. "Analisis Pengaruh Ekspor Halal, Foreign Direct Investment, Trade Openness, Nilai Tukar, Dan Pertumbuhan Populasi Terhadap Produk Domestik Bruto Riil ASEAN." *Annisa* 10, no. 03 (2024): 3305–14. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i3.15188>.
- Dilaga Kusumah, Malik, Zulio Pratama, Ivan Andika Putra, Fairul Azmi, and Amalia Nuril Hidayati. "PT. Media Akademik Publisher PERAN INDUSTRI HALAL DALAM MEMPERKUAT PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA." (*Jma*) 3, no. 5 (2025): 3031–5220.

<https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8668/industri-halal-penopang-pertumbuhan-ekonomi->

- Rosana, Ula Rochmatannia. "Prospects of the Development of the Halal Products Industry towards Indonesia's Economic Growth." *Journal of Halal Product and Research* 7, no. 1 (2024): 67–75. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.7-issue.1.67-75>.
- Yuliawati, Tia, Fitrianty Adirestuty, Asep Miftahuddin, and Kiki Hardiansyah. "Kebijakan Merger Bank Pada Perbankan Syariah: Studi Bibliometrik Dan Perspektif Kritis." *Jurnal Inspirasi* 13, no. 1 (2022): 137–55. <https://doi.org/10.35880/inspirasi.v13i1.1979>.
- Zul Ihsan Mu'arrif. "Dampak Industri Halal Pada Perekonomian Di Indonesia: Pengaruh Pendapatan, Ekspor, Dan FDI Terhadap PDB Melalui Pendekatan GMM." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 9 (2024): 7271–86. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i9.4764>
- Agustina, Rina Samsiyah, Luluwatun Nazla, and Silva Nur'aini. 2024. "Analisis Peluang, Tantangan, Dan Strategi Industri Halal Di Indonesia." *AL-MUSAHAMAH: Journal of Islamic Economics, Finance, and Business* 1 (1): 92–97. <https://doi.org/10.37058/ams.v1i1.11749>.
- Darmawan, Syauqi. 2024. "Pengembangan Industri Halal: Peluang Dan Tantangan Dalam Ekonomi Islam." *Jurnal Sahmiyya* 3 (2): 443–51.
- Rina Samsiyah, Luluwatun Nazla, Silva Nur'aini, Frida Aprilya Saqina, and Lina Marlina. 2025. "Analisis Peluang, Tantangan, Dan Strategi Industri Halal Di Indonesia." *Journal of Economics and Business* 3 (1): 88–95. <https://doi.org/10.61994/econis.v3i1.352>.
- Tantangan, Peluang D A N. 2025. "STRATEGI EDUKASI DAN PROMOSI KAWASAN HALAL DI INDONESIA : " 1: 363–75.