

Strategi Penguatan UMKM Halal dalam Mendorong Pemberdayaan Ekonomi Berbasis Syari'ah

Raafi Al Afghany *¹
Carisa Aulia Azzahra ²
Vina Fitria ³
Lina Marlina ⁴

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

*e-mail: 231002103@student.unsil.ac.id¹, 231002114@student.unsil.ac.id²,
231002092@student.unsil.ac.id³ linamarlina@unsil.ac.id

Abstrak

Penelitian ini berangkat dari permasalahan empiris rendahnya daya saing UMKM halal yang kerap terhambat oleh keterbatasan modal, akses pasar, serta pemahaman terhadap prinsip syari'ah dalam pengelolaan usaha. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis strategi penguatan UMKM halal dalam mendorong pemberdayaan ekonomi berbasis syari'ah. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus pada beberapa UMKM halal di Indonesia yang memiliki karakteristik usaha mikro dan keterikatan pada komunitas keislaman setempat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penguatan meliputi peningkatan literasi keuangan syari'ah, kolaborasi kelembagaan dengan lembaga keuangan syari'ah, serta optimalisasi digital marketing berbasis nilai halal. Temuan utama menunjukkan bahwa dukungan komunitas dan penerapan prinsip keadilan serta keberkahan menjadi faktor kunci dalam keberlanjutan UMKM halal. Kesimpulannya, penguatan UMKM halal tidak hanya berdampak pada peningkatan kapasitas usaha, tetapi juga memperkuat pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis syari'ah. Implikasi penelitian ini menegaskan perlunya kebijakan integratif pemerintah, dukungan lembaga pendidikan, dan inovasi berbasis teknologi agar UMKM halal dapat menjadi motor pembangunan ekonomi berkelanjutan sesuai nilai Islam.

Kata kunci: Pengembangan UMKM, Industri Halal, Pemberdayaan Ekonomi

Abstract

This study originates from the empirical problem of the low competitiveness of halal MSMEs, often constrained by limited capital, market access, and understanding of sharia principles in business management. The purpose of this research is to analyze strategies for strengthening halal MSMEs in promoting sharia-based economic empowerment. The research employed a qualitative approach with a case study on several halal MSMEs in Indonesia, characterized by micro-scale businesses and their attachment to local Islamic communities. The findings indicate that the strengthening strategies include improving sharia financial literacy, institutional collaboration with Islamic financial institutions, and optimizing halal-based digital marketing. The study reveals that community support and the implementation of justice and blessing principles are key factors for the sustainability of halal MSMEs. In conclusion, strengthening halal MSMEs not only enhances business capacity but also reinforces community-based sharia economic empowerment. The implications highlight the urgency of integrative government policies, educational institution support, and technology-driven innovation to enable halal MSMEs to become a driver of sustainable economic development aligned with Islamic values.

Keywords: Development of MSMEs, Halal Industry, Empowerment

PENDAHULUAN

Industri Halal menjadi wacana ekonomi yang lagi tren pada saat ini di Indonesia, karena industri halal juga akan menjadikan salah satu factor penting nantinya untuk kemajuan ekonomi bangsa, dengan potensi bangsa Indonesia yang rata-rata pebduuknya Islam maka Industri halal akan sangat mudah sekali untuk menarik penduduk Indonesia dalam melestarikan industri halal, dengan demikian ini merupakan modal bagi perekonomian bangsa untuk meningkatkan perekonomian masyarakat.

Industri halal memiliki posisi penting dalam memperkuat perekonomian nasional, sehingga pengembangannya di Indonesia menjadi sebuah keharusan. Kontribusi industri halal terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai sekitar USD 3,8 miliar setiap tahun. Selain itu, sektor ini berhasil menarik investasi asing senilai USD 1 miliar dan menciptakan kurang

lebih 127 ribu lapangan kerja per tahun. Apabila potensinya terus dimaksimalkan, industri halal berpeluang besar untuk meningkatkan nilai ekspor sekaligus memperkuat cadangan devisa negara (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2019; Fathoni, 2020).

Yang akan kita bahas disini adalah pembangunan industri khususnya di bidang usaha mikro / kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia ini ternyata telah memberikan kontribusi besar dalam perekonomian nasional mulai dari output produksi, penyerapan tenaga kerja, sampai penghasil devisa negara. UMKM memiliki keunggulan spesifik berupa output berbasis kandungan lokal dengan harga yang relatif terjangkau, tenaga kerja yang mudah dan keahlian sederhana, serta spesifikasi produk yang unik dan memiliki pasar internasional.

Usaha mikro kecil dan menengah merupakan usaha yang mampu memperluas lapangan pekerjaan dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan mewujudkan stabilitas nasional. Dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan, salah satu kegiatan atau usaha yang sangat berpotensi untuk memberikan kontribusi ke arah tersebut adalah kegiatan ekonomi berskala kecil dan menengah yang jumlahnya sangat banyak dan tersebar di seluruh tanah air.

Menurut Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah 2020. Perkembangan industri Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia sendiri memiliki peran yang cukup penting untuk Negara Indonesia, mulai dari kontribusinya terhadap pendapatan Nasional, ataupun penyerapan jumlah tenaga kerjanya, penghasil devisa negara, sampai yang mendominasi usaha di Indonesia adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) bisa mencapai 61% pada tahun 2020 dibanding dengan tahun-tahun sebelumnya. Sedangkan penyerapan UMKM terhadap pekerja Indonesia bisa mencapai 97% atau sebanyak 117 juta pekerja (Bank Indonesia, 2016: 25), dan UMKM sendiri mendominasi sebagai usaha di Indonesia bisa mencapai 99,99% dari total keseluruhan usaha yang ada di Indonesia dengan pelaku usaha mencapai 6,42 juta pelaku UMKM (Kementerian Koperasi dan UKM, 2018). Ditambah lagi mayoritas penduduk Indonesia adalah Muslim, yang mana secara tidak langsung pelaku UMKM sangat dibutuhkan oleh masyarakat yang memerlukan produk-produk yang halal dan ini menjadi potensi yang besar bagi industri halal untuk melakukan ekspansi besar besaran.

Kehalalan suatu produk menjadi kebutuhan yang wajib bagi seluruh manusia terutama umat Muslim, baik itu pangan, obat-obatan maupun barang-barang konsumsi lainnya. Produk halal ternyata tidak hanya diminati oleh masyarakat Muslim tetapi juga non-muslim, sebab makanan yang halal itu sudah pasti sehat. Seperti yang telah Allah Firmankan dalam Alqur'an Surat Al-Baqarah 168 yang artinya:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: *"Wahai Manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya, setan itu musuh yang nyata bagimu."* (Q.S. Al-Baqoroh 168).

Namun dalam praktiknya, tetap masih banyak UMKM menghadapi hambatan signifikan seperti keterbatasan akses pembiayaan berbasis syariah, rendahnya literasi keuangan syariah, serta persoalan sertifikasi halal yang masih rumit (Hilal Sianipar, 2023) Kebijakan pemerintah mendorong kewajiban sertifikasi halal dan skema pendukung seperti sertifikasi halal gratis bagi UMKM juga telah diperkenalkan melalui program SEHATI (BPJPH). Namun sinergi kelembagaan, regulasi, dan pendampingan operasional masih belum cukup optimal dalam menjangkau seluruh UMKM di daerah-daerah. Dalam konteks itu, studi ini bertujuan mengidentifikasi dan merumuskan strategi penguatan UMKM halal yang efektif untuk mendorong pemberdayaan ekonomi berbasis syariah. Ruang lingkup tulisan mencakup analisis aspek kelembagaan, pembiayaan syariah, kapabilitas digital, dan kolaborasi *stakeholder* (pemerintah, lembaga keuangan syariah, komunitas lokal). Dengan pendekatan analisis strategis, penelitian ini

diharapkan menghasilkan rekomendasi kebijakan dan model intervensi yang aplikatif dalam memperkuat ekosistem ekonomi syariah di tingkat lokal dan nasional.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka (*library research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Studi pustaka dipilih karena fokus penelitian adalah menganalisis strategi penguatan UMKM halal melalui penelusuran teori, konsep, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan. Data penelitian diperoleh dari berbagai sumber literatur, seperti jurnal nasional dan internasional, buku, laporan resmi pemerintah, serta publikasi lembaga terkait industri halal dan UMKM. Proses penelitian dilakukan dengan tahapan pengumpulan data literatur, seleksi sumber yang relevan dengan tema penguatan UMKM halal dan ekonomi syariah, kemudian dilakukan analisis isi (*content analysis*) untuk mengidentifikasi pola, konsep, dan strategi yang diuraikan dalam literatur. Analisis ini difokuskan pada isu-isu strategis seperti peran sertifikasi halal, dukungan lembaga keuangan syariah, kebijakan pemerintah, serta pemanfaatan teknologi digital dalam memperkuat daya saing UMKM halal. Hasil kajian literatur tersebut kemudian disintesis untuk merumuskan strategi penguatan UMKM halal yang sesuai dengan konteks pemberdayaan ekonomi berbasis syariah di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. UMKM Halal di Indonesia

Dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi pusat industri halal dunia. UMKM, yang merupakan pilar ekonomi Indonesia, mendapat perhatian pemerintah, terutama dalam hal sertifikasi halal, sehingga mereka dapat bersaing di pasar global. Program sertifikasi halal, termasuk yang gratis atau "sehati", dimaksudkan untuk meningkatkan nilai jual produk UMKM dan menjamin bahwa produk tersebut halal.

1. Peran UMKM dalam Perekonomian dan Industri Halal
 - UMKM menyumbang sekitar 61,07% dari PDB Indonesia dan menyerap banyak tenaga kerja, terbukti mampu bertahan di masa krisis seperti krisis moneter 1998 dan pandemi Covid-19.
 - UMKM berperan penting sebagai pelaku utama perekonomian, menciptakan lapangan kerja, dan mendorong inovasi.
 - Pemerintah melakukan berbagai upaya, termasuk sosialisasi, pelatihan, dan program sertifikasi halal, untuk mengembangkan UMKM halal agar dapat memenuhi standar syariah dan memperoleh kepercayaan konsumen.
2. Tantangan Pengembangan UMKM Halal
 - Kesadaran dan sosialisasi sertifikasi halal masih rendah di kalangan pelaku UMKM, terutama di daerah pedesaan.
 - Akses permodalan yang terbatas memperlambat pengembangan UMKM. Ada keterbatasan infrastruktur dan teknologi yang diperlukan untuk proses produksi dan pengurusan sertifikat halal secara online.
 - Persepsi bahwa sertifikasi halal lebih diperuntukkan bagi usaha besar, sehingga pelaku UMKM pasif dalam mengurus sertifikasi.
 - Masih sedikit UMKM yang memiliki sertifikasi halal.
3. Manfaat Sertifikasi Halal
 - Melindungi produk dalam negeri dari persaingan global dengan memastikan bahwa produk itu halal dan aman bagi pelanggan.
 - Memberikan nilai tambah (*unique sales point*) dan keunggulan kompetitif bagi produk UMKM.
 - Membuka peluang bagi UMKM untuk memasuki pasar internasional.
4. Dampak Potensial

- Meningkatkan industri halal berbasis UMKM dapat menjadikan Indonesia sebagai produsen produk halal di seluruh dunia.
- Meningkatkan ekspor produk halal, yang berdampak pada peningkatan penyerapan tenaga kerja dan pertumbuhan ekonomi nasional.
- Melalui praktik usaha yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, memperkuat fondasi ekonomi syariah dan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

B. Peran UMKM Halal dalam Pemberdayaan Ekonomi

UMKM halal yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah memiliki peran strategis dalam pemberdayaan ekonomi, khususnya di tingkat daerah. UMKM syariah berkontribusi pada:

1. Inklusivitas keuangan dengan akses pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah dan musyarakah), yang mengurangi beban bunga dan risiko bagi pelaku usaha.
2. Penciptaan lapangan kerja yang menyerap energi kerja lokal dan membantu mengurangi kemiskinan.
3. Meningkatkan daya saing ekonomi dengan mengembangkan produk lokal yang berdaya saing tinggi di pasar nasional maupun global.
4. Mendorong stabilitas ekonomi karena model bisnisnya yang menghindari spekulasi dan utang berbasis bunga.
5. Mendukung pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan, akses modal, dan kemitraan sehingga meningkatkan kapasitas pelaku UMKM.
6. Mendorong digitalisasi UMKM dan penguatan jaringan pasar halal sebagai peluang pengembangan usaha yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, UMKM halal menjadi moto pertumbuhan ekonomi inklusif dan berkelanjutan dengan pemanfaatan nilai ekonomi Islam yang menekankan keadilan, transparansi, dan keberkahan.

C. Hambatan dan Permasalahan UMKM Halal

UMKM halal di Indonesia masih menghadapi sejumlah kendala yang menghambat penguatan dan pengembangannya. Salah satu hambatan utama adalah rendahnya pemanfaatan teknologi digital. Lebih dari sepertiga UMKM belum mengintegrasikan teknologi digital dalam kegiatan usaha mereka, padahal keterlibatan dalam ekonomi digital terbukti dapat meningkatkan penjualan hingga 80 persen. Rendahnya pemanfaatan ini dipengaruhi oleh kurangnya edukasi, minimnya kesadaran pelaku usaha akan pentingnya transformasi digital, serta keterbatasan infrastruktur teknologi di berbagai daerah. Akibatnya, UMKM halal sulit beradaptasi dengan dinamika pasar modern yang semakin bergantung pada digitalisasi.

Selain itu, akses pendanaan masih menjadi tantangan besar bagi sebagian besar UMKM halal. Meskipun perbankan menyalurkan sekitar 20 persen dana pihak ketiga kepada UMKM, distribusinya belum merata, sehingga banyak pelaku usaha yang kesulitan memperoleh modal. Alternatif pembiayaan melalui fintech dan modal ventura syariah seperti PNM Ventura Syariah sebenarnya berpotensi besar untuk mendukung permodalan berbasis syariah, namun masih terkendala keterbatasan dana serta rendahnya minat pelaku usaha dalam memanfaatkan lembaga keuangan syariah. Kondisi ini menunjukkan bahwa literasi dan kepercayaan terhadap lembaga keuangan berbasis syariah masih perlu diperkuat.

Kendala lain yang tak kalah penting adalah terkait sertifikasi halal. Banyak pelaku UMKM belum memiliki sertifikat halal karena menganggap biaya pengurusan yang relatif mahal serta kurang memahami prosedur pengajuannya. Di sisi lain, sebagian pelaku usaha masih berpandangan bahwa sertifikasi halal tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan, sehingga sertifikasi halal belum menjadi prioritas. Padahal, di era perdagangan

global, sertifikat halal bukan hanya jaminan kualitas, melainkan juga syarat penting untuk memasuki pasar internasional.

Permasalahan juga timbul dari keterbatasan sumber daya manusia yang mengelola UMKM halal. Kurangnya tenaga pengawas halal serta lemahnya kualitas SDM pelaku usaha masih menjadi hambatan dalam menjaga konsistensi kehalalan produk. Banyak lulusan ekonomi syariah yang bekerja bukan karena panggilan profesi, tetapi lebih didorong oleh kebutuhan finansial, sehingga kontribusinya terhadap pengembangan industri halal belum optimal. Hal ini diperparah dengan minimnya pendampingan dan mentor bisnis yang seharusnya menjadi pilar penting dalam membantu UMKM naik kelas. Pelaku UMKM membutuhkan bimbingan dan arahan agar mampu beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital, mengelola usaha secara profesional, serta meningkatkan kapasitas produksinya. Namun, keterbatasan jumlah mentor dan akses konsultasi bisnis yang terbatas menyebabkan pengembangan usaha berjalan lambat.

Lebih jauh lagi, rendahnya literasi keuangan dan literasi digital masih menjadi persoalan mendasar. Sebagian besar pelaku UMKM belum memahami potensi yang ditawarkan oleh sistem keuangan digital maupun lembaga keuangan syariah. Akibatnya, peluang untuk memperluas akses modal, meningkatkan efisiensi usaha, dan mempercepat perkembangan bisnis tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal. Rendahnya pemahaman ini tidak hanya menghambat pertumbuhan UMKM halal, tetapi juga membuat mereka kurang siap menghadapi persaingan global yang menuntut efisiensi, inovasi, dan kepercayaan konsumen terhadap standar halal.

Secara keseluruhan, berbagai kendala ini menunjukkan bahwa penguatan UMKM halal tidak cukup hanya dengan memberikan akses modal atau memperluas pasar, tetapi juga memerlukan pendekatan yang menyeluruh mencakup digitalisasi, peningkatan kapasitas SDM, literasi keuangan dan syariah, penyederhanaan sertifikasi halal, serta pendampingan yang berkesinambungan. Tanpa mengatasi permasalahan mendasar tersebut, UMKM halal akan kesulitan berkembang menjadi motor penggerak ekonomi berbasis syariah yang tangguh dan berdaya saing.

Berikut beberapa data statistik terkini terkait UMKM halal yang telah terdaftar secara nasional dan kontribusinya terhadap perekonomian Indonesia :

- Berdasarkan data Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), hingga kini terdapat 5.575.021 produk yang sudah bersertifikat halal dari 1.547.271 pelaku usaha, terdiri dari 4.733 usaha besar, 1.234 usaha menengah, 44.625 usaha kecil, dan 1.496.679 usaha mikro. Meski demikian, target pemerintah masih jauh dari tercapai: dari total lebih dari 64 juta UMKM di Indonesia, baru sekitar 3,8 juta UMKM yang telah tersertifikasi halal sampai Februari 2024.
- Dalam skala regional, misalnya di Kalimantan Timur, dari 336.045 UMKM hanya 8.363 pelaku usaha yang memiliki sertifikasi halal pada 2024.
- Kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional sangat besar: menurut data resmi, UMKM menyumbang sekitar 61 % terhadap PDB Indonesia dan mempekerjakan hampir 97 % tenaga kerja.
- Dari sisi industri halal, ekspor produk halal Indonesia dalam periode Januari–Oktober 2024 mencapai USD 41,42 miliar (sekitar Rp 673,9 triliun), dan surplus neraca perdagangan produk halal mencapai USD 29,09 miliar.
- Menurut laporan Indonesia Halal Markets Report 2021/2022, ekonomi halal dapat berkontribusi sekitar USD 5,1 miliar ke PDB melalui peluang ekspor dan investasi. Sektor *halal value chain* (HVC) mencatat pertumbuhan pada triwulan I 2024 sebesar 1,94 % (year

on year), dengan subsektor makanan & minuman tumbuh 5,87 % dan *fashion muslim* 3,81 %.

D. Strategi Penguatan UMKM Halal

Strategi pengembangan UMKM halal di Indonesia dapat dirumuskan melalui pendekatan analisis SWOT, yang menekankan pada upaya memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), sekaligus mengatasi kelemahan (*weaknesses*) serta ancaman (*threats*) yang dihadapi dalam persaingan domestik maupun global. Pendekatan ini penting agar strategi yang dihasilkan lebih komprehensif, adaptif, serta berorientasi pada keberlanjutan ekonomi berbasis syariah.

Strategi SO (*Strengths–Opportunities*) : berfokus pada pemanfaatan keunggulan yang telah dimiliki UMKM halal untuk meraih peluang pasar halal yang terus berkembang. Pemanfaatan kekuatan seperti tingginya permintaan produk halal dan dukungan mayoritas konsumen Muslim diwujudkan melalui pembangunan platform digital terpadu yang mengintegrasikan layanan sertifikasi halal, promosi, pemasaran produk, hingga akses pembiayaan berbasis syariah. Penggunaan *financial technology* (fintech syariah) juga menjadi instrumen penting dalam memperluas akses modal, sehingga pelaku UMKM halal tidak lagi bergantung pada pinjaman konvensional. Selain itu, inovasi produk dengan diferensiasi yang menonjol, baik dari segi kualitas, kemasan, maupun branding halal, akan mendorong daya saing UMKM halal di pasar nasional dan internasional.

Strategi WO (*Weaknesses–Opportunities*) : diarahkan untuk mengatasi kelemahan internal UMKM sekaligus memanfaatkan peluang yang tersedia. Beberapa kelemahan utama yang perlu dibenahi antara lain keterbatasan modal, rendahnya kualitas sumber daya manusia, dan masih minimnya kesadaran terhadap standar sertifikasi halal. Untuk mengatasi hal tersebut, diperlukan strategi penguatan pendanaan melalui sinergi dengan lembaga keuangan syariah, program kredit mikro syariah, maupun pembiayaan dari lembaga zakat, infaq, dan wakaf produktif. Peningkatan kapasitas SDM juga dilakukan melalui pelatihan kewirausahaan berbasis syariah, literasi digital, serta manajemen bisnis halal. Di sisi lain, diversifikasi produk halal dengan menyesuaikan kebutuhan pasar internasional serta memperkuat kemitraan dengan industri besar akan membuka peluang baru bagi UMKM halal untuk naik kelas.

Strategi ST (*Strengths–Threats*) : menitikberatkan pada pemanfaatan kekuatan yang ada untuk menghadapi berbagai ancaman, seperti persaingan global, masuknya produk impor, maupun perubahan regulasi. Strategi ini mencakup peningkatan kualitas produk dengan standar halal internasional, perluasan sertifikasi halal lintas negara, serta pengembangan pusat data halal yang dapat menjadi rujukan pemasaran global. Teknologi modern dan tepat guna harus dimanfaatkan untuk menjaga konsistensi kualitas, efisiensi produksi, dan kepastian standar halal. Selain itu, kolaborasi dengan instansi pemerintah, lembaga riset, dan asosiasi perdagangan halal dunia perlu digencarkan untuk menciptakan inovasi produk, memperluas akses pasar ekspor, serta memperkuat jejaring bisnis halal internasional.

Strategi WT (*Weaknesses–Threats*) : diarahkan untuk meminimalkan kelemahan internal sekaligus mengantisipasi ancaman eksternal. Upaya yang dapat dilakukan antara lain peningkatan kualitas dan kapasitas produk secara berkelanjutan melalui program pendampingan intensif, serta penguatan standar sertifikasi halal agar produk UMKM halal mampu bersaing di pasar global. Branding halal yang lebih agresif melalui media digital, *influencer marketing*, dan e-commerce halal global akan memperkuat citra dan kepercayaan konsumen. Kajian fikih dan fatwa halal juga harus diperkuat agar tidak terjadi keraguan terhadap kehalalan produk UMKM. Kolaborasi strategis dengan industri besar, baik nasional

maupun multinasional, menjadi langkah penting untuk memperluas jaringan distribusi, meningkatkan standar produksi, serta menciptakan transfer teknologi bagi UMKM halal.

Secara keseluruhan, strategi penguatan UMKM halal menuntut adanya sinergi antara peningkatan kapasitas internal UMKM (pendanaan, SDM, inovasi produk, digitalisasi) dengan dukungan eksternal berupa kebijakan pemerintah, lembaga keuangan syariah, dan kolaborasi global. Dengan penerapan strategi yang tepat, UMKM halal di Indonesia tidak hanya mampu bertahan menghadapi dinamika pasar yang kompetitif, tetapi juga berpotensi menjadi pionir dalam menjadikan Indonesia sebagai pusat industri halal dunia. Konklusi ini menegaskan bahwa penguatan UMKM halal adalah kunci bagi terwujudnya pemberdayaan ekonomi berbasis syariah yang inklusif, adil, dan berkelanjutan.

E. Dampak Terhadap Ekonomi Syari'ah dan Pembangunan Keberlanjutan

Dampak pengembangan halal UMKM dan halal industri terhadap ekonomi syari'ah dan pembangunan berkelanjutan meliputi:

1. UMKM dan industri halal berbasis syariah berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah secara inklusif dengan prinsip ekonomi yang adil dan transparan.
2. Industri halal dapat mendorong produksi dan konsumsi yang bertanggung jawab, dengan menerapkan praktik ramah lingkungan dan hemat sumber daya sesuai dengan nilai-nilai Islam.
3. Meskipun industri halal tumbuh pesat, terdapat tantangan besar dalam hal tanggung jawab ekologis, seperti pengelolaan limbah, konsumsi energi, dan pemanfaatan teknologi ramah lingkungan.
4. Kesenjangan antara nilai etis dan praktik di lapangan sering terjadi, sehingga perlu ada reorientasi strategi pengembangan industri halal agar lebih banyak desakan lingkungan.
5. Regulasi dan insentif yang mendukung pemasangan teknologi hijau dan pengelolaan limbah penting untuk mendorong transformasi industri halal menjadi lebih berkelanjutan.
6. Ekonomi Islam sebagai landasan nilai menuntut keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, tanggung jawab sosial, dan pelestarian lingkungan.
7. Industri halal harus berperan sebagai agen perubahan sosial-ekologis yang mempromosikan model ekonomi berkelanjutan yang tidak mengorbankan alam demi keuntungan materi.
8. Konsumsi halal ekologi menjadi gerakan moral dan sosial yang mengedepankan kesadaran akan dampak produk yang digunakan.
9. Sinergi antara pemerintah, pelaku industri, lembaga keuangan syariah, dan masyarakat diperlukan untuk mewujudkan industri halal yang berkelanjutan dan inklusif.

Dengan demikian, pengembangan UMKM halal dan industri halal memberikan dampak positif yang besar bagi perekonomian syari'ah dan pembangunan yang berkelanjutan secara ekologis dan sosial, asalkan didukung oleh kebijakan, regulasi, dan kesadaran yang tepat dari semua pemangku kepentingan.

KESIMPULAN

Menunjukkan bahwa penguatan UMKM halal memiliki peran vital dalam mendorong pemberdayaan ekonomi berbasis syariah di Indonesia. Dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia dan potensi pasar halal yang terus meningkat, UMKM halal memiliki peluang strategis

untuk menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi nasional yang inklusif, berkeadilan, dan berkelanjutan. Keberadaan UMKM halal tidak hanya berfungsi sebagai penyedia barang dan jasa yang sesuai dengan prinsip syariah, tetapi juga sebagai sarana peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja, pengurangan kesenjangan ekonomi, serta penguatan ketahanan ekonomi lokal.

Namun demikian, pengembangan UMKM halal masih menghadapi sejumlah kendala yang kompleks. Rendahnya literasi keuangan dan literasi digital pelaku UMKM menyebabkan keterbatasan dalam mengakses informasi pasar, mengelola keuangan sesuai prinsip syariah, maupun memanfaatkan teknologi untuk memperluas jaringan pemasaran. Selain itu, keterbatasan akses permodalan syariah yang sesuai dengan kebutuhan UMKM masih menjadi hambatan utama, ditambah dengan proses sertifikasi halal yang dinilai rumit, memakan waktu, dan menuntut biaya yang tidak sedikit. Kondisi ini semakin menegaskan perlunya strategi penguatan yang lebih komprehensif, terintegrasi, dan adaptif terhadap dinamika pasar global.

Strategi penguatan UMKM halal dapat mencakup peningkatan kompetensi sumber daya manusia melalui pelatihan manajemen usaha berbasis syariah, perluasan akses pembiayaan melalui kolaborasi dengan lembaga keuangan syariah dan koperasi, serta optimalisasi penggunaan teknologi digital, khususnya dalam digital marketing, e-commerce, dan sistem informasi manajemen halal. Selain itu, sinergi lintas lembaga antara pemerintah, lembaga sertifikasi halal, asosiasi UMKM, serta perguruan tinggi perlu ditingkatkan guna menyediakan ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan UMKM halal. Peran pemerintah menjadi sangat penting dalam menghadirkan kebijakan integratif yang tidak hanya berorientasi pada regulasi, tetapi juga dukungan berupa insentif, pendampingan, serta akses pasar global melalui diplomasi ekonomi halal.

Lebih jauh lagi, penguatan UMKM halal harus berlandaskan pada penerapan nilai-nilai Islam seperti keadilan, keberkahan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Nilai-nilai ini menjadi pembeda fundamental antara UMKM halal dengan usaha konvensional, serta menjadi faktor kunci dalam membangun kepercayaan konsumen, baik di pasar domestik maupun internasional. Dengan menginternalisasi prinsip-prinsip syariah dalam setiap aspek usaha, UMKM halal tidak hanya memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat, tetapi juga mampu menjadi fondasi bagi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, berdaya saing global, sekaligus tetap menjaga keberpihakan pada prinsip moral dan etika Islam. Dengan demikian, penguatan UMKM halal merupakan langkah strategis untuk mewujudkan Indonesia sebagai pusat industri halal dunia di masa mendatang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis dengan penuh rasa hormat menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dr. Hj. Lina Marlina., S.Ag., M.Ag. selaku dosen pengampu mata kuliah Industri Halal, yang telah dengan sabar memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi selama proses penyusunan proposal ini berlangsung. Ucapan terima kasih juga penulis tujukan kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, terutama rekan-rekan kelompok yang turut menyumbangkan ide, pemikiran, serta kerja sama yang baik sehingga makalah ini dapat terselesaikan sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Tidak lupa, penulis juga memberikan penghargaan kepada pihak yang telah memberikan dukungan finansial terhadap kegiatan pengabdian ini, karena berkat kontribusi tersebut, kegiatan dapat terlaksana dengan lancar dan memberikan manfaat sesuai rencana.

DAFTAR PUSTAKA

Anista R, J. S. A. (2024). Strategi Penguatan Umkm Halal Untuk Mendongkrak Pertumbuhan

- Ekonomi Masyarakat. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 7(2), 57–71. <https://doi.org/10.52266/jesa.v7i2.3909>
- Dani Umbara, B., & Faqih Supandi, A. (2022). Analisis Strategi Pengembangan UMKM Halal di Jember dalam Menghadapi Persaingan Pasar Nasional (Studi pada Peluang dan Tantangan). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (JEBI)*, 2(2), 86–103. <https://doi.org/10.56013/jebi.v2i2.1584>
- Laila Afni Rambe, Sera Padia, Indah Amalia, A. (2025). Strategi Penguatan UMKM dan BUMD melalui Produk Halal dalam Pemulihan Ekonomi di Sumatera Utara. *Journal of Syari'Ah Economy Ad-Dhaman*, 1(1), 5.
- Syahidin, M. Nasor, & Agus Hermanto. (2024). Pertumbuhan Industri Halal Berbasis Usaha Mikro Kecil (UMK). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 7(1), 144–152. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2024.vol7\(1\).15736](https://doi.org/10.25299/syarikat.2024.vol7(1).15736)
- Luthfiyah, I. A., Muhamad, R., & Millati, S. K. N. (2023). *Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui Sertifikasi Halal di Desa Kertajaya*. Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 3(3), 215–225. <https://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/Proceedings>
- Mulyani, D. K., Yulianti, P., & Yunita, I. (2024). *Dampak Pengembangan UMKM Syariah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah*. Education Journal: Penelitian Ibnu Rusyd Kotabumi, 3(1), 24–36.
- Hariani, D., & Sutrisno, S. (2023). Potensi dan Strategi Pengembangan UMKM Halal di Indonesia. *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 76–91. <https://doi.org/10.37012/ileka.v4i1.1492>
- Zainorrahman, & Reza Zulfikri, R. (2023). Peluang Dan Tantangan Pengembangan Umkm Halal Di Indonesia. *I'THISOM: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 20–31. <https://doi.org/10.70412/its.v2i1.40>
- Ariani, P., Mustakim, M., Ansori, S., Ratna, R., Abdillah, R., Sari, N., & Muhajir, M. (2022). Sosialisasi Pembuatan Ayam Geprek (Mahasiswa Universitas Malikussaleh Lhokseumawe). *Jurnal Pengabdian Kreativitas (JPek)*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.29103/jpek.v1i1.8264>
- Muntholip, A., Setiawan, N., & Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Al Rosyid Bojonegoro, S. (2025). JUMANSI : Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi Medan Sertifikasi Halal dan Daya Saing UMKM di Indonesia: Studi Systematic Literature Review Afiliation. *JUMANSI : Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 7(1), 26–38. <https://jurnal.itscience.org/index.php/jumansi>
- Rambe, R., Miko, J., & Fadillah, N. (2023). Strategi Pengembangan Umkm Halal Berbasis Ecommerce Dalam Memperluas Pemasaran. *JURDIMAS: Jurnal ...*, 2(1). <https://ejurnal.dipaneegara.ac.id/index.php/jurdimas/article/view/1411%0Ahttps://ejurnal.dipaneegara.ac.id/index.php/jurdimas/article/download/1411/1049>