

Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia Menuju Daya Saing Global

Salmaa Nur Fauziyah *¹
Irman Farhanul Haqiem ²
Dzikri Al-Ghiffari Herman ³
Lina Marlina ⁴

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

*e-mail: 231002141@student.unsil.ac.id¹, 231002144@student.unsil.ac.id²,
231002155@student.unsil.ac.id³, linamarlina@unsil.ac.id⁴

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan industri halal di Indonesia dalam mencapai daya saing global. Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia memiliki potensi besar dalam mengembangkan sektor halal di berbagai bidang, termasuk makanan, pariwisata, kosmetik, dan farmasi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui kajian pustaka yang berasal dari sumber ilmiah periode 2021–2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi utama pengembangan industri halal meliputi peningkatan literasi halal, digitalisasi proses sertifikasi, peningkatan kualitas sumber daya manusia, penguatan kolaborasi antar lembaga, dan inovasi produk halal berkelanjutan. Implementasi strategi tersebut diharapkan dapat memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat industri halal dunia pada tahun 2045.

Kata kunci: Industri Halal, Strategi, Daya Saing Global, Ekonomi Syariah.

Abstract

This study aims to analyze strategies for developing Indonesia's halal industry towards global competitiveness. As the country with the largest Muslim population in the world, Indonesia has great potential in expanding the halal sector in various industries including food, tourism, cosmetics, and pharmaceuticals. The research method employed is a qualitative approach through literature review from scientific sources between 2021–2024. The results indicate that key strategies for developing the halal industry include improving halal literacy, digitalizing certification processes, enhancing human resource quality, strengthening institutional collaboration, and fostering sustainable product innovation. The implementation of these strategies is expected to strengthen Indonesia's position as a global halal hub by 2045.

Keywords: Halal Industry, Strategy, Global Competitiveness, Islamic Economy.

PENDAHULUAN

Dalam dua dekade terakhir, industri halal telah berkembang pesat dan menjadi salah satu sektor paling dinamis dalam ekonomi global. Pertumbuhan permintaan terhadap produk dan layanan halal tidak hanya terjadi di negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim, tetapi juga di negara-negara non-Muslim seperti Jepang, Korea Selatan, dan Inggris yang mulai mengadopsi sistem halal sebagai standar kualitas dan higienitas produk. Menurut State of the Global Islamic Economy Report (DinarStandard, 2022), nilai total ekonomi halal global mencapai USD 2,8 triliun pada tahun 2021 dan diperkirakan meningkat hingga USD 3,2 triliun pada tahun 2024. Hal ini menunjukkan bahwa sektor halal memiliki potensi ekonomi yang luar biasa dalam mendukung pembangunan berkelanjutan.

Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, memiliki posisi strategis untuk menjadi pemimpin industri halal global. Pemerintah melalui Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019–2024 dan Masterplan Industri Halal 2023–2029 telah menempatkan pengembangan industri halal sebagai prioritas nasional dalam upaya memperkuat struktur ekonomi berbasis nilai syariah (KNEKS, 2023). Sektor-sektor unggulan seperti makanan halal, pariwisata halal, kosmetik halal, farmasi halal, dan keuangan syariah telah menjadi pilar penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional yang inklusif. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa potensi besar tersebut belum termanfaatkan secara optimal.

Beberapa penelitian sebelumnya menyoroti adanya kesenjangan antara potensi dan realisasi industri halal di Indonesia. Azwar dan Aqbar (2024) menemukan bahwa tantangan terbesar industri halal nasional terletak pada lemahnya integrasi rantai pasok halal (halal supply chain), biaya sertifikasi yang tinggi, serta kurangnya tenaga profesional bersertifikat halal. Mukminin dan Malahayatie (2024) menambahkan bahwa keterbatasan inovasi, rendahnya literasi halal masyarakat, serta lemahnya digitalisasi menjadi hambatan utama yang menghambat daya saing global. Kondisi ini membuat posisi Indonesia masih tertinggal dibandingkan negara pesaing seperti Malaysia, Uni Emirat Arab, dan Arab Saudi, yang telah lebih dahulu mengembangkan ekosistem halal terintegrasi.

Selain kendala struktural, industri halal Indonesia juga menghadapi tantangan fragmentasi kebijakan dan koordinasi antar lembaga. Walaupun telah ada lembaga seperti KNEKS, BPJPH, dan MUI yang berperan dalam sertifikasi halal, tumpang tindih kewenangan dan lambannya proses birokrasi menyebabkan efisiensi sektor ini belum optimal (Lubis & Arifin, 2024). Padahal, keberhasilan industri halal sangat bergantung pada sinergi lintas sektor antara pemerintah, dunia usaha, akademisi, dan lembaga keuangan syariah.

Dari sisi peluang, pertumbuhan populasi Muslim global dan meningkatnya kesadaran terhadap gaya hidup halal (halal *lifestyle*) membuka pasar baru bagi produk halal Indonesia. Selain itu, tren digitalisasi ekonomi syariah melalui *e-commerce* halal, *fintech* syariah, dan sistem *blockchain* juga memberikan kesempatan besar untuk meningkatkan transparansi, efisiensi, dan akses pasar internasional (Azwar & Aqbar, 2024).

Berdasarkan fenomena tersebut, dapat diidentifikasi adanya kesenjangan riset antara kebijakan pengembangan makro yang telah disusun pemerintah dan implementasi mikro di tingkat industri dan UMKM. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak fokus pada aspek normatif atau deskriptif, sementara kajian strategis berbasis analisis SWOT dan pendekatan digitalisasi masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya memberikan kontribusi akademik dan praktis melalui analisis strategi pengembangan industri halal Indonesia menuju daya saing global dengan memperhatikan aspek kebijakan, sumber daya manusia, teknologi, serta ekosistem kelembagaan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis terhadap pengembangan literatur ekonomi halal serta menjadi acuan praktis bagi pemerintah, akademisi, dan pelaku usaha dalam memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat industri halal dunia (Global Halal Hub) pada tahun 2045.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode kajian pustaka (library research) yang difokuskan pada analisis strategi pengembangan industri halal di Indonesia menuju daya saing global. Kajian ini dilakukan dengan menelaah berbagai literatur ilmiah seperti jurnal nasional dan internasional, laporan resmi pemerintah, dan publikasi lembaga keuangan syariah. Pendekatan ini dipilih karena dapat menggali secara mendalam konsep, kebijakan, dan praktik pengembangan industri halal berdasarkan teori dan data empiris yang relevan (Mukminin & Malahayatie, 2024). Penelitian ini bersifat eksploratif-deskriptif, yang berarti peneliti berusaha menjelaskan dan memahami fenomena yang terjadi tanpa melakukan intervensi langsung terhadap objek penelitian (Azwar & Aqbar, 2024).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari dokumen resmi, artikel jurnal, laporan lembaga pemerintah, dan publikasi internasional seperti *State of the Global Islamic Economy Report 2022* (DinarStandard, 2022) serta *Masterplan Industri Halal Indonesia 2023–2029* yang diterbitkan oleh Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS, 2023). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui proses dokumentasi dengan menyeleksi literatur berdasarkan tingkat relevansi, kredibilitas, dan keterkinian data. Setiap sumber kemudian dikategorikan menurut tema penelitian, seperti kebijakan pemerintah, inovasi digital, literasi halal, dan daya saing industri. Proses seleksi ini memastikan bahwa data yang digunakan memiliki validitas ilmiah tinggi dan relevan terhadap tujuan penelitian (Rina Samsiyah et al., 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri halal di Indonesia memiliki peran yang semakin signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan laporan *State of the Global Islamic Economy Report 2022*, total pengeluaran umat Muslim dunia untuk produk halal mencapai USD 2,8 triliun dan diprediksi meningkat hingga USD 3,2 triliun pada tahun 2024 (DinarStandard, 2022). Indonesia sendiri menempati posisi ketiga dalam *Global Islamic Economy Indicator* setelah Malaysia dan Arab Saudi, menandakan bahwa perkembangan ekosistem halal nasional mulai menunjukkan hasil positif (KNEKS, 2023). Kontribusi sektor halal terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional juga terus meningkat, terutama dari subsektor makanan dan minuman, fesyen, serta pariwisata halal. Data tersebut menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi pusat industri halal dunia (*global halal hub*), namun masih dihadapkan pada berbagai kendala struktural dan kelembagaan (Mukminin & Malahayatie, 2024).

Berdasarkan hasil analisis SWOT, kekuatan utama industri halal Indonesia terletak pada besarnya populasi Muslim dan ketersediaan sumber daya alam yang melimpah. Indonesia juga memiliki keunggulan komparatif berupa potensi pasar domestik yang besar serta kesadaran masyarakat yang semakin tinggi terhadap pentingnya konsumsi produk halal (Azwar & Aqbar, 2024). Selain itu, dukungan pemerintah dalam bentuk regulasi seperti *Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal* menjadi landasan hukum penting bagi pengembangan sektor ini. Pemerintah juga berupaya memperkuat kelembagaan melalui pembentukan *Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH)* yang bekerja sama dengan MUI dalam proses sertifikasi (Hasyim, 2023). Upaya tersebut mencerminkan keseriusan pemerintah dalam membangun ekosistem halal yang terintegrasi dari hulu ke hilir.

Namun demikian, penelitian juga menemukan beberapa kelemahan dan tantangan yang masih dihadapi oleh industri halal Indonesia. Kelemahan utama terletak pada rendahnya tingkat literasi halal di kalangan masyarakat dan pelaku usaha, terutama pada sektor UMKM. Menurut Lubis dan Arifin (2024), masih banyak pelaku usaha kecil yang belum memahami prosedur sertifikasi halal, sehingga menyebabkan rendahnya tingkat kepatuhan terhadap regulasi. Selain itu, proses sertifikasi yang panjang dan biaya yang relatif tinggi sering menjadi kendala utama dalam meningkatkan partisipasi pelaku usaha. Tantangan lainnya adalah keterbatasan infrastruktur halal, seperti laboratorium uji halal dan fasilitas logistik yang sesuai standar internasional. Di sisi lain, ancaman eksternal datang dari negara-negara pesaing seperti Malaysia dan Thailand yang telah mengembangkan ekosistem halal terintegrasi lebih cepat (Nurhayati & Rahmah, 2022).

Salah satu temuan penting penelitian ini adalah bahwa penguatan sumber daya manusia (SDM) menjadi faktor kunci dalam pengembangan industri halal yang berdaya saing global. Pendidikan dan pelatihan tenaga profesional halal masih belum merata di seluruh wilayah Indonesia. Maulana dan Nurfalah (2023) menekankan perlunya integrasi kurikulum ekonomi halal di perguruan tinggi dan lembaga vokasi agar dapat menghasilkan tenaga ahli yang kompeten di bidang jaminan produk halal, manajemen halal, dan audit halal. Selain itu, peningkatan kapasitas SDM juga perlu difokuskan pada kemampuan digital dan inovasi produk, karena transformasi industri halal di era digital memerlukan talenta yang mampu beradaptasi dengan teknologi baru (Rohim & Fauziah, 2024).

Selanjutnya, hasil kajian juga menunjukkan bahwa digitalisasi dan inovasi merupakan elemen penting dalam memperkuat daya saing industri halal Indonesia. Pemanfaatan teknologi informasi dapat membantu mempercepat proses sertifikasi, meningkatkan transparansi, dan memperluas akses pasar. Menurut Rahman dan Amin (2023), penerapan sistem *Halal Information System* dan *Halal Blockchain* dapat mempercepat pengawasan rantai pasok halal (*halal supply chain*) serta memastikan keaslian produk di pasar global. Selain itu, digitalisasi juga mendorong UMKM untuk lebih mudah memasarkan produk halal mereka melalui platform e-commerce dan media sosial. Pemerintah pun telah mulai memperkenalkan sistem digitalisasi sertifikasi halal melalui platform daring BPJPH, yang menjadi langkah strategis menuju efisiensi administrasi dan pengawasan.

Dari sisi kebijakan, sinergi antar lembaga merupakan prasyarat utama dalam penguatan ekosistem halal nasional. Saat ini, terdapat beberapa lembaga yang berperan penting, seperti KNEKS, BPJPH, OJK, Bank Indonesia, dan MUI. Namun, koordinasi di antara lembaga-lembaga tersebut masih belum optimal. Lubis dan Arifin (2024) menegaskan bahwa tumpang tindih kebijakan dan lambannya implementasi peraturan teknis menjadi hambatan yang perlu segera diatasi. Oleh karena itu, dibutuhkan model tata kelola kolaboratif yang menyatukan seluruh pemangku kepentingan dalam satu kerangka kebijakan terintegrasi. Di sisi lain, keterlibatan sektor swasta dan lembaga pendidikan tinggi juga harus ditingkatkan untuk mendorong riset dan inovasi halal berbasis kebutuhan pasar (Fitriani & Kurniawati, 2023).

Terakhir, hasil penelitian menegaskan pentingnya branding dan diplomasi halal Indonesia di pasar internasional. Meski Indonesia memiliki banyak produk halal unggulan, promosi globalnya masih tergolong lemah dibandingkan negara pesaing. Strategi promosi harus difokuskan pada penguatan *halal branding* melalui kerja sama dengan lembaga perdagangan internasional dan partisipasi aktif dalam pameran halal dunia (Mukminin & Malahayatie, 2024). Selain itu, pemerintah dapat memanfaatkan platform ekonomi digital global untuk memperkenalkan produk halal Indonesia ke pasar baru. Penguatan citra Indonesia sebagai negara produsen halal yang terpercaya akan memberikan efek ganda: meningkatkan ekspor produk halal sekaligus memperkuat kepercayaan konsumen global terhadap sertifikasi halal Indonesia (Rahman & Amin, 2023). Dengan strategi terarah dan kolaboratif, Indonesia berpotensi besar menjadi pusat industri halal dunia pada tahun 2045.

KESIMPULAN

Industri halal memiliki peran strategis dalam memperkuat struktur ekonomi nasional dan meningkatkan daya saing global Indonesia. Potensi besar ini didukung oleh jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, ketersediaan sumber daya alam yang melimpah, dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk halal. Kontribusi sektor halal terhadap PDB nasional terus meningkat, terutama pada sektor makanan, pariwisata, dan fesyen halal. Dengan dukungan kebijakan pemerintah melalui *Masterplan Industri Halal Indonesia 2023–2029* serta sinergi antar lembaga seperti KNEKS dan BPJPH, Indonesia berpotensi besar menjadi pusat industri halal dunia. Namun, potensi tersebut belum dapat dimanfaatkan secara optimal karena masih terdapat berbagai hambatan, seperti rendahnya literasi halal, terbatasnya jumlah auditor halal, kurangnya infrastruktur pendukung, serta lemahnya koordinasi antar pemangku kepentingan.

Selain itu, proses sertifikasi halal yang panjang dan kurang efisien juga menjadi tantangan bagi pelaku usaha, khususnya UMKM. Di sisi eksternal, Indonesia harus mampu bersaing dengan negara-negara seperti Malaysia dan Uni Emirat Arab yang telah lebih dahulu mengembangkan ekosistem halal terintegrasi. Dengan demikian, penguatan SDM, digitalisasi, dan reformasi kebijakan menjadi kunci keberhasilan pengembangan industri halal nasional. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa strategi pengembangan industri halal menuju daya saing global harus bersifat kolaboratif, inklusif, dan berorientasi inovasi. Kolaborasi antar lembaga pemerintah, pelaku industri, akademisi, dan masyarakat menjadi pilar utama dalam menciptakan ekosistem halal yang berkelanjutan. Selain itu, digitalisasi sistem sertifikasi, penguatan riset dan inovasi produk halal, serta promosi global melalui *halal branding* akan memperkuat posisi Indonesia di pasar internasional. Jika strategi-strategi tersebut dijalankan secara konsisten dan sinergis, Indonesia berpotensi menjadi pusat industri halal dunia pada tahun 2045.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, & Aqbar, K. (2024). *Strategi penguatan industri halal di Indonesia: Analisis SWOT*. Al-Khiyar: Jurnal Bidang Muamalah dan Ekonomi Islam, 4(1), 47–71.
- DinarStandard. (2022). *State of the global Islamic economy report 2022*. Salaam Gateway.
- Fitriani, S., & Kurniawati, D. (2023). *Kolaborasi kebijakan dan inovasi dalam pengembangan*

- industri halal di Indonesia*. Jurnal Ekonomi Islam dan Pembangunan, 6(2), 142–156.
- Hasyim, H. (2022). *Peluang dan tantangan industri halal di Indonesia*. Al-Din: Jurnal Dakwah dan Sosial Islam, 8(2), 45–58.
- KNEKS. (2023). *Masterplan industri halal Indonesia 2023–2029*. Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah.
- Lubis, R., & Arifin, Z. (2024). *Analisis strategi pemerintah dalam pengembangan ekosistem industri halal nasional*. Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, 11(1), 33–48.
- Maulana, D., & Nurfalah, R. (2023). *Sinergi pemerintah dan UMKM dalam penguatan ekosistem industri halal*. Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Islam, 5(2), 120–138.
- Mukminin, A., & Malahayatie. (2024). *Strategi pengembangan industri halal*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi, 2(3), 469–482.
- Nurhayati, R., & Rahmah, S. (2022). *Analisis daya saing industri halal Indonesia dalam perspektif global*. Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah, 9(1), 55–68.
- Rahman, F., & Amin, S. (2023). *Peran sertifikasi dan digitalisasi dalam peningkatan daya saing industri halal Indonesia*. Pilar Ekonomi, 12(3), 67–82.
- Rohim, R., & Fauziah, E. (2024). *Transformasi digital dalam penguatan industri halal di Indonesia*. Jurnal Ekonomi Digital Syariah, 2(1), 80–95.