ISU GLOBAL INDUSTRI HALAL DAN VISI MASTERPLAN INDONESIA: MENUJU PUSAT PRODUSEN HALAL DUNIA

Dede Maman Fathurahman *¹

Annisa Nur'aini ²

Rahma Ayuningtyas Anjani ³

Lina Marlina ⁴

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

*e-mail: 231002039@student.unsil.ac.id¹, 231002008@student.unsil.ac.id²,
231002032@student.unsil.ac.id³, LinaMarlina@unsil.ac.id⁴,

Abstrak

Industri halal telah bertransformasi dari konsep niche menjadi fenomena ekonomi global yang signifikan, didorong oleh pertumbuhan populasi Muslim dunia yang diprediksi mencapai 2,2 miliar jiwa pada tahun 2030. Indonesia, dengan populasi Muslim lebih dari 230 juta jiwa, memiliki potensi strategis untuk mendominasi industri halal global, namun menghadapi kesenjangan antara potensi dan realisasi dalam kompetisi internasional. Konsep halal telah berevolusi melampaui kepatuhan religius menjadi simbol kualitas, kebersihan, dan keberlanjutan yang menarik konsumen lintas demografis. Pemerintah Indonesia merespons peluang ini melalui regulasi seperti UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dan peluncuran Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia (MESI) 2019-2024, yang mencakup pengembangan pariwisata halal, makanan halal, Islamic fashion, dan keuangan Islam. Digitalisasi bisnis syariah menjadi kunci penting dalam akselerasi industri ini, didukung oleh infrastruktur digital dan 202,6 juta pengguna internet di Indonesia. Keberhasilan implementasi program ini bergantung pada peningkatan literasi masyarakat, ketersediaan SDM berkualitas, dukungan riset dan pengembangan, serta internalisasi nilai-nilai syariah dalam ekosistem bisnis. Pengembangan industri halal tidak hanya berpotensi mengakselerasi pertumbuhan ekonomi nasional, tetapi juga berkontribusi terhadap pembentukan masyarakat yang bermoral dan sejahtera melalui konsumsi produk halal yang berdampak positif pada perilaku sosial.

Kata kunci: Industri halal, ekonomi syariah, digitalisasi bisnis, sertifikasi halal, pembangunan ekonomi Indonesia

Abstract

The halal industry has transformed from a niche concept into a significant global economic phenomenon, driven by the growth of the world's Muslim population, which is predicted to reach 2.2 billion by 2030. Indonesia, with a Muslim population of over 230 million, has the strategic potential to dominate the global halal industry, but faces a gap between potential and realisation in international competition. The concept of halal has evolved beyond religious compliance to become a symbol of quality, cleanliness and sustainability that appeals to consumers across demographics. The Indonesian government is responding to this opportunity through regulations such as Law No. 33 of 2014 on Halal Product Guarantee and the launch of the 2019-2024 Indonesian Sharia Economic Masterplan (MESI), which includes the development of halal tourism, halal food, Islamic fashion, and Islamic finance. The digitisation of sharia businesses is key to accelerating this industry, supported by digital infrastructure and 202.6 million internet users in Indonesia. The success of this programme's implementation depends on improving public literacy, the availability of quality human resources, support for research and development, and the internalisation of Islamic values within the business ecosystem. The development of the halal industry has the potential to accelerate national economic growth and contribute to the formation of a moral and prosperous society through the consumption of halal products, which has a positive impact on social behaviour.

Keywords: Halal industry, Islamic finance, business digitalisation, halal certification, Indonesia's economic development

PENDAHULUAN

Fenomena ekonomi halal telah bertransformasi dari konsep niche menjadi tren global yang mempengaruhi berbagai sektor industri. Pertumbuhan populasi Muslim dunia yang diprediksi mencapai 2,2 miliar jiwa pada tahun 2030 menciptakan basis pasar yang masif untuk produk dan layanan halal. Lebih dari sekadar kepatuhan religius, konsep halal kini telah berevolusi menjadi simbol kualitas, kebersihan, dan keberlanjutan yang menarik konsumen dari berbagai latar belakang demografis. Indonesia, dengan populasi Muslim lebih dari 230 juta jiwa dan posisi strategis di kawasan Asia-Pasifik, memiliki potensi alamiah untuk mendominasi industri halal global. Namun, potensi ini belum sepenuhnya terealisasi dalam konteks kompetisi internasional. Kesenjangan antara potensi dan realisasi inilah yang mendorong pemerintah Indonesia untuk merancang strategi komprehensif melalui Masterplan Industri Halal Indonesia (MPIHI) 2023-2029 (Norvadewi 2025).

Industri halal telah mencatat momentum popularitas di beberapa negara, termasuk Indonesia, dalam beberapa tahun terakhir. Faktor utama yang memicu fenomena ini adalah kepadatan penduduk Indonesia yang tinggi dan sebagian besar penduduknya beragama Islam. Pentingnya memprioritaskan kualitas makanan yang tersedia di pasar tidak hanya berarti mempertimbangkan nilai gizinya, tetapi juga memastikan bahwa makanan tersebut halal dan layak untuk dimakan. Industri makanan halal menawarkan peluang baru untuk pertumbuhan ekonomi dan pembangunan. Karena negara-negara dengan mayoritas Muslim dan minoritas secara aktif berpartisipasi dalam perkembangan bisnis halal, perkembangan ini dipandang sebagai prospek yang menguntungkan. Oleh karena itu, pemerintah Indonesia secara aktif berusaha untuk mendorong pengembangan industri makanan dan minuman halal di Indonesia. Untuk mempercepat penerapan standar halal, peraturan perundang-undangan harus disahkan untuk memudahkan sertifikasi halal. Sebagai contoh, Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang "Jaminan Produk Halal" menetapkan bahwa produk harus memiliki sertifikasi halal. Ketentuan wajib bersertifikat halal bagi pelaku usaha yang memproduksi pangan atau memasukkan pangan ke Indonesia untuk diperdagangkan bahwa pangan yang bersangkutan halal bagi umat Islam. Selain itu, penguatan rantai nilai halal merupakan bagian dari strategi utama (Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta 2024).

Produk halal memiliki peran esensial dalam membentuk masyarakat yang bermoral dan sejahtera. Kehalalan menjadi aspek yang sangat penting karena makanan memiliki dampak langsung pada perilaku seseorang. Konsumsi makanan yang halal dapat mendorong perilaku yang positif, sementara konsumsi makanan yang haram dapat mempengaruhi perilaku menjadi negatif. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang efektif dalam pengembangan industri produk halal di dalam negeri agar dapat berkontribusi secara signifikan terhadap pembangunan masyarakat yang lebih baik (Yulia 2015).

Melihat pertumbuhan industri halal yang signifikan secara global dan potensi pasar yang besar di Indonesia sebagai salah satu negara dengan jumlah populasi Muslim terbesar di dunia, kawasan industri halal perlu merancang strategi untuk mengoptimalkan peluang tersebut dan mengatasi berbagai tantangan yang timbul, dengan tujuan menjadi pusat produksi halal yang berkualitas (Cunayah et al. 2024).

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Abd.kadir Ahmad Efendi menunjukkan bahwa digitalisasi bisnis syariah memiliki peran yang sangat penting mengingat bahwa penggunaan teknologi informasi, komputer, dan internet telah menjadi kebutuhan pokok dalam kehidupan sehari-hari. Pemerintah juga telah memainkan peran penting dalam mendukung digitalisasi bisnis syariah melalui pembangunan infrastruktur dan program-program untuk meningkatkan literasi masyarakat terkait bisnis digital. Selain itu, potensi pasar untuk bisnis digital syariah cukup besar, terutama dengan jumlah pengguna internet di Indonesia yang mencapai 202,6 juta jiwa (Kadir and Efendi 2023).

Dengan kondisi anomali tersebut, Indonesia bertekad untuk mendorong dan memperkuat ekonomi halal di semua sektor dengan melakukan langkah penting yakni peluncuran Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia (MESI) 2019-2024. Masterplan ini sebagai upaya kumulatif untuk meningkatkan peran negara dalam mendorong pariwisata halal, sekaligus ekosistem perusahaan yang mencakup makanan, produk halal, Islamic fashion dan keuangan Islam. Inisiatif penting yang termasuk dalam ruang lingkup rencana tersebut termasuk peluncuran Cluster Halal Lifestyle yang menyediakan kawasan industri seluas 21.000 meter persegi dengan investasi \$18 juta, menciptakan The Muslim Modest Fashion Project (MOFP) sebagai wadah pengembangan fashion start-ups, roadmap pengembangan industri fashion Muslim yang melibatkan 656 industri kecil dan menengah yang melibatkan 60 desainer (Ayun 2015). Salah satu penunjang keberhasilan implementasi program Masterplan Ekonomi Syariah 2019-2024 adalah meningkatnya kesadaran literasi masyarakat, ketersediaan sumber daya manusia yang qualified, dukungan riset dan pengembangan, serta utamanya internalisasi nilai-nilai syariah di semua lini bisnis.

Dalam perspektif Islam, praktik bisnis yang baik adalah praktik pemasaran yang dilandasi kaidah dan nilai-nilai Islam serta tidak bertentangan dengan sumber hukum Islam (Al-Qur'an dan As-Sunnah). Sebagaimana ditekankan dalam QS Ash Shaff [61]: 10-11,

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا هَلْ أَتَاكُمْ عَلَىٰ تَجَارَةٍ تُنَجِّبُكُمْ مِّنْ عَذَابٍ أَلِيمٍ ۝ ١٠

تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَتُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنفُسِكُمْ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنتُمْ تَعْلَمُونَ ۝ ١١

Artinya: "10. Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkanmu dari azab yang pedih? 11. (yaitu) kamu beriman kepada Allah dan RasulNya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui."

Oleh karena itu, mengemukakan gagasan ini diforum akademik penting dilakukan terutama dalam konteks bagaimana Perguruan Tinggi mereposisi peran, mempersiapkan sumber daya manusia sesuai dengan peruntukan industri halal sebagaimana Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur dan analisis kebijakan. Data sekunder dikumpulkan dari laporan resmi pemerintah, publikasi lembaga internasional seperti Thomson Reuters, DinarStandard, Islamic Development Bank, serta jurnal akademik yang relevan. Analisis dilakukan secara deskriptif-komparatif untuk mengevaluasi posisi Indonesia dalam konteks global dan mengidentifikasi gap antara kondisi saat ini dengan target yang ditetapkan dalam Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Dinamika Industri Halal Global

1. Pertumbuhan Pasar dan Proyeksi

Industri halal global menunjukkan trajektori pertumbuhan yang impresif. Berdasarkan State of the Global Islamic Economy Report 2023/2024, konsumsi produk halal dunia mencapai USD 2,4 triliun pada tahun 2024, menandai lonjakan signifikan dalam permintaan global. Sektor makanan dan minuman halal sendiri mencatat transaksi sebesar USD 1,17 triliun pada 2019, dengan proyeksi

peningkatan 6,3% per tahun hingga mencapai USD 1,38 triliun pada 2024 (Ulhaq et al. 2024).

Pertumbuhan ini tidak hanya didorong oleh faktor demografis Muslim global, tetapi juga oleh perubahan paradigma konsumen modern yang semakin mengutamakan produk berkualitas, etis, dan berkelanjutan. Konsep halal yang menekankan aspek kebersihan, keamanan, dan proses produksi yang bertanggung jawab telah menarik perhatian konsumen non-Muslim di berbagai negara.

Pelaku usaha yang gagal mematuhi kewajiban untuk memastikan produk mereka halal dapat menghadapi konsekuensi hukum pidana sesuai dengan Pasal 61 sampai Pasal 63 UU Pelindungan Konsumen. Tindakan hukum dapat diambil terhadap perusahaan atau individu yang mengelolanya. Peraturan Mahkamah Agung No. 13 Tahun 2016 menetapkan tata cara penanganan kasus pidana korporasi, memungkinkan hukuman pidana dijatuhkan kepada korporasi, pengurusnya, atau keduanya; dan tidak menutup kemungkinan penuntutan pidana terhadap pihak lain yang terlibat dalam tindak pidana. Peraturan ini (Perma No. 13 Tahun 2016, Pasal 23 ayat 1 dan 3) menyebutkan bahwa hakim berwenang menjatuhkan sanksi pidana kepada korporasi, pengurusnya, atau keduanya. Pengurus di sini termasuk direksi dan komisaris yang bertanggung jawab dalam pengelolaan dan dapat mempengaruhi kebijakan korporasi, termasuk kebijakan yang dapat dianggap sebagai tindak pidana. (Baihaqi 2024).

Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, direksi dan komisaris merupakan pengurus yang berwenang bertindak untuk korporasi. Dalam penuntutan pidana korporasi, penting untuk menilai seberapa jauh keterlibatan dan peran aktif mereka dalam kejahatan yang dilakukan oleh korporasi, mencakup niat jahat (*mens rea*) dan tindakan nyata (*actus reus*). UU Pelindungan Konsumen juga menetapkan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi atau memperdagangkan produk yang tidak memenuhi standar produksi halal, sesuai dengan label "halal" yang tercantum. Pelanggaran terhadap ketentuan ini (Pasal 8 ayat 1 huruf a UUPK) bisa berujung pada pidana penjara hingga lima tahun atau denda hingga dua miliar rupiah (Pasal 62 UUPK), dan dapat disertai hukuman tambahan (Baihaqi 2024).

2. Kompetisi dan Tantangan Global

Meskipun negara-negara Muslim memiliki keunggulan alamiah dalam industri halal, kenyataannya menunjukkan bahwa negara-negara non-Muslim seperti Brasil, Australia, dan Thailand telah menguasai porsi signifikan dari ekspor produk halal global. Paradoks ini mengindikasikan bahwa kesuksesan dalam industri halal tidak semata-mata bergantung pada komposisi demografis, melainkan pada kapasitas produksi, standarisasi, sistem jaminan halal, dan efisiensi rantai pasok.

Tantangan lain yang dihadapi industri halal global meliputi fragmentasi standar sertifikasi halal antar negara, kompleksitas halal traceability dalam rantai pasok global, keterbatasan akses pembiayaan untuk pelaku UMKM, dan kapasitas produksi yang belum optimal untuk memenuhi permintaan pasar internasional. Isu-isu ini menuntut pendekatan terkoordinasi dan sistematis dari negara-negara yang ingin menjadi pemain dominan dalam industri halal global.

Banyak Tantangan yang harus dihadapi ketika mengembangkan industri halal, baik dari segi eksternal maupun internal. Dari sisi eksternal, tantangan yang kita hadapi adalah persaingan dari pesaing negara-negara Mayoritas Muslim (Wahyudi, Setiawan, and Armina 2023). Nah persaingan ini bisa berdampak pada neraca perdagangan dan investasi di setiap negara serta bisa mempengaruhi umat Islam di dalamnya. Makanya sangat penting bagi pemerintah dan pelaku industri halal untuk saling mengembangkan produk-produk industri halal dan

mempromosikan mereka secara internasional(Samsiyah et al. 2025). Untuk mengatasi tantangan ini, beberapa langkah dapat diambil. seperti membangun kerja-sama dan kemitraan dengan negara-negara pesaing dan pemain industri halal lainnya. Ini dapat meliputi pertukaran pengetahuan, teknologi, dan pengalaman, serta kolaborasi dalam meningkatkan standar industri halal secara keseluruhan. Dengan bekerja sama, negara-negara dapat saling mendukung dan memperkuat posisi mereka dalam industri halal(Wahyudi et al. 2023).

Salah satu tantangan serius dalam industri halal adalah tidak memenuhi syarat sertifikasi halal yang berlaku secara global. Setiap negara mempunyai standar dan kriteria sendiri dalam menetapkan sertifikasi halal, yang menimbulkan kekacauan dan kebingungan bagi konsumen serta pelaku industri. Kemudian cara agar kita dapat mengatasi tantangan ini, penting banget buat mengadakan pertemuan dan diskusi antara negara-negara di dunia supaya bisa mencapai standarisasi sertifikasi halal yang internasional. Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) bisa jadi forum yang pas buat mulai langkah-langkah ini(Randeree 2020). Dengan adanya pertemuan dan dialog antarnegara, mereka bisa saling berbagi pengalaman, pengetahuan, dan praktik terbaik dalam penetapan standar dan sertifikasi halal. Tujuannya tentu aja adalah nyari kesepakatan bersama serta harmonisasi yang lebih luas dalam proses sertifikasi halal. Jadi produk-produk halal kita bakalan lebih mudah diterima secara internasional dengan percayainya.

B. Visi dan Strategi Masterplan Industri Halal Indonesia 2023-2029

1. Filosofi dan Tujuan MPIHI

Masterplan Industri Halal Indonesia (MPIHI) 2023-2029 diluncurkan secara resmi oleh Wakil Presiden Indonesia sebagai respons komprehensif terhadap peluang dan tantangan industri halal global. MPIHI mengusung tagline "Industri Halal untuk Ekonomi Berkelanjutan", mencerminkan komitmen Indonesia untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam pengembangan industri halal nasional.

Visi utama MPIHI adalah "Menjadikan Indonesia sebagai Pusat Industri Halal Dunia". Visi ambisius ini tidak hanya mencerminkan aspirasi nasional, tetapi juga pengakuan terhadap posisi strategis Indonesia dalam ekosistem ekonomi halal global. MPIHI dirancang untuk menyelaraskan dengan amanat Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) dan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN), sekaligus memperdalam strategi pengembangan industri halal dalam Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia (MEKSI) 2019-2024(Sayekti and Mauleny 2022).

Ada peluang untuk mengembangkan ekonomi syariah di Indonesia. Hal ini setidaknya dapat dicermati dari adanya hal-hal antara lain: 1). gaya hidup halal semakin digemari karena kampanye yang masif pada media social, terutama keterlibatan public figure dan generasi milenial; dan 2). Partisipasi aktif dari pemerintah dalam mendorong perkembangan ekonomi Syariah di Indonesia yang tercermin dalam pembentukan Komite Nasional Keuangan Syariah Ekonomi Syariah (KNEKS) dan lahirnya Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia(Ayun 2015).

2. Pilar Strategis Pengembangan

MPIHI dibangun di atas empat pilar strategis yang saling berkaitan. Pertama, penguatan halal value chain dari hulu hingga hilir untuk memastikan integritas dan daya saing produk halal Indonesia. Kedua, penguatan sistem keuangan syariah sebagai enabler pembiayaan industri halal, khususnya untuk UMKM. Ketiga, pemberdayaan dan peningkatan kapasitas usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang menjadi tulang punggung ekonomi nasional. Keempat, pengembangan infrastruktur pendukung termasuk kawasan industri halal dan sistem jaminan halal yang kredibel(Norvadewi 2025).

Bagi Indonesia, potensi industri halal belum dimanfaatkan secara optimal, baik sebagai konsumen, terlebih sebagai produsen. Pemerintah dan semua stakeholders berusaha melakukan sinergi guna memanfaatkan peluang pasar halal. Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (2018) mengemukakan, dalam pengembangan ekonomi dan keuangan syariah khususnya sektor industri halal, BI dan pemerintah serta institusi terkait berpegang pada prinsip 4C, yaitu: Commitment, Concrete, Collaborative dan Campaign (Ayun 2015).

Implementasi MPIHI mengadopsi pendekatan ekosistem yang holistik, mengintegrasikan berbagai pemangku kepentingan mulai dari pemerintah, pelaku industri, lembaga sertifikasi, institusi pendidikan, hingga konsumen. Pendekatan ini diharapkan dapat menciptakan sinergi yang optimal dalam mempercepat transformasi Indonesia menjadi pusat industri halal dunia.

Program ini tidak hanya memperluas akses pasar bagi produk halal Indonesia tetapi juga mendukung peningkatan ekspor produk halal, yang menurut laporan Global Islamic Economy Report 2022, Indonesia menempati peringkat ke-4 sebagai eksportir produk halal dunia. Namun, tantangan seperti keterbatasan infrastruktur di beberapa daerah serta proses sertifikasi halal yang sering kali memakan waktu menjadi isu yang harus segera diatasi untuk memastikan efektivitas strategi ini. Dengan evidence-based analysis ini, strategi penguatan halal value chain memiliki peluang besar untuk memperkuat posisi Indonesia sebagai pemain utama dalam ekonomi syariah global (Norvadewi 2025). Langkah ini mencakup:

a. Pusat Pengembangan Halal

Pusat Pengembangan Halal menjadi salah satu elemen krusial dalam implementasi strategi pertama MEKSI. Langkah ini mencakup pendirian pusat-pusat pengembangan halal yang tidak hanya berfokus pada industri besar tetapi juga memberikan perhatian khusus pada inklusi dan pertumbuhan sektor ekonomi yang lebih luas, terutama untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Keputusan ini mencerminkan kesadaran akan pentingnya memperkuat seluruh ekosistem ekonomi halal, dengan memperhatikan sektor yang lebih kecil dan berpotensi untuk memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan (Hakim and Sugianto 2024).

b. Sertifikasi Halal

Sertifikasi Halal merupakan langkah strategis yang sangat krusial dalam implementasi MEKSI, memberikan fokus pada aspek kualitas dan kepercayaan produk halal. Dengan melaksanakan sertifikasi halal, MEKSI menegaskan komitmennya untuk memastikan bahwa produk-produk yang dihasilkan dalam rantai nilai halal memenuhi standar kehalalan yang ketat. Proses sertifikasi ini tidak hanya menjadi jaminan atas kehalalan produk tetapi juga menjadi dasar bagi kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah.

c. Infrastruktur dan Fasilitas Pendukung

Pembangunan infrastruktur dan fasilitas pendukung menjadi tonggak utama dalam strategi MEKSI yang menitikberatkan pada penguatan value chain industri halal di Indonesia. Fokus pada pembangunan kawasan industri halal mencakup seluruh elemen esensial, mulai dari produsen hingga distribusi, menciptakan suatu ekosistem yang mendukung pertumbuhan industri halal secara menyeluruh. Langkah ini mencerminkan kesadaran MEKSI akan kompleksitas dan keterkaitan seluruh rangkaian proses dalam industri halal. Pembangunan kawasan industri yang melibatkan produsen, layanan perbankan, gudang

penyimpanan, fasilitas pengujian halal, dan distribusi memberikan gambaran tentang komprehensifnya pendekatan ini. Proses ini bukan hanya berfokus pada tingkat produksi, melainkan mencakup seluruh rantai nilai dan aspek pendukung yang mendukung agar produk halal dapat mencapai standar kehalalan dan kualitas tertinggi.

d. Pasar Ekspor

Orientasi MEKSI pada produksi produk halal yang siap diekspor mencerminkan ambisi tinggi untuk mengukir peran signifikan dalam pasar global. Fokus ini tidak hanya memberikan arti penting pada upaya memenuhi permintaan internasional terhadap produk halal, tetapi juga mencerminkan kesadaran terhadap potensi peningkatan pendapatan negara melalui ekspor produk halal berkualitas. Pasar ekspor menjadi pilar strategis dalam membawa industri halal Indonesia ke panggung internasional. Dengan menekankan produksi produk halal yang memenuhi standar internasional, MEKSI berupaya menciptakan reputasi yang kuat untuk produk halal Indonesia di pasar dunia. Langkah ini sejalan dengan tren global di mana permintaan akan produk halal terus meningkat, didorong oleh pertumbuhan jumlah konsumen yang lebih sadar akan nilai-nilai kehalalan dan keberlanjutan.

e. Keterlibatan Pihak-Pihak Terkait

Keterlibatan berbagai pihak dalam value chain halal menjadi aspek penting dalam strategi MEKSI, yang berusaha menggali dukungan dari seluruh pemangku kepentingan mulai dari produsen hingga konsumen. Pada titik ini, peran sentral Komite Keuangan Syariah Nasional (KNKS) dalam membentuk dan mengembangkan halal hub menjadi cermin dari koordinasi yang kuat di tingkat nasional untuk memajukan industri halal di Indonesia. Value chain halal yang melibatkan banyak pihak menyoroti kompleksitas ekosistem industri halal yang melibatkan produsen, distributor, lembaga sertifikasi halal, pelaku pasar, hingga konsumen akhir. Keterlibatan KNKS sebagai pemain sentral menunjukkan adanya upaya bersama untuk mengoordinasikan dan mengarahkan berbagai elemen dalam rantai nilai halal. Dengan demikian, KNKS tidak hanya berperan sebagai regulator tetapi juga sebagai fasilitator dan pemimpin dalam mewujudkan visi MEKSI untuk memperkuat industri halal secara menyeluruh.

f. Inklusi UMKM

Inisiatif MEKSI untuk melibatkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam pusat-pusat pengembangan halal mencerminkan perhatian mendalam terhadap pemberdayaan sektor ekonomi yang lebih kecil. Langkah ini tidak hanya merupakan strategi untuk memperkuat industri halal secara keseluruhan tetapi juga menciptakan dampak positif pada inklusi ekonomi di tingkat yang lebih luas. Melibatkan UMKM dalam pusat-pusat pengembangan halal menegaskan kesadaran MEKSI akan peran kritis yang dimainkan oleh sektor ekonomi yang lebih kecil dalam menyokong pertumbuhan ekonomi nasional. Dengan memberikan perhatian khusus pada UMKM, MEKSI berusaha merangsang pertumbuhan dan perkembangan mereka di sektor ekonomi yang dikategorikan sebagai tulang punggung ekonomi lokal.

3. Target dan Indikator Kinerja

Pemerintah Indonesia telah menetapkan target ambisius untuk mendorong pertumbuhan industri halal nasional. Salah satu target kunci adalah pencapaian 10 juta sertifikasi halal, dimana hingga Februari 2024, sekitar 3,9 juta produk telah memperoleh sertifikasi halal dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal

(BPJPH). Akselerasi sertifikasi halal menjadi prioritas untuk memperluas basis produk halal bersertifikat dan meningkatkan kepercayaan konsumen domestik maupun internasional.

Dari perspektif ekspor, Indonesia telah menunjukkan tren pertumbuhan positif dengan nilai ekspor produk halal mencapai USD 51,4 miliar pada tahun 2024, tumbuh 7,08% dalam enam tahun terakhir. Sektor makanan dan minuman mendominasi ekspor produk halal dengan kontribusi terbesar, mengindikasikan kekuatan Indonesia dalam industri makanan halal global.

Setidaknya ada tiga bidang konsentrasi keterlibatan pemerintah dalam membangun industri halal di Indonesia, yaitu:

- a. Bidang Politik. Kebijakan penting yang dapat diamati dalam kurung waktu lima tahun terakhir adalah kehadiran pemerintah dalam menginisiasi kemajuan ekonomi syariah melalui penyusunan Masterplan Arsitektur Keuangan Syariah Indonesia (MAKSI).
- b. Sosial Budaya. Syariat Islam yang telah menjadi nafas kearifan lokal masyarakat (seperti di Aceh) menjadi keunggulan Indonesia, terutama dorongan pemerintah dalam memperkuat pelaksanaan syariat Islam secara sempurna sebagaimana tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Aceh (RPJM). Munculnya kesadaran masyarakat akan beragama yang semakin tinggi telah mendorong mereka untuk memprioritaskan produk atau jasa yang halal sebagai kebutuhan sehari-hari. Seperti kehadiran lembaga keuangan mikro syariah di Aceh yang secara konsisten ingin menerapkan skema transaksi berprinsip syariah.
- c. Teknologi. Pesatnya pertumbuhan ekonomi digital menjadi peluang bagi Indonesia. Mulai tahun 2013 hingga tahun 2017, transaksi digital di Indonesia tumbuh mencapai 169 persen (dari Rp. 49 triliun hingga Rp. 132 triliun). Transaksi menggunakan smartphone mendominasi pertumbuhan paling tinggi (tumbuh sebesar 383 persen sejak 2013). Sedangkan transaksi retail melalui aplikasi smartphone juga tumbuh hingga mencapai 2.437 persen (dari Rp. 1 triliun pada 2013 hingga Rp. 38 triliun pada 2017). Hasil perhitungan BPS, ekonomi digital mampu berkontribusi terhadap perekonomian Indonesia mencapai 3,61 persen (tahun 2016); meningkat 4 persen (tahun 2017); tumbuh mencapai 10 persen (tahun 2018) (Ayun 2015).

C. Implementasi dan Tantangan

1. Kawasan Industri Halal Strategis

Kementerian Perindustrian telah mengakselerasi pengembangan kawasan industri halal sebagai katalis pertumbuhan ekonomi halal nasional. Kawasan-kawasan ini dirancang untuk menciptakan ekosistem halal yang terintegrasi, dari produksi hingga distribusi, dengan menerapkan sistem halal traceability dan halal assurance yang kredibel. Pengembangan kawasan industri halal juga bertujuan untuk menarik investasi domestik dan asing, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan nilai tambah produk halal Indonesia.

Presiden Joko Widodo telah mengamanatkan penguatan berbagai kawasan strategis ekonomi untuk mendukung visi Indonesia sebagai global halal hub pada 2024. Komitmen ini mencerminkan prioritas tinggi pemerintah terhadap pengembangan industri halal sebagai sumber pertumbuhan ekonomi baru.

Industri halal mencakup rangkaian kegiatan industri dari pengadaan bahan baku hingga produksi output, dengan mematuhi prinsip-prinsip yang diperbolehkan dalam syariat agama Islam. Meskipun awalnya dikenal dengan produk makanan dan minuman, kini industri halal telah berkembang ke berbagai sektor gaya hidup, seperti fashion, kosmetik, seni dan budaya, pariwisata, pendidikan, keuangan, dan hiburan. Peningkatan kehadiran industri halal dalam gaya hidup masyarakat dipicu oleh kesadaran yang meningkat mengenai kewajiban umat Muslim untuk

mengonsumsi produk yang telah terjamin kehalalannya. Sebelumnya, industri halal sering dikaitkan dengan konsep ekonomi halal, yang telah dikenal sebelum istilah industri halal muncul. Dalam implementasinya, regulasi terkait industri halal telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, yang bertujuan untuk melindungi dan menjamin kehalalan produk. Melalui peraturan ini, kita memahami bahwa industri halal tidak hanya berfokus pada makanan dan minuman, tetapi juga meliputi berbagai aspek lain dari gaya hidup (Kasnelly et al. 2025)

Tujuannya adalah untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat, terutama umat Islam, terhadap produk, baik yang diproduksi di dalam negeri maupun yang diimpor dari luar negeri; Perlunya kolaborasi dan sinergitas antar stakeholder Kerjasama dan sinergi antara berbagai pemangku kepentingan sangat penting dalam implementasi sertifikasi halal. Ini melibatkan beragam pihak seperti MUI sebagai otoritas keagamaan, LPH sebagai lembaga penguji halal, BPOM untuk pengawasan, serta kementerian terkait seperti kementerian perindustrian, perdagangan, pertanian, dan keuangan. Kementerian luar negeri juga memiliki peran dalam menjalin kerjasama internasional untuk mempromosikan produk halal Indonesia di pasar global (Kasnelly et al. 2025).

2. Peran UMKM dalam Ekosistem Halal

UMKM memainkan peran krusial dalam ekosistem industri halal Indonesia. Namun, akselerasi sertifikasi halal untuk UMKM masih menghadapi berbagai kendala, termasuk keterbatasan pemahaman tentang proses sertifikasi, biaya yang relatif tinggi, dan kompleksitas administratif. MPIHI menempatkan pemberdayaan UMKM sebagai prioritas strategis, dengan menyediakan skema pembiayaan syariah yang terjangkau, pelatihan dan pendampingan teknis, serta fasilitasi akses pasar domestik dan internasional.

Usaha kecil mikro dan menengah yang selanjutnya disingkat UMKM, mengalami peningkatan cukup signifikan dalam hal jumlah begitupula dengan Kabupaten Sampang. UMKM menjadi sektor penting penopang perekonomian masyarakat bahkan terlebih lagi pada pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sebab salah satu cara untuk meningkatkan lapangan pekerjaan adalah mengembangkan usaha mikro dan kecil, yang mana merupakan kegiatan padat karya (Labor Intensive) dan menyediakan lebih banyak pekerjaan sesuai dengan besarnya modal yang diinvestasikan di usaha-usaha mikro dan kecil tersebut. Pendirian usaha-usaha mikro dan kecil juga akan meningkatkan pendapatan rakyat dan urbanisasi. Kemampuan usaha-usaha mikro dan kecil menciptakan peluang-peluang bekerja dengan biaya rendah sangat cocok dengan karakteristik negara-negara berkembang yang selalu bermasalah dengan tingginya pertumbuhan penduduk pertahun (Salam and Makhtum 2021).

Maka tidak heran dalam hal ini jumlah UMKM di Indonesia begitu besar dan bahkan secara tidak langsung pada jangka panjang akan membantu meningkatkan pendapatan perkapita terlebih pada pemerataan pendapatan.

3. Standardisasi dan Sistem Jaminan Halal

Salah satu tantangan fundamental dalam industri halal global adalah perbedaan standar sertifikasi halal antar negara. Indonesia, melalui BPJPH dan Majelis Ulama Indonesia (MUI), telah mengembangkan sistem jaminan halal yang komprehensif dengan menerapkan halal traceability dan halal assurance system yang terpercaya. Sistem ini menjadi diferensiasi kompetitif Indonesia dalam memenangkan kepercayaan pasar global.

Kebijakan kewajiban sertifikasi halal yang diterapkan pemerintah melalui BPJPH bertujuan untuk memperkuat ekosistem industri halal nasional. Dengan basis pasar domestik yang besar, kebijakan ini tidak hanya melindungi konsumen Muslim Indonesia, tetapi juga mendorong pelaku industri untuk meningkatkan

kapasitas produksi dan kualitas produk halal, sehingga lebih kompetitif di pasar internasional.

Tantangan utama bagi Indonesia dalam industri halal adalah persaingan yang ketat dari berbagai negara, termasuk negara-negara dengan mayoritas penduduk non-Muslim seperti Tiongkok, Korea, dan Jepang, yang telah berhasil menjadi produsen dan pengeksport terbesar dalam berbagai sektor industri halal, mulai dari fashion hingga kosmetik dan pariwisata. Secara global belum diberlakukannya sertifikat halal Karena belum ada kesepakatan global tentang standar sertifikasi halal, masyarakat muslim di berbagai negara belum memiliki keyakinan yang sama terhadap produk yang dikirim dari negara lain, karena setiap negara memiliki kriteria sertifikasi halal yang berbeda-beda. Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap konsep halal Banyak masyarakat, terutama di Indonesia, kurang memahami bahwa produk yang dipasarkan belum tentu halal. Kesadaran akan produk halal berkaitan erat dengan pemahaman agama serta pengetahuan tentang konsep halal pada suatu produk (Kasnelly et al. 2025).

D. Peluang dan Prospek ke Depan

1. Konvergensi Halal dan Keberlanjutan

Tren global menunjukkan konvergensi antara konsep halal dengan prinsip-prinsip keberlanjutan (sustainability). Halal lifestyle kini tidak hanya mencerminkan kepatuhan religius, tetapi juga gaya hidup sehat, etis, dan berkelanjutan. Konvergensi ini membuka peluang besar bagi Indonesia untuk memosisikan produk halalnya sebagai pilihan premium yang menggabungkan nilai-nilai religius, kualitas superior, dan tanggung jawab lingkungan.

2. Digitalisasi dan Inovasi

Transformasi digital membuka peluang inovasi dalam industri halal, mulai dari blockchain untuk halal traceability, platform e-commerce untuk ekspansi pasar, hingga teknologi bioteknologi untuk pengembangan produk halal baru. Indonesia perlu mengintegrasikan teknologi digital dalam ekosistem industri halal untuk meningkatkan efisiensi, transparansi, dan jangkauan pasar.

3. Diplomasi Ekonomi Halal

Indonesia memiliki modal diplomatik yang kuat sebagai negara Muslim terbesar untuk memimpin harmonisasi standar halal global dan membangun kerjasama ekonomi halal antar negara. Melalui forum-forum internasional seperti Indonesia Sharia Economic Festival (ISEF), Indonesia dapat memperkuat posisinya sebagai thought leader dalam industri halal global.

KESIMPULAN

Industri halal global menawarkan peluang ekonomi yang masif dengan nilai pasar triliunan dolar. Indonesia, dengan keunggulan alamiah sebagai negara Muslim terbesar dan basis sumber daya yang melimpah, memiliki potensi strategis untuk menjadi pusat industri halal dunia. Masterplan Industri Halal Indonesia (MPIHI) 2023-2029 merepresentasikan komitmen serius pemerintah untuk merealisasikan potensi ini melalui strategi komprehensif yang mencakup penguatan value chain, pemberdayaan UMKM, pengembangan infrastruktur, dan standardisasi sistem jaminan halal. Keberhasilan visi MPIHI memerlukan sinergi seluruh pemangku kepentingan, investasi berkelanjutan dalam kapasitas produksi dan inovasi, serta komitmen konsisten dalam implementasi kebijakan. Dengan pendekatan yang tepat dan eksekusi yang efektif, Indonesia tidak hanya dapat meraih posisi dominan dalam industri halal global, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, penciptaan lapangan kerja, dan kesejahteraan masyarakat. Industri halal bukan sekadar peluang ekonomi, tetapi juga tanggung jawab untuk mempromosikan nilai-nilai etis, keberlanjutan, dan inklusivitas dalam konteks ekonomi global. Indonesia memiliki kesempatan historis untuk memimpin transformasi ini dan menjadi kiblat industri halal dunia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayun, et al. 2015. "Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang." *Sufi Penjaga Hutan: Pencegahan Deforestasi Melalui Gerakan Tasawuf* (1-37):134-37.
- Baihaqi, Baihaqi. 2024. "Dinamika Dan Implikasi Jaminan Produk Halal Dalam Ekonomi Syariah Global." *Ameena Journal* 2(1):26-34. doi: 10.63732/aij.v2i1.48.
- Cunayah, Cucun, Imron Fathurohman, Nour Khalid, and Hartono Hartono. 2024. "Strategi Pengembangan Kawasan Dan Industri Halal." Pp. 240-50 in *International Conference on Islamic Economic (ICIE)*. Vol. 3.
- Hakim, Muhammad Fajrul, and Sugianto Sugianto. 2024. "Studi Library Research: Penguatan Ekosistem Halal Value Chain Di Indonesia Untuk Industri Halal Global." *Jurnal Penelitian Inovatif* 4(4):2227-38.
- Kadir, Abd, and Ahmad Efendi. 2023. "Strategi Pengembangan Industri Produk Halal." *Economics and Digital Business Review* 4(2):217-28.
- Kasnelly, Sri, H. Ahmad Luthfi, Abdul Jalil, Suhidra Hidayat, and Ulfa Tamsila. 2025. "Pengaruh Utang Domestik Dan Utang Luar Negeri Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia: Periode 2004-2023." *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 9(2):1097-1102.
- Norvadewi, M. Ag. 2025. "INDUSTRI HALAL GLOBAL: PELUANG, TANTANGAN DAN STRATEGI PENGEMBANGAN." *ERA BARU EKONOMI ISLAM: MEMBANGUN INDUSTRI HALAL DAN INOVASI BERKEADILAN* 133.
- Randeree, Kasim. 2020. "Demography, Demand and Devotion: Driving the Islamic Economy." *Journal of Islamic Marketing* 11(2):301-19.
- Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, Iryanto Irvan Jaya. 2024. "No Title 濟無No Title No Title No Title." 2:306-12.
- Salam, Alva, and Ahmad Makhtum. 2021. "Minuman Umkm Di Kabupaten Sampang." 2(2):118-29.
- Samsiyah, Rina, 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.
- Sayekti, Nidya Waras, and Ariesy Tri Mauleny. 2022. *Kawasan Industri Halal: Upaya Menuju Indonesia Pusat Produsen Halal Dunia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Ulhaq, Muhammad Zia, Nursyafika Nursyafika, Mastura Mastura, Rizqi Illahi, and Irman Wahyuningsih. 2024. "Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Pelaku UMKM Di Kota Bima." *Jurnal PenKoMi: Kajian Pendidikan Dan Ekonomi* 7(2):71-77.
- Wahyudi, Fajar Satriyawan, Muhammad Agus Setiawan, and Sheema Haseena Armina. 2023. "Industri Halal: Perkembangan, Tantangan, and Regulasi Di Ekonomi Islam." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3(6):1801-15.
- Yulia, Lady. 2015. "Strategi Pengembangan Industri Produk Halal." *Jurnal Bimas Islam* 8(1):121-62.