

## STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL DI INDONESIA

Hairullah Efendi<sup>1</sup>; Rahmawati<sup>2</sup>; Rio Panji Saputra<sup>3</sup>; Zafia Sarinayoly<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai, Bangkinang, Indonesia

Email Korepondensi: [khfnz2908@gmail.com](mailto:khfnz2908@gmail.com)

### ABSTRACT

*The halal industry is a strategic sector with significant potential to support national economic growth, particularly in Indonesia, the country with the largest Muslim population in the world. As public awareness of halal products increases, the development of the halal industry is not only understood as fulfilling religious aspects but also encompasses increasingly significant economic, social, and global dimensions. The halal industry plays a crucial role in creating added value, expanding employment opportunities, and enhancing the competitiveness of national products in the international market. This article aims to comprehensively examine the halal industry development strategy in Indonesia by examining the concept of the halal industry, its current conditions and potential, the role of digitalization in expanding market access, applicable regulations, and various challenges and recommendations for its development. The research method used is a qualitative approach through literature review utilizing relevant and up-to-date scientific sources. The study results indicate that Indonesia has significant potential to become a global halal industry hub, supported by a large domestic market, abundant natural resources, and rapid development of digital technology. However, the development of the halal industry still faces various challenges, such as limited product competitiveness, suboptimal regulatory implementation, and a lack of human resource readiness. Therefore, an integrated and sustainable development strategy is needed so that the Indonesian halal industry can compete at the national and global levels.*

**Keywords:** Halal Industry, Development Strategy, Digitalization, Halal Regulation

### ABSTRAK

Industri halal merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya di Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia. Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk halal, perkembangan industri halal tidak hanya dipahami sebagai pemenuhan aspek religius semata, tetapi juga mencakup dimensi ekonomi, sosial, dan global yang semakin signifikan. Industri halal berperan penting dalam menciptakan nilai tambah, memperluas lapangan kerja, serta meningkatkan daya saing produk nasional di pasar internasional. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji secara komprehensif strategi pengembangan industri halal di Indonesia dengan menelaah konsep industri halal, kondisi dan potensi yang dimiliki, peran digitalisasi dalam memperluas akses pasar, regulasi yang berlaku, serta berbagai tantangan dan rekomendasi pengembangannya. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui studi literatur dengan memanfaatkan sumber-sumber ilmiah yang relevan dan terkini. Hasil kajian menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi pusat industri halal global, didukung oleh pasar domestik yang luas, kekayaan sumber daya alam, serta perkembangan teknologi digital yang pesat. Namun demikian, pengembangan industri halal masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan daya saing produk, implementasi regulasi yang belum optimal, serta kesiapan sumber daya manusia. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang terintegrasi dan berkelanjutan agar industri halal Indonesia mampu bersaing di tingkat nasional maupun global.

**Kata Kunci:** Industri Halal, Strategi Pengembangan, Digitalisasi, Regulasi Halal

## PENDAHULUAN

Industri halal dalam beberapa tahun terakhir mengalami perkembangan yang semakin pesat, baik di tingkat nasional maupun global. Industri halal tidak lagi dipahami semata-mata sebagai pemenuhan kebutuhan religius umat Islam, tetapi telah berkembang menjadi sektor ekonomi strategis yang memiliki kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, perdagangan internasional, dan pembangunan berkelanjutan. Meningkatnya kesadaran konsumen terhadap aspek kehalalan, keamanan, dan kualitas produk menjadikan industri halal diminati tidak hanya oleh masyarakat Muslim, tetapi juga oleh konsumen non-Muslim di berbagai negara (Destriyansah et al., 2023).

Indonesia memiliki posisi yang sangat strategis dalam pengembangan industri halal karena merupakan negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia. Kondisi ini menjadikan Indonesia sebagai pasar halal domestik yang sangat besar sekaligus memiliki peluang untuk menjadi produsen dan eksportir utama produk halal global. Berbagai sektor industri halal seperti makanan dan minuman, fesyen, kosmetik, farmasi, pariwisata, serta jasa keuangan syariah terus menunjukkan potensi yang menjanjikan. Namun demikian, besarnya potensi tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal untuk memperkuat posisi Indonesia dalam rantai nilai industri halal dunia (Christianti et al., 2023).

Di tengah peluang yang besar, industri halal di Indonesia juga menghadapi berbagai tantangan. Tantangan tersebut meliputi keterbatasan daya saing produk, rendahnya literasi halal di kalangan pelaku usaha, belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital, serta permasalahan regulasi dan implementasi sertifikasi halal, khususnya bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kondisi ini menunjukkan bahwa pengembangan industri halal tidak hanya membutuhkan potensi pasar, tetapi juga kesiapan sistem pendukung yang memadai (Hasan & Pasyah, 2022).

Perkembangan teknologi digital di era ekonomi modern membuka peluang baru bagi pengembangan industri halal di Indonesia. Digitalisasi memungkinkan perluasan pasar melalui e-commerce, media sosial, dan layanan keuangan berbasis syariah, serta mendorong efisiensi dan inovasi produk. Selain itu, integrasi industri halal dengan ekonomi kreatif mampu meningkatkan nilai tambah produk melalui desain, kemasan, dan strategi pemasaran yang lebih kompetitif. Meskipun demikian, pemanfaatan digitalisasi dalam industri halal masih menghadapi berbagai kendala struktural yang perlu mendapat perhatian serius (Adinugraha et al., 2024).

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan strategi pengembangan industri halal yang terarah, terintegrasi, dan berkelanjutan. Strategi tersebut mencakup penguatan regulasi dan sistem jaminan produk halal, pengembangan sumber daya manusia, optimalisasi digitalisasi, serta peningkatan peran UMKM dalam industri halal nasional. Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk mengkaji konsep industri halal, kondisi dan potensi industri halal di Indonesia, peran digitalisasi, regulasi yang mengatur industri halal, strategi pengembangan industri halal, serta tantangan dan rekomendasi yang dapat dilakukan guna mendorong Indonesia menjadi pusat industri halal yang berdaya saing di tingkat global.

## LITERATUR REVIEW

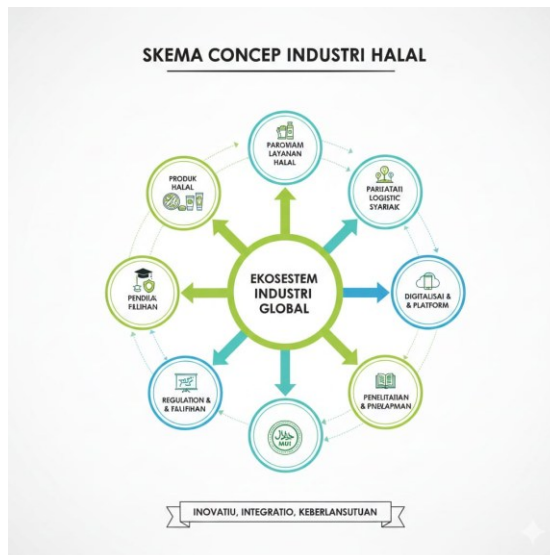
### Konsep Industri Halal

Industri halal merupakan bagian dari kegiatan ekonomi yang mencakup proses produksi, pengolahan, dan distribusi barang serta jasa yang dijalankan sesuai dengan prinsip syariah Islam. Konsep halal tidak hanya menekankan pada kehalalan produk akhir, tetapi juga pada seluruh proses yang dilalui produk tersebut, mulai dari bahan baku, cara produksi, hingga penyediaan kepada konsumen. Oleh karena itu, industri halal dipahami sebagai sistem yang menuntut kepatuhan syariah secara menyeluruh dalam setiap tahapan kegiatan industri (Andini & Malahayatie, 2024).

Seiring perkembangannya, industri halal tidak lagi terbatas pada sektor makanan dan minuman. Saat ini, konsep halal telah diterapkan pada berbagai sektor lain seperti kosmetik, farmasi, fesyen, pariwisata, media, dan jasa keuangan syariah. Perluasan sektor ini menunjukkan bahwa industri halal telah berkembang menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern yang mengedepankan aspek kehalalan, keamanan, dan kualitas produk. Hal tersebut menjadikan industri halal tidak hanya diminati oleh konsumen Muslim, tetapi juga oleh konsumen non-Muslim yang memperhatikan standar mutu dan etika produksi (Destriyansah et al., 2023).

Dalam konteks ekonomi, industri halal dapat dipahami sebagai kegiatan industri yang menghasilkan nilai tambah dengan tetap mematuhi ketentuan halal dan haram dalam Islam. Kehalalan menjadi indikator penting dalam menilai kualitas produk, baik dari sisi proses maupun hasil akhir. Untuk memastikan kehalalan tersebut, sertifikasi halal berperan sebagai alat verifikasi yang memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk telah sesuai dengan standar syariah yang berlaku (Destriyansah et al., 2023).

Gambar 1: Skema Konsep Industri Halal



Lebih lanjut, industri halal memiliki peran strategis dalam mendukung pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Penerapan prinsip halal mendorong praktik usaha yang bertanggung jawab, transparan, dan beretika. Selain memenuhi kebutuhan religius masyarakat Muslim, industri halal juga berkontribusi terhadap perekonomian nasional melalui peningkatan daya saing produk, penciptaan lapangan kerja, dan penguatan struktur industri dalam negeri (Andini & Malahayatie, 2024).

### Kondisi Dan Potensi Industri Halal Di Indonesia

Indonesia memiliki kondisi yang sangat mendukung bagi pengembangan industri halal karena merupakan negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia. Jumlah penduduk Muslim yang dominan menjadikan kebutuhan terhadap produk dan jasa halal terus meningkat, mulai dari sektor makanan dan minuman, fesyen, farmasi, kosmetik, hingga pariwisata halal. Kondisi ini menjadikan pasar domestik Indonesia sebagai pasar halal yang sangat besar dan stabil, sekaligus menjadi modal utama untuk mendorong pertumbuhan industri halal secara berkelanjutan (Christianti et al., 2023; Mukminin, 2024).

Selain pasar domestik yang kuat, industri halal di Indonesia juga menunjukkan kontribusi ekonomi yang cukup signifikan. Industri halal tercatat memberikan sumbangan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), menarik investasi asing, serta membuka lapangan kerja baru. Pasca pandemi Covid-19, industri halal justru menunjukkan tren pemulihan yang relatif cepat

dibandingkan beberapa sektor lain. Hal ini menandakan bahwa industri halal memiliki daya tahan (resilience) yang baik dalam menghadapi krisis ekonomi global (Christianti et al., 2023).

Dari sisi potensi global, Indonesia memiliki peluang besar untuk menjadi pemain utama dalam rantai nilai industri halal dunia. Laporan Global Islamic Economy menunjukkan bahwa peringkat Indonesia dalam indikator ekonomi syariah global terus mengalami peningkatan, khususnya pada sektor makanan halal dan modest fashion. Namun, potensi ini belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal karena Indonesia masih lebih banyak berperan sebagai konsumen dibandingkan produsen dan eksportir produk halal global (Zustika & Nurendra, 2025).

Potensi lain yang memperkuat industri halal Indonesia adalah dukungan sumber daya alam dan keragaman produk lokal. Indonesia memiliki bahan baku halal yang melimpah, terutama di sektor pangan dan pertanian, yang dapat diolah menjadi produk bernilai tambah tinggi. Jika dikelola dengan baik, ketersediaan bahan baku ini dapat memperkuat daya saing industri halal nasional di pasar internasional serta mengurangi ketergantungan terhadap impor produk halal (Zustika & Nurendra, 2025).

Secara keseluruhan, kondisi industri halal di Indonesia menunjukkan fondasi yang kuat, baik dari sisi pasar, kontribusi ekonomi, maupun sumber daya. Potensi yang dimiliki Indonesia sangat besar untuk berkembang menjadi pusat industri halal dunia. Namun, pemanfaatan potensi tersebut masih membutuhkan penguatan pada aspek produksi, ekspor, dan integrasi kebijakan agar industri halal Indonesia tidak hanya unggul di pasar domestik, tetapi juga mampu bersaing di tingkat global (Christianti et al., 2023).

### **Digitalisasi Industri Halal Di Indonesia**

Integrasi antara industri halal, digitalisasi, dan ekonomi kreatif menjadi strategi penting dalam memperkuat daya saing UMKM di Indonesia. Industri halal tidak lagi dipahami sebatas kepatuhan terhadap syariat Islam, tetapi juga sebagai sistem ekonomi yang memiliki nilai tambah dari sisi kualitas, keamanan, dan kepercayaan konsumen. Dengan jumlah penduduk muslim yang besar, Indonesia memiliki potensi pasar halal yang sangat luas, khususnya bagi UMKM yang bergerak di sektor makanan, fesyen, kosmetik, dan produk kreatif lainnya. Namun, potensi ini membutuhkan dukungan transformasi digital agar dapat berkembang secara optimal (Adinugraha et al., 2024).

Digitalisasi berperan sebagai penghubung utama dalam memperluas jangkauan pasar UMKM halal. Melalui pemanfaatan e-commerce, media sosial, dan fintech syariah, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional sekaligus menjangkau konsumen yang lebih luas, baik di dalam maupun luar negeri. Transformasi digital juga membantu pelaku usaha halal dalam promosi, pencatatan keuangan, serta akses pembiayaan berbasis syariah. Meski demikian, rendahnya literasi digital dan keterbatasan akses teknologi masih menjadi kendala utama yang dihadapi sebagian besar UMKM (Apriliyani et al., 2025).

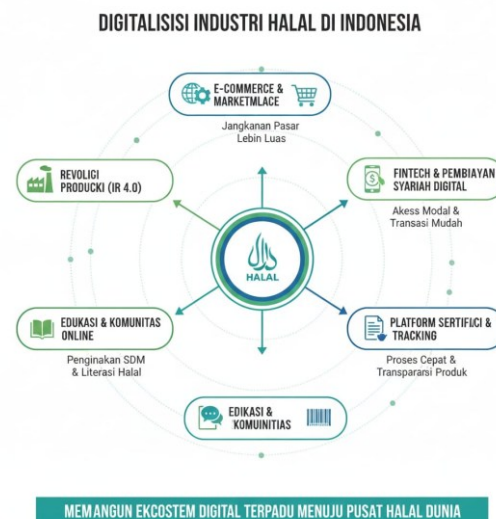
Di sisi lain, ekonomi kreatif memberikan kontribusi besar dalam meningkatkan nilai tambah produk halal. Inovasi desain, kemasan, dan branding berbasis kearifan lokal mampu membuat produk halal lebih kompetitif dan diminati pasar modern. Sektor fesyen halal menjadi contoh nyata bagaimana kreativitas mampu mendorong produk lokal menembus pasar global. Dengan dukungan ekonomi kreatif, produk halal tidak hanya memenuhi aspek kehalalan, tetapi juga mengikuti tren dan selera konsumen masa kini (Daulay et al., 2023).

Meskipun peluang integrasi ketiga sektor tersebut sangat besar, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan struktural. Proses sertifikasi halal yang dianggap rumit dan memakan biaya, keterbatasan sumber daya manusia, serta kurangnya pendampingan menjadi hambatan yang memperlambat pengembangan industri halal berbasis digital dan kreatif. Oleh karena itu, diperlukan peran aktif pemerintah melalui kebijakan yang mendukung,

penyederhanaan regulasi, serta peningkatan program pelatihan dan pendampingan bagi UMKM (Daulay et al., 2023).

Dengan sinergi yang kuat antara industri halal, digitalisasi, dan ekonomi kreatif, UMKM Indonesia memiliki peluang besar untuk meningkatkan daya saing dan kontribusinya terhadap perekonomian nasional. Integrasi ini tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis syariah, tetapi juga menciptakan ekosistem usaha yang berkelanjutan dan inklusif. Oleh sebab itu, penguatan kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan platform digital menjadi kunci utama dalam mengoptimalkan potensi industri halal di Indonesia (Adinugraha et al., 2024).

Gambar 2 : Digitalisasi Industri Halal Di Indonesia



Selain perkembangan di tingkat nasional, industri halal juga memiliki peran yang semakin penting dalam perdagangan global. Industri halal telah berkembang menjadi sistem perdagangan internasional yang melibatkan banyak negara, baik yang berpenduduk mayoritas Muslim maupun non-Muslim. Produk halal diperdagangkan lintas negara dengan standar yang semakin terintegrasi, khususnya pada sektor makanan, minuman, farmasi, dan fesyen. Dalam konteks global, industri halal tidak hanya didorong oleh faktor religius, tetapi juga oleh meningkatnya permintaan terhadap produk yang menjamin kualitas, keamanan, dan keberlanjutan. Kondisi ini membuka peluang besar bagi negara-negara berkembang, termasuk Indonesia, untuk terlibat lebih aktif dalam rantai pasok halal global melalui pemanfaatan teknologi digital dan penguatan daya saing produk ekspor (Rahmawati & Putra, 2022).

### Regulasi Industri Halal Di Indonesia

Regulasi industri halal di Indonesia semakin kuat setelah diberlakukannya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Aturan ini hadir sebagai upaya negara untuk memberikan kepastian bagi masyarakat bahwa produk yang dikonsumsi telah sesuai dengan ketentuan halal. Selain melindungi konsumen, regulasi ini juga memberi kejelasan hukum bagi pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksinya. Namun, meskipun aturan sudah tersedia, pelaksanaannya di lapangan masih menghadapi berbagai kendala, terutama terkait konsistensi penerapan dan pemahaman masyarakat terhadap standar halal yang berlaku (Sirait et al., 2024).

Dari sisi peraturan perundang-undangan, jaminan produk halal di Indonesia sebenarnya telah melalui proses yang panjang. Sebelum adanya UU JPH, pengaturan halal tersebar dalam berbagai regulasi sektoral, seperti peraturan pangan, kesehatan, dan perlindungan konsumen. Kondisi ini membuat pengaturan halal belum berjalan secara terpadu. Kehadiran UU JPH



kemudian menjadi aturan khusus yang menyatukan ketentuan sebelumnya serta menegaskan bahwa sertifikasi halal bersifat wajib. Dengan demikian, regulasi ini berfungsi sebagai payung hukum utama yang menggantikan aturan lama dan memberikan kejelasan arah kebijakan jaminan produk halal (Aziz et al., 2021).

Meskipun secara normatif sudah diatur dengan jelas, pelaksanaan sertifikasi halal masih menjadi tantangan, terutama bagi pelaku usaha mikro dan kecil. Banyak pelaku usaha yang menganggap proses sertifikasi halal rumit, memerlukan biaya, serta kurang didukung oleh informasi yang memadai. Akibatnya, tidak semua pelaku usaha dapat segera memenuhi kewajiban sertifikasi halal. Kondisi ini menunjukkan bahwa regulasi halal belum sepenuhnya berjalan efektif dan masih memerlukan dukungan kebijakan yang lebih praktis agar tujuan kepastian hukum benar-benar dapat dirasakan oleh semua pihak (Sirait et al., 2024).

Selain itu, pengelolaan jaminan produk halal juga melibatkan beberapa lembaga dengan peran yang berbeda. Pembagian tugas antara BPJPH, Lembaga Pemeriksa Halal, dan MUI dimaksudkan untuk menciptakan sistem yang tertib dan dapat dipertanggungjawabkan. Namun, dalam praktiknya, koordinasi antar lembaga tersebut masih perlu diperkuat agar tidak menimbulkan tumpang tindih kewenangan. Oleh karena itu, efektivitas regulasi jaminan produk halal sangat bergantung pada kerja sama kelembagaan dan pelaksanaan hukum yang konsisten, sehingga regulasi tidak hanya bersifat formal, tetapi juga benar-benar melindungi konsumen dan mendukung perkembangan industri halal (Aziz et al., 2021).

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (library research). Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis strategi pengembangan industri halal di Indonesia secara konseptual dan komprehensif. Data yang digunakan bersumber dari berbagai literatur ilmiah berupa artikel jurnal, prosiding, dan publikasi akademik yang relevan dengan topik industri halal, digitalisasi, regulasi, serta strategi pengembangan industri halal. Seluruh referensi yang digunakan merupakan sumber terpercaya dan dipublikasikan dalam kurun waktu lima tahun terakhir agar sesuai dengan perkembangan terkini.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran dan penelaahan literatur yang diperoleh dari basis data ilmiah seperti Google Scholar dan jurnal nasional terakreditasi. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis secara deskriptif-kualitatif dengan cara mengelompokkan, membandingkan, dan mensintesis temuan-temuan dari berbagai sumber pustaka. Analisis ini digunakan untuk menggambarkan konsep industri halal, kondisi dan potensi industri halal di Indonesia, peran digitalisasi, regulasi yang berlaku, strategi pengembangan, serta tantangan dan rekomendasi yang dapat diterapkan dalam pengembangan industri halal di Indonesia.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Strategi Pengembangan Industri Halal Di Indonesia

Strategi pengembangan industri halal di Indonesia berangkat dari besarnya potensi pasar halal, baik di dalam negeri maupun secara global. Jumlah penduduk Muslim yang besar menjadi modal utama bagi Indonesia untuk mengembangkan industri halal di berbagai sektor, seperti makanan dan minuman, kosmetik, farmasi, pariwisata, dan keuangan syariah. Namun, potensi tersebut tidak akan optimal tanpa strategi yang terarah, karena peningkatan permintaan produk halal juga diiringi dengan persaingan antarnegara yang semakin ketat. Oleh karena itu, pengembangan industri halal perlu dilakukan secara terencana agar Indonesia tidak hanya menjadi pasar, tetapi juga produsen utama produk halal (Mundir et al., 2024).

Salah satu strategi penting dalam pengembangan industri halal adalah penguatan sistem jaminan kehalalan produk. Kehalalan tidak hanya dilihat dari bahan baku, tetapi juga mencakup

seluruh proses produksi hingga produk sampai ke tangan konsumen. Pengendalian kehalalan produk menjadi langkah awal agar kepercayaan konsumen tetap terjaga. Tanpa adanya jaminan halal yang jelas, produk akan sulit bersaing di pasar halal global. Karena itu, sertifikasi halal, pengawasan proses produksi, serta kepatuhan pelaku usaha terhadap standar halal menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam strategi pengembangan industri halal (Mundir et al., 2024)

Selain pengendalian produk, pengembangan industri halal juga memerlukan dukungan sistem logistik halal. Logistik halal berperan penting dalam memastikan produk halal tetap terjaga selama proses penyimpanan, pengangkutan, dan distribusi. Jika logistik tidak dikelola dengan baik, risiko tercampurnya produk halal dan non-halal akan semakin besar. Oleh karena itu, pengembangan logistik halal yang didukung oleh teknologi dan sistem manajemen yang tepat menjadi salah satu strategi utama untuk meningkatkan daya saing industri halal di Indonesia (Mundir et al., 2024)

Strategi lain yang tidak kalah penting adalah penyusunan peta jalan (roadmap) industri halal yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan. Peta jalan ini berfungsi sebagai arah pengembangan industri halal secara berkelanjutan, mulai dari penguatan regulasi, pengembangan infrastruktur, hingga peningkatan kualitas sumber daya manusia. Dengan adanya roadmap yang jelas dan konsisten, pengembangan industri halal dapat dilakukan secara terintegrasi dan tidak berjalan secara parsial antar sektor maupun lembaga terkait (Haryono, 2023)

Di samping itu, pengembangan industri halal juga perlu didukung oleh peningkatan kualitas sumber daya manusia. Ketersediaan tenaga kerja yang memahami standar halal, seperti auditor halal, penyelia halal, dan pelaku usaha yang kompeten, menjadi faktor penting dalam menjaga mutu industri halal. Tanpa SDM yang memadai, penerapan standar halal akan sulit berjalan optimal. Oleh karena itu, pelatihan, sertifikasi kompetensi, serta penguatan pendidikan berbasis industri halal menjadi bagian dari strategi jangka panjang pengembangan industri halal di Indonesia (Oktoviasari et al., 2025).

Terakhir, strategi pengembangan industri halal di Indonesia juga perlu diarahkan pada penerapan nilai-nilai maqashid syariah dan etika bisnis Islam. Pengembangan industri halal tidak semata-mata mengejar keuntungan ekonomi, tetapi juga harus memperhatikan kemaslahatan masyarakat. Penerapan prinsip menjaga agama, jiwa, akal, harta, dan keturunan dalam praktik bisnis halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperkuat posisi industri halal di tengah persaingan. Dengan pendekatan ini, industri halal tidak hanya berorientasi pada pasar, tetapi juga berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan berkeadilan (Minarni, 2024).

Pernyataan tersebut menekankan bahwa pengembangan industri halal harus berlandaskan pada maqāsid syariah dan etika bisnis Islam agar tidak hanya berorientasi pada keuntungan material. Penerapan nilai menjaga agama, jiwa, akal, harta, dan keturunan memastikan bahwa aktivitas industri halal berjalan secara etis, adil, dan bertanggung jawab. Pendekatan ini mendorong praktik bisnis yang transparan, jujur, serta memperhatikan dampak sosial dan lingkungan. Dengan demikian, kepercayaan konsumen terhadap produk halal akan meningkat dan daya saing industri halal semakin kuat. Selain itu, orientasi pada kemaslahatan menjadikan industri halal berkontribusi nyata terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan berkeadilan.

### **Tantangan Dan Rekomendasi Pengembangan Industri Halal Di Indonesia**

Industri halal di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar seiring dengan dominasi jumlah penduduk Muslim dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap konsumsi produk halal. Namun, besarnya potensi tersebut belum sepenuhnya diiringi dengan kemampuan Indonesia dalam mengoptimalkan posisinya sebagai produsen halal global. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah lemahnya implementasi regulasi dan kebijakan yang mengatur industri halal secara terintegrasi. Walaupun Indonesia telah memiliki kerangka hukum seperti

Undang-Undang Jaminan Produk Halal, pelaksanaannya masih menghadapi berbagai kendala, mulai dari koordinasi antar lembaga hingga lemahnya pengawasan di lapangan. Akibatnya, banyak produk halal yang beredar belum memiliki kepastian hukum yang kuat dan belum terjamin konsistensinya dalam seluruh rantai nilai halal (Irfany & Rusydiana, 2022).

Tantangan berikutnya berkaitan dengan perkembangan teknologi dan era ekonomi digital yang mengubah pola produksi dan konsumsi masyarakat. Digitalisasi membuka peluang besar bagi industri halal, terutama dalam distribusi dan pemasaran produk makanan dan minuman halal berbasis daring. Namun, di sisi lain, percepatan digital ini juga menimbulkan persoalan baru, seperti sulitnya memastikan kehalalan produk fast food dan makanan siap saji yang dipasarkan melalui platform digital. Kewajiban sertifikasi halal sering kali belum diimbangi dengan kemudahan prosedur dan biaya yang terjangkau, khususnya bagi pelaku UMKM. Kondisi ini menyebabkan banyak pelaku usaha belum mampu memenuhi kewajiban sertifikasi halal, sehingga akses masyarakat terhadap produk halal yang terjamin masih terbatas (Hasan & Pasyah, 2022).

Selain aspek regulasi dan teknologi, rendahnya tingkat kesadaran dan literasi halal di kalangan masyarakat juga menjadi hambatan serius dalam pengembangan industri halal. Kurangnya sosialisasi yang masif dan berkelanjutan menyebabkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya halal tidak hanya berhenti pada substansi produk, tetapi juga pada proses produksi, distribusi, dan layanan pendukungnya, masih relatif terbatas. Padahal, peningkatan kesadaran publik sangat berpengaruh terhadap terbentuknya kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk halal. Tanpa dukungan pemahaman masyarakat yang kuat, pengembangan industri halal berisiko berjalan lambat dan tidak berkelanjutan (Irfany & Rusydiana, 2022).

Untuk menjawab berbagai tantangan tersebut, diperlukan sejumlah rekomendasi strategis dalam pengembangan industri halal di Indonesia. Pertama, pemerintah perlu memperkuat implementasi regulasi melalui sinkronisasi kebijakan, penyederhanaan prosedur sertifikasi halal, serta pengawasan yang konsisten. Kedua, pemanfaatan teknologi digital harus diiringi dengan sistem layanan halal yang mudah diakses, transparan, dan terintegrasi, sehingga mampu mendukung pelaku usaha sekaligus melindungi konsumen. Ketiga, peningkatan edukasi dan sosialisasi halal perlu dilakukan secara kolaboratif oleh pemerintah, pelaku industri, dan lembaga keagamaan agar kesadaran halal tumbuh secara menyeluruh di masyarakat. Dengan langkah-langkah tersebut, industri halal Indonesia diharapkan mampu berkembang secara kompetitif dan berkelanjutan di tingkat nasional maupun global (Hasan & Pasyah, 2022).

Pernyataan tersebut menegaskan bahwa pengembangan industri halal di Indonesia membutuhkan strategi yang terencana dan saling terintegrasi. Penguatan implementasi regulasi penting dilakukan agar kebijakan halal tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga efektif dan mudah diterapkan oleh pelaku usaha. Digitalisasi berperan sebagai instrumen pendukung untuk meningkatkan efisiensi layanan halal, transparansi proses, serta perlindungan konsumen. Sementara itu, edukasi dan sosialisasi halal menjadi kunci dalam membangun kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap pentingnya produk halal. Kolaborasi antara pemerintah, industri, dan lembaga keagamaan diharapkan mampu menciptakan ekosistem halal yang kuat, berdaya saing, dan berkelanjutan.

## SIMPULAN

Industri halal merupakan sektor strategis yang memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan industri halal, baik dari sisi pasar domestik, ketersediaan sumber daya, maupun peluang dalam perdagangan global. Perkembangan industri halal di Indonesia mencakup berbagai sektor, seperti makanan dan minuman, fesyen, kosmetik, farmasi, serta jasa keuangan syariah. Namun, besarnya potensi



tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal akibat berbagai tantangan, antara lain keterbatasan daya saing, belum optimalnya digitalisasi, serta kendala dalam implementasi regulasi dan sertifikasi halal. Oleh karena itu, pengembangan industri halal di Indonesia memerlukan strategi yang terintegrasi dan berkelanjutan. Strategi tersebut meliputi penguatan regulasi dan sistem jaminan produk halal, peningkatan kualitas sumber daya manusia, optimalisasi pemanfaatan teknologi digital, penguatan peran UMKM, serta pengembangan logistik dan ekosistem industri halal secara menyeluruh. Selain itu, kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan pemangku kepentingan lainnya menjadi kunci dalam mewujudkan industri halal yang berdaya saing dan berkeadilan. Dengan penerapan strategi yang tepat, industri halal Indonesia diharapkan mampu berkembang secara berkelanjutan dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian nasional maupun global.

## RUJUKAN

- Adinugraha, H. H., Fikri, M. K., & Andrean, R. (2024). Halal industry, digital economy, and creative economy: challenges and opportunities for MSMEs in Indonesia. *Journal of Islamic Economics Management and Business (JIEMB)*, 6(2), 155–182.
- Andini, N. P., & Malahayatie, M. (2024). Pilar-pilar Pendukung Keberlanjutan Industri Halal di Indonesia. *Taraadin: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 90–108.
- Apriliyani, F., Munajat, M., Fatmasari, D., & Jaelani, A. (2025). Digitalisasi Dan Transformasi Teknologi Dalam Pengembangan Industri Halal Di Era Ekonomi Digital: Digitalisasi dan Transformasi. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(2), 221–227.
- Aziz, M., Ghofur, A., & Hidayati, N. N. (2021). Regulation on the implementation of halal product assurance in Indonesia: Statute approaches study. *Ulul Albab: Jurnal Studi Dan Penelitian Hukum Islam*, 4(2), 209–230.
- Christianti, Y. D., Widodo, N. M., & Daroji, C. (2023). Halal Industry Development in Indonesia: Opportunities and Challenges Post Covid-19 Pandemic. *Proceeding of Saizu International Conference on Transdisciplinary Religious Studies*, 184–198.
- Daulay, A. S., Imsar, I., & Harahap, R. D. (2023). Strategi pengembangan pasar digital dalam mendukung industri fashion halal di Indonesia. *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 5(1), 1035–1042.
- Destriyansah, W., Imsar, I., & Harahap, M. I. (2023). Analysis of the influence of the halal industry on Indonesia's economic growth. *Wiga: Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 13(2), 232–245.
- Haryono, H. (2023). Strategi Pengembangan Industri Halal Di Indonesia Menjadi Top Player Global. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(02).
- Hasan, K. N. S., & Pasyah, T. (2022). Challenges of Indonesian halal industry in the digital economic era. *Sriwijaya Law Review*, 319–335.
- Irfany, M. I., & Rusydiana, A. S. (2022). Challenges in developing integrated halal industry in Indonesia. *Halal Tourism and Pilgrimage*, 2(1).
- Minarni, M. (2024). Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia Berbasis Maqashid Syaria'ah dan Etika Bisnis Islami. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(3), 3075–3086.
- Mukminin, A. (2024). Strategi Pengembangan Industri Halal. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 2(3), 469–482.
- Mundir, A., Mufida, M. S., & Robby, N. M. F. (2024). Strategi pengembangan bisnis halal di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 5(1), 55–63.
- Oktoviasari, V. A., Ananda, I. A., & Lutfi, M. (2025). Peta jalan industri halal di indonesia upaya meningkatkan daya saing global. *Sosial Dan Bisnis*, 3(4).
- Sirait, N. N., Sibarani, R., Rosmalinda, R., Robert, R., Saviera, L., & Rangkuti, L. H. Y. (2024). Optimization of Halal Product Guarantees in Indonesia: A Paradigm of Legal Certainty. *4th International Conference on Social Sciences and Law (ICSSL 2024)*, 1036–1046.

- Rahmawati, T. H., & Putra, Z. N. T. (2022). Overview industri halal di perdagangan global. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(2), 72–81.
- Zustika, A. F., & Nurendra, S. S. (2025). Opportunities and Challenges of Indonesia's Halal Industry: A Qualitative Analysis. *Asean Journal of Halal Industry*, 2(01), 1–10.