

## **Analisis Peluang, Tantangan, dan Strategi Industri Halal di Indonesia**

Rina Samsiyah Agustina<sup>1\*</sup>, Luluwatun Nazla<sup>2</sup>, Silva Nuraini<sup>3</sup>, Frida Aprilia Saqina<sup>4</sup>, Lina Marlina<sup>5</sup>

Universitas Siliwangi<sup>12345</sup>

Corresponding email: [rinasagustina202@gmail.com](mailto:rinasagustina202@gmail.com)

### **ARTICLE INFO**

#### **Article History**

Submission: 28-11-2024

Received : 18-01-2025

Revised : 16-05-2025

Accepted : 20-06-2025

#### **Keywords**

Opportunities

Challenges

Strategies

Halal Industry

### **ABSTRACT**

Indonesia as a country with the largest Muslim population in the world, has great potential in the halal industry. The term "halal" refers to products and services that comply with Islamic teachings and are free from haram substances. The purpose of this study is to analyze the opportunities, challenges and strategies for the halal industry in Indonesia. The research methodology used is descriptive qualitative research. This research is a library research that uses secondary data obtained through scientific articles and other relevant documents. With the world's largest Muslim population, Indonesia should be the leading halal industry developer. However, according to the Indonesian Global Islamic Indicator 2020/2021, in fact, Indonesia is still the largest buyer of halal food in the world today. However, Brazil is the largest exporter of halal food. Given that the majority of Indonesia's population is Muslim, there is significant potential in the domestic market for halal goods. The Indonesian government has committed to encourage the growth of the halal industry. This is covered in various laws and regulations that have been made to ensure that halal products meet the national standards set by the halal authorities.

#### **ABSTRAK**

Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, mempunyai potensi besar dalam industri halal. Yang dimaksud dengan "halal" adalah produk dan jasa yang sesuai dengan ajaran Islam dan bebas dari bahan haram. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peluang, tantangan dan strategi industri halal di Indonesia. Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan yang menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui artikel ilmiah dan dokumen lain yang relevan. Dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia seharusnya menjadi pengembang industri halal terkemuka. Namun menurut Indikator Islam Global Indonesia 2020/2021, nyatanya Indonesia masih menjadi pembeli makanan halal terbesar di dunia saat ini. Namun Brasil adalah eksportir makanan halal terbesar. Mengingat mayoritas penduduk Indonesia adalah Muslim, terdapat potensi besar di pasar domestik untuk barang-barang halal. Pemerintah Indonesia telah berkomitmen untuk mendorong pertumbuhan industri halal. Hal ini tercakup dalam berbagai peraturan perundang-undangan yang dibuat untuk memastikan produk halal memenuhi standar nasional yang ditetapkan oleh otoritas halal.

## Introduction

Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, memiliki potensi besar dalam industri halal. Istilah "halal" merujuk pada produk dan layanan yang sesuai dengan ajaran Islam dan bebas dari zat-zat haram. Permintaan global untuk produk halal semakin meningkat, mencakup berbagai sektor, termasuk makanan, minuman, kosmetik, farmasi, dan pariwisata. Dalam pandangan ini, analisis mendalam mengenai peluang, tantangan, dan strategi industri halal di Indonesia menjadi semakin penting untuk mengoptimalkan pertumbuhan dan kontribusi industri ini terhadap perekonomian negara.

Dengan populasi penduduk muslim terbesar di dunia sudah seharusnya Indonesia menjadi pengembang industri halal terdepan tetapi hal ini berbanding terbalik dengan kenyataan yang ada, sekarang ini Indonesia masih menjadi konsumen makanan halal terbesar di dunia. Sedangkan pengeksport terbesar makanan halal adalah Brazil. Berdasarkan *Global Islamic Indicator 2020/2021* Indonesia naik ke peringkat 4 (empat) yang sebelumnya pada tahun 2019/2020 menduduki posisi 5 (lima). Mengutip pernyataan Ma'ruf Amin (Purnamasari:2020) Indonesia mendapat posisi ke 4 (empat) *Global Islamic Indicator 2020/2021*(GIER) hal ini dikarenakan Indonesia menunjukkan kemajuan pesat dalam ekonomi Islam, bukan hanya karena jumlah konsumsi produk halal terbesar tetapi adanya kontribusi inovasi di industri ekonomi Islam yaitu industri makanan, fashion, kosmetik, farmasi, pariwisata, keuangan, media, dan rekreasi.

Industri halal merupakan industri yang menerapkan atau sesuai dengan standar Islam dari hulu hingga hilir (Kemenperin, 2019). Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia nomor 3 tahun 2014, industri merupakan seluruh kegiatan ekonomi yang mengelola bahan baku dan/atau memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan menghasilkan barang atau jasa yang memiliki nilai atau manfaat yang lebih tinggi. Sedangkan halal berasal dari bahasa Arab yaitu "halla" yang artinya diizinkan, dibolehkan, atau tidak dilarang dan merupakan lawan kata dari haram (Anastasya, 2020).

Industri halal memiliki peran strategis dalam meningkatkan perekonomian. Maka, sudah seharusnya industri halal dikembangkan di Indonesia. Industri halal telah menyumbang USD 3,8 miliar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia setiap tahunnya. Selain itu, industri halal juga telah menyumbang USD 1 miliar investasi dari investor asing dan membuka 127 ribu lapangan pekerjaan per tahunnya. Bila dioptimalkan lagi, industri halal dapat meningkatkan nilai ekspor dan cadangan devisa negara (Kementerian Keuangan Republik Indonesia 2019). Potensi Indonesia untuk mengembangkan industri Halal sangat besar baik dibidang industri makanan maupun lainnya, Indonesia dapat mencontoh Negara tetangga yaitu Malaysia yang mengembangkan produk halal secara industri. Potensi ini sebenarnya sudah didukung oleh peraturan perundang-undangan nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal. Hanya penerapannya yang harus ditingkatkan lagi agar dapat mencapai target yang ditentukan.

## Method

Metodologi Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan yang menggunakan data sekunder yang didapatkan melalui artikel ilmiah maupun dokumen lainnya yang relevan. Data yang didapatkan tersebut kemudian dianalisis dengan menghasilkan penjelasan deskriptif berupa kata-kata, gambar maupun simbol yang dihubungkan dengan objek penelitian ini. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dalam tiga tahapan, yaitu reduksi data, kategorisasi data, dan verifikasi data. Reduksi data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyeleksi semua data melalui pemotongan dan penyederhanaan data yang ada sesuai dengan topik penelitian.

Selanjutnya metode yang dilakukan adalah kategorisasi data yang sudah direduksi disesuaikan dengan topik penelitian Analisis peluang, tantangan dan strategi Industri halal di Indonesia. Adapun tahapan yang terakhir adalah verifikasi data untuk menarik konklusi yang merupakan interpretasi peneliti terhadap data. Verifikasi dilakukan dengan teknik triangulasi, yaitu mengkomparasikan antara satu sumber data dengan sumber data lainnya (Fathoni, 2020).

## Literatur Review

### Produk halal dan Industri halal

Halal memiliki arti yang diperbolehkan sesuai dengan syariat Islam. Dengan kata lain suatu Produk atau jasa dapat dikatakan halal apabila tidak bertentangan dengan ajaran islam mulai dari cara memperolehnya, mengolahnya hingga dikonsumsi. Di Indonesia produk halal mengacu kepada Undang-Undang RI Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. Pada Pasal 1 disebutkan produk adalah barang dan/atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa industri, serta barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat.

Ditinjau dari pengertian, istilah lain dari industri halal adalah industri syariah atau industri Islam. Secara etimologi, halal didefinisikan sebagai objek atau suatu aktifitas yang diperintahkan oleh Alquran dan Sunnah. Adapun secara terminologi industri mencakup semua barang dan jasa yang diolah atau diproduksi oleh kegiatan ekonomi. Industri halal adalah industri yang menghasilkan barang dan jasa halal menurut syariah. Istilah halal juga digunakan pada makanan halal, dapur, kode pakaian, peralatan makanan, logo, dan sertifikat halal (Razalia, Ramadhan, Angga Syahputra, 2021).

### Lembaga penyelenggara jaminan produk halal

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dibentuk untuk menjamin kehalalan suatu produk di Indonesia. Lembaga ini berada dalam naungan Kementerian Agama, yang berfungsi sebagai penjamin kehalalan setiap produk yang masuk, beredar di masyarakat dan diperjualbelikan di Indonesia sesuai dengan UU No. 33 Tahun 2014. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) bekerja sama dengan Majelis Ulama Indonesia (MUI). BPJPH melakukan tugas Pendaftaran Halal, Sertifikasi Halal, pemeriksaan

kehalalan, serta melakukan pembinaan dan pengawasan kehalalan suatu produk. Kerjasama dengan seluruh stakeholder terkait, serta menetapkan standard kehalalan sebuah produk. Sedangkan Majelis Ulama Indonesia (MUI) menetapkan kehalalan produk dengan dikeluarkannya keputusan penetapan halal produk.

## Results and Discussion

### Peluang dalam Industri Halal di Indonesia

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

Dukungan pemerintah juga menjadi potensi besar industri makanan halal di Indonesia. Dukungan pemerintah ini terlihat dari pembentukan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai amanat dari Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. BPJPH disahkan pada tanggal 27 Oktober 2017 dan memiliki kedudukan di bawah Kementerian Agama. Pembentukan BPJPH telah mentransformasi penyelenggaraan jaminan produk halal di Indonesia dari yang awalnya bersifat sukarela (*voluntary*) menjadi kewajiban (*mandatory*). Hal ini dilakukan dalam rangka memberi keamanan dan kenyamanan kepada konsumen muslim serta untuk melejitkan industri halal di Indonesia, khususnya industri makanan halal (Fathoni, 2020).

Adapun beberapa cara yang bisa dilakukan yakni Pertama, meningkatkan nilai ekspor industri halal. Komoditas halal di Indonesia sangat berpotensi untuk diekspor oleh Indonesia adalah makanan halal dan busana muslim. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, untuk mendorong nilai ekspor maka langkah yang harus dilakukan adalah meningkatkan produksi komoditas disertai dengan peningkatan kualitas serta penetapan harga yang kompetitif. Kedua, meningkatkan potensi pariwisata halal. Pariwisata halal adalah sektor yang paling berpotensi untuk mendorong peningkatan cadangan devisa. Terlebih Indonesia telah mendapat banyak penghargaan dalam konteks wisata halal. Maka, hal yang harus kita lakukan adalah dengan meningkatkan kualitas pariwisata halal Indonesia dengan menyusun strategi yang tepat sasaran. Strategi yang dapat kita lakukan yaitu dengan menguatkan integrasi paket wisata, meningkatkan kualitas sumber daya manusia. (SDM), membuat regulasi yang mendukung dan memanfaatkan perkembangan teknologi (Tim

Publikasi Katadata 2020). Ketiga, meningkatkan peran industri keuangan syariah dalam rangka mewujudkan inklusi keuangan. Industri keuangan syariah bisa digunakan untuk mendukung akses permodalan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang bergerak di sektor halal melalui pembiayaan. Modal ini bisa digunakan untuk ekspansi usaha. Bayangkan saja, bila ada banyak UMKM yang mengekspansi usahanya, maka kegiatan produksi akan meningkat. Peningkatan produksi ini bisa membawa komoditas halal Indonesia menuju perdagangan internasional. Di samping itu, program inklusi keuangan juga memberikan kemudahan dalam transaksi pembayaran bagi UMKM. Jika semakin banyak UMKM yang bertransaksi melalui industri keuangan syariah, maka akan terjadi peningkatan market share industri keuangan syariah. Dampaknya, industri keuangan syariah akan semakin menguat sehingga dapat memberikan dampak yang lebih luas untuk mensejahterakan masyarakat.

#### Tantangan dalam Industri Halal di Indonesia

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

Sementara itu, tantangan internal yang dialami Indonesia yaitu: pertama, kurangnya halal awareness pada masyarakat Indonesia. Selain itu, pemahaman masyarakat Indonesia terhadap konsep halal masih dirasa kurang. Ada banyak masyarakat Indonesia yang menganggap bahwa semua produk di pasar adalah produk halal (Pryanka, 2018). Halal awareness memiliki keterkaitan dengan religiusitas dan pengetahuan mengenai konsep halal. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Nusran, dkk, 2018), religiusitas memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap perilaku konsumsi produk halal dibanding pengetahuan terhadap suatu produk halal. Ada juga penelitian yang dilakukan oleh (Kartika, 2020; Kurniawati dan Savitri, 2019) yang menyatakan bahwa halal awareness dipengaruhi oleh

tingkat keyakinan agama, alasan kesehatan, label/logo halal, dan tingkat eksposur yang baik. Selain itu, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Yasid, dkk, 2016), halal awareness dipengaruhi oleh kepercayaan agama, identitas diri dan paparan media.

Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia

- Penguatan Sertifikasi dan Standar: Meningkatkan efisiensi dan keseragaman dalam proses sertifikasi halal untuk mengurangi biaya produksi dan meningkatkan daya saing produk Indonesia.
- Inovasi Produk dan Teknologi: Mengadopsi teknologi baru dan inovasi dalam produksi produk halal untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik pasar.
- Promosi dan Pemasaran Global: Meningkatkan upaya promosi dan pemasaran produk halal Indonesia secara internasional untuk mencapai pangsa pasar yang lebih luas.
- Rekonstruksi upaya-upaya dan kebijakan yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah

Kebijakan ini dimaksudkan tidak hanya untuk mempermudah regulasi yang ada, melainkan juga untuk mendukung pengusaha-pengusaha mikro. Menurut penulis salah satu upaya yang harus dilakukan adalah membangun brand marketing. Untuk membangun brand marketing setidaknya Pemerintah daerah memerlukan proses kreatif seperti pembuatan logo, penentuan slogan, dan mendefinisikan pesan yang hendak disampaikan. Pada dasarnya, brand marketing mengintegrasikan brand dengan kegiatan usaha dan berbagai kegiatan kreatif lainnya yang bertujuan untuk membentuk persepsi pelanggan. Seperti yang dilansir oleh Ektrut untuk menjalankan brand marketing setidaknya dibutuhkan beberapa strategi di antaranya adalah: membuat marketing strategy dan marketing plan, memilih tools dan konten yang tepat untuk digital marketing, identifikasi target pelanggan, bangun kerjasama dengan berbagai pihak.

Selain itu, pengajuan sertifikat halal harus dilakukan dengan profesional. Selama ini mekanisme pengajuan sertifikat halal diawali dengan surat pengajuan oleh pelaku usaha kepada BPJPH atau LPPOM, jika belum terbentuk BPJH daerah. Kemudian BPJH menetapkan lembaga pemeriksa halal (LPH). Selanjutnya, LPH menyerahkan hasil pemeriksaan dan pengujian kehalalan produk kepada BPJPH untuk disidangkan internal. Hasil sidang internal disampaikan kepada Majelis Ulama Indonesia (MUI) guna mendapatkan penetapan kehalalaln produk. Jika sidang internal auditor tidak menemukan hal yang menyebabkan produk tidak memenuhi standar kehalalan produk, maka akan ditolak dan selanjutnya pelaku usaha dapat kembali mengajukan setelah semua dirasa cukup.

## Conclusion

Populasi Muslim terbesar di dunia, 200 juta orang atau lebih, terdapat di Indonesia. Konsumsi produk halal yang meningkat karena tekanan masyarakat dan tingkat kesadaran yang meningkat menyebabkan permintaan produk halal di Indonesia cukup signifikan. Ini menciptakan pasar yang besar bagi bisnis yang ingin berinvestasi di industri halal. Mengingat mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, terdapat potensi yang signifikan

di pasar domestik untuk barang halal. Pemerintah Indonesia telah berkomitmen untuk mendorong pertumbuhan industri halal. Hal ini tercakup dalam berbagai undang-undang dan peraturan yang telah dibuat untuk memastikan bahwa produk halal memenuhi standar nasional yang telah ditetapkan oleh otoritas halal.

Pemerintah Indonesia telah membuat komitmen untuk mempromosikan industri halal melalui kebijakan dan inisiatif yang bermanfaat. Dengan populasi muslim terbesar di dunia, Indonesia seharusnya menjadi pengembang industri halal terdepan. Namun, faktanya, Indonesia masih menjadi pembeli makanan halal terbesar di dunia saat ini. Namun, Brazil adalah negara eksportir makanan halal terbesar. Menurut Indikator Islamic Global 2020/2021 Indonesia.

### References

- Akbar, F. M. A. (2020). ANALISIS TANTANGAN DAN PELUANG PENGEMBANGAN UMKM HALAL DALAM ERA PASAR NASIONAL. *Zhafir /Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 2(2).
- Fathoni, M. A. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>
- Herianti, H., Siradjuddin, S., & Efendi, A. (2023). Industri Halal Dari Perspektif Potensi Dan Perkembangannya Di Indonesia. *Indonesia Journal of Halal*, 6(2), 56–64. <https://doi.org/10.14710/halal.v6i2.19249>
- Jakiyudin, A. H., & Fedro, A. (2022). *Sehati: Peluang Dan Tantangan Pemberian Sertifikasi Halal Gratis Bagi Pelaku UMK Di Indonesia*. 07(02)
- Putri, H. D., Batubara, I. W. S., & Aisyah, S. (2022). Analisis manajemen rantai pasok halal di Indonesia. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 2116-2125.
- Qoniah, R. (2022). Tantangan dan Strategi Peningkatan Ekspor Produk Halal Indonesia di Pasar Global. *Halal Research Journal*, 2(1), 52–63. <https://doi.org/10.12962/j22759970.v2i1.246>
- Razalia, Ramadhan, Angga Syahputra, dan A. K. U. (2021). Industri Halal di Aceh: Strategi dan Perkembangan. *Jurnal Al-Qardh*, 6(1), 17–29. <https://e-journal.iain-palangkaraya.ac.id/index.php/qardh/article/view/2733>
- Samsul, S., Muslimin, S., & Jafar, W. (2022). Peluang dan Tantangan Industri Halal Indonesia Menuju Pusat Industri Halal Dunia. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 4(1), 12-24

Sulistiani, S. L. (2019). Analisis Maqashid Syariah Dalam Pengembangan Hukum Industri Halal Di Indonesia. *Law and Justice*, 3(2), 91–97.  
<https://doi.org/10.23917/laj.v3i2.7223>