



Industri Halal Fashion dari Perspektif dan Perkembangannya di Indonesia

Herianti Herianti¹, Siradjuddin Siradjuddin², Ahmad Efendi²

¹Institut Agama Islam Negeri Bone, Sulawesi Selatan, Sulawesi

²Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar, Sulawesi Selatan, Makassar

*)Corresponding author: anthysuhardi@gmail.com

(Received: July 07, 2023; Accepted: September 13, 2023)

Abstract

With more than 200 million people who are Muslim, Indonesia is one of the main markets for producers of halal products. The halal product business is very promising in our country, so this article will examine the position of the Indonesian halal industry in its development. This research focuses on the government's role in exploring the potential and development of the halal industry in Indonesia. This article uses a literature review or literature study before conducting a descriptive analysis of the solutions and results. The search results from various related journals, books and several reports related to the topic of discussion, the result is that there is a lot of room for growth in the halal industry, which has experienced very rapid development in recent years, especially in the field of halal food and beverages. , halal clothing, halal tourism, and halal finance. The government has also supported other potential sectors, such as halal medicines, media and the environment. The current development and halal industry has enormous potential to improve the country's economy. There is great potential, there are many challenges to be faced, such as a lack of public awareness about halal and a low level of halal literacy. So, this article can be part of increasing public knowledge about halal and then being part of the development of the halal industry in Indonesia.

Keywords: Halal Industry, Potential, Development, and Economic Growth

Abstrak

Dengan lebih dari 200 juta orang yang beragama muslim, Indonesia menjadi salah satu pasar utama bagi produsen produk halal. Bisnis produk halal sangat menjanjikan di negara kita, jadi artikel ini akan mengkaji posisi industri halal Indonesia dalam pengembangannya. Penelitian ini berfokus pada peran pemerintah dalam menggali potensi dan pengembangan industri halal di Indonesia. Artikel ini menggunakan literatur review atau studi kepustakaan sebelum melakukan analisis deskriptif tentang solusi dan hasil. Hasil penelusuran dari beragam jurnal terkait, buku dan beberapa laporan-laporan terkait dengan topik pembahasan Hasilnya adalah bahwa ada banyak ruang untuk pertumbuhan di industri halal, yang telah mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir, terutama di bidang makanan dan minuman halal, pakaian halal, pariwisata halal, dan keuangan halal. Pemerintah juga telah mendukung sektor-sektor potensial lainnya, seperti obat-obatan halal, media, dan lingkungan. Perkembangan dan industri halal saat ini memiliki potensi yang sangat besar untuk meningkatkan ekonomi negara. Tantangan yang akan dihadapi juga banyak, seperti kurangnya kesadaran masyarakat tentang halal dan tingkat literasi halal yang rendah. Jadi, artikel ini dapat menjadi bagian dari meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang halal dan kemudian menjadi bagian dari pengembangan industri halal di Indonesia.

Kata Kunci: Industri Halal, Potensi, Pengembangan, dan Pertumbuhan Ekonomi

How to Cite This Article: Herianti, H., S. Siradjuddin., A. Efendi (2023), Industri Halal dari Perspektif Potensi dan Perkembangannya di Indonesia, 6(2), 56-64, DOI: 10.14710/halal.v6i2.19249

PENDAHULUAN

Pemerintah Indonesia memiliki peranan penting dalam mendorong pertumbuhan industri halal di negara ini. Dalam beberapa tahun terakhir, pemerintah telah mengeluarkan berbagai kebijakan dan regulasi untuk memfasilitasi pertumbuhan industri halal. Namun, masih terdapat tantangan yang perlu diatasi agar industri halal dapat berkembang dengan optimal. Indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan industri halal karena merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia. Industri halal mencakup berbagai sektor, seperti makanan dan minuman, farmasi, kosmetik, pariwisata, dan sektor lainnya yang memenuhi standar halal sesuai dengan ajaran agama Islam. (Kreatif., 2019) Potensi industri halal di Indonesia sangat besar, mengingat mayoritas penduduknya adalah Muslim yang membutuhkan produk dan layanan halal. Potensi tersebut tidak hanya di kalangan masyarakat Indonesia saja, namun juga masyarakat dunia. Sebuah pernyataan dibuat oleh Guru Besar Bidang Bioteknologi Kelautan Perikanan Nutrigenomic Sukoso oleh Sindonews, yang menyatakan bahwa industri halal sangat diminati oleh negara-negara dengan mayoritas penduduk muslim serta negara-negara dengan minoritas muslim di seluruh dunia. (Samsul et al., 2022). Hal ini terbukti dari prospek industri halal yang terus meningkat setiap tahunnya. Menurut laporan dari *State of The Global Islamic Report* (2022), bahwa pada tahun 2021 ada sekitar 1,9 miliar penduduk muslim dunia menghabiskan setara USD 2 Triliun di sector industry halal. Pengeluaran ini tumbuh sebesar 8,9 % dari tahun sebelumnya, dengan aset keuangan islam tumbuh 7,8 % menjadi USD 3,6 Triliun dari USD 3,4 Triliun ditahun sebelumnya. Dan dalam laporan ini pengeluaran Muslim diperkirakan mencapai US\$2,8 triliun pada tahun 2025 dengan Tingkat Pertumbuhan Tahunan Kumulatif (CAGR) selama 4 tahun sebesar 7,5%. (Dinar Standard & Salam Gateway, 2022).

Seperti yang ditunjukkan oleh informasi sebelumnya, peningkatan gaya hidup halal di seluruh dunia berdampak pada permintaan produk halal. Banyak negara berkonsentrasi pada bisnis yang menjual barang halal, di mana persyaratan kehalalan barang disesuaikan dengan undang-undang Islam. Industri produk halal telah berkembang di negara-negara maju, termasuk negara-negara dengan populasi minoritas Muslim seperti Amerika Serikat. Namun, kebiasaan makan dan berbelanja di negara-negara lain disesuaikan dengan standar halal. Tumbuhnya jumlah perdagangan, kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan, serta berbagai inisiatif untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat adalah tanda penting bahwa pelaku industri benar-benar memahami konsep halal. (Yulia, 2015) konsep halal akan memengaruhi perubahan sosial dengan mencapai keselamatan publik, kualitas hidup yang baik, penciptaan kembali, dan tempat tinggal yang nyaman.

Dengan populasi muslim lebih dari 200 juta orang, Indonesia menjadi salah satu pasar utama bagi produsen produk halal. Bisnis produk halal di negara kita sangat menjanjikan dan potensial. Kapasitas Indonesia sebagai konsumen dan produsen sangat besar

karena mayoritas penduduknya adalah Muslim. Jika kebutuhan akan produk halal dapat dipenuhi secara mandiri, itu pasti akan menjadi pilar ekonomi negara. Saat ini, impor masih mendominasi bisnis produk halal dalam negeri. Dalam hal ini, semua pihak terkait, baik pemerintah maupun swasta, harus berusaha semaksimal mungkin untuk menciptakan lingkungan baru yang mendukung pengembangan produk halal di negara ini. Sangat penting untuk berusaha keras untuk mendorong pertumbuhan industri produk halal Indonesia jika kita ingin mampu mengimbangi perdagangan produk halal di seluruh dunia. (Ahla et al., 2020) Untuk dapat menggerakkan sektor riil dan menumbuhkan ekonomi nasional, kita membutuhkan produk halal yang dapat diterima dan disukai masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat untuk pengembangan industri produk halal Indonesia.

Pemerintah telah mengeluarkan kerangka hukum untuk pengembangan industri produk halal di negeri ini, salah satunya adalah Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, yang mencakup hal-hal seperti perlindungan, keadilan, kepastian hukum, akuntabilitas dan transparansi, efektivitas dan efisiensi, serta profesionalisme. Dijelaskan bahwa produsen dapat menghasilkan lebih banyak uang dengan membuat dan menjual barang halal dengan jaminan halal. Selain itu, JPH dapat membantu pertumbuhan ekonomi negara dengan meningkatkan daya saing produk di pasar global. (Nasrullah, 2018) Pemerintah membuat kerangka hukum dan lembaga yang menangani industri produk halal, seperti BPJPH (Badan Penyelenggara Penjaminan Produk Halal).

Meskipun memiliki banyak potensi, industri halal Indonesia masih menghadapi beberapa masalah. Salah satu masalah utama adalah kurangnya pemahaman dan kesadaran akan pentingnya sertifikasi halal. Banyak pelaku industri yang belum sepenuhnya memahami prosedur dan standar yang diperlukan untuk sertifikasi halal. Selain itu, belum ada infrastruktur dan teknologi yang diperlukan untuk mendukung pertumbuhan industri halal. Untuk meningkatkan kualitas dan inovasi produk halal, juga diperlukan investasi dalam penelitian dan pengembangan.

Pengembangan industri halal memiliki relevansi yang tinggi dalam industri saat ini. Permintaan produk halal terus meningkat baik di dalam maupun luar negeri. Dalam beberapa tahun terakhir, terjadi peningkatan kesadaran konsumen terhadap produk halal dan kebutuhan akan sertifikasi halal yang sah. Hal ini menciptakan peluang besar bagi pelaku usaha untuk memasuki pasar halal dan meningkatkan daya saing mereka. Selain itu, industri halal juga dapat menjadi sumber pertumbuhan ekonomi yang signifikan bagi Indonesia. Dengan mengembangkan industri halal, Indonesia dapat menarik investasi, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan ekspor produk halal. Hal ini akan berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi negara dan kesejahteraan masyarakat.

Dalam konteks global, Indonesia juga memiliki potensi untuk menjadi pusat industri halal dunia. Dengan populasi Muslim yang besar dan kekayaan

sumber daya alam yang melimpah, Indonesia dapat menjadi pemain utama dalam pasar halal global. Oleh karena itu, peran pemerintah dalam mendorong pengembangan industri halal sangat penting untuk memanfaatkan potensi ini dan menjadikan Indonesia sebagai pemimpin dalam industri halal. Dengan demikian berdasarkan ulasan tersebut diatas maka menjadi sesuatu hal yang menarik untuk diulas dalam artikel ini terkait masalah potensi dan pengembangan industry halal di Indonesia .

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan merupakan jenis studi kepustakaan (review literatur). Penelitian ini mengumpulkan data dan informasi dari berbagai literatur dan sumber sekunder, seperti referensi jurnal, laporan, informasi web, dan lainnya, yang berkaitan dengan topik yang dibahas dalam tulisan ini. Kemudian, penulis mengolah dan mengembangkan data tersebut untuk menghasilkan kesimpulan yang adil tentang topik yang dibahas.

a. Deskripsi Industri Produk Halal

Dalam kajian ini deskripsi tentang produk halal mengacu pada Undang-Undang RI Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. Dalam Pasal 1 disebutkan produk adalah barang dan/atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang guna yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat. (Nasrullah, 2018). Produk (barang dan jasa) yang sesuai dengan syariat Islam sering disebut sebagai industri halal. Produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam.

Dalam pelaksanaannya, UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal mengatur industri halal, antara lain. UU tersebut bertujuan untuk menjamin kebebasan setiap orang untuk memeluk agama mereka sendiri, dan negara bertanggung jawab untuk memberikan perlindungan dan jaminan tentang kehalalan produk. UU tersebut mempertegas bahwa produk yang beredar di Indonesia bukan hanya makanan dan minuman; itu juga mencakup kosmetik, obat-obatan, produk kimiawi, produk perawatan kulit, dan produk kosmetik. Selain itu, undang-undang ini mengatur industri halal, seperti pariwisata, travel, media, dan hiburan. Saat ini, halal menjadi *lifestyle* di kalangan masyarakat, Menggiatkan gaya hidup halal dapat dimulai dengan memastikan produk yang dipilih dijamin halal dengan melihat ada tidaknya label halal pada kemasan atau yang ditunjukkan. Label halal pada suatu produk dapat digunakan sebagai panduan bagi konsumen dalam membeli yang akan dikonsumsi. Ini akan menjadi kebutuhan akan terwujudnya kesiapan yang handal, tangguh serta unggul dalam pembangunan dibidang produk halal domestik. Dengan menjadikan halal sebagai gaya hidup, untuk menyongsong kesuksesan pembangunan dibidang produk halal dalam negeri.

Peran yang dilakukan oleh pemerintah untuk mendorong pertumbuhan industri halal di Indonesia Fokus utama akan diberikan pada kebijakan dan tin-

dakan pemerintah untuk mendorong pertumbuhan industri halal, seperti peraturan, insentif, dan bantuan lainnya. Selain itu, akan dibahas dampak dari peran pemerintah dalam pengembangan industri halal terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan daya saing Indonesia di pasar global. (Abdullah, 2018). Selanjutnya, dampak dari peran pemerintah dalam pengembangan industri halal di Indonesia hanya akan berbicara tentang pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan daya saing industri halal di pasar global. Selain itu, juga akan membahas bagaimana industri halal meningkatkan daya saingnya di pasar global.

b. Ruang Lingkup Industri Halal

Industri halal pertama kali muncul karena kebutuhan konsumen muslim akan makanan halal. Ini berkembang seiring dengan kesadaran umat Islam akan pentingnya menerapkan nilai-nilai syariah dalam kehidupan yang lebih luas, seperti yang ditunjukkan oleh peningkatan ekonomi syariah, bank syariah, wisata halal, dan lainnya. Dalam reaksi terhadap pertumbuhan bisnis halal saat ini, beberapa fitur muncul, termasuk yang berikut: (Saepudin, 2022)

1. Meski halal berkaitan dengan kekhususan umat Muslim dalam konsumsi dan penggunaannya, produk halal tidak hanya diperuntukkan bagi Muslim, tetapi dapat diperuntukkan bagi seluruh umat manusia.
2. Secara khusus bagi Muslim, halal merupakan pemenuhan terhadap persyaratan keamanan secara religius (*spiritual safety concern*), sedangkan secara umum, bagi konsumen dan pelaku industri, halal merupakan pemenuhan persyaratan mutu, keamanan dan kesehatan dalam penggunaan dan konsumsi produknya (*Quality and Health concern*).
3. Produk halal yang diperdagangkan adalah produk yang telah di audit kehalalannya melalui proses sertifikasi halal oleh lembaga audit halal dengan persetujuan lembaga Ulama Islam suatu negara. Sertifikat halal merupakan fatwa tertulis suatu lembaga Ulama Islam atas produk dan jasa yang telah lulus dalam proses sertifikasi halal .
4. Pelaku bisnis halal dapat merupakan produsen dari negara-negara muslim ataupun non-muslim selama terpenuhinya hal-hal mendasar atau *kham-su halaalaat* kehalalan sebuah produk harus mencakup beberapa hal berikut, baik itu sumber daya manusianya, bahan baku, proses bahkan hingga pada pembiayaannya.

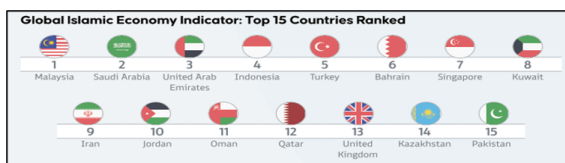


Gambar 1. Cakupan Sektor Industri Halal

Perilaku konsumsi universal sangat terkait dengan kekuatan pasar halal di seluruh dunia. Semua aspek kehidupan manusia dipengaruhi oleh agama Islam, termasuk cara mereka mengonsumsi makanan. Perilaku konsumsi ini mempengaruhi banyak hal, termasuk sektor makanan dan katering, sistem keuangan, pariwisata, penampilan, pendidikan, amal, dan infrastruktur yang mendukung industri halal. Ini memiliki daya tarik universal karena memenuhi standar kualitas seperti nutrisi yang baik, ramah lingkungan, aman, terpelihara, dan bersih. Akibatnya, di masa depan, produk halal akan diposisikan tidak hanya untuk orang Islam, tetapi untuk semua orang karena daya tarik tingkah laku pelanggan. Pada uraian selanjutnya akan dibahas potensi pasar halal di seluruh dunia dan di Indonesia.

c. **Positioning Industri Halal Indonesia**

Indonesia dengan potensi jumlah penduduk muslim yang besar diperkirakan akan menjadi negara dengan ekonomi halal terkuat di dunia, (Izhar Ariff Mohd Kashim et al., 2023) jika hal tersebut diikuti dengan upaya mengoptimalkan usahanya pengembangan industri halal. *The Global Islamic Economy Indicator* (GIEI) menilai posisi negara-negara yang saat ini berada pada posisi terbaik untuk mengatasi peluang ekonomi halal global bernilai triliunan dolar .



Gambar 2. Positioning Industri Halal Indonesia

Data diatas diperoleh dari *State of the Global Islamic Economic Report 2022*, dan menunjukkan bahwa posisi Indonesia secara global menempati urutan ke 4 (empat) dari segi pengembangan ekonomi islam. Hasil Akumulasi tersebut diperoleh dari penjabaran *indicator score rank Global Islamic Economic*.



Gambar 3. Positioning Sektor Industri Halal Indonesia

Berdasarkan rilis data diatas, menunjukkan bahwa dalam sector keuangan islam Indonesia menempati posisi ke-6, halal food posisi ke 2, kemudian halal fashion di posisi ke-3, obat-obatan dan kosmetik halal masih di posisi ke-9.

	GIEI	Islamic Finance	Halal Food	Muslim-Friendly Travel	Modest Fashion	Pharma and Cosmetics	Media and Recreation
1 Malaysia	207.2	426.9	123.4	193.5	46.0	83.9	97.3
2 Saudi Arabia	97.8	218.6	56.6	69.2	19.3	34.3	29.7
3 UAE	90.2	114.6	63.3	78.6	171.8	53.6	63.8
4 Indonesia	68.5	91.0	71.1	58.0	68.0	46.3	26.8
5 Turkey	67.3	51.0	69.8	106.7	95.1	55.0	53.5
6 Bahrain	66.7	121.9	44.5	89.3	18.6	29.1	30.1
7 Singapore	65.0	45.0	57.8	107.1	48.3	107.9	78.5
8 Kuwait	62.1	115.5	43.1	69.0	17.5	29.6	29.2
9 Iran	56.0	90.3	48.1	52.1	25.4	42.3	24.9
10 Jordan	51.8	72.1	51.3	58.4	19.3	44.6	25.7
11 Oman	47.8	74.5	46.1	43.2	20.2	26.9	25.9
12 Qatar	46.9	73.4	43.4	40.1	21.6	26.2	30.8
13 United Kingdom	46.1	49.0	47.4	31.4	41.9	45.2	52.9
14 Kazakhstan	45.2	46.0	59.2	60.8	26.6	22.7	26.4
15 Pakistan	44.9	65.7	48.3	38.7	26.4	30.9	11.0

Gambar 4. Positioning Industri di Dunia

Dengan melihat rilis data diatas maka Indonesia seharusnya layak berada di urutan teratas, dimana Indonesia memiliki populasi Muslim terbesar di dunia dengan jumlah penduduk muslim per 31 Desember 2021 sebanyak 237, 53 Juta jiwa dari total jumlah penduduk keseluruhan berjumlah 270, 20 Juta jiwa (Sensus Penduduk 2020, BPS) dengan sekitar 86,9 % penduduk muslim yang mewakili sekitar 13 persen dari populasi Muslim global. Dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, secara otomatis berkontribusi pada kemampuan belanja produk halal.

Menurut *Global Muslim Travel Index* (GMTI), pariwisata halal Indonesia menempati posisi kedua di antara destinasi wisata halal/ halal tourism di tahun 2022. Dengan pertumbuhan industri halal di seluruh dunia, Indonesia berharap dapat menjadi pemimpin industri halal global. Hal itu tercermin pada antusiasnya pertumbuhan ekonomi selama beberapa dekade terakhir ini, dan pendapatan per kapita selama 50 tahun terakhir mengalami lonjakan hampir enam kali lipat. Dengan demikian, Indonesia mentargetkan pertumbuhan ekonomi yang cukup besar, bertujuan untuk menjadi negara industri pada 2025-2030, dengan rencana ekonomi jangka panjang dengan target USD 4 triliun dalam PDB pada tahun 2025, dan USD 15 triliun pada PDB pada 2040-45. (Saepudin, 2022)

d. **Peluang dan Potensi Industri Halal Indonesia**

Ditargetkan untuk menjadi pusat industri halal dunia pada tahun 2024, industri halal Indonesia memiliki peluang unik untuk mengembangkan industri halal, yang telah menjadi tren di masyarakat global. (Kusnadi, 2018) Beberapa aspek yang menjadi peluang industri halal Indonesia antara lain:

1. Aspek Pengakuan Global, melihat rilis sebelumnya pada *Gambar 2*, Dimana Indonesia memiliki potensi dan peluang besar ke depan untuk menjadi salah satu negara pelopor industri halal dunia. Namun demikian tetap memerlukan perhatian dan dukungan dari sektor keuangan syariah sebagai mitra yang dapat membantu laju pertumbuhan dan perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang industri halal dan juga berperan dalam menopang perekonomian negara. Diketahui bahwa UMKM telah menyerap lebih dari 80 persen tenaga kerja Indonesia, yang menunjukkan bahwa betapa besar peran UMKM dalam mendorong perekonomian di tanah air. (Samsul et al., 2022)
2. Aspek Keuangan Syariah, Bahkan di tengah pan-

demi, keuangan syariah Indonesia terus berkembang dari tahun ke tahun. Menurut Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2020 Otoritas Jasa Keuangan (OJK mencatat bahwa di masa pandemi Covid-19 Tahun 2020 aset keuangan syariah Indonesia mampu tumbuh 22,71% (yoy) menjadi Rp1.801,40 triliun dari tahun sebelumnya yang sebesar Rp1.468,07 triliun. Hal tersebut memberi gambaran bahwa keuangan syariah Indonesia memiliki kemampuan beradaptasi dan bertumbuh yang signifikan bahkan di masa pandemi sekalipun dan juga memberikan kontribusi yang nyata bagi pertumbuhan ekonomi nasional. (IFDI, 2022). Bahkan di tengah pandemi, keuangan syariah Indonesia terus berkembang dari tahun ke tahun. Berdasarkan Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2020, yang dirilis oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), aset keuangan syariah Indonesia mampu tumbuh 22,71% (yoy) dari tahun sebelumnya sebesar Rp1.468,07 triliun menjadi Rp1.801,40 triliun. Ini menunjukkan bahwa keuangan syariah Indonesia memiliki kemampuan untuk beradaptasi dan berkembang pesat bahkan selama pandemi. (KNEKS, 2020) Adapun Program utama untuk melaksanakan strategi ini adalah sebagai berikut:

- a) Menciptakan dana halal nasional untuk mendukung pertumbuhan industri halal dan mempercepat pertumbuhan sentra produksi halal yang berorientasi ekspor.
 - b) Menciptakan Dewan Layanan Keuangan Sosial Islam (IIFSB) yang berpusat di Indonesia sebagai pusat pengembangan keuangan sosial Islam di seluruh dunia.
 - c) Mengintegrasikan sektor ZISWAF, fiskal, dan komersial untuk meningkatkan jangkauan dan inklusivitas dalam melayani seluruh segmen produksi.
 - d) Membangun rangka kerja dan indikator untuk kebijakan moneter, makroprudensial, dan makroekonomi.
 - e) Mendirikan Bank BUMN Syariah.
3. Aspek Makanan Halal (*Halal Food*), Sebagai hasil dari Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, pemerintah telah membentuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), yang disahkan pada tanggal 27 Oktober 2017, dan berada di bawah Kementerian Agama. Pembentukan BPJPH telah mengubah penyelenggaraan jaminan produk halal di Indonesia dari yang awalnya bersifat sukarela menjadi kewajiban. Ini dilakukan untuk meningkatkan industri halal di Indonesia, terutama industri makanan halal, dan memberi konsumen muslim rasa aman dan kenyamanan. (Fathoni, 2020) Sebagai hasil dari Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, pemerintah telah membentuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk

Halal (BPJPH), yang disahkan pada tanggal 27 Oktober 2017, dan berada di bawah Kementerian Agama. Pembentukan BPJPH telah mengubah penyelenggaraan jaminan produk halal di Indonesia dari yang awalnya bersifat sukarela menjadi kewajiban. Ini dilakukan untuk meningkatkan industri halal di Indonesia, terutama industri makanan halal, dan memberi konsumen muslim rasa aman dan kenyamanan.

4. Aspek Wisata Halal (*Halal Tourism*), Indonesia adalah negara kepulauan dengan banyak potensi alam yang indah dan cantik, termasuk pantai, gunung, dan danau, yang masing-masing memiliki keindahan dan keunikan tersendiri yang dinikmati oleh wisatawan, baik wisatawan domestik maupun asing. Indonesia memiliki banyak sumber daya alam yang luar biasa dan banyak suku dan budaya yang berbeda, yang menarik wisatawan. Keduanya memiliki potensi untuk berkembang menjadi wisata halal. Ini dapat mencakup travel halal, penginapan, hotel, dan kuliner halal, serta berbagai elemen lainnya yang menjadi daya tarik dalam industri pariwisata di tanah air. Hal ini ditunjukkan oleh laporan *State of the Global Islamic Economy Report 2020/2021* bahwa Indonesia menduduki peringkat keenam dunia di bidang perjalanan muslim yang ramah di tahun 2020. Data menunjukkan bahwa Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pemerintah telah membuka dan mengembangkan sepuluh destinasi wisata muslim di berbagai wilayah Indonesia, yaitu Aceh, Sumatera Barat, Riau dan Kepulauan Riau, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, Nusa Tenggara Barat, dan Sulawesi Selatan.
5. Aspek Halal Lifestyle, Di Indonesia, ada kemungkinan besar bahwa busana muslim atau fesyen akan berkembang. Menurut E Ratna Utarianingrum, Direktur Industri Aneka dan IKM Kimia, Sandang, dan Kerajinan Kementerian Perindustrian, konsumsi fesyen muslim Indonesia pada tahun 2019 adalah yang terbesar kelima di dunia, berada di belakang Iran, Turki, Saudi Arabia, dan Pakistan. Menurut Media Indonesia, angka ini dilaporkan sebesar 16 miliar dolar AS. Kinerja ekspor industri pakaian jadi sepanjang 2020 mencapai 7,04 miliar USD dan pada periode Januari-Februari 2021 mencapai 1,24 miliar USD, menurut data Pusdatin Kemenperin. Sebuah laporan dari *State of the Global Islamic Economy Report 2020/2021* menempatkan Indonesia pada peringkat kedua di antara sepuluh industri mode terbaik di dunia. Oleh karena itu, sangat mungkin Indonesia di masa depan akan menjadi pemimpin dan pelopor busana muslim dunia.

Menurut Reni Yanita, Plt Direktur Jenderal Industri Kecil Menengah dan Aneka (Dirjen IKMA),

ada banyak peluang di pasar kosmetik. Ekspor Indonesia mencapai 784 juta dolar, atau 0,56 persen dari nilai pasar total 140 miliar dolar. Salah satu produk yang diekspor adalah minyak penting dan toiletries, sabun, lulur kulit dan wajah, parfum, dan cairan pewangi. Sumber lain juga menjelaskan bahwa ada peluang untuk pertumbuhan industri halal di Indonesia, yaitu: (Saepudin, 2022) a) tingginya jumlah penduduk yang beragama Islam; b) tingginya permintaan dan kebutuhan akan produk halal di Indonesia; c) peluang ekspor ke negara OKI dan non-OKI; d) kebijakan substitusi produk impor; e) perubahan nama Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS) menjadi Komite Nasional Ekonomi & Keuangan Syariah (KNEKS) pada Februari 2020; dan f) Selain itu, sektor makanan dan minuman halal memiliki potensi yang sangat besar untuk mendorong pertumbuhan industri halal di Indonesia, seperti yang ditunjukkan oleh beberapa peluang yang dibahas di atas.

e. Tantangan Pengembangan Industri Halal Indonesia

Meskipun Indonesia memiliki banyak peluang dalam industri halal, juga ada banyak tantangan yang perlu diperhatikan, terutama oleh pemerintah dan para pemangku kepentingan. Sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim dan populasi muslim terbesar di dunia, Indonesia seharusnya dapat menjadi pemimpin dalam semua bidang industri halal di negaranya. Namun, kenyataannya tidak semudah yang dibayangkan. (Pratama, 2020).

Sebagaimana diuraikan oleh Fathoni dan Syahputri dalam penelitian mereka, upaya pemerintah untuk menjadi pusat industri halal dunia pada tahun 2024 mendatang menghadapi dua tantangan umum: tantangan eksternal dan tantangan internal dalam negeri. Tantangan eksternal yang dihadapi Indonesia terdiri dari tiga tantangan: *pertama*, banyaknya negara pesaing. Negara-negara pesaing terdiri dari negara-negara muslim dan non-muslim. Negara-negara muslim termasuk Malaysia, Brunei Darussalam, Turki, Pakistan, Qatar, Uni Emirat Arab, Jordan, Bahrain, Kuwait, Iran, Oman, Sri Lanka, Mesir, Tunisia, Azerbaijan, Albania, Bangladesh, dan Lebanon. Negara-negara non-muslim termasuk Australia, Thailand, Singapura, United Kingdom, Italia, Spanyol, Kanada, Prancis, Afrika Selatan, Nigeria, dan Nederland. (Samsul et al., 2022)

Munculnya negara pesaing tentu akan berdampak pada daya serap produk halal Indonesia di seluruh dunia. Oleh karena itu, untuk tetap kompetitif dengan negara pesaing, diperlukan peningkatan kualitas produk dan layanan. *Kedua*, tidak ada kesepakatan global tentang sertifikasi halal. Ini karena negara-negara tidak setuju tentang standar internasional untuk sertifikasi halal. Selain itu, setiap negara memiliki standar sertifikasi halal sendiri. *Ketiga*, ketidaksepakatan di antara negara-negara muslim mengenai penetapan standar untuk produk halal. Menurut Ah-

met Gelir, kepala Persatuan Halal Dunia, yang dikutip oleh Dea Alvi Soraya dan Zahrotul Oktaviani di ihram.co.id, ketidaksepakatan negara-negara muslim di seluruh dunia dalam menetapkan standar produk halal merupakan tantangan bagi dunia Islam. mengambil peran penting dalam pembuatan produk halal di negara-negara dengan penduduk mayoritas non-muslim. Namun, karena perselisihan produk halal merupakan urusan hukum, harus dikelola oleh organisasi atau badan yang diakui yang memiliki ahli yang memahami prinsip-prinsip agama Islam.

Fathoni dan Syahputri menguraikan beberapa tantangan internal yang dihadapi Indonesia. Yang *pertama* adalah kesadaran halal yang rendah di masyarakat Indonesia. Pengetahuan, pemahaman, dan tingkat religiusitas masyarakat terkait dengan kesadaran halal. Oleh karena itu, pihak terkait perlu bersosialisasi lebih lanjut untuk memberikan pemahaman dan kesadaran gaya hidup halal bagi masyarakat, terutama dalam hal konsumsi produk halal. *Kedua*, masalah dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Menurut Fajaruddin, yang dikutip oleh Fathoni dan Syahputri, Undang-Undang Nomor 33 baru diberlakukan pada tanggal 17 Oktober 2019 setelah ditetapkan pada tahun 2014. Bahkan setelah UU JPH ditetapkan pada tahun 2019, proses sertifikasi halal masih membutuhkan waktu. Hal ini menunjukkan betapa lambannya undang-undang di dalam negeri dan betapa lemahnya sertifikasi halal untuk barang halal di tanah air. *Ketiga*, kurangnya kesadaran masyarakat Indonesia tentang persaingan. Salah satu kelemahan masyarakat Indonesia adalah kecenderungan untuk konsumtif, serta kurangnya kesadaran akan peran mereka sebagai produsen barang dan jasa. Oleh karena itu masuk akal bahwa produk impor, baik produk rumahan maupun industri besar, mendominasi pasar Indonesia.

Meskipun demikian, ada beberapa masalah khusus yang menghalangi pengembangan industri halal di Indonesia, seperti : (Saepudin, 2022) a) jumlah produk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah) yang bersertifikat halal masih rendah; b) Peraturan Menteri Keuangan (PMK) yang mengatur tarif sebagai landasan BLU bagi BPJPH masih belum dikeluarkan; c) sistem informasi halal masih kurang efektif dalam pelayanan JPH; dan d) jumlah sumber daya manusia yang paham halal masih rendah secara kuantitatif dan kualitatif.

f. Strategi Pengembangan Industri Halal Indonesia

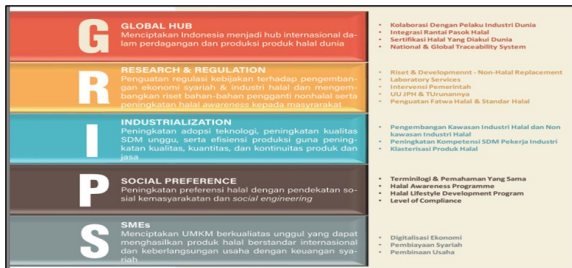
Visi Industri Halal Indonesia adalah: *“Menjadikan industri halal dan ekonomi syariah sebagai penopang utama perekonomian nasional serta menjadi bagian penting dalam mewujudkan aspirasi bangsa sebagai negara yang berdaulat, mandiri, adil, makmur, dan madani”*. Misi Industri Halal Indo-

nesia adalah:(KNKS, 2020)

1. Mencapai stabilitas perekonomian nasional melalui kemandirian atas pemenuhan konsumsi produk halal dari dalam negeri;
2. Meningkatkan kualitas dan daya saing produk dan jasa industri halal Indonesia untuk mencapai surplus neraca perdagangan dan meningkatkan persaingan Indonesia dalam perdagangan global; dan
3. Menjadikan Indonesia sebagai pemimpin dalam pengembangan industri halal di seluruh dunia melalui sistem asuransi yang terpercaya dan inklusif.

Strategi pengembangan industri halal ini dibangun dengan mempertimbangkan :

1. Visi dan misi pengembangan industri halal Indonesia,
2. Kondisi dan potensi pasar halal Indonesia dan global,
3. Framework ekosistem industri halal dan analisa kesenjangan di Indonesia.
4. Maka, Berdasarkan pertimbangan tersebut telah disusun suatu
5. Pendekatan strategi pengembangan industri halal bernama Halal GRIPS dengan sasaran, tujuan dan inisiatif strategis yang spesifik.



Gambar 5. Pendekatan Strategi Pengembangan Industri Halal

Selain itu, RPJMN 2019-2024 dan masterplan ekonomi syariah Indonesia (MEKSI) mencantumkan pengembangan industri produk halal sebagai bagian dari upaya pemerintah untuk meningkatkan kinerja industri nasional. Dengan tujuan menjadikan industri halal sebagai salah satu penopang ekonomi nasional dan menjadikan Indonesia sebagai pusat industri halal di seluruh dunia, Fokus utama pengembangan industri produk halal Indonesia untuk tahun 2020–2024 adalah sebagai berikut:

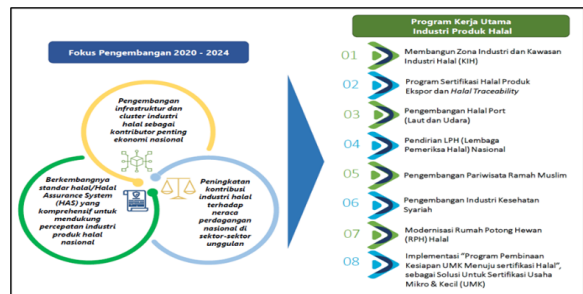
1. Pembentukan klaster dan infrastruktur industri halal sebagai komponen penting ekonomi nasional;
2. Pengembangan sistem asuransi halal/Halal (HAS) yang komprehensif yang mendukung pertumbuhan industri produk halal di seluruh negeri; dan
3. Peningkatan bagian industri halal dalam neraca perdagangan nasional di bidang-bidang penting.

Untuk mengoptimalkan peran industri halal sebagai kontributor ekonomi utama nasional, pengembangan infrastruktur & cluster industri

halal diperlukan untuk mendukung industri produk halal. Ini dilakukan dalam rangka memperkuat rantai nilai halal di dalam negeri dan di seluruh dunia.

Selain itu, untuk mendukung percepatan industri produk halal nasional, terutama untuk sektor-sektor utama industri halal, pengembangan sistem asuransi halal/standard halal (HAS) yang komprehensif sebagai infrastruktur non-fisik harus dilakukan sebagai bagian dari rencana pengembangan rantai nilai halal. Dengan fokus pada pengembangan infrastruktur industri halal baik fisik maupun non-fisik, diharapkan kontribusi industri halal terhadap neraca perdagangan akan meningkat..

Selanjutnya, ketiga fokus pengembangan strategis industri produk halal tersebut dibagi menjadi delapan (delapan) program kerja yang akan menjadi prioritas selama periode 2020–2024. Tujuan dari program kerja ini adalah untuk mempercepat, memperluas, dan memajukan industri produk halal di Indonesia.



Gambar 6. Program Kerja Industri Halal Indonesia

Selanjutnya, dalam literatur yang lain diperoleh informasi mengenai strategi pengembangan industry halal diantaranya:(Saepudin, 2022)

1. Penguatan produk ekspor dan substitusi impor, Sebagaimana disebutkan sebelumnya, ada peluang untuk mengembangkan industri halal di Indonesia dengan meningkatkan produk halal di dalam negeri melalui ekspor dan substitusi barang impor. Sebagai negara besar dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia dan membelanjakan USD 218,8 miliar di bidang halal, Indonesia seharusnya menjadi pemimpin industri halal global. Jadi, untuk mengembangkan industri halal di Indonesia, ada perlunya rencana untuk meningkatkan produk domestik untuk pasar ekspor dan pasar impor.

Pengembangan Zona Ekonomi Khusus Halal atau Kawasan Industri Halal, Saat ini, pemerintah mengeluarkan kebijakan tentang Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, pemerataan pembangunan, dan peningkatan daya saing nasional. Saat ini, ada 13 KEK di Indonesia, yang berfungsi untuk menampung aktivitas industri, impor, ekspor, dan

lainnya yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan memiliki daya saing internasional. Namun, KEK tidak berfokus pada pengembangan industri halal. Sebaliknya, pemerintah, melalui Kementerian Perindustrian, berkomitmen untuk mengembangkan kawasan industri halal, termasuk 1) Batamindo Industrial Estate; 2) Bintan Industrial Park; 3) Jakarta Industrial Estate Pulogadung; dan 4) Modern Cikande Industrial Estate.

3. Tujuan dari sektor industri halal ini adalah untuk mengembangkan produk yang memenuhi jaminan produk halal dan sesuai dengan peruntukannya dengan KEK.
4. Inisiasi badan khusus pengembangan industri halal, Sebagai pelaksana BLU dari UU Jaminan Produk Halal, BPJPH dapat berperan sebagai salah satu lembaga utama dalam pengembangan industri halal di Indonesia.
5. Penguatan rantai nilai halal, penguatan rantai nilai halal (halal value chain). Rantai nilai halal merupakan tahapan yang harus diperhatikan dalam membangun industri halal, mulai dari input hingga outcome-nya dalam industri halal.
6. Penguatan stakeholder industri halal, baik itu pemerintah, konsumen, industri, dan investor.

KESIMPULAN

Besarnya potensi industri produk halal dunia, menjadi peluang sekaligus tantangan bagi negara Indonesia, Peluang terletak pada fakta bahwa Indonesia memiliki sumber daya manusia (SDM), sumber daya alam (SDA), dan lembaga pendukung produk halal, seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI), serta beberapa aturan hukum formal yang sudah ada. Tantangan terletak pada fakta bahwa Indonesia memiliki sumber daya manusia (SDM).

Jika Indonesia tidak dapat mengembangkan produk halal, maka Indonesia akan terus menjadi pasar produk halal bagi negara-negara yang mengeksport produk halal. Oleh karena itu, semua pihak yang terlibat dalam industri produk halal, termasuk pemerintah, lembaga-lembaga terkait dengan produk halal, bisnis, dan masyarakat umumnya, harus bekerja sama. Dibutuhkan kesadaran publik untuk mengonsumsi barang halal di dalam negeri; ini akan melindungi barang halal yang diimpor. Dengan demikian, Indonesia dapat menjadi pemimpin pasar produk halal di dunia, dan pengembangan ekonomi syariah di Indonesia dapat dioptimalkan di bidang keuangan (moneter) dan produk halal (produk nyata). Di sisi lain tantangan pengembangan industri halal di Indonesia, meliputi rendahnya Ada sedikit UMKM, sertifikasi halal, dan sumber daya manusia yang paham halal. Oleh karena itu, pemerintah memfokuskan upaya untuk meningkatkan ekspor dan substitusi impor. Selain itu, Kementerian Perindustrian memiliki rencana untuk membangun kawasan

industri halal. Kawasan industri halal seperti Batamindo Industrial Estate, Bintan Industrial Park, Jakarta Industrial Estate Pulogadung, dan Modern Cikande Industrial Estate telah direncanakan.

Selain itu, memperkuat rantai nilai industri halal, yang mencakup makanan dan minuman halal, pariwisata halal, mode muslim, media dan rekreasi halal, farmasi dan kosmetik halal, dan terakhir, memperkuat pihak yang terlibat dalam pengembangan industri halal di Indonesia, yaitu pemerintah, konsumen, bisnis, dan investor. Indonesia memiliki peluang untuk menjadi pemimpin industri halal dunia dengan menerapkan strategi pengembangan industri halal ini.

Dengan demikian, seperti yang ditunjukkan di atas, pemerintah juga memiliki peran penting dalam mendorong kemungkinan dan kemajuan industri halal di Indonesia. Ini mencakup kebijakan, peraturan, insentif, dan dukungan pemerintah lainnya untuk mendorong .

REFERENSI

Abdullah, M. A. (2018). Peran Pemerintah dalam Pengembangan Industri Halal di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 123–136.

Ahla, A., Hulaify, A., Budi, H. I. S., & Hp, E. N. (2020). Strategi Pengembangan Ekonomi Syariah Melalui Penguatan Halal Value Chain (Studi Kasus pada Industri Pariwisata Halal di Kota Banjarbaru). *Eprints.Uniska-Bjm.Ac.Id*, 1–12. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/1878/> Dinar Standard, & Salam Gateway. (2022). State of the Global Islamic Economy Report: Unlocking Opportunity. *State of the Global Islamic Economy Report 2020/21*, 4–202. <https://haladinar.io/hdn/doc/report2018.pdf>

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>

IFDI. (2022). *ICD-Refinitiv Islamic Finance Development Indicator Report 2022:Embracing change*. 1–80. <http://bit.ly/IFDI2022>.

Izhar Ariff Mohd Kashim, M., Abdul Haris, A. A., Abd. Mutalib, S., Anuar, N., & Shahimi, S. (2023). Scientific and Islamic perspectives in relation to the Halal status of cultured meat. *Saudi Journal of Biological Sciences*, 30(1), 103501. <https://doi.org/10.1016/j.sjbs.2022.103501>

KNEKS. (2020). Rencana Kerja Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah 2020-2024. *Kneks*, 104–116.

KNKS. (2020). Strategi Nasional Pengembangan Industri Halal Indonesia. *Strategi Halal Book, Desember*, 1–76.

Kreatif., B. E. (2019). *Roadmap Industri Halal Indonesia ((2019). 2019-2024*. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif. (ed.)). Badan Ekonomi Kreatif.

- Kusnadi, Y. (2018). *Industri Halal di Indonesia: Potensi dan Tantangan*. PT RajaGrafindo Persada.
- Nasrullah, A. (2018). Analisis Potensi Industri Halal Bagi Pelaku Usaha Di Indonesia. *AT-Tahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah, Vol 6 No 1*(March), 50–78. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/722553>
- Ahla, A., Hulaify, A., Budi, H. I. S., & Hp, E. N. (2020). Strategi Pengembangan Ekonomi Syariah Melalui Penguatan Halal Value Chain (Studi Kasus pada Industri Pariwisata Halal di Kota Banjarbaru). *Eprints.Uniska-Bjm.Ac.Id*, 1–12. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/1878/>
- Dinar Standard, & Salam Gateway. (2022). State of the Global Islamic Economy Report: Unlocking Opportunity. *State of the Global Islamic Economy Report 2020/21*, 4–202. <https://haladinar.io/hdn/doc/report2018.pdf>
- 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>
- IFDI. (2022). *ICD-Refinitiv Islamic Finance Development Indicator Report 2022:Embracing change*. 1–80. <http://bit.ly/IFDI2022>.
- Izhar Ariff Mohd Kashim, M., Abdul Haris, A. A., Abd. Mutalib, S., Anuar, N., & Shahimi, S. (2023). Scientific and Islamic perspectives in relation to the Halal status of cultured meat. *Saudi Journal of Biological Sciences*, 30(1), 103501. <https://doi.org/10.1016/j.sjbs.2022.103501>
- KNEKS. (2020). Rencana Kerja Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah 2020-2024. *Kneks*, 104–116.
- KNKS. (2020). Strategi Nasional Pengembangan Industri Halal Indonesia. *Strategi Halal Book, December*, 1–76.
- Kreatif., B. E. (2019). *Roadmap Industri Halal Indonesia ((2019). 2019-2024*. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif. (ed.)). Badan Ekonomi Kreatif.
- Kusnadi, Y. (2018). *Industri Halal di Indonesia: Potensi dan Tantangan*. PT RajaGrafindo Persada.
- Nasrullah, A. (2018). Analisis Potensi Industri Halal Bagi Pelaku Usaha Di Indonesia. *AT-Tahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah, Vol 6 No 1*(March), 50–78. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/722553>
- Pratama, A. R. (2020). Dampak Industri Halal terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Islam*, 25(1), 45-58.
- Saepudin, E. (2022). Ekosistem Industri Halal. In *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities* (Vol. 5). <https://doi.org/10.30595/pssh.v5i.420>
- 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. <https://doi.org/10.37146/ajie.v4i1.135>
- Yulia, Lady. (2015). Halal Products Industry Development Strategy Strategi Pengembangan Industri Produk Halal. *Jurnal Bisnis Islam*, 8(1), 121–162.