



Analisis Tantangan dan Peluang Industri Halal di Indonesia

Miftahul Jannah^{*)} & Malahayatie

FEBI, IAIN Lhokseumawe

^{*)}Corresponding author: miftahultkn@gmail.com

(Received: June 9, 2024; Accepted: November 25, 2024)

Abstrak

Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan industri halal, tetapi juga menghadapi beberapa tantangan. Untuk mengembangkan industri halal, Indonesia perlu meningkatkan kesadaran masyarakat, meningkatkan kualitas rantai pasokan produk halal, meningkatkan kepedulian terhadap produk ramah muslim dan meningkatkan kerja sama dengan negara lain. Dengan demikian, Indonesia dapat meningkatkan posisinya sebagai sentra perkembangan ekonomi syariah di dunia dan meningkatkan kemampuan dalam mengembangkan industri halal.

Kata Kunci: Indonesia, halal, industri dan produk

Abstract

ANALYSIS OF CHALLENGES AND OPPORTUNITIES OF THE HALAL INDUSTRY IN INDONESIA. *Indonesia has great potential in developing the halal industry, but also faces several challenges. To develop the halal industry, Indonesia needs to increase public awareness, improve the quality of the halal product supply chain, increase awareness of Muslim-friendly products and increase cooperation with other countries. Thus, Indonesia can improve its position as a center for the development of the sharia economy in the world and increase its ability to develop the halal industry.*

Keywords: *Indonesia, halal, industry and products*

How to Cite This Article: Jannah, M., & Malahayatie, M. (2024). Analisis Tantangan dan Peluang Industri Halal di Indonesia. *Indonesian Journal of Halal*, 7(2), 170-175, DOI: <https://doi.org/10.14710/halal.v7i2.23195>

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan potensi yang sangat besar untuk pertumbuhan industri halal. Tentu saja populasi muslim yang cukup besar di Indonesia berdampak pada potensi yang sangat besar ini. Sebanyak 12,7% muslim di seluruh dunia berada di Indonesia. Berdasarkan data statistik, diproyeksikan bahwa 229 juta muslim akan tinggal di Indonesia pada tahun 2020. Dengan perkiraan 273 juta orang yang tinggal di

Indonesia, komunitas muslim mencapai 87,2% dari keseluruhan populasi negara ini. Dengan jumlah populasi muslim yang cukup besar, ada permintaan yang tinggi untuk produk halal. Dikatakan bahwa Indonesia mewakili pasar industri halal global. Pada kenyataannya, Indonesia menghabiskan total USD 218,8 miliar untuk barang-barang halal pada tahun 2017 (Fathoni, 2020).

Dalam hal pertumbuhan sektor halal global, Indonesia semakin berkembang di

tahun 2018 ketika berada di peringkat ke-10, namun di tahun 2020 berada di peringkat ke-4, di belakang Malaysia, Arab Saudi dan Uni Emirat Arab. Dengan populasi muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam bisnis halal, seperti yang terlihat dari perkembangan ini. Namun demikian, negara ini belum mampu mempertahankan posisinya di peringkat teratas (Hasan & Hamdi 2022).

UMKM dan sektor perbankan secara keseluruhan memiliki banyak peluang investasi yang menarik seiring dengan pertumbuhan bisnis halal di Indonesia. Salah satu alasan dari potensi yang fantastis ini adalah karena Indonesia merupakan negara besar dengan lebih dari 200 juta penduduk yang sebagian besar beragama Islam. Karena seorang muslim tidak diperbolehkan untuk makan apa pun yang dianggap haram, semua produk yang dijual di pasar harus bersertifikat halal. Karena besarnya permintaan akan produk halal di kalangan muslim di Indonesia, maka terdapat kebutuhan yang besar pula akan produk halal di seluruh dunia. Selain diproduksi untuk pasar dalam negeri, barang-barang halal juga diekspor ke negara lain (Hasyim, 2023).

Masyarakat Indonesia masih menghadapi banyak tantangan dalam mengembangkan industri halal. Tantangan tersebut meliputi kebijakan yang melibatkan implementasi Jaminan Produk Halal (JPH) yang belum sempurna, kurangnya sertifikasi dan standardisasi untuk produk halal, peta jalan yang belum sempurna untuk pengembangan industri halal, serta sumber daya manusia yang sebagian besar terdiri dari para produsen yang masih belum mengetahui dan kurang memperhatikan produk halal. Kesadaran mengenai produk halal di antara para pemain perusahaan kecil, yang mencakup kekurangan dalam pendidikan, pengetahuan dan promosi halal. Faktor lainnya, misalnya, sejumlah tantangan seperti bahan baku yang langka yang memenuhi persyaratan halal. Selain itu, saat ini belum ada definisi yang diterima tentang apa yang merupakan produk halal dan banyak industri yang masih bergantung pada impor (Madjid 2022).

Bagi semua konsumen, terutama bagi umat Islam, produk halal adalah sebuah kebutuhan. Topik sertifikasi dan penandaan halal produk telah menarik banyak perhatian dalam sistem perdagangan internasional sebagai sarana untuk melindungi pelanggan muslim secara global dan sebagai sarana untuk mengatasi masalah yang ditimbulkan oleh globalisasi. Kerangka hukum di Indonesia telah ada sebelum diberlakukannya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UUJPH). Aturan ini merupakan contoh nyata dari upaya negara untuk melindungi konsumen dengan menyoroti betapa mendesaknya masalah halal-haram di seluruh rantai produksi, mulai dari pelaku usaha hingga konsumen (Astuti, 2020).

Kata *industria* dalam bahasa Latin, yang berarti tenaga kerja atau pekerja, adalah asal kata industri. Kata “industri” biasanya digunakan dalam arti yang umum dan luas, mengacu pada setiap usaha manusia yang memenuhi kebutuhan dasar dan mengarah pada kemakmuran. Sebuah organisasi yang terlibat dalam kegiatan ekonomi yang dikategorikan sebagai sektor sekunder dianggap sebagai industri. Ini termasuk pabrik yang membuat tekstil, merakit barang dan membuat rokok. Mengolah sumber daya mentah, produk setengah jadi, barang jadi, atau barang mentah untuk menciptakan barang dengan nilai guna yang lebih tinggi disebut industri (Sulistiani, 2018).

Industri Islam atau syariah adalah nama lain dari sektor halal. Halal memiliki arti etimologis “sesuatu yang diperintahkan oleh Al-Quran dan Sunnah.” Dalam bahasa industri, halal merujuk pada semua produk dan jasa yang dihasilkan atau diproses oleh kegiatan ekonomi. Industri halal adalah industri yang, sesuai dengan syariah, menyediakan produk dan layanan halal. Selain itu, masakan halal, dapur, kode pakaian, peralatan makanan, logo dan sertifikat halal semuanya menggunakan istilah “halal”. Anonim dari kata “halal” adalah dilarang. Setiap orang mematuhi pedoman halal dan haram seperti yang ditentukan oleh Al-Quran dan Sunnah untuk mencegah yang haram (Razali et al., 2021).

Adapun ruang lingkup dalam industri halal di Indonesia berdasarkan UU No 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, adalah:

- a. Makanan dan minuman
- b. Obat-obatan
- c. Kosmetik,
- d. Produk kimiawi
- e. Produk biologi
- f. Produk rekayasa genetik,
- g. Barang gunaan yang dipakai, digunakan atau dimanfaatkan oleh masyarakat.

Selain itu, pariwisata halal, yang biasanya disebut sebagai pariwisata syariah dan mencakup hotel dan lokasi wisata, adalah aspek lain dari sektor halal yang lebih besar. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata menjadi landasan hukum bagi kegiatan pariwisata halal. Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 2 Tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah merupakan salah satu peraturan teknis yang sebelumnya telah dikeluarkan oleh pemerintah tentang fasilitas pendukung pariwisata halal. Ada dua kategori, Hotel Syariah Hilal I dan Hotel Syariah Hilal II, yang ditetapkan oleh peraturan tersebut (Fathoni, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bisnis halal di Indonesia menghadapi tantangan yang berasal dari dalam dan luar negeri. Tiga rintangan eksternal adalah sebagai berikut: banyaknya negara pesaing; kurangnya konsistensi dalam sertifikasi halal yang diakui secara internasional; dan ketidakcocokan negara-negara muslim dalam hal menetapkan standar produk halal. Kesulitan yang muncul dari dalam masyarakat Indonesia meliputi kurangnya pengetahuan tentang halal di kalangan masyarakat Indonesia, masalah dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, dan kurangnya kesadaran kompetitif di kalangan masyarakat Indonesia (Samsul et al., 2022).

Tantangan yang dihadapi industri halal di Indonesia pada tahun 2024 meliputi:

1. Kurangnya kesadaran masyarakat Indonesia tentang kesadaran halal

Masyarakat Indonesia masih memerlukan lebih banyak pendidikan dan kesadaran tentang pentingnya produk halal dan standar halal yang harus dipenuhi (Fathoni, 2020)

2. Keterbatasan infrastruktur

Indonesia masih memerlukan pengembangan infrastruktur yang lebih baik untuk mendukung industri halal, termasuk fasilitas produksi, logistik dan jaringan distribusi yang lebih efektif.

3. Proses sertifikasi halal masih membutuhkan waktu

Masalah dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk. Undang-Undang Nomor 33 diputuskan pada tahun 2014 dan baru berlaku pada 17 Oktober 2019. UU JPH disahkan pada tahun 2019, tetapi prosedur sertifikasi halal masih membutuhkan waktu. Hal ini menunjukkan betapa lambatnya peraturan tersebut diimplementasikan di negara ini dan betapa tidak memadainya sistem sertifikasi halal untuk produk halal (Herianti et al., 2023).

4. Keterbatasan kesadaran masyarakat Indonesia untuk berkompetisi

Masyarakat Indonesia harus lebih sadar dan siap berkompetisi di pasar global untuk menjadi pemain utama dalam industri halal.

5. Keunggulan dan akreditasi halal

Tidak terpenuhinya persyaratan sertifikasi halal yang berlaku secara global merupakan salah satu masalah utama yang dihadapi sektor halal. Fakta bahwa setiap negara memiliki persyaratannya sendiri untuk sertifikasi halal menyebabkan ketidakpastian dan kekacauan bagi para pelaku bisnis dan konsumen. Untuk mencapai kriteria sertifikasi halal internasional, sangat penting bagi kita untuk mengadakan pertemuan dan percakapan antar negara untuk mencari cara mengatasi kesulitan ini (Wahyudi et al., 2023)

6. Keterbatasan dukungan pemerintah

Indonesia memerlukan dukungan yang lebih baik dari pemerintah untuk mengembangkan industri halal, termasuk dalam hal regulasi, fasilitas dan infrastruktur.

7. Keterbatasan peluang bisnis industri halal yang disadari

Banyak pihak dan regulator di Indonesia masih memerlukan lebih banyak kesadaran tentang peluang bisnis yang tersedia dalam industri halal dan bagaimana untuk mengembangkannya (Arif, 2023).

8. Jumlah maksimum sertifikasi halal yang digunakan di Indonesia

Jumlah tersebut masih cukup tinggi jika dibandingkan dengan jumlah sertifikat halal yang saat ini digunakan dan jumlah barang dan bisnis yang belum mendapatkan sertifikasi halal. Hal ini akan menjadi tantangan tersendiri jika melihat kemungkinan-kemungkinan yang sudah ada.

9. Banyak barang dari luar negeri

Meskipun pemerintah sangat mendukung produk UMKM, Indonesia tetap mengimpor barang dari luar untuk memenuhi kebutuhan makanan halal. Namun, Indonesia memiliki potensi untuk menjadi negara produsen sekaligus konsumen. Meskipun sumber daya alam Indonesia melimpah, pengelolaannya masih belum maksimal (Wulandari, 2023).

Selain kesulitan-kesulitan tersebut, bisnis halal di Indonesia juga mengalami kesulitan tambahan karena peraturan yang kurang memadai. Berbagai sumber mengindikasikan bahwa pembatasan yang ada saat ini tidak cukup untuk mendorong industri halal di Indonesia. Sebagai contoh, bisnis halal di Indonesia belum banyak berkembang meskipun telah diberlakukannya UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal di Indonesia, yang bertujuan untuk memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan dan kepastian kepada masyarakat akan ketersediaan produk halal. Pengetahuan masyarakat yang kurang memadai tentang standardisasi halal dan nuansa hukum juga dapat berkontribusi pada keterlambatan dalam pengembangan peraturan halal di Indonesia. Karena kurangnya pengetahuan tentang standar hukum yang berlaku dan prosedur halal, masyarakat mungkin tidak dapat mendukung pertumbuhan industri halal di Indonesia. Menurut beberapa sumber, salah satu hambatan terbesar dalam pengembangan industri halal di Indonesia adalah peraturan

yang kurang memadai. Oleh karena itu, untuk mendorong perluasan dan pengembangan bisnis halal Indonesia, peraturan harus diperbaiki dan dibuat lebih efektif (Permata et al., 2023)

Indonesia menawarkan banyak sekali pilihan yang menarik bagi bisnis halal. Dengan populasi muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi yang sangat besar sebagai produsen barang halal global. Pasar yang terus berkembang untuk makanan halal dan produk berbasis syariah lainnya dapat membantu dalam hal ini. Melalui penciptaan Rantai Nilai Halal yang terintegrasi dengan Sistem Jaminan Halal dan Sistem Jaminan Halal, pemerintah Indonesia telah berupaya untuk mempercepat pertumbuhan bisnis halal. Permintaan akan barang dan jasa halal diprediksi akan meningkat seiring dengan meningkatnya populasi muslim global. Indonesia memiliki prospek yang signifikan untuk pertumbuhan bisnis halal, mengingat meningkatnya permintaan barang halal di pasar internasional, terutama dari kaum muslim di usia milenial yang membelanjakan banyak uang untuk barang halal. Dengan demikian, Indonesia memiliki peluang untuk mengembangkan ekonominya dan menjadi produsen utama barang halal di seluruh dunia (mainadmin, 2023).

Di Indonesia, terdapat potensi yang sangat besar untuk industri halal. Hal ini disebabkan oleh jumlah penduduk muslim yang sangat besar di Indonesia. Peluang untuk industri halal Indonesia dapat dilihat di beberapa bidang, termasuk keuangan syariah, makanan halal, pariwisata halal dan industri fesyen muslim. Penjelasan mengenai potensi masing-masing sektor tersebut disajikan di bawah ini (Syamsiyah & Ardana 2022).

a. Industri halal terdiri dari kebutuhan dan hak asasi manusia.

Populasi muslim global bergantung pada industri halal, yang juga dapat berkontribusi dan bertindak sebagai katalisator untuk berbagai proposisi nilai dalam pertumbuhan ekonomi global. Perluasan pasar global untuk produk halal dan jumlah petani halal telah berkontribusi pada PDB halal nasional sebesar US\$3,8 miliar setiap tahunnya. Peningkatan permintaan

industri halal disebabkan oleh populasi muslim global. Menurut perkiraan, populasi muslim global akan meningkat dari 1,6% pada tahun 2010 menjadi 2,2% pada tahun 2030 (Fahrika et al., 2023).

b. Ragam produk yang halal

Ragam produk halal di pasar terus berkembang seiring dengan meningkatnya kecenderungan masyarakat terhadap produk halal. Keragaman produk halal dimaksudkan untuk memenuhi permintaan yang terus meningkat akan barang-barang halal, yang didorong oleh keinginan masyarakat muslim untuk meningkatkan tingkat pendapatan mereka dan mematuhi hukum Islam dalam transaksi komersial mereka. Indonesia adalah yang paling dominan. Sama halnya dengan populasi muslim di seluruh dunia, populasi muslim di Amerika Serikat memiliki permintaan yang signifikan terhadap berbagai macam produk halal (Hariani, 2023).

c. Pakaian halal

Pakaian bergaya ini sesuai dengan peraturan pakaian Islam. Ini juga dapat disebut sebagai pakaian sopan atau busana hijab. Bagian dari pasar halal yang ditujukan untuk kaum milenial muslim disebut fesyen halal. Pasar untuk pakaian perlahan-lahan berkembang dan sudah mencakup hijab, label dan toko desainer, pakaian olahraga yang modis namun sopan, dan koleksi Ramadan. Peluang ini dapat dilihat dari belanja muslim di industri fesyen. Data nilai ekspor Indonesia menunjukkan bahwa nilai ekspor Indonesia mencapai 8,3 miliar dolar AS pada tahun 2019 dan meningkat 1,38 miliar dolar AS hingga Februari 2020. Pada tahun 2019, ekspor ini menyumbang 5,4% dari PDB Indonesia. Industri fesyen halal merupakan faktor yang berkontribusi dalam peningkatan ekspor ini (Utariet al., 2022)

KESIMPULAN

Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk mengembangkan ekonomi halal, terutama di bidang makanan, perjalanan, fesyen dan keuangan. Hal ini disebabkan oleh besarnya populasi muslim di Indonesia dan permintaan global akan produk halal. Meskipun demikian, ada sejumlah kesulitan yang dihadapi sektor halal Indonesia.

Hambatan utama adalah rendahnya tingkat kesadaran masyarakat Indonesia mengenai produk halal. Kurangnya pemahaman akan peraturan perundang-undangan dan standar halal yang terkait mungkin menjadi penyebabnya. Selain itu, Indonesia harus bersaing dengan kompetisi asing dan meningkatkan kualitas produk dalam negerinya. Pemerintah Indonesia harus meningkatkan kesadaran masyarakat dan meningkatkan infrastruktur untuk mendukung pertumbuhan sektor halal untuk mengatasi hal ini.

Indonesia harus meningkatkan kualitas rantai pasokan produk halal dalam upaya meningkatkan sektor halal. Hal ini dapat dicapai dengan melestarikan modifikasi yang dilakukan pada cara hidup dan memastikan bahwa bahan bakunya halal. Selain itu, Indonesia harus meningkatkan kesadaran masyarakat akan barang dan jasa yang ramah muslim yang memfasilitasi praktik keagamaan umat Islam. Dengan melakukan hal ini, Indonesia dapat memperkuat posisinya sebagai pusat pengembangan ekonomi syariah global. Indonesia harus lebih banyak berkolaborasi dengan negara-negara yang memiliki potensi industri halal yang signifikan jika ingin mengembangkan sektor halal. Hal ini dapat dicapai dengan membina kolaborasi di bidang sertifikasi halal dan menunjukkan kepedulian terhadap barang dan jasa yang memfasilitasi praktik umat Islam. Dengan melakukan hal ini, Indonesia dapat memperluas pasar di seluruh dunia dan memperkuat bisnis halalnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, M. N. R. A. (2023). *Meneropong Prospek Industri Halal Indonesia Di Tahun 2024*. Diakses pada 2023, dari <https://m.kumparan.com/mohammad-al-arif/meneropong-prospek-industri-halal-indonesia-di-tahun-2024-21TO4veUica/3>.
- Fahrika, A. I., Siradjuddin, S., & Efendi, A. (2023). Potensi dan Peluang Pengembangan Sumber Daya Manusia Industri Halal di Indonesia. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(04), 426-434.

- Fathoni, M. A. (2020). Potret industri halal Indonesia: Peluang dan tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428-435.
- Hariani, D. (2023). Potensi dan Strategi Pengembangan UMKM Halal di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi MH Thamrin p-ISSN*, 2716, 3911.
- Hasan, A. S., & Hamdi, B. (2022). Perkembangan dan Tantangan Halal Fashion Indonesia Dalam Menjadi Produsen Utama Industri Halal Global. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 4 (2), 71–83.
- Hasyim, H. (2023). Peluang Dan Tantangan Industri Halal di Indonesia. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(02).
- Herianti, H., Siradjuddin, S., & Efendi, A. (2023). Industri Halal Dari Perspektif Potensi Dan Perkembangannya Di Indonesia. *Indonesia Journal of Halal*, 6(2), 56-64.
- Madjid, S. S., & Hasan, H. A. (2022). Analisis Peluang, Tantangan dan Strategi Industri Halal di Indonesia (Pada Masa Pandemic Covid-19). *PILAR*, 13(1), 17-32.
- mainadmin. (2023). *Peluang Dan Tantangan Pasar Industri Halal Bagi Indonesia Dalam Mengait Muslim Milenial*. Diakses pada 2023, dari <https://www.metrouniv.ac.id/artikel/peluang-dan-tantangan-pasar-industri-halal-bagi-indonesia-dalam-mengait-muslim-milenial/>.
- Astuti, M. (2020). Pengembangan Produk Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal (Halal Lifestyle). *IURIS STUDIA: Jurnal Kajian Hukum*, 1(1), 14-20.
- Permata, M. S., Zunaidi, A., & Hermadiani, F. (2023). Resilien Ekonomi Umat: Tantangan dan Prospek Industri Halal Pasca Krisis Pandemi Covid-19. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 2(1), 352-365.
- Razali, R., Syahputra, A., & Ulfah, A. K. (2021). Industri halal di Aceh: Strategi dan perkembangan. *Jurnal Al-Qardh*, 6(1), 17-29.
- 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.
- Syamsiyah, N., & Ardana, Y. (2022). Halal industry in Indonesia: Opportunities, challenges and strategies. *IEB: Journal of Islamic Economics and Business*, 1(2), 36-46.
- Utari, D., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2022). Industri Halal Berkontribusi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Era Pandemi Covid-19: Peluang Dan Tantangan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 87-98.
- Wahyudi, F. S., Setiawan, M. A., & Armina, S. H. (2023). Industri Halal: Perkembangan, Tantangan, and Regulasi di Ekonomi Islam. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 1801-1815.
- Wulandari, R. A. W. A. (2023, October). Strategi dan Tantangan Industri Halal di Era 5.0. In *Indonesian Proceedings and Annual Conference of Islamic Law And Sharia Economic (IPACILSE)* (Vol. 1, No. 1, pp. 139-144).