

Analisis Peluang, Tantangan, dan Strategi Industri Halal di Indonesia

Rina Samsiyah Agustina¹, Luluwatun Nazla^{2*}, Silva Nur'aini³

^{1,2,3}Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Studies, University of Siliwangi,
Tasikmalaya, Indonesia
211002025@student.unsil.ac.id

*Corresponding Author

Received: August 25, 2023| Accepted: February 20, 2024| Published: June 2024

Abstract

Purpose: The purpose of this research is to analyze the opportunities, challenges, and strategies of the halal industry in Indonesia. The study aims to explore how Indonesia, with its large Muslim population, can optimize the growth and contribution of the halal industry to the national economy.

Design/methodology/approach: The research employs a qualitative descriptive methodology. This study is a literature review that uses secondary data obtained from scientific articles and other relevant documents. Data analysis involves three stages: data reduction, data categorization, and data verification, with triangulation techniques used to compare data sources.

Findings: The findings highlight several key points: Indonesia has a significant potential market for halal products due to its large Muslim population; The Indonesian government has shown a commitment to developing the halal industry through policies and regulations; The establishment of the Halal Product Assurance Agency (BPJPH) has made halal certification mandatory, providing security and comfort for Muslim consumers and boosting the halal industry, particularly in food; Strategies for enhancing the halal industry include increasing export values, boosting halal tourism, and leveraging the Islamic financial industry to support halal SMEs.

Research Implication: The research implies that Indonesia needs to strengthen its halal certification process, adopt innovative technologies, and enhance global marketing efforts to increase the competitiveness of its halal products. The government should also continue to support and promote the halal industry through effective policies and incentives.

Originality/value: The originality of this research lies in its comprehensive analysis of the halal industry's potential in Indonesia. It provides valuable insights into the strategic steps needed to optimize the halal industry's growth, making a significant contribution to the existing literature on halal industry development in Indonesia.

Keywords: Industri Halal; Peluang; Tantangan; Indonesia

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 menduduki 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.

Literature 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.

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).

Result 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

1. Penguatan Sertifikasi dan Standar: Meningkatkan efisiensi dan keseragaman dalam proses sertifikasi halal untuk mengurangi biaya produksi dan meningkatkan daya saing produk Indonesia.
2. Inovasi Produk dan Teknologi: Mengadopsi teknologi baru dan inovasi dalam produksi produk halal untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik pasar.

3. Promosi dan Pemasaran Global: Meningkatkan upaya promosi dan pemasaran produk halal Indonesia secara internasional untuk mencapai pangsa pasar yang lebih luas.
 4. 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

Penelitian ini menyimpulkan bahwa industri halal di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk berkembang dan berkontribusi secara signifikan terhadap perekonomian nasional. Dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki pasar domestik yang luas untuk produk halal. Pemerintah Indonesia telah menunjukkan komitmen yang kuat dalam mendukung perkembangan industri halal melalui kebijakan dan regulasi yang menguntungkan, seperti pembentukan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).

Beberapa temuan penting dari penelitian ini adalah: (1) Peluang Besar: Indonesia memiliki potensi besar dalam pasar halal domestik dan internasional, khususnya dalam sektor makanan halal dan busana Muslim; Dukungan Pemerintah: Kebijakan pemerintah yang proaktif, seperti kewajiban sertifikasi halal, memberikan keamanan dan kenyamanan bagi konsumen Muslim dan mendorong pertumbuhan industri halal; Strategi Pengembangan: Untuk memaksimalkan potensi industri halal, strategi yang perlu dilakukan meliputi peningkatan nilai ekspor, pengembangan pariwisata halal, dan dukungan industri keuangan syariah. (2) Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa tantangan yang perlu diatasi, seperti persaingan dari negara-negara lain, kurangnya kesadaran halal di masyarakat, dan belum adanya standar sertifikasi halal internasional yang seragam. Oleh karena itu, diperlukan upaya kolaboratif antara pemerintah, industri, dan masyarakat untuk mengatasi tantangan ini dan memanfaatkan peluang yang ada.

References

- Anastasya. (2020). *ANALISIS POTENSI, TANTANGAN, DAN PELUANG PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL DI INDONESIA*. 1(11916018), 2021–2023.
- Arbaien, Muhamad Fasya Nur, Elga Sheila Aprilia, Syifa Syafiyatul Huda, Lina Marlina (2024). Halal Tourism Development Strategy in Tasikmalaya: Using SOAR Analysis Model. *AL-MUSAHAMAH: Journal of Islamic Economics, Finance, and Business*, 1(1), 53-63. DOI : 10.37058/ams.v1i1.8909



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>

Marlina, Lina, Joni, Yadi Janwari (2023). Strategy Development of Halal Industry for an Improved Competitiveness of MSMEs: An Analytic Network Process Approach. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 8(3), 284-298. DOI : 10.22515/shirkah.v8i3.605

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>