JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)
Vol.3, No.5 Mei 2025
e-ISSN: 3031-5220; DOI: 10.62281, Hal XX-XX
PT. Media Akademik Publisher
AHU-084213.AH.01.30.Tahun 2023

PELUANG DAN TANTANGAN INDUSTRI HALAL DI INDONESIA

Oleh:

Muhammad Alfarici Baehaqi[1]
Annisa Khusnul Latifah[2]
Vera Agustin Malista Putri[3]
Dela Dwi Rama[4]
Amalia Nuril Hidayati[5]

Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung
Alamat: Jl. Mayor Sujadi No.46, Kudusan, Plosokandang, Kec. Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur (66221).
Korespondensi Penulis: 20alfa.rici@gmail.com, annisakhusnullatifah@gmail.com, veraagustinn796@gmail.com, rdela389@gmail.com, amalianoeril@gmail.com.

Abstract. *The growth of the halal industry in Indonesia is accelerating, in line with the increasing public awareness of the importance of halal products, as well as Indonesia's position as a country with the largest Muslim population in the world. This study aims to examine the potential, challenges, and strategies that can be carried out in the development of the halal industry in Indonesia. The available opportunities include a large domestic market, government support, export potential, and the growing halal lifestyle trend. Some of the main sectors that are the focus are food and beverages, Islamic finance, halal tourism, Muslim fashion, pharmaceuticals, cosmetics, and Islamic media. On the other hand, this industry faces challenges such as the lack of integration of global halal standards, limited raw materials, low public awareness, and lack of innovation and infrastructure. This study uses a literature study approach through analysis of various scientific sources. The results show that the strategy to strengthen the halal industry needs to involve increasing human resource capacity, public education, simplifying certification, research and innovation, and global cooperation. The government also plays a role in encouraging halal UMKM and expanding the trade network of Indonesian halal products. With a comprehensive and synergistic approach, the halal industry has*

Received April 29, 2025; Revised May 08, 2025; May 16, 2025
*Corresponding author: 20alfa.rici@gmail.com

the potential to become a driver of sustainable national economic growth. This research is expected to be a reference for stakeholders in developing a competitive and inclusive halal industry.
Keywords: *Halal Industry, Opportunities, Challenges, Strategy, Indonesia.*

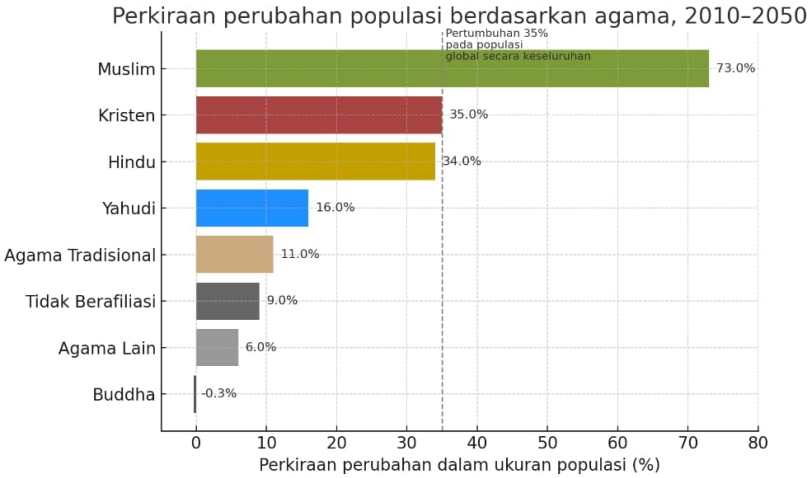
Abstrak. Pertumbuhan industri halal di Indonesia semakin pesat, sejalan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya produk halal, serta posisi Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbanyak di dunia. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji potensi, tantangan, serta strategi yang dapat dilakukan dalam pengembangan industri halal di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi pustaka melalui analisis berbagai sumber ilmiah. Hasilnya menunjukkan bahwa peluang yang tersedia meliputi pasar domestik yang luas, dukungan pemerintah, potensi ekspor, serta tren gaya hidup halal yang berkembang. Beberapa sektor utama yang menjadi fokus adalah sektor makanan dan minuman halal, keuangan syariah, pariwisata berbasis halal, busana muslim, serta industri halal di bidang farmasi, kosmetik, media, dan hiburan halal. Di sisi lain, industri ini menghadapi tantangan seperti ketidakterpaduan standar halal global, keterbatasan bahan baku, rendahnya kesadaran masyarakat, serta kurangnya inovasi dan infrastruktur.Oleh karena itu, strategi penguatan industri halal perlu melibatkan peningkatan kapasitas sumber daya manusia, edukasi publik, penyederhanaan sertifikasi, riset dan inovasi, serta kerja sama global. Pemerintah juga berperan dalam mendorong UMKM halal dan memperluas jaringan perdagangan produk halal Indonesia. Dengan pendekatan yang menyeluruh dan sinergis, industri halal berpotensi menjadi motor pertumbuhan ekonomi nasional yang berkelanjutan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pemangku kepentingan dalam mengembangkan industri halal yang kompetitif dan inklusif.
Kata Kunci: Industri Halal, Peluang, Tantangan, Strategi, Indonesia.

LATAR BELAKANG

Indonesia dikenal sebagai negara dengan populasi Muslim terbanyak di dunia. Pada tahun 2022, jumlah penduduknya tercatat lebih dari 270 juta jiwa, di mana sekitar 87 persen di antaranya beragama Islam. Dengan demikian, jumlah umat Muslim di

Indonesia mencapai sekitar 234 juta orang. [1] Berdasarkan *Pew Research Center*. 2015, Pertumbuhan populasi Muslim diproyeksikan akan meningkat secara signifikan dan merupakan yang tercepat dibandingkan kelompok agama lainnya di dunia. Berdasarkan hasil penelitian, jumlah umat Islam diperkirakan akan terus bertambah hingga mencapai angka 73% pada tahun 2050. Persentase ini hampir dua kali lipat dari rata-rata pertumbuhan populasi global yang diproyeksikan hanya sebesar 35%.

Gambar 1. Estimasi Perubahan Jumlah Penduduk 2010-2050



Sumber : *Pew Research Center* : 2015

Hal tersebut menjadikan Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan industri halal. Meskipun Indonesia memiliki populasi muslim terbesar di dunia, realitanya sebagian besar masyarakatnya masih lebih dominan sebagai pengguna dibandingkan sebagai pelaku usaha dalam sektor industri halal internasional. Ketidakseimbangan ini tampak jelas dari tingginya jumlah produk halal yang diimpor ketimbang yang diekspor, yang menandakan bahwa potensi pasar dalam negeri belum dimanfaatkan secara optimal. Menyikapi kondisi ini, pemerintah mulai mengambil langkah strategis untuk memperkuat pengembangan industri halal di dalam negeri guna meningkatkan daya saing di kancah global.

Upaya ini merupakan bagian dari kebijakan nasional yang bertujuan untuk memperkuat kemandirian perekonomian, membuka lapangan kerja baru, dan meningkatkan posisi Indonesia dalam mata rantai industri halal global. Berbagai sektor strategis menjadi bagian dari industri halal nasional, seperti makanan dan minuman,

[1] Ahla, A.dkk, Strategi Pengembangan Ekonomi Syariah Melalui Penguatan Halal Value Chain (Studi Kasus pada Industri Pariwisata Halal di Kota Banjarbaru*), Jurnal Artikel Tugas Akhir,* 2020, hal. 3.

keuangan syariah, pariwisata berbasis prinsip Islam, busana muslim, farmasi dan kosmetik, hingga media serta hiburan bernuansa Islami. Masing-masing sektor ini memainkan peran kunci dalam membentuk sistem industri halal yang terintegrasi dan kompetitif. Karena itu, pengembangan industri halal menjadi salah satu fokus utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional yang berlandaskan nilai-nilai Islam.

Industri halal merupakan sektor usaha yang menjalankan seluruh proses produksinya dari hulu hingga hilir dengan berlandaskan prinsip-prinsip syariat Islam. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2014, industri diartikan sebagai kegiatan ekonomi yang melibatkan pengolahan bahan baku atau pemanfaatan sumber daya industri untuk menciptakan produk atau jasa yang memiliki nilai tambah. Sementara itu, kata "halal" berasal dari bahasa Arab "*halla*" yang berarti sesuatu yang diizinkan atau diperkenankan menurut hukum agama, yang berlawanan makna dengan istilah "haram".

Industri halal memainkan peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Oleh sebab itu, pengembangan sektor ini menjadi sangat penting. Saat ini, industri halal menyumbang sekitar USD 3,8 miliar setiap tahunnya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Tak hanya itu, industri ini juga berhasil menarik investasi asing sebesar USD 1 miliar serta menciptakan sekitar 127 ribu peluang kerja setiap tahun. Jika dikelola dengan optimal, industri halal memiliki potensi besar untuk meningkatkan nilai ekspor dan memperkuat cadangan devisa negara (Kementerian Keuangan RI, 2019).

Potensi Indonesia dalam mengembangkan sektor ini sangat besar, baik di bidang makanan maupun sektor-sektor lainnya. Sebagai contoh, Malaysia telah berhasil membangun ekosistem industri halal yang kuat dan bisa menjadi rujukan bagi Indonesia. Secara hukum, potensi ini juga didukung oleh Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki pasar halal domestik yang sangat besar, dengan nilai konsumsi produk halal mencapai USD 144 miliar atau sekitar Rp 2.046 triliun.

Pertumbuhan industri makanan halal di Indonesia terus mengalami peningkatan, baik dari sisi permintaan dalam negeri maupun luar negeri. Salah satu konsep penting dalam pengembangan industri ini adalah *Halal Value Chain* (HVC), yakni rantai nilai yang menjamin seluruh proses dari pemilihan bahan baku hingga distribusi mematuhi

prinsip syariah. HVC kini menyumbang sekitar 23% terhadap ekonomi nasional dan diperkirakan akan tumbuh antara 4,7% hingga 5,5% pada tahun 2024. [2]

Industri halal, yang juga disebut sebagai industri berbasis syariah atau industri Islami, merujuk pada seluruh aktivitas ekonomi yang memproduksi barang maupun jasa sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Secara etimologis, istilah halal berarti segala sesuatu yang diperbolehkan menurut ajaran Al-Qur'an dan Hadis. Sementara itu, istilah industri pada umumnya mencakup proses produksi berbagai barang dan jasa yang bernilai ekonomi. Dengan demikian, industri halal merupakan sistem produksi yang berjalan sesuai dengan ketentuan syariat. Istilah halal kerap diasosiasikan dengan makanan, minuman, tata cara berpakaian, alat-alat rumah tangga, serta label atau sertifikasi yang menandakan bahwa suatu produk aman dikonsumsi dan sesuai syariat Islam.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi berbagai peluang yang bisa dimanfaatkan dalam pengembangan industri halal di Indonesia, sekaligus mengkaji sejumlah tantangan yang tengah dihadapi sektor tersebut. Dengan pemahaman yang lebih mendalam mengenai kedua aspek ini, diharapkan akan tercipta gambaran yang lebih komprehensif mengenai keadaan nyata industri halal di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian berupa *literatur review* atau studi pustaka dengan mengumpulkan sumber berupa jurnal ilmiah dan buku yang relevan dengan industri halal di Indonesia. Data yang diperoleh kemudian ditelaah untuk memahami peluang dan tantangan terutama di bidang makanan dan minuman halal, pakaian halal, pariwisata halal, dan keuangan halal. Selanjutnya penulis akan mengolah dan mengembangkan pembahasan sehingga mendapatkan suatu hasil, hasil inilah yang kemudian diharapkan dapat menjawab permasalahan dan digunakan sebagai bahan pertimbangan tentang topik yang dibahas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri halal merujuk pada sektor yang menyediakan berbagai produk dan jasa yang sesuai dengan prinsip kehalalan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Bagi umat

[2] Amalia Nuril Hidayati.dkk, Muslim Consumer Behavior in Consuming Halal Food in Muslim Minority Communitie, *Journal of Ecohumanism*, 2024 Vol 1 No 8, Hal.9243.

Islam, ajaran agama mewajibkan untuk mengonsumsi hanya produk-produk dan layanan yang halal. Oleh karena itu, sebelum menggunakan atau mengonsumsi suatu barang, penting bagi umat Islam untuk memastikan terlebih dahulu status kehalalannya. Kewajiban ini menuntut umat Islam untuk senantiasa memilih produk yang benar-benar halal.

Berdasarkan laporan *Global Islamic Economy Report* tahun 2018, Indonesia menempati posisi teratas dalam hal konsumsi produk halal, dengan total nilai mencapai 170 miliar dolar AS atau sekitar Rp2.465 triliun (dengan asumsi kurs Rp14.500 per dolar). Mengingat Indonesia merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, pencapaian ini bukanlah hal yang mengejutkan. Potensi pasar yang sangat besar menjadikan Indonesia sebagai target utama bagi produsen dari berbagai negara. Apalagi di era kemajuan teknologi saat ini, kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi menjadi faktor utama dalam menghadapi persaingan ekonomi global.[3]

Industri halal di Indonesia memiliki peluang yang sangat luas, terutama karena mayoritas penduduknya beragama Islam. Besarnya potensi ini tercermin dalam berbagai sektor, antara lain sektor makanan dan minuman halal, keuangan syariah, pariwisata berbasis halal, busana muslim, serta industri halal di bidang farmasi, kosmetik, media, dan hiburan halal. Berikut ini merupakan penjelasan dari masing-masing sektor tersebut:

1. **Peluang Industri Halal di Indonesia Dalam Meningkatkan Perkembangan Produk dan Layanan Halal.**
    a. Industri Makanan dan Minuman Halal

        Indonesia memiliki peluang besar dalam mengembangkan industri halal, khususnya di sektor makanan dan minuman, di tengah ketatnya persaingan pasar halal global. Salah satu indikatornya adalah tingginya tingkat konsumsi produk halal oleh masyarakat Indonesia yang mencapai sekitar USD 220 miliar. Angka ini tidaklah kecil dan diperkirakan terus meningkat seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk Muslim serta meningkatnya kesadaran akan pentingnya aspek kehalalan dalam produk yang dikonsumsi. Hal ini membuka jalan bagi Indonesia untuk mengambil

[3]Oktoviana Banda Saputri, Pemetaan Potensi Indonesia Sebagai Pusat Industri Halal Dunia, *Jurnal Masharif Al-Syariah*, 2020, Vol.5, No.2, hal 27-28.

peran sebagai pusat pasar halal dunia, asalkan potensi ini dapat dimanfaatkan secara maksimal.

Sektor makanan halal menjadi penyumbang terbesar dalam belanja produk halal nasional. Dengan demikian, jika perhatian diarahkan pada penguatan sektor makanan dan minuman halal, baik melalui pengembangan industri berskala besar maupun pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), maka Indonesia berpeluang besar untuk memiliki daya saing tinggi di pasar global. Terlebih lagi, kekayaan sumber daya alam yang dimiliki Indonesia di bidang pertanian, perikanan, peternakan, dan perkebunan menjadi modal penting. Ketika seluruh pelaku industri, mulai dari perusahaan besar hingga UMKM, didorong untuk memperoleh sertifikasi halal, maka kesempatan Indonesia untuk menjadi pusat industri makanan dan minuman halal dunia akan semakin terbuka luas.

Menariknya, pandemi COVID-19 tidak serta-merta membawa dampak negatif terhadap sektor ini. Justru sebaliknya, pandemi meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya makanan yang bersih, sehat, dan aman. Hal ini membuat produk halal semakin identik dengan makanan yang higienis dan berkualitas. Para ekonom pangan bahkan memproyeksikan bahwa dalam waktu dekat, industri makanan dan minuman halal akan menjadi kekuatan dominan di pasar global.

Beberapa faktor yang mendorong tren ini antara lain adalah pertumbuhan populasi Muslim secara global yang meningkatkan permintaan produk halal, meningkatnya preferensi konsumen non-Muslim terhadap produk halal karena alasan keamanan dan etika, serta meningkatnya daya beli umat Muslim yang menjadikan mereka sebagai kekuatan pasar yang signifikan. Di samping itu, kesadaran masyarakat Muslim akan pentingnya memilih makanan dan minuman yang halal terus mengalami peningkatan. Situasi ini semakin memperkuat peluang

Indonesia untuk tampil sebagai salah satu pelaku utama dalam industri halal global, khususnya di sektor makanan dan minuman.[4]

b. Lembaga Keuangan Syariah

Pertumbuhan sektor keuangan syariah di Indonesia menunjukkan tren positif dari tahun ke tahun. Data Otoritas Jasa Keuangan mencatat bahwa pada tahun 2018, total aset keuangan syariah meningkat sebesar 13,97%, mencapai nilai Rp 1.287,65 triliun. Pencapaian ini menempatkan Indonesia di posisi ketujuh dalam pasar global aset keuangan Islam dengan nilai aset sekitar USD 86 miliar. Tak hanya itu, Indonesia juga berhasil menempati peringkat kelima dalam daftar Top 10 *Islamic Finance versi State of Global Economic Report* tahun 2019. Pada tahun yang sama, pangsa pasar industri keuangan syariah Indonesia mencatatkan angka 8,69%.[5]

Bank Muamalat didirikan pada tahun 1991 sebagai pelopor perbankan syariah di Indonesia, mengawali operasionalnya dengan menerapkan prinsip bagi hasil dalam berbagai layanan seperti pembiayaan, asuransi, dan investasi berbasis syariah. Perkembangan industri keuangan syariah mencapai tonggak penting pada Februari 2021 dengan terbentuknya Bank Syariah Indonesia (BSI), bank syariah terbesar di Tanah Air, hasil penggabungan dari tiga bank milik negara: Bank Mandiri, BNI, dan BRI. BSI memainkan peran strategis sebagai penggerak utama dalam mendukung aktivitas ekonomi, khususnya di dalam ekosistem industri halal.[6]

c. Pariwisata Halal

Indonesia merupakan negara kepulauan yang kaya akan keindahan alam, seperti pantai, pegunungan, dan danau, yang masing-masing memiliki pesona tersendiri dan banyak diminati oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Selain kekayaan alamnya yang sangat memukau mata, Indonesia juga memiliki keberagaman suku dan budaya yang

[4]Ula Rochmatannia Rosana, Prospek Perkembangan Industri Produk Halal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia, *Journal Of Halal Product And Research*, 2024, Vol.7 No.1, Hal.71.
[5] Minarni.dkk, Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia Berbasis Maqashid Syariah dan Etika Bisnis Islami, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2024, Vol.10 No.3, hal.3077.
[6] Nora Maulana, Zulfahmi, Potensi Pengembangan Industri Halal Indonesia Di Tengah Persaingan Halal Global, *Jurnal Iqtisaduna*, 2022, Vol.8 No.2, hal. 139.

menjadi daya tarik tersendiri dalam sektor pariwisata. Kedua hal ini memberikan peluang besar untuk mengembangkan wisata halal, yang mencakup layanan seperti perjalanan halal, akomodasi, hotel, dan kuliner yang sesuai dengan prinsip halal, serta berbagai aspek lainnya yang mendukung industri pariwisata nasional. Menurut *State of the Global Islamic Economy Report* 2020/2021, Indonesia menempati posisi keenam secara global dalam kategori perjalanan ramah Muslim pada tahun 2020. Sebagai bagian dari upaya pengembangan ini, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah menetapkan dan mengembangkan sepuluh destinasi wisata ramah Muslim di berbagai daerah di Indonesia, seperti Aceh, Sumatera Barat, Riau dan Kepulauan Riau, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, Nusa Tenggara Barat, dan Sulawesi Selatan. [7]

Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor pariwisata halal, yang ditandai dengan keberagaman destinasi wisata yang sesuai bagi wisatawan muslim atau halal traveller. Destinasi tersebut mencakup situs-situs religi seperti masjid dan makam tokoh penting, bangunan bersejarah seperti keraton, berbagai peninggalan budaya, serta kuliner yang terjamin kehalalannya. Potensi besar ini telah mendapat pengakuan di tingkat internasional, yang tercermin dari keberhasilan Indonesia meraih peringkat pertama bersama Malaysia sebagai destinasi unggulan di antara negara-negara anggota Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) dengan skor 78. Selain itu, Indonesia juga menempati posisi teratas dalam dua kategori lainnya, yaitu Top 10 *Destinations – Communications* dan Top 10 *Destinations – Services*, serta berada di urutan keempat dalam kategori Top 10 *Muslim-Friendly Travel*. Untuk memperkuat peran Indonesia sebagai pusat pariwisata halal, pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah menetapkan sepuluh daerah sebagai destinasi wisata ramah Muslim. Daerah-daerah tersebut meliputi Aceh, Sumatera Barat, Riau dan Kepulauan Riau, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa

[7] Herianti Herianti.dkk, Industri Halal Fashion dari Perspektif dan Perkembangannya di Indonesia, *Indonesia Journal of Halal*, 2023, Vol.6 No.2, hal.60.

Tengah, DI Yogyakarta, Jawa Timur, Nusa Tenggara Barat, serta Sulawesi Selatan. Langkah ini mencerminkan komitmen pemerintah dalam membangun ekosistem pariwisata yang inklusif dan selaras dengan nilai-nilai syariah. [8]

d. Industri Pakaian Halal

Dalam konteks gaya hidup halal, prospek perkembangan busana muslim di Indonesia sangat menjanjikan. E Ratna Utarianingrum, Direktur Industri Aneka dan IKM Kimia, Sandang, dan Kerajinan di Kementerian Perindustrian, menyampaikan bahwa pada tahun 2019, Indonesia tercatat sebagai negara dengan konsumsi fesyen muslim terbesar kelima di dunia, setelah Iran, Turki, Arab Saudi, dan Pakistan. Media Indonesia melaporkan bahwa nilai konsumsi tersebut mencapai 16 miliar dolar AS. Sementara itu, Menurut data dari Pusat Data dan Informasi Kementerian Perindustrian, nilai ekspor industri pakaian jadi pada tahun 2020 mencapai 7,04 miliar USD, sementara pada periode Januari hingga Februari 2021, ekspor sektor ini sudah menyentuh angka 1,24 miliar USD. Di sisi lain, laporan *State of the Global Islamic Economy Report* 2020/2021 menempatkan Indonesia di peringkat kedua dalam daftar sepuluh negara dengan industri fesyen muslim terbaik di dunia. Pencapaian ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki peluang besar untuk menjadi pemimpin sekaligus pionir dalam pengembangan industri busana muslim di kancah global di masa mendatang.[9]

Fashion muslim kini telah menjadi identitas khas bagi umat Islam di Indonesia dan berkembang menjadi tren serta gaya hidup modern. Kebutuhan akan busana muslim tidak lagi semata-mata sebagai bentuk kepatuhan terhadap ajaran syariah, tetapi juga telah menjelma menjadi bagian dari budaya kontemporer. Kehadiran para pengusaha muda dalam industri fashion halal, terutama di sektor hijab, telah mendorong nama Indonesia dikenal di kancah internasional melalui berbagai ajang dan

[8] Minarni.dkk, Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia Berbasis Maqashid Syariah dan Etika Bisnis Islami, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam,* 2024, Vol.10 No.3, hal.3077.
[9] Herianti Herianti.dkk, Industri Halal Fashion dari Perspektif dan Perkembangannya di Indonesia, *Indonesia Journal of Halal*, 2023, Vol.6 No.2, hal.60.

pameran. Dengan pencapaian tersebut, posisi Indonesia sebagai salah satu negara dengan industri busana muslim terbesar yakni peringkat ketiga merupakan hal yang sangat wajar.[10]

e. Industri Farmasi dan Kosmetik Halal

Reni Yanita, Pelaksana Tugas Direktur Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka (Dirjen IKMA), menyatakan bahwa pasar kosmetik memiliki banyak potensi yang dapat dimanfaatkan. Saat ini, ekspor kosmetik Indonesia telah mencapai 784 juta dolar AS, yang setara dengan 0,56 persen dari total nilai pasar global sebesar 140 miliar dolar. Produk yang diekspor meliputi minyak esensial, produk perawatan tubuh seperti sabun, lulur wajah dan tubuh, parfum, serta cairan pewangi. [11]

Permintaan terhadap produk kecantikan halal didorong terutama oleh generasi muda muslim yang religius dan aktif. Dalam industri kosmetik halal, aspek-aspek penting seperti bahan baku yang halal, serta proses produksi, penyimpanan, pengemasan, dan distribusi harus mengikuti prinsip-prinsip syariah. Para produsen dituntut untuk lebih memperhatikan kehalalan komponen yang digunakan dalam pembuatan produk mereka. Di sisi lain, konsumen semakin menyadari pentingnya sertifikasi halal sebagai jaminan atas aspek kesehatan, keamanan, dan kepatuhan terhadap ajaran agama. Salah satu pelopor dalam industri kosmetik halal Indonesia adalah Wardah, yang tidak hanya mendominasi pasar domestik tetapi juga mampu bersaing di kancah internasional. Wardah terus mengembangkan produknya agar selaras dengan gaya hidup modern, baik bagi konsumen muslim maupun non-muslim. [12]

Industri farmasi halal bermula dari diberlakukannya Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2009 yang mengatur tentang praktik

---

[10] Nora Maulana, Zulfahmi, Potensi Pengembangan Industri Halal Indonesia Di Tengah Persaingan Halal Global, *Jurnal Iqtisaduna*, 2022, Vol.8 No.2, hal. 139.

[11] Herianti Herianti.dkk, Industri Halal Fashion dari Perspektif dan Perkembangannya di Indonesia, *Indonesia Journal of Halal*, 2023, Vol.6 No.2, hal.60.

[12] Nora Maulana, Zulfahmi, Potensi Pengembangan Industri Halal Indonesia Di Tengah Persaingan Halal Global, *Jurnal Iqtisaduna*, 2022, Vol.8 No.2, hal. 139.

kefarmasian. Saat ini, obat-obatan halal diperkirakan menyumbang hampir sepertiga dari total pendapatan pasar halal secara global. Produk-produk perawatan kesehatan dan obat-obatan menjadi bagian dari gaya hidup halal yang memiliki potensi besar, seiring dengan pertumbuhan sektor ini yang menunjukkan performa yang menjanjikan. Hal ini membuka peluang yang luas bagi industri halal untuk mengembangkan sayapnya ke dalam sektor farmasi.

f. Industri Media dan Hiburan Halal

Industri media dan hiburan bertema Islami menunjukkan perkembangan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini tercermin dari meningkatnya minat masyarakat terhadap konten hiburan yang mengusung nilai-nilai Islam. Salah satu contoh nyata adalah keberhasilan animasi Islami Nussa dan Rara, yang berhasil meraih perhatian publik secara luas. Episode perdana dari kanal Nussa Official di YouTube telah ditonton lebih dari 134 juta kali dan berhasil mengumpulkan sekitar 8,85 juta pelanggan. Bahkan, animasi ini pernah menempati peringkat ketiga dalam daftar trending topic YouTube Indonesia. [13]

Sektor media dan hiburan memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan industri halal di Indonesia. Salah satu langkah konkret yang dapat diambil adalah dengan menyeleksi dan menyajikan konten yang sehat, edukatif, dan sesuai dengan usia target audiens. Di ranah televisi, konten yang bersifat mistis, pornografi, gosip tak mendidik, maupun propaganda yang menyesatkan sebaiknya dihindari. Sebagai gantinya, media bisa menghadirkan tayangan yang mengedukasi, memperluas wawasan keislaman, dan memperkuat karakter positif masyarakat.

Contoh tayangan yang dapat mendorong pertumbuhan industri media halal antara lain adalah program-program keagamaan seperti ceramah, tabligh akbar, dan tilawah Al-Qur'an oleh qori' nasional maupun internasional. Film bertema perjuangan Islam, sejarah peradaban Muslim,

[13] *Ibid*, hal.140.

hingga kisah para nabi dan sahabat juga memiliki potensi tinggi untuk disukai masyarakat. Tak kalah penting adalah hiburan Islami yang mencakup lomba-lomba kreatif seperti Musabaqah Tilawatil Qur'an (MTQ), seni kaligrafi, memasak, memanah, berkuda, dan seni bela diri, yang tidak hanya menghibur tetapi juga mengandung nilai edukatif dan syariah.

Dalam konteks penyiaran yang etis, media juga harus memperhatikan aspek syariat, seperti kewajiban bagi penyiar perempuan untuk mengenakan busana muslimah yang menutup aurat sesuai ketentuan agama. Hal ini merupakan bentuk kepatuhan terhadap etika bisnis syariah yang dapat menjadi nilai tambah bagi media berbasis halal.

Sementara itu, peluang pengembangan media halal di platform digital sangat luas. Produksi konten Islami melalui media sosial, YouTube, podcast, dan blog Islami dapat menjadi sarana dakwah sekaligus wadah hiburan yang bernilai. Pemanfaatan marketplace berbasis prinsip jual beli syariah, serta platform digital yang mempromosikan produk halal dan membantu konsumen melacak kehalalan produk, juga membuka peluang ekonomi yang besar.[14]

2. Tantangan Industri Halal di Indonesia

a. Industri Makanan dan Minuman Halal

Salah satu hambatan utama dalam pengembangan industri halal, khususnya di sektor makanan dan minuman, adalah belum adanya standar sertifikasi halal yang berlaku secara global. Setiap negara memiliki aturan dan kriteria sendiri dalam menetapkan kehalalan suatu produk, sehingga menciptakan ketidakpastian bagi pelaku usaha dan kebingungan di kalangan konsumen internasional. Oleh karena itu, diperlukan kerja sama lintas negara dalam bentuk dialog dan forum internasional untuk menyatukan standar serta mencari solusi atas perbedaan ini, agar industri makanan dan minuman halal dapat berkembang lebih luas di pasar global.

[14] Minarni.dkk, Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia Berbasis Maqashid Syariah dan Etika Bisnis Islami, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam,* 2024, Vol.10 No.3, hal.3083.

Bagi pelaku UMKM di sektor makanan dan minuman, memiliki sertifikasi halal adalah sebuah nilai tambah yang sangat penting. Sertifikasi ini bukan hanya sebagai simbol, tetapi juga sebagai bukti bahwa produk mereka telah melalui proses verifikasi bahan dan produksi yang sesuai dengan ketentuan syariat dan telah diuji oleh lembaga halal yang terpercaya. Dengan adanya sertifikasi ini, konsumen merasa lebih yakin dan aman saat mengonsumsi produk tersebut. Namun kenyataannya, masih banyak UMKM yang kesulitan mendapatkan sertifikat halal. Beberapa kendala yang sering muncul antara lain kurangnya pendampingan dari pihak terkait, minimnya informasi atau sosialisasi, serta proses administrasi yang dianggap rumit dan membingungkan. [15]

Di sisi lain, Indonesia juga menghadapi tantangan internal dalam mendorong industri makanan dan minuman halal, salah satunya adalah rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kehalalan produk (halal awareness). Banyak masyarakat yang masih menganggap semua produk yang beredar di pasar otomatis halal, tanpa mengetahui proses produksinya. Padahal, pemahaman tentang konsep halal sangat berkaitan erat dengan tingkat religiusitas dan pengetahuan individu.

Ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi produk halal lebih dipengaruhi oleh tingkat religiusitas seseorang dibandingkan sekadar pengetahuan umum tentang halal. Selain itu, faktor lain seperti alasan kesehatan, keberadaan label halal, dan seberapa sering seseorang terpapar informasi tentang halal juga turut memengaruhi kesadaran ini. Beberapa penelitian juga menyoroti bahwa kepercayaan terhadap ajaran agama, identitas sebagai Muslim, dan paparan media sangat menentukan tingkat halal awareness seseorang.[16]

b. Lembaga Keuangan Syariah

[15] Ika Nurfitriani, Perkembangan Industri Produk Halal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Pelaku Umkm, *Journal Of Islamic Economic And Law*, 2024, Vol.1 No.2, Hal.45.

[16] Rina Samsiyah.dkk, Analisi Peluang, Tantangan, dan Strategi Industri Halal di Indonesia, *Journal of Islamic Economics, Finance, and Bussines,* 2024, Vol.1 No.1, Hal. 95.

Untuk mendorong industri perbankan syariah agar mampu menjadi pemain unggulan yang memiliki peran signifikan di Indonesia, terdapat sejumlah tantangan dan strategi prioritas yang perlu diperhatikan oleh para pemangku kepentingan. Salah satu yang paling krusial adalah pengembangan produk keuangan dan perbankan syariah yang inovatif, karena hal ini menjadi fondasi utama dalam memajukan sektor tersebut. Bank syariah dituntut untuk menghadirkan ragam produk yang lebih kreatif agar dapat bertumbuh dan bersaing secara optimal.

Langkah ini menjadi sangat penting, terutama mengingat adanya tren perlambatan pertumbuhan dan penurunan pangsa pasar bank syariah dibandingkan bank konvensional. Inovasi produk bukan lagi pilihan, melainkan sebuah keharusan untuk mengembalikan daya saing. Sebenarnya, masih terdapat banyak peluang usaha yang menjanjikan dan berpotensi menguntungkan bagi perbankan syariah, antara lain *international trade finance*, *syndicated financing*, *Margin During Construction (MDC)*, *hybrid take over* dan *refinancing*, *factoring*, *KPRS inden*, pembiayaan *reimburse*, *IMBT*, *Ijarah Maushufah fi al-Dzimmah*, serta *Musyarakah Mutanaqishah*. Khusus untuk akad *Musyarakah Mutanaqishah*, skema ini dapat diterapkan pada sebelas jenis produk serta berbagai kebutuhan bisnis nasabah.

Tantangan berikutnya yang dihadapi perbankan syariah adalah terkait dengan sekuritisasi aset. Salah satu faktor utama keberhasilan dalam pembiayaan KPR syariah adalah penerapan sekuritisasi aset (*tawriq*). Melalui mekanisme ini, bank syariah dapat meningkatkan likuiditas dengan mengubah aset-aset pembiayaan yang berisiko menjadi dana tunai, yang selanjutnya bisa dimanfaatkan untuk ekspansi usaha maupun penyaluran pembiayaan baru kepada nasabah. Dana segar ini diperoleh melalui lembaga penerbit Efek Beragun Aset (EBA) yang membeli aset-aset produktif dari bank syariah. [17]

[17] Ahmad Taufiq Hrahap, Tantangan dan Peluang Lembaga Keuangan Syariah, *Jurnal Bisnis Corporate,* 2017, Vol.2 No.2, hal.14.

Namun demikian, hingga kini, produk keuangan syariah masih sering dipersepsikan setara dengan produk keuangan konvensional, tanpa mempertimbangkan nilai tambah dari aspek kehalalan dan keberkahan yang menjadi ciri khas sistem keuangan syariah. Oleh karena itu, penting bagi pelaku industri untuk mengkomunikasikan nilai-nilai tersebut secara terbuka dan transparan kepada masyarakat.[18]

c. Industri Pariwista Halal

Dalam mendorong kemajuan sektor pariwisata halal di Indonesia, terdapat lima tantangan besar yang harus diatasi agar ekosistemnya dapat berkembang secara optimal.

Pertama, masih banyak pihak, termasuk para pemangku kebijakan, yang belum menyadari besarnya potensi bisnis dari industri halal. Hal ini tercermin dari terbatasnya dukungan nyata pemerintah dalam mengembangkan industri halal secara menyeluruh. Fokus pemerintah saat ini lebih banyak tertuju pada sektor keuangan syariah, sementara arah dan strategi pengembangan industri halal belum terlihat jelas. Padahal, Undang-Undang Jaminan Produk Halal (JPH) telah disahkan sejak 2014. Indonesia pun belum menjadi anggota SMIIC (*The Standards and Metrology Institute for Islamic Countries*), lembaga internasional yang menetapkan standar halal bagi negara-negara OKI. Bergabung dengan SMIIC sangat penting agar sertifikasi halal Indonesia bisa selaras dengan standar global. Untuk itu, dibutuhkan regulasi pelengkap yang memungkinkan pelaku usaha, termasuk di sektor pariwisata, menjalani proses sertifikasi dengan mudah, cepat, dan transparan.

Kedua, masih terbatasnya ketersediaan bahan baku yang memenuhi standar halal menjadi kendala nyata dalam rantai pasok. Saat ini, pasokan bahan baku halal baru mencakup sekitar 37% dari total kebutuhan industri yang mencapai US$100 miliar. Bahkan untuk kategori kosmetik dan produk perawatan diri, persentasenya jauh lebih kecil, hanya sekitar 18%

[18] Oktoviana Banda Saputri, Pemetaan Potensi Indonesia Sebagai Pusat Industri Halal Dunia, *Jurnal Masharif Al-Syariah*, 2020, Vol.5, No.2, hal.35.

dari kebutuhan yang diperkirakan sebesar US$56 miliar. Hal ini tentu berdampak pada sektor pariwisata halal, terutama dalam penyediaan fasilitas dan layanan yang sesuai dengan prinsip halal, seperti makanan, akomodasi, dan produk penunjang lainnya.

Ketiga, kurangnya pemahaman produsen mengenai prinsip halal serta keterbatasan infrastruktur turut menyulitkan jaminan kehalalan secara menyeluruh dalam setiap tahap produksi. Tantangan ini mencakup tidak hanya bahan baku, tetapi juga proses logistik, distribusi, hingga penetapan harga. Dalam konteks pariwisata halal, hal ini dapat mengganggu kepercayaan wisatawan yang menginginkan kepastian terhadap layanan halal yang mereka gunakan.

Keempat, belum adanya keseragaman standar dan sertifikasi halal secara global menjadi tantangan tersendiri. Saat ini terdapat lebih dari 400 lembaga sertifikasi halal di seluruh dunia, bahkan di beberapa negara ada lebih dari satu lembaga. Perbedaan kriteria antarlembaga tersebut seringkali membingungkan produsen, terutama mereka yang ingin menembus pasar ekspor. Dalam industri pariwisata, hal ini bisa berdampak pada kemudahan promosi dan penerimaan destinasi halal Indonesia di mata wisatawan internasional. Oleh karena itu, dibutuhkan kolaborasi dan harmonisasi antar lembaga sertifikasi halal agar pengakuan standar bisa saling terintegrasi.

Kelima, kesadaran masyarakat Indonesia terhadap pentingnya produk dan layanan halal masih relatif rendah. Produk halal dianggap sebagai sesuatu yang biasa, bukan kebutuhan yang harus diprioritaskan. Akibatnya, baik pelaku usaha kecil menengah (UKM) maupun industri besar belum melihat industri halal sebagai peluang pasar yang menjanjikan. Untuk membangun pariwisata halal yang kuat, perlu ditanamkan pemahaman bahwa industri halal bukan sekadar simbol agama, tetapi juga strategi ekonomi yang dapat meningkatkan daya saing Indonesia di pasar global.[19]

[19] Hani Werdi Apriyanti, Perkembangan Industri Perbankan Syariah di Indonesia: Analisis Peluang dan Tantangan, *Jurnal Universitas Muhammadiyah Semarang*, 2018, Vol. 8 No. 1, hal. 20.

d. Industri Pakaian Halal

Masih terdapat negara-negara yang memberlakukan pelarangan terhadap penggunaan hijab atau jenis pakaian muslim lainnya seperti cadar dan burqa. Beberapa negara dengan populasi mayoritas non-muslim bahkan mengeluarkan kebijakan yang membatasi hingga melarang sepenuhnya pemakaian busana muslim di ruang publik. Kebijakan semacam ini tentu memberikan dampak negatif terhadap pertumbuhan industri fashion muslim di wilayah tersebut.

Pesatnya perkembangan industri fashion muslim sebagai sektor bisnis turut membawa dampak lain, yakni kecenderungan terhadap komersialisasi dan komodifikasi. Akibatnya, nilai spiritual dan makna religius dari pakaian muslim sebagai simbol ketakwaan mulai memudar.

Sejumlah merek besar mulai merambah ke pasar busana muslim, meskipun mereka tidak memiliki latar belakang atau basis konsumen muslim yang kuat. Hal ini menimbulkan kesan bahwa langkah mereka hanya bertujuan untuk memanfaatkan peluang pasar. Padahal, keberadaan konsumen setia sangat penting dalam menjaga eksistensi sebuah merek. Tanpa adanya kedekatan emosional dengan pelanggan, risiko terjadinya kanibalisasi produk akan meningkat karena menurunnya minat beli.

Industri busana muslim dihadapkan pada tuntutan untuk terus meningkatkan kualitas, baik dari segi desain maupun mutu produk, agar mampu menarik minat generasi muda muslim dari kalangan kelas menengah. Kuncinya terletak pada desain yang trendi dan modis, namun tetap terjangkau secara harga.[20]

e. Industri Farmasi dan Kosmetik Halal

Dalam sektor farmasi dan kosmetik, Salah satu tantangan utama yang dihadapi Indonesia adalah tingginya ketergantungan terhadap impor bahan baku, khususnya dalam industri kosmetik, di mana sekitar 80% bahan bakunya masih berasal dari luar negeri. Ironisnya, sebagian bahan tersebut,

[20] Oskar Hutagaluh.dkk, Tantangan Sektor Halal Prioritas di Indonesia, *Jurnal Alwatzikhoebillah: Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora,* 2023, Vol. 9 No. 2, hal. 552.

seperti minyak atsiri dari nilam, merupakan hasil ekspor bahan mentah dari Indonesia yang kemudian diolah di negara lain dan dijual kembali ke dalam negeri dengan harga lebih mahal. Kondisi ini menunjukkan bahwa salah satu hambatan utama dalam pengembangan industri farmasi dan kosmetik halal di Indonesia adalah kurangnya penguasaan teknologi untuk mengolah bahan mentah menjadi bahan baku siap pakai. Oleh karena itu, diperlukan upaya serius untuk mengembangkan kapasitas ini agar ketergantungan terhadap impor dapat dikurangi, sekaligus memastikan kehalalan produk sesuai standar sertifikasi halal yang berlaku di Indonesia.[21]

f. Industri Media dan Hiburan Halal

Saat ini, regulasi pemerintah yang mengatur sektor media dan hiburan di Indonesia masih terfokus pada pendekatan konvensional dan belum menyentuh secara khusus aspek halal dalam industri ini. Beberapa undang-undang yang berlaku di Indonesia antara lain UU No. 33 Tahun 2009 tentang Perfilman, UU No. 36 Tahun 1999 mengenai Telekomunikasi, UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers, UU No. 19 Tahun 2002 mengenai Hak Cipta, serta UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran., sebagian besar hanya mengatur hal-hal mendasar secara umum, tanpa adanya penekanan khusus terhadap prinsip-prinsip syariah atau nilai-nilai Islam dalam produksi dan distribusi konten media.

Meski terdapat beberapa pasal yang menyentuh isu agama, seperti Pasal 41 ayat 1 dan Pasal 48 dalam UU Perfilman yang melarang penayangan film yang bertentangan dengan nilai agama serta mewajibkan insan perfilman menjunjung nilai moral dan agama, atau Pasal 5 dan Pasal 36 dalam UU Penyiaran tentang pentingnya menjaga moralitas dan menyiarkan nilai-nilai agama, aturan-aturan tersebut masih bersifat normatif dan tidak cukup operasional dalam membangun ekosistem media halal secara menyeluruh.

Hal ini menjadi tantangan besar bagi pengembangan industri media dan hiburan halal, karena tanpa adanya kerangka hukum yang jelas dan

[21] *Ibid*, hal. 554.

spesifik, upaya membangun konten yang sesuai syariat Islam masih bergantung pada interpretasi masing-masing pelaku industri. Ketiadaan panduan hukum yang mengikat juga menyulitkan proses penilaian apakah suatu konten benar-benar memenuhi standar halal atau belum.

Selain itu, belum adanya fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang secara resmi mengatur tentang halal atau tidaknya konten media dan hiburan juga menjadi hambatan tersendiri. Meskipun pada tahun 2019 telah dilakukan penandatanganan nota kesepahaman antara Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), MUI, dan Kementerian Agama, namun hal tersebut belum cukup untuk mendorong terbentuknya sistem hukum yang kuat dalam industri ini. Padahal, fatwa MUI memiliki peran penting sebagai rujukan hukum Islam yang bersifat mengikat bagi umat Muslim di Indonesia.[22]

3. Strategi Pemerintah dalam Meningkatkan Industri Halal

Pemerintah Indonesia terus mendorong pengembangan industri halal agar bisa menjadi pemimpin di tingkat global. Berbagai langkah strategis diambil untuk memperkuat ekosistem halal nasional mulai dari peningkatan SDM, regulasi yang jelas, hingga perluasan pasar dalam dan luar negeri.

a. Meningkatkan SDM dan Edukasi Halal.

Salah satu tantangan utama dalam industri halal adalah kurangnya tenaga ahli di bidang ini. Karena itu, pemerintah mendorong pelatihan, sertifikasi, dan pendidikan halal secara berkelanjutan. Selain itu, edukasi kepada masyarakat juga penting agar semakin banyak orang paham pentingnya produk halal, misalnya lewat seminar, media sosial, kampanye publik, dan literasi halal di sekolah atau kampus.

b. Mendorong Riset dan Teknologi Halal.

Pemerintah juga fokus mengembangkan riset dan inovasi produk halal. Hal ini termasuk membangun Halal Center sebagai pusat penelitian, teknologi, dan pengembangan produk. Tujuannya adalah

[22] Fadia Utami.dkk, Peluang Dan Tantangan Industri Media Dan Hiburan Halal Di Indonesia: Kajian Kelembagaan Dari Sudut Pandang Produk Hukum Di Indonesia, *Journal of Islamic Economics and Business*, 2021, Vol. 1 No.4, hal. 245-246.

meningkatkan kualitas dan keamanan produk halal lewat teknologi modern dan sistem digital yang terintegrasi.

c. Standarisasi dan Sertifikasi yang Jelas dan Terpercaya.

Sertifikasi halal harus punya standar yang jelas dan proses yang transparan agar konsumen, baik lokal maupun internasional, merasa yakin dan percaya. Pemerintah terus memperkuat aturan dan sistem pengawasan agar proses sertifikasi berjalan jujur dan sesuai syariat.

d. Koordinasi Antar Lembaga dan Pelaku Industri.

Untuk menghindari kebijakan yang saling tumpang tindih, pemerintah ingin ada sinergi antara berbagai lembaga dan pelaku industri. Dengan kerja sama yang solid, pengembangan industri halal bisa lebih efektif dan terarah.

e. Mendukung UMKM dan Komunitas Halal.

UMKM punya peran penting dalam pertumbuhan industri halal. Pemerintah mempermudah proses sertifikasi, memberi pelatihan, dan membantu dalam pemasaran serta pengembangan produk. Komunitas halal juga didorong agar bisa jadi penghubung antara produsen dan konsumen.

f. Bangun Infrastruktur dan Promosi Produk Halal.

Untuk mendukung rantai pasok halal, dibutuhkan infrastruktur seperti pabrik bersertifikasi, logistik halal, dan sistem digital yang memudahkan pengawasan. Di sisi lain, promosi juga diperkuat lewat pameran, kampanye online, dan kerja sama media agar produk halal Indonesia makin dikenal luas.

g. Perluas Jaringan Perdagangan dan Kerja Sama Internasional.

Agar bisa bersaing secara global, pemerintah membangun jaringan perdagangan halal di dalam dan luar negeri. Kerja sama dengan negara lain dilakukan agar standar produk halal Indonesia bisa diterima di pasar internasional. Pemerintah juga berusaha membangun fasilitas sertifikasi dan distribusi di berbagai wilayah.

h. Kembangkan Pariwisata Halal dan Inovasi Produk.

Indonesia juga punya potensi besar dalam pariwisata halal. Pemerintah mendorong penyediaan fasilitas dan layanan wisata yang sesuai syariah. Di saat yang sama, inovasi di sektor makanan, kosmetik, farmasi, dan gaya hidup halal terus dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang makin beragam.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan penelitian tentang peluang, tantangan, dan strategi pengembangan industri halal di Indonesia, dapat disimpulkan bahwa potensi industri halal di Indonesia sangat besar dan beragam, terutama didorong oleh jumlah penduduk Muslim yang tinggi dan kesadaran konsumen terhadap pentingnya produk halal yang terus meningkat. Berbagai sektor seperti makanan dan minuman, keuangan syariah, pariwisata, fashion, farmasi, kosmetik, serta media dan hiburan menunjukkan perkembangan positif yang signifikan, namun masih menghadapi tantangan struktural seperti rendahnya kesadaran masyarakat, keterbatasan bahan baku halal, kurangnya inovasi, serta belum optimalnya regulasi dan standardisasi halal secara nasional dan internasional. Pemerintah telah mengambil langkah strategis melalui peningkatan SDM, riset, penyederhanaan sertifikasi, penguatan infrastruktur, dan kerja sama global untuk memperkuat ekosistem halal. Namun demikian, generalisasi hasil ini perlu dilakukan dengan hati-hati mengingat masih terbatasnya data empiris di beberapa sektor serta ketimpangan implementasi kebijakan di tingkat daerah.

Saran

Oleh karena itu, disarankan agar penelitian lanjutan lebih menekankan pada evaluasi efektivitas kebijakan di lapangan, mengkaji keberhasilan pelaku UMKM halal secara kuantitatif, serta menggali persepsi konsumen lintas demografi untuk memperkuat basis pengambilan keputusan dalam pengembangan industri halal nasional yang berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

A, Ahla, dkk. 2020. Strategi Pengembangan Ekonomi Syariah Melalui Penguatan Halal Value Chain (Studi Kasus pada Industri Pariwisata Halal di Kota Banjarbaru). *Jurnal Artikel Tugas Akhir*.

Apriyanti, Hani Werdi. 2018.Perkembangan Industri Perbankan Syariah di Indonesia: Analisis Peluang dan Tantangan. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Semarang*, 8 (1).

Harahap, Ahmad Taufiq. 2017.Tantangan dan Peluang Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal Bisnis Corporate*, 2 (2).

Herianti, Herianti,dkk. 2023. Industri Halal Fashion dari Perspektif dan Perkembangannya di Indonesia. *Indonesia Journal of Halal*, 6 (2).

Hidayati, Amalia Nuril,dkk. 2024. Muslim Consumer Behavior in Consuming Halal Food in Muslim Minority Communitie. *Journal of Ecohumanism*, 1 (8).

Hutagaluh, Oskar, dkk. 2023.Tantangan Sektor Halal Prioritas di Indonesia. *Jurnal Alwatzikhoebillah: Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 9 (2).

Minarni, dkk. 2024.Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia Berbasis Maqashid Syariah dan Etika Bisnis Islami. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10 (3).

Nurfitriani, Ika. 2024. Perkembangan Industri Produk Halal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Pelaku Umkm. *Journal Of Islamic Economic And Law*, 1 (2).

Pew Reserch Center. (2015). The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010–2050. Available at: http://pewrsr.ch/1MFjWTx, diakses tanggal 24 April 2025.

Rosana, Rochmatannia Rosana. 2024. Prospek Perkembangan Industri Produk Halal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Journal Of Halal Product And Research*, 7(1.)

Samsiyah, Rina,dkk. Analisis. 2024. Peluang, Tantangan, dan Strategi Industri Halal di Indonesia. *Journal of Islamic Economics, Finance, and Bussines*, 1(1).

Saputri, Oktoviana Banda. 2020. Pemetaan Potensi Indonesia Sebagai Pusat Industri Halal Dunia. *Jurnal Masharif Al-Syariah*, 5 (2).

Utami, Fadia,dkk. 2021. Peluang Dan Tantangan Industri Media Dan Hiburan Halal Di Indonesia: Kajian Kelembagaan Dari Sudut Pandang Produk Hukum Di Indonesia. *Journal of Islamic Economics and Business*, 1 (4).

Zulfahmi, Nora Maulana. 202. Potensi Pengembangan Industri Halal Indonesia di Tengah Persaingan Halal Global. *Jurnal Iqtisaduna*, 8 (2).