

STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Oleh:

Abel Fitriyaningrum¹
M.Firman Ardiansyah²
Rusdun Kamil³
Hawa Gazani⁴
Muhammad Ersya Faraby⁵

Universitas Trunojoyo Madura

Alamat: JL. Raya Telang, Perumahan Telang Inda, Telang, Kec. Kamal, Kabupaten
Bangkalan, Jawa Timur (69162).

Korespondensi Penulis: 220721100042@student.trunojoyo.ac.id,
220721100169@student.trunojoyo.ac.id 220721100082@student.trunojoyo.ac.id,
hawa.gazani@trunojoyo.ac.id, ersya.faraby@trunojoyo.ac.id.

Abstract. *This study aims to analyze strategic measures to strengthen Indonesia's halal industry by integrating the POAC management functions—Planning, Organizing, Actuating, and Controlling—with core Islamic economic principles. Employing a descriptive qualitative method based on an extensive literature review, this research synthesizes information from scientific journals, government reports, and international publications related to the development of the halal economy. The findings reveal that Indonesia holds substantial potential to become a global halal hub; however, its current performance remains suboptimal due to several structural obstacles, including regulatory inconsistencies, high halal certification costs for MSMEs, limited halal and digital literacy, and insufficient research collaboration among academia, industry, and government institutions. Incorporating Sharia-based values such as trustworthiness, justice, maslahah, and sustainability into each stage of the POAC framework can enhance governance, improve operational efficiency, and support innovation driven by research and technology. Furthermore, digital transformation through e-certification and halal*

Received October 30, 2025; Revised November 11, 2025; November 25, 2025

*Corresponding author: 220721100042@student.trunojoyo.ac.id

JUDUL STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

traceability systems, along with stronger cross-sector collaboration, is essential to elevate Indonesia's competitiveness within the global halal value chain. This study emphasizes that sustainable halal industry development must prioritize maslahah and justice as the foundational pillars of Islamic economic principles.

Keywords: Halal Industry, POAC Management, Islamic Economics, Competitiveness, Halal Governance.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penguatan industri halal di Indonesia melalui integrasi fungsi manajemen POAC (Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling) dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif berbasis studi pustaka dengan menghimpun data dari jurnal ilmiah, laporan resmi, serta publikasi lembaga pemerintah dan organisasi internasional yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi besar sebagai pusat industri halal global, namun capaian aktual belum optimal akibat berbagai tantangan struktural, seperti ketidaksinkronan regulasi, besarnya biaya sertifikasi halal bagi UMKM, rendahnya literasi digital dan literasi halal, serta minimnya kolaborasi riset antara akademisi, pemerintah, dan pelaku industri. Integrasi nilai-nilai syariah seperti amanah, keadilan, maslahah, dan keberlanjutan dalam setiap tahapan POAC dinilai mampu memperkuat tata kelola industri halal, meningkatkan efektivitas dan efisiensi rantai produksi, serta mendorong inovasi berbasis riset dan teknologi. Dengan penguatan digitalisasi melalui e-certification dan sistem pelacakan halal, serta peningkatan sinergi lintas sektor, Indonesia berpeluang besar meningkatkan daya saing dan memperkuat posisinya dalam rantai nilai halal global. Penelitian ini menegaskan bahwa pembangunan industri halal yang berkelanjutan harus berorientasi pada kemaslahatan dan keadilan sebagai prinsip dasar ekonomi Islam.

Kata Kunci: Industri Halal, POAC, Ekonomi Islam, Daya Saing, Tata Kelola Halal.

LATAR BELAKANG

Industri halal telah berkembang menjadi salah satu kekuatan ekonomi global yang semakin mendapat perhatian, baik di negara Muslim maupun non-Muslim. Menurut Laporan *State of the Global Islamic Economy (SGIE) 2024/2025*, pengeluaran konsumen Muslim global dalam sektor 'real economy' halal (termasuk makanan & minuman halal,

farmasi, kosmetik, fesyen atau modest fashion, pariwisata ramah-Muslim, media dan rekreasi) mencapai *USD 2,43 triliun* pada tahun 2023 dan diperkirakan akan terus meningkat hingga *3,0 triliun* pada tahun 2027 (Utami et al., 2024). Data menunjukkan bahwa industri halal adalah tren global yang didorong oleh kesadaran konsumen yang meningkat tentang kehalalan, kesehatan, keamanan, dan keberlanjutan barang.

Meskipun capaian tersebut menunjukkan tren yang positif, realitas global masih menempatkan Indonesia belum sepenuhnya unggul. Namun demikian, menurut *Global Islamic Economy Indicator (GIEI) 2024/2025*, Indonesia masih berada pada posisi ketiga setelah Malaysia dan Arab Saudi, meskipun telah menunjukkan peningkatan yang konsisten di berbagai sektor. Indonesia bahkan menempati peringkat pertama dalam sektor *modest fashion*, serta peringkat kedua dalam *Muslim-friendly tourism* dan *halal cosmetics & pharmaceuticals* (Juliana et al., 2025). Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi besar yang dimiliki Indonesia dengan capaian aktual pada sektor makanan halal dan keuangan syariah, di mana Malaysia masih menjadi rujukan utama ekosistem halal global.

Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi pemain utama dalam industri halal di seluruh dunia. Menurut pemerintah, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), Dalam enam tahun terakhir, BPJPH telah menerbitkan sertifikat halal untuk 9,05 juta produk per 18 Agustus 2025. Angka ini melampaui target nasional 2025 sebesar 7 juta produk, dengan hampir separuhnya (48,65%) merupakan produk *self-declare* (Aqil et al., 2025). “Bahkan, ekspor produk halal Indonesia untuk periode Januari-Oktober 2024 tercatat mencapai USD 41,42 miliar, atau sekitar Rp 673,90 triliun, dengan surplus neraca perdagangan produk halal yang menunjukkan tren positif (Kementerian Perdagangan RI, 2024) Malaysia masih dianggap sebagai pusat untuk beberapa indikator seperti produktivitas, inovasi regulasi, dan pengakuan sertifikasi halal internasional. Namun, pemerintah optimistis bahwa ekspor produk halal akan meningkat menjadi sekitar USD 13,8 miliar pada tahun 2025, tetapi perkiraan ini belum sepenuhnya menunjukkan bahwa Indonesia telah melampaui Malaysia dalam semua aspek ekosistem halal dunia (Fernandez, 2024).

Kesenjangan antara potensi besar dan capaian aktual tersebut menunjukkan adanya tantangan yang perlu segera diatasi. Salah satu masalah utama dalam mengembangkan industri halal di Indonesia adalah kurangnya strategi pengembangan

JUDUL STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

yang berkelanjutan dan manajemen yang efektif. Keterbatasan biaya sertifikasi halal, kurangnya pengetahuan tentang standar produksi halal, keterbatasan inovasi produk, dan rendahnya literasi digital adalah kendala yang sering dihadapi oleh pelaku usaha, khususnya UMKM. Dari sisi kebijakan, masih ada masalah dengan sinkronisasi regulasi, birokrasi yang panjang, dan rendahnya penetrasi pasar halal Indonesia di tingkat global (Hendrawan et al., 2025). Dalam perspektif ekonomi Islam, manajemen industri halal harus didasarkan pada prinsip syariah seperti amanah, keadilan, masalah, dan keberlanjutan. Itu juga harus mencakup *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling* (POAC). Oleh karena itu, industri halal dinilai bukan hanya dari segi keuntungan, tetapi juga dari segi bagaimana ia dapat menguntungkan masyarakat dan menjaga keberkahan bisnis (Yuliaty, 2025).

Penelitian sebelumnya telah membantu kita memahami dinamika industri halal, baik di tingkat global maupun lokal. Misalnya, penelitian tentang penerapan manajemen kualitas dan sertifikasi halal pada UMKM di Jawa Timur menunjukkan bahwa menerapkan standar kualitas berbasis halal dapat meningkatkan pendapatan dan mendorong pertumbuhan ekonomi di wilayah tersebut (Ubaidillah & Ningtyas, 2025). Selanjutnya, penelitian tentang inovasi produk halal UMKM dari sudut pandang manajemen bisnis syariah menekankan betapa pentingnya kreativitas, peningkatan kualitas produk, dan kerja sama antara pelaku usaha dan pemerintah untuk meningkatkan daya saing di pasar (Anwar et al., 2025).

Kajian tentang optimalisasi *digital marketing* dan sertifikasi halal pada UMKM menunjukkan bahwa meskipun sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, pemanfaatan digitalisasi masih belum maksimal. Ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran juga menjadi perhatian (Siregar & Putri, 2024). Sejumlah penelitian yang telah dilakukan tentang industri halal telah meningkat, tetapi hanya sedikit penelitian yang secara khusus membahas bagaimana strategi pengembangan industri halal dapat menggabungkan manajemen modern dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Ini penting untuk memastikan bahwa pertumbuhannya tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi tetapi juga selaras dengan nilai-nilai keberkahan dan kemaslahatan umat.

Penelitian ini bertujuan memberikan kontribusi konseptual dan praktis dalam rumusan strategi pengembangan industri halal di Indonesia yang berlandaskan prinsip ekonomi Islam. Secara akademik, penelitian memperkaya khasanah ilmu terkait strategi

manajerial dan kebijakan pengembangan industri halal yang terintegrasi dengan nilai-nilai syariah. Secara praktis, hasil penelitian menjadi acuan bagi pemerintah, pelaku usaha, dan lembaga sertifikasi dalam merancang dan mengimplementasikan strategi yang berkelanjutan, efektif, efisien, dan sesuai syariah guna memperkuat posisi Indonesia dalam rantai nilai industri halal global. Selain itu, penelitian mengidentifikasi strategi kunci dan faktor-faktor determinan keberhasilan dalam penerapan fungsi manajemen *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling (POAC)* berbasis nilai Islam, sehingga berkontribusi pada peningkatan daya saing nasional serta pencapaian tujuan ekonomi Islam yakni kesejahteraan, keadilan, dan keberkahan dalam aktivitas ekonomi umat.

KAJIAN TEORITIS

Konsep Industri Halal dalam Ekonomi Islam

Dalam perspektif ekonomi Islam, industri halal harus didasarkan pada prinsip syariah yang lebih luas daripada hanya label atau sertifikasi halal. Konsep ini menekankan bahwa setiap tindakan ekonomi harus menghasilkan manfaat (*maslahah*), menjaga kepercayaan, dan menjaga keberlanjutan bagi masyarakat. Oleh karena itu, industri halal bukan hanya alat ekonomi tetapi juga metode untuk mencapai keberkahan dan kesejahteraan masyarakat. (Minarni, 2024) menegaskan bahwa pengembangan industri halal harus didasarkan pada *maqāṣid syariah*, yaitu tujuan syariat Islam yang mencakup perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dengan berbasis pada *maqāṣid*, industri halal tidak akan berfokus pada keuntungan semata-mata dan akan lebih menekankan keadilan dan keberlanjutan dalam operasi bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa konsep halal dalam ekonomi Islam bersifat luas dan penting, bukan hanya persyaratan teknis.

Dari sudut pandang Islam, manajemen industri halal harus dilakukan secara menyeluruh dengan menggabungkan prinsip-prinsip seperti amanah, kejujuran, dan transparansi. Mereka menekankan bahwa kehalalannya mencakup proses manajemen dari hulu hingga hilir, sehingga seluruh rantai nilai tetap sesuai dengan syariah. Metode ini memungkinkan industri halal untuk menjadi kekuatan ekonomi sekaligus mewakili prinsip Islam di seluruh dunia. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa konsep industri halal dalam ekonomi Islam mencakup tiga aspek utama berlandaskan *maqāṣid syariah*,

JUDUL STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

dikelola dengan prinsip-prinsip manajemen Islami, dan menjaga keterjagaan halal pada seluruh rantai nilai (Fata et al., 2023).

Oleh karena itu, konsep industri halal dalam kerangka ekonomi Islam meliputi tiga dimensi pokok, yakni didasarkan pada maqāsid syariah, dioperasikan sesuai prinsip-prinsip manajemen Islami, dan menjamin kehalalan di sepanjang rantai nilai bisnis. Selain itu, untuk memperkuat perspektif global, definisi industri halal dapat dihubungkan dengan pandangan organisasi internasional seperti *Dinar Standard dan State of the Global Islamic Economy (SGIE)*, yang menegaskan bahwa industri halal bukan sekadar entitas *religius-normatif*, melainkan juga memiliki peran ekonomi strategis yang substansial dalam dinamika pasar dunia.

Manajemen dalam Pengembangan Industri Halal

Manajemen industri halal pada dasarnya mengikuti prinsip umum *Planning, Organizing, Actuating, and Controlling* (POAC), tetapi dari sudut pandang ekonomi Islam, setiap tahapannya harus disesuaikan dengan nilai-nilai syariah. Jadi, proses manajemen tidak hanya mengejar efisiensi dan keuntungan, tetapi juga mengedepankan amanah, keadilan, dan keberlanjutan sesuai dengan prinsip Islam (Ayu & Nawawi, 2024). Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Ubaidillah & Ningtyas, 2025) tentang penerapan manajemen kualitas dan sertifikasi halal pada UMKM di Jawa Timur, penerapan standar kualitas berbasis halal dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan meningkatkan keuntungan bisnis. Hasilnya menunjukkan bahwa manajemen yang baik mencakup keteraturan operasional serta kemampuan bisnis untuk membangun kredibilitas syariah, yang dapat meningkatkan persaingan di pasar halal baik di tingkat lokal maupun internasional.

Oleh karena itu, kemajuan industri halal melalui pendekatan manajemen tidak dapat dilepaskan dari integrasi nilai Islam. Kemampuan pelaku usaha untuk menggabungkan strategi kontemporer dengan prinsip syariah, yang menghasilkan keberlanjutan bisnis dan kemaslahatan umat. Lebih lanjut, dalam rangka pengembangan industri halal di tingkat nasional, diperlukan adaptasi terhadap model manajemen yang berbasis pada nilai-nilai Islam, yang selaras dengan prinsip maqāsid syariah serta praktik manajemen kontemporer. Pendekatan semacam ini akan meningkatkan tata kelola yang transparan, akuntabel, dan etis, sambil mendorong peningkatan kompetitivitas industri

halal dalam skala internasional. Dengan demikian, manajemen di dalam industri halal tidak semata-mata berperan sebagai alat teknis, melainkan sebagai kerangka nilai yang menjamin bahwa seluruh proses bisnis beroperasi dalam lingkup keberkahan, keadilan, dan tanggung jawab sosial.

Strategi Pengembangan Industri Halal

Pada dasarnya, tujuan dari strategi pengembangan industri halal adalah untuk meningkatkan daya saing, meningkatkan akses pasar, dan memastikan bahwa bisnis terus berkembang dalam konteks nilai-nilai Islam. Ini dapat dicapai melalui inovasi produk, penguatan branding halal, dan penggunaan teknologi digital. Pengembangan ekonomi Islam harus mengutamakan pertumbuhan ekonomi sambil mempertahankan aspek keberkahan (*barakah*) dan kemaslahatan (*maslahah*) yang bermanfaat bagi masyarakat secara keseluruhan (Azwar & Aqbar, 2024).

Salah satu langkah pokok dalam perumusan strategi pengembangan industri halal melibatkan inovasi produk, penguatan citra merek halal, serta pemanfaatan teknologi digital. Pendekatan ini memfasilitasi para pelaku industri, terutama usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), dalam meningkatkan efisiensi operasional produksi serta memperluas akses pasar, baik di tingkat domestik maupun internasional sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anwar et al. (2025) menekankan betapa pentingnya membuat produk halal untuk perusahaan kecil dan menengah (UMKM) dari sudut pandang manajemen bisnis syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kolaborasi antara pelaku usaha dan pemerintah, pengembangan produk baru dan peningkatan kualitas merupakan strategi penting untuk meningkatkan daya saing. Dengan strategi ini, UMKM dapat memperkuat posisi mereka di pasar domestik dan dapat mengeksport barang halal ke pasar internasional.

Lebih lanjut, strategi pengembangan industri halal harus mempertimbangkan aspek tata kelola yang berbasis pada nilai-nilai Islam, yang menekankan keseimbangan antara orientasi ekonomi dan prinsip etika bisnis syariah. Pendekatan semacam ini menjamin bahwa aktivitas ekonomi tidak semata-mata berfokus pada keuntungan, melainkan juga memperhatikan keberlanjutan lingkungan, kesejahteraan sosial, serta kepatuhan terhadap hukum syariah. Dalam perspektif nasional, strategi pengembangan industri halal dapat diorientasikan pada penguatan ekosistem halal melalui kolaborasi

JUDUL STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

antar pemangku kepentingan meliputi pemerintah, lembaga keuangan syariah, institusi pendidikan, dan pelaku usaha (Norvadewi, 2025). Kolaborasi ini diantisipasi mampu mempercepat transformasi industri halal menjadi sistem yang inklusif, produktif, dan kompetitif di tingkat global.

Dengan demikian, strategi pengembangan industri halal tidak cukup hanya berorientasi pada ekspansi pasar, tetapi juga harus memperhatikan kualitas, kepatuhan syariah, dan keberlanjutan. Hal ini menegaskan bahwa pengembangan industri halal membutuhkan pendekatan strategis yang menggabungkan inovasi bisnis modern dengan nilai-nilai Islam.

Tantangan Pengembangan Industri Halal di Indonesia

Meskipun Indonesia memiliki potensi yang sangat besar dalam pengembangan industri halal, masih terdapat berbagai hambatan yang menghalangi optimalisasi perannya di tingkat nasional maupun global. Salah satu persoalan utama yang dihadapi adalah ketidaksinkronan kebijakan serta lemahnya koordinasi antar lembaga pemerintah dalam menjalankan program terkait ekosistem halal. Kondisi ini menimbulkan tumpang tindih regulasi dan kebijakan yang berimplikasi pada rendahnya efektivitas pelaksanaan sertifikasi halal dan perlambatan proses administratif (Juliana et al., 2025).

Selain itu, tingginya biaya sertifikasi halal, khususnya bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), menjadi salah satu kendala utama. Banyak pelaku usaha yang belum memperoleh akses optimal terhadap pendampingan sertifikasi, pembiayaan syariah, maupun pelatihan teknis yang memadai. Di sisi lain, tingkat literasi halal dan literasi digital yang masih terbatas juga memperlambat proses transformasi industri halal menuju sistem produksi dan pemasaran yang modern, efisien, dan kompetitif di pasar global (Putri, 2024). Dari aspek sumber daya manusia, keterbatasan tenaga profesional di bidang manajemen rantai pasok halal (*halal supply chain*), auditor halal, dan jaminan mutu syariah menunjukkan bahwa penguatan kapasitas (*capacity building*) masih perlu ditingkatkan secara signifikan. Pengembangan kompetensi tersebut sangat penting untuk memastikan bahwa seluruh proses bisnis halal, mulai dari produksi, distribusi, hingga promosi, memenuhi standar internasional serta memperkuat kepercayaan global terhadap sertifikasi halal Indonesia.

Selain kendala teknis dan kelembagaan, minimnya inovasi dan kegiatan riset dalam pengembangan produk halal juga menjadi tantangan utama. Kolaborasi antara lembaga penelitian, perguruan tinggi, dan industri masih terbatas, sehingga proses alih teknologi dan diversifikasi produk halal bernilai tambah tinggi berjalan lambat. Akibatnya, posisi Indonesia dalam rantai nilai halal global (*global halal value chain*) belum menunjukkan potensi optimal yang dimilikinya (Japar et al., 2024).

Dari sisi tata kelola, masih terdapat kesenjangan antara praktik manajemen industri halal dan nilai-nilai ekonomi Islam yang seharusnya menjadi landasan utama, seperti *amanah*, *keadilan*, dan *maslahah*. Dalam banyak kasus, pengelolaan industri halal masih berfokus pada aspek administratif dan profitabilitas, tanpa sepenuhnya mengintegrasikan dimensi spiritual dan etika bisnis Islam. Oleh karena itu, diperlukan perubahan paradigma menuju pendekatan manajemen berbasis nilai (*value-based management*), yang menempatkan keberkahan, kesejahteraan, dan keadilan sosial sebagai tujuan utama pengembangan industri halal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka (*library research*) dan analisis dokumen. Pemilihan metode ini didasarkan pada tujuan penelitian yang berfokus untuk mengkaji strategi pengembangan industri halal dalam perspektif ekonomi Islam. Pendekatan kualitatif dianggap paling tepat karena memungkinkan analisis yang mendalam terhadap konsep, teori, dan praktik yang relevan, tanpa bergantung pada pengukuran numerik. Data penelitian diperoleh melalui teknik dokumentasi, yaitu dengan menelaah dan mengkaji berbagai sumber pustaka yang relevan, seperti jurnal ilmiah, buku akademik, laporan resmi, artikel berita, serta publikasi pemerintah dan lembaga terkait industri halal. Prosedur ini bertujuan untuk memperoleh data sekunder yang komprehensif, valid, dan kontekstual terhadap isu penelitian.

Untuk menjamin validitas dan reliabilitas data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber, yakni dengan membandingkan dan mengonfirmasi informasi yang diperoleh dari berbagai referensi seperti jurnal akademik, laporan lembaga resmi, serta data pemerintah. Melalui pendekatan ini, hasil penelitian diharapkan memiliki tingkat keakuratan dan konsistensi yang tinggi, sehingga dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

JUDUL STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri halal di dunia lagi berkembang pesat banget dan punya dampak besar ke pertumbuhan ekonomi global. Kalau kita lihat dari (SGIE) Report 2024/2025, Indonesia berhasil duduk di posisi ketiga dalam (GIEI), di bawah Malaysia dan Arab Saudi. Pencapaian ini menunjukkan kalau ada kemajuan yang cukup signifikan di beberapa sektor, khususnya di bidang modest fashion sama Muslim *friendly tourism* (Utami et al., 2024). Indonesia masih ketinggalan di sektor makanan halal dan keuangan syariah yang sebetulnya jadi tulang punggung ekosistem industri halal. Malaysia masih unggul karena mereka lebih bagus dalam hal produktivitas, regulasi, dan sistem sertifikasi halal internasional yang lebih terintegrasi (Norvadewi, 2025).

Kesenjangan ini menggambarkan bahwa potensi besar Indonesia belum benar-benar terwujud secara maksimal. Penyebabnya antara lain kebijakan yang belum sinkron satu sama lain, inovasi yang masih terbatas, dan kurangnya kerja sama antara berbagai pihak terkait. Makanya, pengembangan industri halal di Indonesia perlu fokus pada penguatan ekosistem yang berbasis nilai-nilai Islam dan inovasi dalam manajemen, supaya Indonesia tidak cuma jadi pasar konsumen saja, tapi juga bisa menjadi pusat produksi halal dunia (Wahyudi et al., 2023).

Konsep POAC ini jadi fondasi penting buat suksesnya industri halal. Setiap langkah dalam manajemen harus dijiwai nilai-nilai syariah kayak amanah, keadilan, sama keberlanjutan (Ayu & Nawawi, 2024). Di fase planning-nya, visi jangka panjang buat membangun industri halal mesti disusun berdasarkan maqāṣid syariah yang intinya melindungi lima hal: agama, nyawa, akal, keturunan, dan harta (Minarni, 2024). Pada tahap *organizing*, yang diutamakan adalah kerjasama antar lembaga seperti BPJPH, KNEKS, MUI, sama lembaga keuangan syariah dalam satu sistem pengelolaan yang solid. Untuk *actuating* fokusnya pada saat menjalankan kolaborasi antara pelaku UMKM, pemerintah, dan lembaga sertifikasi halal, sementara tahap *controlling* dilakukan lewat audit halal yang berbasis digital supaya setiap tahap produksi transparan dan bisa dipertanggungjawabkan keabsahannya (Ichsan & Nst, 2024).

Perpaduan POAC dengan nilai-nilai syariah tidak hanya menjadikan manajemen menjadi lebih efektif, tapi juga mendatangkan berkah dan manfaat buat semua pihak yang terlibat dalam kegiatan ekonomi. Ketika industri halal dijalankan dengan mengedepankan

nilai-nilai Islam, hal ini bisa menjadi media dakwah ekonomi yang membangun keadilan sosial dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Studi-studi sebelumnya juga menunjukkan kalau inovasi, digitalisasi, sama kerja sama lintas sektor itu sangat krusial untuk memperkuat posisi industri halal di pasar global. Inovasi yang didukung riset dan teknologi terbukti ampuh meningkatkan efisiensi produksi dan membuka peluang pasar internasional yang lebih luas (Insani et al., 2025). Sementara itu, digitalisasi lewat *e-certification* dan *platform* pelacakan halal menjadi kunci penting untuk membangun kepercayaan konsumen dunia terhadap produk halal dari Indonesia (Siregar & Putri, 2024). Tetapi masih ada kendala besar seperti literasi digital yang rendah dan kurangnya riset bersama antara akademisi, pelaku industri, dan pemerintah yang harus segera ditangani (Putri, 2024).

Selain itu, penguatan industri halal juga harus ditujukan untuk meningkatkan kapasitas usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), karena mayoritas produsen halal di Indonesia berasal dari sektor ini. Langkah-langkah strategis seperti pembinaan manajemen, akses ke pembiayaan syariah, dan pendampingan sertifikasi halal sangat penting agar UMKM dapat memenuhi standar halal dan memiliki daya saing untuk masuk ke rantai pasokan global. Di banyak negara yang sudah maju ekosistem halalnya, (UMKM) berfungsi sebagai pusat inovasi dan ekspor produk halal (Sayekti & Mauleny, 2022).

Mengingat perdagangan produk halal semakin meluas di antara negara, penguatan regulasi halal dan harmonisasi standar sertifikasi halal dengan lembaga sertifikasi internasional juga perlu diperhatikan. Harmonisasi standar sertifikasi ini akan mempermudah mobilitas produk halal Indonesia agar lebih diterima di pasar global. Upaya ini harus disertai dengan peningkatan pengetahuan konsumen tentang pentingnya produk halal dari sudut pandang keagamaan, serta keamanan, kebersihan, dan etika produksi (Japar et al., 2024). Pada akhirnya, kerja sama yang baik antara pemerintah, lembaga sertifikasi halal, bisnis, institusi pendidikan, dan masyarakat Indonesia menjadikannya pusat industri halal global sangat penting. Dengan lebih banyak koordinasi dan penerapan manajemen berbasis POAC yang sejalan dengan nilai syariah, industri halal memiliki peluang yang lebih besar untuk menjadi katalisator pertumbuhan ekonomi dan alat untuk meningkatkan kesejahteraan umat (Ichsan & Nst, 2024).

JUDUL STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Industri halal global menunjukkan pertumbuhan yang sangat signifikan dengan nilai konsumsi mencapai USD 2,43 triliun pada tahun 2023 dan diproyeksikan meningkat menjadi USD 3,0 triliun pada tahun 2027, sehingga memberikan peluang ekonomi yang luas bagi negara-negara dengan penduduk Muslim mayoritas, termasuk Indonesia. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi strategis untuk menjadi salah satu aktor utama dalam industri halal global. Meskipun berhasil menempati peringkat ketiga dalam (GIEI) 2024/2025 serta menduduki posisi pertama pada sektor modest fashion, capaian tersebut belum sepenuhnya mencerminkan potensi yang dimiliki, terutama pada sektor makanan halal dan keuangan syariah. Berbagai tantangan masih dihadapi, antara lain ketidaksinkronan kebijakan antar lembaga, tingginya biaya sertifikasi halal bagi pelaku UMKM, rendahnya literasi halal dan literasi digital, serta terbatasnya kolaborasi riset dan pengembangan antara pemerintah, akademisi, dan pelaku industri.

Saran

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa saran yang dapat digunakan sebagai dasar untuk pengembangan industri halal di Indonesia di masa mendatang. Pertama, regulasi, standar sertifikasi halal, dan program penguatan ekosistem halal harus lebih terintegrasi dan efektif. Ini berarti bahwa lembaga seperti BPJPH, KNEKS, MUI, dan kementerian terkait harus lebih berkolaborasi dan sinkronisasi kebijakan. Sinkronisasi ini sangat penting untuk mengurangi tumpang tindih kebijakan yang selama ini menghalangi pelaku usaha, khususnya UMKM. Selain itu, UMKM memerlukan pendampingan yang lebih komprehensif untuk lebih memahami standar produksi halal, belajar tentang halal, dan menjadi lebih cerdas dalam teknologi. Untuk meningkatkan daya saing UMKM sebagai sektor utama penggerak industri halal, langkah penting telah diambil untuk menyediakan pelatihan, mempermudah akses ke pembiayaan syariah, dan mendukung sertifikasi halal.

Sebaliknya, kolaborasi antara pemerintah, lembaga sertifikasi, lembaga pendidikan, dan bisnis harus diperkuat melalui penelitian, inovasi, dan pengembangan teknologi halal seperti sistem sertifikasi elektronik dan pelacakan halal. Agar standar

halal Indonesia semakin diakui secara internasional, diperlukan penguatan sumber daya manusia di bidang sertifikasi halal, khususnya auditor dan penyelia halal. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang dinamika industri halal, penelitian selanjutnya harus memperluas analisis dengan menambahkan variabel baru dan menggunakan berbagai metodologi. Secara keseluruhan, pengembangan industri halal di Indonesia harus didasarkan pada nilai-nilai ekonomi Islam seperti amanah, keadilan, masalah, dan keberlanjutan sehingga pertumbuhannya tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial tetapi juga memberikan keberkahan dan kesejahteraan kepada masyarakat secara keseluruhan.

JUDUL STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

DAFTAR REFERENSI

- Anwar, D. R., Sukmawati, S., Ista, A., Kus, R. R. R. W., & Sukardi, S. (2025). Membangun Ekosistem Halal yang Berkelanjutan: Peran Regulasi, Digitalisasi, dan Inovasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Pasar Global. *Jurnal Tana Mana*, 6(1), 153–160.
- Aqil, M., Sekretaris, I., & Bpjp, U. (2025). *Program BPJPH untuk Meningkatkan Kinerja LPH*.
- Ayu, S. S., & Nawawi, Z. M. (2024). Penerapan Planning, Organizing, Actuating, And Controlling (POAC) Dalam Manajemen Bisnis Islam. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 51–68.
- Azwar, A., & Aqbar, K. (2024). Strategi penguatan industri halal di Indonesia: Analisis SWOT. *AL-KHIYAR: Jurnal Bidang Muamalah Dan Ekonomi Islam*, 4(1), 47–71.
- Fata, Z., Suhaimi, R., & El Fany, N. (2023). Halal Industry Management in Islamic Economic Perspective. *Ta'amul: Journal of Islamic Economics*, 2(1), 37–51.
- Fernandez, M. N. (2024). *Ekspor Produk Halal Indonesia Tembus Rp673,90 Triliun : Potensi Dalam Perdagangan Global*. 21 Desember 2024. <https://www.kemendag.go.id/berita/siaran-pers/ekspor-produk-halal-indonesia-tembus-rp67390-triliun-potensi-dalam-perdagangan-global?>
- Hendrawan, M. Y., Noprizal, N., & Arli Silvia, S. (2025). *Peluang Dan Tantangan P3h Menuju Pengembangan Industri Halal*. Institut Agama Islam negeri Curup.
- Ichsan, R. N., & Nst, V. F. H. (2024). *Manajemen Industri Halal*. PT Tri Selaras Cendekia.
- Insani, D. S., SE, M., Nur'Azizah, S. H. I., Hariyanti, M. M., Deliaz, M. F., Farm, M., Sari, F. M., Haro, A., Airul Syahrif, S. E., & Pursari, R. (2025). *Industri Halal sebagai Motor Penggerak Ekonomi Syariah*. Takaza Innovatix Labs.
- Japar, R., Paraikkasi, I., & Muthiadin, C. (2024). Peran lembaga sertifikasi halal dalam membangun ekosistem halal: Tantangan dan peluang. *International Journal Mathla'Ul Anwar of Halal Issues*, 4(2), 34–44.
- Juliana, S. P., Sy, M. E., Hilda Monoarfa, S. E., & Adirestuty, F. (2025). *INDUSTRI HALAL: Peluang Dan Tantangan Global*. Rajawali Buana Pusaka (Ranka Publishing).

- Minarni, M. (2024). Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia Berbasis Maqashid SyariahTM ah dan Etika Bisnis Islami. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(3), 3075–3086.
- Norvadewi, M. A. (2025). Industri Halal Global: Peluang, Tantangan Dan Strategi Pengembangan. *Era Baru Ekonomi Islam: Membangun Industri Halal Dan Inovasi Berkeadilan*, 133.
- Putri, R. (2024). Tantangan Sertifikasi Halal pada Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Produk Pangan di Kabupaten Pamekasan. *Assyarikah: Journal of Islamic Economic Business*, 5(2), 222–242.
- Sayekti, N. W., & Mauleny, A. T. (2022). *Kawasan industri halal: Upaya menuju Indonesia pusat produsen halal dunia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Siregar, D. P., & Putri, J. (2024). Strategi pemasaran dan pengembangan bisnis halal di era digital. *AL-IQTISHAD: Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Islam*, 4(2), 29–44.
- Ubaidillah, M. H., & Ningtyas, M. A. (2025). Kontribusi Majelis Ulama Indonesia Provinsi Jawa Timur dalam menumbuhkembangkan industri halal. *As-Syifa: Journal of Islamic Studies and History*, 4(1).
- Utami, M., Aqila, C., Andini, P., & Nasution, Y. S. J. (2024). Analisis Pertumbuhan Konsumsi Produk Halal di Berbagai Sektor Ekonomi Indonesia Hingga Tahun 2025. *J-EBI Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(02), 131–147.
- 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.
- Yuliaty, T. (2025). *Manajemen Bisnis Syariah*. Serasi Media Teknologi.