Religion : Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya
Vol. 5 No. 5 September - Oktober 2026
https://maryamsejahtera.com/index.php/Religion
DOI : 10.68352/religion.v5i5.1528
P-ISSN 2962-6560
E-ISSN 2963-7139

PELUANG DAN TANTANGAN INDUSTRI SKINCARE HALAL DALAM MENDUKUNG PERTUMBUHAN EKONOMI SYARIAH DI INDONESIA

Vera Nopiyani*[1], Cory Vidiati[2]
Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon[1,2]
veranopiani3@gmail.com[1], coryvidiati29@gmail.com[2]

ARTICLE INFO

History
Published: 31 Oct 2026

Kata kunci: Ekonomi syariah, Industri halal, Kosmetik halal, Sertifikasi halal, Skincare halal

Keywords: Halal certification, Halal cosmetics, Halal industry, Halal skincare, Islamic economy

© Author(s) 2026
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

ABSTRACT

Indonesia:
Industri skincare halal di Indonesia memiliki potensi besar untuk berkembang karena didukung oleh populasi Muslim yang besar, meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk halal, serta penguatan regulasi halal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi kepustakaan untuk mengidentifikasi peluang, menganalisis tantangan danmengkaji strategi pengembangan industri skincare halal dalam mendukung pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia. Lima peluang utama industri skincare halal meliputi meningkatnya kesadaran halal, besarnya pasar domestic, peran generasi muda, kebutuhan sertifikasi halal, serta dukungan pemerintah. Sementara itu, tantangan yang dihadapi mencakup rendahnya daya saing global, belum optimalnya standarisasi sertifikat halal, rendahnya literasi halal, dan keterbatasan bahan baku. Untuk mengatasi tantangan tersebut diperlukan strategi berupa peningkatan kualitas sumber daya manusia, penguatan sertifikasi halal, perluasan kerja sama internasiona, dan penguatan koordinasi antar pemangku kepentingan. Dengan strategi yang tepat industri skincare halal berpotensi mendukung pertumbuhan ekonomi syariah dan meningkatkan daya saing Indonesia di pasar global.

English:
The halal skincare industry in Indonesia has great potential for growth, supported by a large Muslim population, increasing public awareness of halal products, and strengthened halal regulations. This study employs a qualitative approach using a literature review to identify opportunities, analyze challenges, and examine strategies for developing the halal skincare industry to support the growth of the Islamic economy in Indonesia. The five main opportunities for the halal skincare industry include growing awareness of halal, the size of the domestic market, the role of the younger generation, the need for halal certification, and government support. Meanwhile, the challenges faced include low global competitiveness, suboptimal standardization of halal certification, low halal literacy, and limited access to raw materials. To overcome these challenges, strategies are needed to improve the quality of human resources,

strengthen halal certification, expand international cooperation, and enhance coordination among stakeholders. With the right strategies, the halal skincare industry has the potential to support the growth of the Islamic economy and enhance Indonesia's competitiveness in the global market.

***Corresponding Author: Vera Nopiyani** (veranopiani3@gmail.com), Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia. Pada tahun 2022, total populasi Indonesia mencapai lebih dari 270 juta jiwa, dan sekitar 87% di antaranya beragama Islam. Dengan demikian, jumlah umat Muslim di Indonesia diperkirakan mencapai sekitar 234 juta orang. Menurut penelitian dari Pew Research Center,[1] populasi Muslim secara global diproyeksikan mengalami pertumbuhan yang lebih cepat dibandingkan kelompok agama lainnya. Pertumbuhan ini juga tercermin di Indonesia, di mana jumlah umat Islam diperkirakan terus meningkat hingga tahun 2050. Secara global, populasi Muslim diproyeksikan bertambah sekitar 73%, hampir dua kali lipat dibandingkan rata-rata pertumbuhan penduduk dunia yang diperkirakan hanya mencapai 35%. Populasi muslim yang besar ini menciptakan permintaan domestic yang kuat terhadap produk halal, termasuk produk skincare.

Kementerian Keuangan Republik Indonesia terus memperkuat posisinya sebagai salah satu pemimpin ekonomi syariah global melalui peluncuran *The State of the Global Islamic Economy (SGIE) Report 2025* dan peringatan satu dekade Indonesia Halal Lifestyle Center (IHLC).[2] Laporan tersebut menyoroti perkembangan berbagai sektor industri halal dunia, seperti makanan halal, keuangan syariah, fesyen muslim, pariwisata ramah Muslim, media, farmasi, dan kosmetik halal. Dalam SGIE 2024/2025, Indonesia berhasil menempati peringkat ketiga dunia pada Global Islamic Economy Indicator (GIEI), sekaligus meraih peringkat pertama di sektor modest fashion serta peringkat kedua pada sektor pariwisata ramah Muslim dan farmasi serta kosmetik halal. Selain itu, investasi di sektor ekonomi halal Indonesia juga terus menunjukkan peningkatan yang signifikan.

Industri halal merupakan kegiatan ekonomi yang mencakup seluruh rantai produksi, mulai dari hulu hingga hilir, dengan berpedoman pada prinsip-prinsip syariah Islam. Dalam konteks ekonomi, industri adalah aktivitas pengolahan sumber daya menjadi produk atau jasa yang memiliki nilai tambah, sedangkan halal merujuk pada sesuatu yang diperbolehkan menurut syariat Islam. Industri halal memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan

1 Pew Research Center, *The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010–2050* (Washington, DC: Pew Research Center, 2015).

2 Kementerian Keuangan Republik Indonesia, "Indonesia Kokoh di Peringkat Tiga Ekonomi Syariah Global, Perkuat Posisi Sebagai Pemain Kunci Dunia," 2025, diakses 19 Juni 2026, https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Indonesia-Peringkat-Tiga-Ekonomi-Syariah-Global.

ekonomi Indonesia. Sektor ini berkontribusi sekitar USD 3,8 miliar per tahun terhadap PDB nasional, menarik investasi asing sebesar USD 1 miliar, serta menciptakan sekitar 127 ribu lapangan kerja setiap tahun. Dengan pengelolaan yang optimal, industri halal berpotensi meningkatkan ekspor dan memperkuat devisa negara.

Tabel 1. Pertumbuhan Pelaku Usaha Kosmetik di Indonesia (2020–2024)

Tahun	Jumlah Pelaku Usaha	Pertumbuhan	Usaha Mikro & Kecil (%)	Usaha Menengah & Besar (%)
2020	726	–	83%	17%
2021	819	12,8%	83%	17%
2022	913	11,5%	83%	17%
2023	1.039	13,8%	89,2%	10,8%
2024	1.292	24,3%	83%	17%
Total pertumbuhan (2020–2024)	**+566 usaha**	**+77%**	**–**	**–**

Sumber: Ditjen IKMA Kementerian Perindustrian.[3]

Perkembangan gaya hidup halal telah mendorong perubahan pola konsumsi masyarakat, termasuk dalam pemilihan produk perawatan kulit. Data dari kementerian industri menunjukan bahwa selama tiga tahun terakhir jumlah bisnis di sektor kosmetik telah meningkat, dari hanya 726 bisnis kosmetik dalam negeri pada tahun 2020 jumlahnya meningkat menjadi 1.292 bisnis pada tahun 2024. Dari jumlah tersebut sebanyak 83% Adalah usaha mikro dan kecil, sedangkan 17% merupakan industri menengah dan besar. Industri mengalami peningkatan hingga 77% setelah pandemi, yang menunjukan besarnya pasar dan kebutuhan mendesak akan aturan wajib halal yang akan berlaku mulai 2026. Pasar kosmetik halal global diperkirakan mencapai nilai sekitar 53,32 juta dolar Amerika Serikat pada tahun 2026 dan akan terus berkembang dengan tingkat pertumbuhan rata-rata tahunan sebesar 10,49% hingga mencapai 8,83% dolar Amerika Serikat pada tahun 2031.[4]

Meningkatnya kesadaran masyarakat terkait produk halal memberikan kesempatan besar bagi indutri perawatan kulit yang halal. Label halal kini tidak hanya dianggap sebagai tanda patuh pada agama, tetapi juga dianggap sebagai bukti bahwa produk aman, bersih dan berkualitas. Dukungan pemerintah melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal serta penerapan wajib bersertifikasi halal untuk produk kosmetik yang mulai berlaku 17 oktober 2026 yang didasari oleh undang-undang Nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal semakin mendorong pertumbuhan sektor ini.[5] Namun, penerapannya masih menghadapi beberapa masalah, seperti ketergantungan pada bahan baku yang diimpor, biaya untuk

[3] Ditjen IKMA Kementerian Perindustrian, 2024.

[4] Mordor Intelligence, "Halal Cosmetic Products Market Size & Share Analysis – Growth Trends and Forecast (2026–2031)," 2026, diakses 19 Juni 2026, https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/halal-cosmetic-products-market.

[5] Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, "BPJPH: Produk Kosmetik Wajib Bersertifikat Halal pada Oktober 2026," 2025, diakses 19 Juni 2026, https://bpjph.halal.go.id/detail/bpjph-produk-kosmetik-wajib-bersertifikat-halal-pada-oktober-2026; "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal," https://peraturan.bpk.go.id/Details/38709/uu-no-33-tahun-2014.

mendapatkan sertifikasi yang cukup mahal, serta kurangnya pemahaman dari para pengusaha dan konsumen mengenai kepentingan memiliki sertifikasi halal.

Berdasarkan uraian tersebut penelitian ini penting dilakukan untuk mengidentifikasi peluang, menganalisis tantangan dan mengkaji strategi pengembangan industri skincare halal di Indonesia. Melalui pemahaman yang komprehensif terhadap aspek-aspek tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai kondisi dan prospek industri skincare halal serta kontribusinya dalam mendukung pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan (literature review). Metode ini digunakan untuk mengumpulkan dan memahami berbagai data tentang kemajuan industri kosmetik halal, prospek dan masalahnya, serta strategi pengembangannya untuk mendukung pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber, termasuk buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, laporan industri halal, data lembaga resmi pemerintah, dan sumber informasi yang dapat diandalkan tentang topik penelitian.

Untuk mendapatkan data, berbagai literatur yang berkaitan dengan industri halal, kosmetik halal, sertifikasi halal, dan kemajuan ekonomi syariah diidentifikasi, dipilih, dan dipelajari. Informasi yang dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif, yang berarti mengelompokkan, menginterpretasikan, dan membandingkan data dari berbagai sumber untuk mendapatkan pemahaman yang lengkap tentang kondisi industri skincare. Hasil analisis digunakan untuk menentukan peluang,, hambatan dalam pengembangan industri skincare halal serta membuat strategi untuk meningkatkan daya saing industri halal Indonesia. Diharapkan bahwa melalui pendekatan ini, penelitian akan dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang prospek industri kosmetik halal dan bagaimana hal itu dapat membantu pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peluang Industri Skincare Halal

Industri kosmetik halal terus berkembang, baik di dalam negeri maupun di dunia internasional, sehingga memberikan banyak peluang yang bisa dimanfaatkan oleh para pengusaha. Pertumbuhan ini menunjukkan bahwa minat pembeli terhadap produk halal semakin meningkat, sekaligus memberi peluang lebih besar bagi merek lokal dan internasional untuk berkembang di pasar yang lebih luas. Karena itu, ada beberapa peluang pasar yang bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing industri kosmetik halal.

Pertama, meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk halal menjadi salah satu peluang besar dalam perkembangan industri skincare halal. Perkembangan gaya hidup halal mendorong masyarakat semakin tertarik pada produk kosmetik yang halal. Konsep halal kini tidak hanya dilihat sebagai cara mematuhi ajaran agama, tetapi juga sebagai tanda produk yang aman, bersih, dan berkualitas. Saat ini, masyarakat, terutama pengguna produk perawatan kulit, semakin peduli dan selektif dalam memilih produk yang berkualitas,

terjangkau, serta telah terjamin kehalalannya. Konsumen kini lebih peduli terhadap bahan-bahan yang terkandung dan cara pembuatan produk kosmetik yang digunakan. Kesadaran akan halal dan kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian, sehingga produk kosmetik halal memiliki peluang yang baik untuk berkembang dan meningkatkan posisinya di pasar modern.[6]

Kedua, peluang pasar dalam negeri menjadi salah satu faktor pendukung perkembangan industri halal di Indonesia. Indonesia memiliki kesempatan yang luas untuk mengembangkan industri halal karena didukung oleh populasi Muslim terbesar di dunia, sekitar 230 juta orang. Kondisi ini membentuk pasar dalam yang luas dan terus tumbuh untuk berbagai produk dan layanan halal. Permintaan masyarakat terhadap produk halal semakin tinggi, sehingga membuat Indonesia menjadi salah satu pasar halal terbesar di dunia. Selain itu, pengeluaran konsumen Muslim di bidang makanan halal, pakaian muslim, pariwisata yang ramah Muslim, serta farmasi dan kosmetik halal terus tumbuh secara stabil dalam beberapa tahun terakhir. Tren ini menunjukkan kekuatan daya beli dan ketahanan pasar halal di dalam negeri, sekaligus menjadi berkah penting bagi para pelaku industri untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar ke tingkat internasional.[7]

Ketiga, meningkatnya peran generasi muda yang religius dan aktif dimana generasi muda, terutama milenial dan Gen Z, menjadi salah satu penyebab utama meningkatnya kebutuhan akan kosmetik halal. Kelompok ini peduli dengan nilai-nilai agama dan sering menggunakan media sosial untuk mencari informasi serta mengikuti perkembangan tren kecantikan. Pengaruh influencer muslimah dan cara pemasaran digital memberikan kesempatan besar bagi merek kosmetik halal untuk memperluas pasar dan meningkatkan kemampuan bersaing.[8]

Keempat, meningkatnya kebutuhan sertifikat halal menjadi salah satu faktor yang mendorong perkembangan industri kosmetik halal. Sertifikasi halal adalah hal penting yang membantu konsumen memilih produk kosmetik yang mereka beli. Karena masyarakat semakin memperhatikan bahan yang digunakan dan cara produksi, produk yang memiliki sertifikasi halal semakin dihargai dan dipercaya. Oleh karena itu, produsen yang dapat memenuhi syarat sertifikasi halal memiliki kesempatan lebih besar untuk meningkatkan daya saing dan membangun kepercayaan serta kesetiaan konsumen.[9]

Kelima, dukungan pemerintah dan penguatan regulasi halal menjadi salah satu faktor penting dalam mendorong perkembangan industri kosmetik halal di Indonesia. Pemerintah Indonesia masih berupaya mendorong pertumbuhan industri halal dengan berbagai kebijakan, seperti mempercepat proses sertifikasi halal, menetapkan sektor halal sebagai prioritas nasional, serta memberikan bantuan kepada usaha mikro kecil menengah. Dukungan itu membantu menciptakan lingkungan yang baik untuk industri kosmetik halal tumbuh dan memberi kesempatan yang lebih besar bagi pengusaha lokal maupun internasional untuk berkembang. Selain itu, pemerintah melalui Badan Penyelenggara

---

6 Rahim dan Daud (2022).
7 Alifah Hasna, "Potensi Industri Halal Indonesia dalam Peta Ekonomi Syariah Global," *Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 1 (2025): 1–20.
8 Ahmed dkk., (2021).
9 Ghani dkk., (2020).

Jaminan Produk Halal (BPJPH) mengumumkan bahwa produk kosmetik harus memiliki sertifikat halal mulai 17 Oktober 2026. Kebijakan ini diharapkan bisa meningkatkan kualitas produk, memperkuat kepercayaan masyarakat, dan mendorong kemampuan industri kosmetik halal Indonesia dalam bersaing di pasar dalam negeri serta luar negeri. Program penyebaran informasi dan bimbingan untuk mewujudkan sertifikasi terus dilakukan agar para pelaku usaha dapat memenuhi persyaratan tersebut.[10]

Perkembangan indutri halal Indonesia memiliki peluang yang sangat baik karena didorong oleh faktor demografi, perubahan cara masyarakat membeli produk, kemajuan teknologi digital, serta meningkatnya kesadaran masyarakat tentang gaya hidup halal. Besarnya populasi muslim menciptakan pasar dalam negeri yang kuat seiring meningkatnya perhatian masyarakat terhadap keamanan, kualitas, dan kehahalan produk memberikan kesempatan bagi pelaku industri untuk membangun kepercayaan dari konsumen. Selain itu, peran generasi muda dan kemajuan pemasaran digital membuka kesempatan bagi merek lokal untuk memperluas jangkauan pasar. Dukungan pemerintah melalui aturan dan kewajiban sertifikasi halal juga dapat menjadi pendorong peningkatan kualitas produk serta memperkuat posisi industri skincare halal Indonesia dalam persaingan di tingkat global.

Tantangan Industri Skincare Halal

Brand kosmetik halal lokal di Indonesia dan negara Muslim lainnya masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan sumber daya, persaingan dengan produk dari luar negeri, serta proses sertifikasi halal yang relative rumit. Beberapa hambatan utama adalah tingginya biaya dan prosedur sertifikasi halal yang menjadi kendala bagi usaha kecil, keterbatasan akses terhadap bahan baku halal berkualitas dan teknologi produksi. Selain itu, beberapa konsumen masih kurang memahami standar halal. Selain itu, perubahan aturan yang terus berkembang juga menjadi tantangan bagi industri kosmetik halal agar bisa beradaptasi dan tetap berkembang di pasar yang semakin persaingan.

Pertama, kendala peningkatan daya saing global dan perluasan akses pasar menjadi salah satu hambatan utama bagi perkembangan industri halal Indonesia. Meskipun memiliki potensi besar sebagai pusat industri halal dunia, negara ini masih menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan kemampuan bersaing di pasar internasional. Pangsa ekspor produk halal Indonesia relatif lebih kecil dibandingkan beberapa negara non-Muslim, seperti Brasil, Thailand, dan Australia, yang sudah lebih dahulu mendominasi pasar ekspor halal secara internasional. Kendala yang dihadapi antara lain belum adanya standar halal global yang sama, tingginya biaya sertifikasi bagi UMKM, serta belum terintegrasinya rantai pasok halal dari hulu hingga hilir. Selain itu, ekspor produk halal Indonesia masih terdiri dari komoditas mentah atau setengah jadi yang memiliki nilai tambah rendah. Keterbatasan dalam infrastruktur pendukung, seperti fasilitas logistik untuk produk halal, gudang berpendingin bersertifikat halal, dan sistem distribusi yang memadai, juga menjadi hambatan dalam memperluas akses produk halal Indonesia ke pasar internasiona.[11]

[10] Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, "Produk Kosmetik Wajib Bersertifikat Halal pada Oktober 2026," 2026, diakses 16 Maret 2026, https://bpjph.halal.go.id.

[11] Hasna, "Potensi Industri Halal Indonesia."

Kedua, belum maksimalnya strandasisasi sertifikat halal menjadi tantangan utama dalam berkembangnya industri halal. Industri halal di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan dalam pertumbuhannya. Salah satu kendala utama adalah belum seragamnya standar sertifikasi halal di tingkat global serta masih terfragmentasinya tata kelola industri halal nasional, baik dari aspek kelembagaan maupun sistem standardisasi sertifikasi. Banyak konsumen yang belum menjadikan sertifikasi halal sebagai pertimbangan utama dalam memilih produk kosmetik, meskipun sertifikasi tersebut menjamin bahwa produk telah memenuhi prinsip-prinsip syariah serta aspek keamanan dan kualitas. Kondisi ini menunjukkan perlunya peningkatan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat mengenai pentingnya penggunaan produk kosmetik halal guna mendorong kesadaran konsumen dan memperkuat perkembangan industri halal di Indonesia.[12]

Ketiga, rendahnya literasi dan kesadaran pelaku usaha terhadap industri halal, selain tantangan dalam aspek regulasi dan standardisasi, industri halal di Indonesia juga menghadapi keterbatasan kapasitas sumber daya manusia dalam menerapkan praktik produksi halal serta masih terbatasnya akses terhadap pendanaan dan pembiayaan berbasis syariah. Tantangan lainnya adalah rendahnya tingkat *halal awareness* di kalangan masyarakat, beberapa konsumen masih beranggapan bahwa seluruh produk yang beredar di pasar sudah pasti halal, sehingga tidak memperhatikan adanya sertifikasi halal saat proses pembelian. Padahal, kesadaran tentang halal sangat berkaitan dengan tingkat religiusitas dan pemahaman terhadap konsep halal. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa religiusitas menjadi faktor yang kuat dalam memengaruhi perilaku konsumsi produk halal, sementara tingkat kesadaran halal juga dipengaruhi oleh pengetahuan, keyakinan agama, pertimbangan kesehatan, keberadaan label halal, identitas diri, serta paparan informasi melalui media. Kondisi ini menunjukkan bahwa diperlukan peningkatan edukasi dan literasi halal masih diperlukan untuk memperkuat kesadaran masyarakat sekaligus mendukung perkembangan industri halal di Indonesia.[13]

Keempat, kendala ketersediaandan pengolahan bahan baku menjadi tantangan besar dalam pengembangan industri farmasi dan kosmetik halal di Indonesia. Tidak semua bahan baku yang digunakan dalam produk kosmetik dapat dengan mudah dipastikan status kehalalannya sehingga diperlukan pengawasan rantai pasok dan proses verifikasi yang ketat untuk menjamin kepatuhan terhadap standar halal. Selain itu, Indonesia masih sangat bergantung pada impor bahan baku, terutama pada industri kosmetik yang sekitar 80% bahan bakunya berasal dari luar negeri. Kondisi ini menjadi ironi karena sebagian bahan baku tersebut, seperti minyak atsiri nilam, merupakan komoditas asal Indonesia yang diekspor dalam bentuk bahan mentah, kemudian diolah di negara lain dan diimpor kembali dengan harga yang lebih tinggi. Situasi tersebut menunjukkan bahwa selain keterbatasan pasokan bahan baku halal yang tersertifikasi, Indonesia juga masih menghadapi kendala dalam penguasaan teknologi pengolahan bahan mentah menjadi bahan baku siap pakai. Belum optimalnya ekosistem halal domestik, termasuk ketersediaan bahan dasar bersertifikat halal

[12] Ade Khadijatul dan Tuti Anggraini, "Peranan perspektif Maqashid Al Syariah dan berlakunya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal terhadap produk kosmetik halal di Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal," *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam* 8, no. 2 (2022): 297–311.

[13] Muhammad Anwar Fathoni, "Potret industri halal Indonesia: Peluang dan tantangan," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 428–35.

dan kapasitas industri pengolahan dalam negeri, menjadi hambatan bagi pertumbuhan sektor farmasi dan kosmetik halal. Oleh karena itu, diperlukan kerja sama yang lebih baik melalui penguatan rantai pasok halal, peningkatan kapasitas produksi dan teknologi pengolahan, serta pengembangan ekosistem halal nasional guna mengurangi ketergantungan terhadap impor, meningkatkan nilai tambah sumber daya lokal, dan memastikan kehalalan produk sesuai dengan standar sertifikasi halal yang berlaku di Indonesia.[14]

Hambatan utama dalam industri skincare halal di Indonesia terletak pada kesiapan seluruh ekosistem industri mulai dari aspek produksi, aturan yang berlaku, hingga tingkat pemahaman masyarakat terhadap produk halal. Keterbatasan bahan baku halal dan ketergantungan terhadap impor menunjukan bahwa industri dalam negeri masi perlu meningkatkan sektor hulu agar lebih mandiri. Selain itu, proses sertifikasi halal yang rumit, ketidakterpaduan standar halal di berbagai negara, serta rendahnya pemahaman masyarakat tentang halal dapat menghalangi pertumbuhan industri, terutama bagi pengusaha kecil dan menengah. Oleh karena itu, tantangan ini tidak hanya membutuhkan penanganan dari sisi kebijakan, tetapi juga harus dilengkapi dengan peningkatan kemampuan industri, penguatan sistem distribusi halal, serta meningkatan pemahaman masyarakat agar industri skincare halal mampu berkembang secara berkelanjutan.

Analisis Strategi Pengembangan Industri Skincare Halal

Indonesia memiliki kesempatan besar untuk menjadi salah satu pusat industri halal global karena didukung oleh populasi Muslim terbesar di dunia serta tingginya permintaan terhadap produk halal di pasar dalam negeri maupun luar negeri. Selain itu, kehidupan masyarakat Indonesia yang menjunjung nilai toleransi, kerukunan, dan solidaritas juga membantu kemajuan aktivitas ekonomi berbasis halal. Potensi itu semakin kuat karena ada berbagai strategi nasional yang meningkatkan kemampuan kompetitif industri halal. Terdapat beberapa strategi yang dapat digunakan untuk memajukan sektor industri halal di Indonesia.

Peningkatan kualitas sumber daya manusia SDM serta pemahaman masyarakat mengenai halal merupakan salah satu strategi penting dalam pengembangan industri halal di Indonesia. Upaya ini dapat dilakukan melalui edukasi dan sosialisasi yang lebih melibatkan pemerintah, pelaku industri dan Lembaga terkait melalui berbagai media spereti kampanye public, media sosial, seminar mengenai pentingnya produk halal, khususnya kosmetik halal, kepada masyarakat. Edukasi ini juga bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai manfaat kosmetik halal dari segi kesehatan, keamanan, dan kepatuhan terhadap syariat Islam, tetapi juga untuk meningkatkan kesadaran akan bahaya penggunaan kosmetik ilegal yang dapat merugikan konsumen. Oleh karena itu, pemerintah perlu terus mendorong peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui program pelatihan, sertifikasi, dan pendidikan halal yang berkelanjutan. Dengan semakin tingginya kompetensi tenaga profesional serta kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap produk halal, diharapkan

[14] Muhammad Alfarici Baehaqi dkk., "Peluang dan tantangan industri halal di Indonesia," *Jurnal Media Akademik (JMA)* 3, no. 5 (2025).

industri halal, khususnya sektor kosmetik halal, dapat berkembang lebih optimal dan memiliki daya saing yang lebih kuat.[15]

Penguatan Standardisasi dan Sertifikasi yang Jelas dan Transparan dan terpercaya merupakan strategi penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen serta daya daing produk halal Indonesia. Pelaksanaan sertifikasi halal yang bisa dipercaya membutuhkan standar yang jelas, prosedur yang terbuka, serta sistem pengawasan yang terpadu agar dapat memperkuat kepercayaan konsumen, baik di dalam negeri maupyn luar negeri. Dalam penerapannya, pengawasan terhadap produk dilakukan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), sedangkan pengaturan pengiriman barang dan produk melibatkan beberapa kementerian, seperti Kementerian Perindustrian, Kementerian Perdagangan, Kementerian Pertanian, serta instansi kepabeanan. Di sisi lain, kerja sama serta pengakuan terhadap sertifikasi halal dari lembaga halal luar negeri merupakan bagian dari wewenang Kementerian Luar Negeri. Kompleksitas ini semakin bertambah karena pelaku usaha yang terlibat mencakup perusahaan besar, menengah, kecil, hingga usaha mikro yang berada di bawah pembinaan berbagai kementerian dan lembaga, seperti Kementerian Kesehatan, Kementerian Koperasi dan UKM, pemerintah daerah, serta kementerian terkait lainnya. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi, koordinasi antarlembaga, serta sistem pengawasan yang konsisten untuk memastikan proses sertifikasi halal berjalan secara akuntabel, efektif, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, sekaligus mendukung terciptanya standar halal yang diakui dan dipercaya oleh pasar global.[16]

Perluasan Jaringan Perdagangan, Kerja Sama Internasional, dan Peningkatan Daya Saing Produk menjadi strategi yang diperlukan untuk memperkuat posisi industri halal Indonesia di pasar global. Upaya ini dapat meningkatkan kemampuan kompetitif industri halal Indonesia di pasar internasional, pemerintah harus terus memperluas jaringan perdagangan dan memperkuat kerja sama dengan berbagai negara dan lembaga internasional untuk mendorong pengakuan terhadap standar dan sertifikasi halal Indonesia. Dengan adanya kesepahaman tentang standar halal antarnegara, produk halal Indonesia termasuk kosmetik halal, diharapkan dapat lebih mudah memasuki pasar ekspor dan mampu bersaing dengan produk dari negara lain. Selain itu, pengembangan infrastruktur pendukung seperti fasilitas sertifikasi, sistem logistik, dan jaringan distribusi perlu terus ditingkatkan guna menciptakan ekosistem industri halal yang lebih terintegrasi. Peningkatan daya saing produk juga dapat dilakukan melalui pemanfaatan teknologi modern dalam proses produksi dan pemasaran, seperti menerapkan pemasaran digital, memanfaatkan media sosial, serta bekerja sama dengan influencer untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya tarik konsumen. Selain itu, diperlukan strategi branding yang kuat diperlukan untuk membangun

---

15 Lucky Nugroho, "Mengatasi kosmetik Ilegal dan Meningkatkan Ekspor Kosmetik Halal: Strategi Keberlanjutan Industri Kosmetik Indonesia," Kompasiana, 2024, diakses 17 Juni 2026, https://www.kompasiana.com/luckynugroho9529/673eb19334777c46ac7d8982/mengatasi-kosmetik-ilegal-dan-meningkatkan-ekspor-kosmetik-halal-strategi-keberlanjutan-industri-kosmetik-indonesia?page=2.

16 Syauqi Darmawan, "Pengembangan Industri Halal Peluang dan Tantangan dalam Ekonomi Islam: Peran dan Prinsip Ekonomi Islam, Peraturan Perundang-undangan, Industri Berperan terhadap Pertumbuhan Ekonomi, Peluang Industri Halal di Indonesia, Tantangan Industri Halal di Indonesia, Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia," *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* (2024): 432–42.

citra positif serta membedakan produk halal lokal dari produk impor. Melalui penguatan kerja sama internasional, pengembangan infrastruktur, dan inovasi pemasaran, industri halal Indonesia diharapkan mampu berkembang secara berkelanjutan dan memiliki posisi yang lebih kuat di pasar dalam negeri maupun luar negeri.

Koordinasi yang efektif Antara Lembaga sertifikasi, Akademisi, Pelaku usaha dan masyarakat merupakan faktor penting dalam mendukung pengembangan industri halal yang efektif memerlukan kerjasama dan kemitraan yang kuat antara berbagai lembaga pemerintah, otoritas terkait, serta pelaku industri. Hal ini penting agar tidak terjadi keselarasan kebijakan, perbedaan aturan, atau hambatan dalam proses administrasi yang bisa mengurangi kemajuan pengembangan sektor halal. Melalui kerja sama yang selaras, setiap pemangku kepentingan dapat menjalankan perannya secara optimal dalam mendukung pertumbuhan industri halal nasional. Selain itu, kerjasama yang baik juga dapat mempercepat penyusunan kebijakan, meningkatkan efisiensi implementasi program, memperkuat pengawasan, serta menciptakan ekosistem industri halal yang lebih kondusif. Dengan sinergi yang kuat antara pemerintah, lembaga sertifikasi, akademisi, pelaku usaha, dan masyarakat, pengembangan industri halal dapat berjalan lebih terarah, berkelanjutan, dan mampu meningkatkan daya saing Indonesia di tingkat global.[17]

Penguatan industri skincare halal Indonesia memerlukan kerja sama yang tepadu antara pemerintah, pelaku usaha, lembaga sertifikasi, akademisi dan masyarakat. Peningkatan kualitas sumber daya manusia dan pemahaman tentang halal menjadi dasar penting untuk menciptakan industri yang berkualitas dan memperkuat kepercayaan konsumen. Sementara itu, memperkuat standar sertifikasi halal, memperluas kerja sama internasional, serta memanfaatkan teknologi digital menjadi langkah penting untuk meningkatkan kemampuan produk dalam bersaing di pasar global. Dengan adanya kerjasama yang baik antara pemangku kepentingan, industri skincare halal tidak hanya mampu memenuhi kebutuhan pasar dalam negeri, tetapi juga memiliki peluang untuk berperan sebagai salah satu sektor unggulan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia.

Kontribusi Industri Skincare Halal terhadap Pertumbuhan Ekonomi Syariah di Indonesia

Industri skincare halal berperan penting dalam mendorong perkembangan ekonomi syariah di Indonesia. Dengan kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi produk yang sesuai dengan prinsip syariah, industry ini mampu meningkatkan aktivitas ekonomi nasional. Tingginya permintaan masyarakat terhadap produk halal juga membuka peluang usaha baru bagi pelaku UMKM maupun Perusahaan besar, sehingga mendorong pertumbuhan sektor industry halal secara keseluruhan.

Selain itu, pertumbuhan industri skincare halal juga membuka peluang kerja baru diberbagai sektor seperti pembuatan produk, penelitian dan pengembangan, pemasaran online, distribusi, hingga proses sertifikasi halal. Kondisi ini membantu meningkatkan penyerapan tenaga kerja dan kesejahteraan masyarakat. Disisi lain, produk perawatan kulit yang sudah memiliki sertifikasi halal memiliki kesempatan lebih besar untuk diterima di pasar

[17] Baehaqi dkk., "Peluang dan tantangan industri halal."

internasional, terutama di negara-negara yang penduduknya sebagian besar beragama Islam. Ini bisa meningkatkan nilai ekspor, memperkuat keuntungan devisa negara, serta membuat Indonesia lebih kompetitif dalam industry halal dunia.

Industri skincare halal ikut memperkuat ekosistem ekonomi syariah nasional karena berkaitan dengan berbagai sektor lain, seperti penghasilan bahan baku halal, Lembaga sertifikasi halal, Lembaga keuangan syariah, jasa logistic halal, serta perdagangan online. Hubungan tersebut memberikan dampak ganda yang mendorong pertumbuhan ekonomi syariah secara berkelanjutan. Industri skincare halal memiliki potensi yang terus tumbuh dan menjadi sektor penting yang membantu Indonesia memperkuat posisinya sebagai pusat industri halal global serta mempercepat pertumbuhan ekonomi berbasis syariah di dalam negeri.[18]

KESIMPULAN

Industri skincare halal di Indonesia memiliki peluang yang besar untuk berkembang seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk halal, peran generasi muda, meningkatnya kebutuhan sertifikasi halal, dukungan pemerintah melalui berbagai kebijakan dan regulasi, serta besarnya populasi Muslim terbesar didunia yang mencapai 234 juta orang. Potensi tersebut menjadikan pertumbuhan ekonomi syariah dan memperkuat posisi Indonesia dalam industri halal global. Industri kosmetik domestic menunjukan pertumbuhan signifikat 77% dari 726 bisnis pada 2020 menjadi 1.2.92 bisnis pada 2024.

Namun, pengembangan industri skincare halal masih menghadapi berbagai tantangan, seperti rendahnya daya saing di pasar internasional, belum optimalnya standarisasi sertifikasi halal, rendahnya literasi halal masyarakat dan pelaku usaha, serta keterbatasan bahan baku halal dan teknologi pengolahan. Oleh karena itu diperlukan strategi pengembangan yang terintegrasi melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia, penguatan sistem sertifikasi halal, perluasan kerja sama internasional, peningkatan daya saing produk, serta penguatan koordinasi antar pemangku kepentingan. Dengan dukungan seluruh pihak industri skincare halal di Indonesia memiliki potensi untuk berkembang secara berkelanjutan dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi syariah nasional.

[18] Putri Soleha, Nur Azifah, dan Muhamad Rizky Rizaldy (2025).

DAFTAR PUSTAKA

Amaliyatul, M., A. Hermawan, dan A. Nuryadin. "Pengaruh social media marketing dan user generated content (UGC) terhadap purchase decision produk Luxcrime pada Generasi Z di TikTok." *Journal of Information Systems Management and Digital Business* 2, no. 1 (2024): 40–49.

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. "BPJPH: Produk Kosmetik Wajib Bersertifikat Halal pada Oktober 2026." 2025. Diakses 19 Juni 2026. https://bpjph.halal.go.id/detail/bpjph-produk-kosmetik-wajib-bersertifikat-halal-pada-oktober-2026.

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. "Produk Kosmetik Wajib Bersertifikat Halal pada Oktober 2026." 2026. Diakses 16 Maret 2026. https://bpjph.halal.go.id.

Badan Pusat Statistik. "Hasil sensus penduduk 2020: Komposisi penduduk menurut generasi." 2020. https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2/0/0.

Baehaqi, Muhammad Alfarici, Annisa Khusnul Latifah, Vera Agustin Malista Putri, Dela Dwi Rama, dan Amalia Nuril Hidayati. "Peluang dan tantangan industri halal di Indonesia." *Jurnal Media Akademik (JMA)* 3, no. 5 (2025).

Darmawan, Syauqi. "Pengembangan Industri Halal Peluang dan Tantangan dalam Ekonomi Islam: Peran dan Prinsip Ekonomi Islam, Peraturan Perundang-undangan, Industri Berperan terhadap Pertumbuhan Ekonomi, Peluang Industri Halal di Indonesia, Tantangan Industri Halal di Indonesia, Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia." *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* (2024): 432–42.

DinarStandard. *State of the Global Islamic Economy Report 2024/25*. 2025. https://www.dinarstandard.com/post/sgier-2024-25.

Ditjen IKMA Kementerian Perindustrian. 2024.

Fadhila, I., R. Rahmadani, R. H. Siregar, H. M. Siregar, dan Z. Zainarti. "Pengaruh Kepercayaan Merek dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Halal pada Generasi Z di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen* 4, no. 2 (2026): 19–30.

Fathoni, Muhammad Anwar. "Potret industri halal Indonesia: Peluang dan tantangan." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 428–35.

Hasanah, U., dan M. Huda. "Pengaruh Brand Equity dan User Generated Content terhadap Keputusan Pembelian yang Berdampak pada Repurchase Intention UMKM Produk Unggulan Kabupaten Pasuruan." *Jimek: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi* 6, no. 2 (2023).

Hasna, Alifah. "Potensi Industri Halal Indonesia dalam Peta Ekonomi Syariah Global." *Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 1 (2025): 1–20.

IDN Research Institute. *Indonesia Gen Z Report*. 2024. https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-gen-z-report-2024.pdf.

Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia. "Data penduduk Indonesia berdasarkan agama per Desember 2022." 2022. https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-gen-z-report-2024.pdf.

Kementerian Keuangan Republik Indonesia. "Indonesia Kokoh di Peringkat Tiga Ekonomi Syariah Global, Perkuat Posisi Sebagai Pemain Kunci Dunia." 2025. Diakses 19 Juni 2026. https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Indonesia-Peringkat-Tiga-Ekonomi-Syariah-Global.

Khadijatul, Ade, dan Tuti Anggraini. "Peranan perspektif Maqashid Al Syariah dan berlakunya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal terhadap produk kosmetik halal di Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal." *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam* 8, no. 2 (2022): 297–311.

LPPOM MUI. "Indonesia's Strategy to Capture the World's Halal Market." Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia. 2025. https://halalmui.org/en/indonesias-strategy-to-capture-the-worlds-halal-market/.

Mordor Intelligence. "Halal Cosmetic Products Market Size & Share Analysis – Growth Trends and Forecast (2026–2031)." 2026. Diakses 19 Juni 2026. https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/halal-cosmetic-products-market.

Nugroho, Lucky. "Mengatasi kosmetik Ilegal dan Meningkatkan Ekspor Kosmetik Halal: Strategi Keberlanjutan Industri Kosmetik Indonesia." Kompasiana. 2024. Diakses 17 Juni 2026. https://www.kompasiana.com/luckynugroho9529/673eb19334777c46ac7d8982/mengatasi-kosmetik-ilegal-dan-meningkatkan-ekspor-kosmetik-halal-strategi-keberlanjutan-industri-kosmetik-indonesia?page=2.

Personal Care Insights. "Halal Cosmetics Surges Globally: TikTok Trends and Market Boom in Indonesia." 2024. https://www.personalcareinsights.com/news/halal-cosmetics-surges-globally-tiktok-trends-and-market-boom-in-indonesia.html.

Pew Research Center. *The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010–2050*. Washington, DC: Pew Research Center, 2015.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. https://peraturan.bpk.go.id/Details/38709/uu-no-33-tahun-2014.