

DAMPAK PEREKONOMIAN INDONESIA TERHADAP EKSISTENSI INDUSTRI HALAL

Azmi Aidina¹, Binti Halimatus Sadiyah², Rahmah Inayati³

Email: 2310313220042@mhs.ac.id¹, 2310313320022@mhs.ac.id²,
2310313220028@mhs.ac.id³

Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin, Indonesia

Abstrak

Pemerintah Indonesia berencana menjadi pusat industri halal dunia pada tahun 2024, namun persaingan industri halal saat ini tidak hanya datang dari negara-negara Islam tetapi juga dari negara-negara mayoritas non-Muslim. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang dan tantangan industri halal Indonesia untuk menjadi pusat industri halal dunia. Penelitian ini merupakan studi deskriptif menggunakan pendekatan deskriptif dan data sekunder dari berbagai informasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa industri halal Indonesia mempunyai peluang dari lima aspek yaitu aspek pengakuan global, keuangan, pariwisata halal, makanan halal, dan aspek gaya hidup halal. Ada tiga tantangan yang muncul dari faktor eksternal yaitu, banyaknya negara pesaing, kurangnya keseragaman dalam sertifikasi Halal yang disepakati secara global, dan ketidakmampuan negara-negara Islam untuk menetapkan standar produk Halal dan secara internal terdiri dari rendahnya kesadaran Halal masyarakat Indonesia, permasalahan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, dan rendahnya daya saing masyarakat Indonesia. Selain tantangan-tantangan tersebut, terdapat peluang bisnis di industri halal yang belum disadari oleh banyak pemangku kepentingan dan regulator, terbatasnya pasokan bahan baku yang memenuhi standar halal, dan terbatasnya pemahaman antar produsen. Terdapat juga kendala yang dihadapi Indonesia. Hal ini terkait dengan infrastruktur yang belum memadai, perbedaan standardisasi dan sertifikasi produk halal, serta banyaknya produk impor yang masuk ke Indonesia.

kata kunci : Produk Halal, Industri Halal, Potensi

Abstract

The Indonesian government plans to become the center of the world's halal industry by 2024, but competition in the halal industry currently comes not only from Islamic countries but also from non-Muslim majority countries. Therefore, this study aims to analyze the opportunities and challenges of Indonesia's halal industry to become the center of the world's halal industry. This research is a descriptive study using a descriptive approach and secondary data from various information. The results of this study indicate that Indonesia's halal industry has opportunities from five aspects, namely aspects of global recognition, finance, halal tourism, halal food, and halal lifestyle aspects. There are three challenges that arise from external factors, namely, the number of competitor countries, the lack of uniformity in globally agreed Halal certification, and the inability of Islamic countries to set Halal product standards and internally consisting of low Halal awareness of the Indonesian people, problems with Law Number 33 of 2014 concerning Halal Product Guarantee, and the low competitiveness of the Indonesian people. In addition to these challenges, there are business opportunities in the halal industry that have not been realized by many stakeholders and regulators, limited supply of raw materials that meet halal standards, and limited understanding between producers. There are also obstacles facing Indonesia. This is related to inadequate infrastructure, differences in standardization and certification of halal products, and the large number of imported products entering Indonesia.

Keywords: Halal Products, Halal Industry, Potential

1. Pendahuluan

Saat ini industri halal menjadi tren di dunia. Perhatian yang cukup besar diberikan masyarakat ekonomi global terhadap, industri halal tersebut. Dibuktikan dengan peningkatan belanja masyarakat dunia pada produk industri halal dari tahun ke tahun. Trend peningkatan pada periode 2020-2021 telah disampaikan dalam *state of the global islamic Economy report* - Total perkiraan 2,02 triliun dollar amerika telah digunakan masyarakat muslim pada tahun 2019. Sektor yang termasuk dalam pengeluaran tersebut diantaranya adalah sektor makanan yang mengalami peningkatan 3,1% di 2019, yang mulanya 1,13 triliun dollar amerika. Pada tahun 2018, kemudian menjadi 1,17 triliun dollar amerika, kemudian sektor farmasi mengalami peningkatan sebesar 94 miliar dollar amerika, selanjutnya sektor halal kosmetik mencapai 66 dollar amerika. Bahkan telah diperkirakan total belanja muslim akan mencapai 2,4 triliun dollar

amerika di tahun 2024, yang berarti mengalami peningkatan pertumbuhan kumulatif tahunan (CAGR) dalam kurun waktu 5 tahun sebanyak 3,1%.

Sektor yang dinaungi industri halal diantaranya travel, halal finance, halal fashion, dan halal food. Pada tahun 2021 sebanyak 237,53 juta jiwa mayoritas beragama islam di Indonesia. Di tahun 2019 konsumsi produk halal di Indonesia mencapai USD 144 miliar dan menempati posisi ke enam dunia menjadi sektor pariwisata ramah muslim dengan nilai USD 11,2 miliar . Indonesia memiliki kendala dalam perkembangan industri halal salah satunya kualitas sumber daya manusia. Sangat sedikit pelaku industri halal di Indonesia yang mempunyai sertifikasi halal untuk mengembangkan usahanya serta daya saing produk lokal yang berkembang lebih dulu.

Indonesia salah satu negara yang mempunyai potensi untuk mengembangkan industri halal. Menurut Global Islamic Economy (GIE) indicator, Indonesia berada di peringkat kelima yang mengukur kekuatan ekonomi syariah di 73 negara. Potensi besar ini merupakan keterkaitan dari banyaknya jumlah penduduk Indonesia yang beragama Islam. Dan penduduk muslim terbesar di dunia, namun Indonesia hanya memanfaatkan 13% dari industri halal global. Sementara itu potensi industri halal global tercatat USD 3,3 triliun pada tahun 2023.

2. Kerangka Teori

Industri Halal

Pertumbuhan industri halal di Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan yang pesat pada setiap tahunnya. Hal ini pastinya memberikan dampak positif terhadap perekonomian Indonesia, bisa dibuktikan melalui Produk Domestik Bruto (PDB). PDB telah dibantu oleh sektor Ekonomi Syariah sebesar USD 3,8 miliar per-tahunnya. Kontribusi Ekonomi Syariah terhadap PDB ini dikarenakan dari konsumsi rakyat Indonesia dan kegiatan ekspor impor terhadap produk halal (Nurkamilah, 2023).

Karena negara Indonesia mayoritas beragama Islam maka tingkat konsumsi masyarakat Indonesia kepada produk halal juga sangatlah besar, bahkan Indonesia juga termasuk yang

terbesar mengkonsumsi produk halal di dunia. Pada tahun 2017 tercatat USD 200 miliar total konsumsi yang telah digunakan Indonesia untuk membeli produk halal atau lebih dari 36% total konsumsi rumah tangga. Jumlah ini sama dengan 20% PDB Indonesia. Konsumsi terhadap produk halal ini akan terus bertambah dengan rata-rata pertumbuhan 5,3% pada setiap tahunnya. Diprediksi tingkat konsumsi pada produk halal di Indonesia akan mencapai USD 330,5 miliar pada tahun 2025. Indonesia memiliki potensi yang besar pada industri halal, hal ini dapat dilihat dari banyaknya sektor halal salah satunya yaitu sektor makanan halal (Nurkamilah, 2023).

Sektor makanan halal di Indonesia sangatlah penting dan sudah menjadi kebutuhan wajib seorang muslim yang harus dipenuhi. Indonesia telah menghabiskan USD 173 miliar untuk mengkonsumsi makanan halal pada tahun 2019, inilah yang menyebabkan Indonesia sebagai pasar makanan dan minuman halal terbesar di seluruh dunia. Selain itu, pemerintah juga ikut andil dalam mendukung dengan dibentuknya Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai pembuktian dari adanya UU No. 33 Tahun 2014 mengenai jaminan Produk Halal. Upaya ini dilaksanakan untuk memberikan kenyamanan terhadap konsumen muslim dan juga karena meningkatnya industri halal di Indonesia terutama pada sektor makanan halal (Nurkamilah, 2023).

Perkembangan industri halal di Indonesia sangat tinggi jadi untuk melandasi pembentukan inovasi, pengelolaan, pengembangan dan pembaharuan industri halal di Indonesia kita perlu kajian hukum Islam yakni salah satunya terkait *Maqashid Syari'ah*. Yang dimaksud dengan *Maqashid Syari'ah* adalah bagian dari kajian hukum Islam yang digunakan untuk mengetahui maksud dan hikmah dari adanya larangan dan perintah terhadap produk halal tersebut. Jadi manusia tak hanya meyakini dan kebenaran wahyu melalui al-Qur'an dan sunnah, namun diharapkan juga bisa memahami nilai-nilai *maslahat* yang ada dalam setiap kandungan perintah dalam menggunakan serta mengkonsumsi segala hal yang halal dan *thayyib*, terutama dalam hal perkembangan industri halal di Indonesia (Nurkamilah, 2023).

Pengertian Industri berasal dari bahasa Latin, yakni *industria* yang berasal dari arti tenaga kerja atau buruh. Istilah ini kerap dipakai secara umum dan luas, yaitu segala kegiatan yang dilakukan manusia agar memenuhi kebutuhan hidupnya yang bertujuan untuk mencapai

kesejahteraan. Menurut Sukirno definisi industri merupakan perusahaan yang menjalankan kegiatan ekonomi yang tergolong dalam sektor sekunder, di antaranya adalah pabrik rokok, pabrik tekstil dan pabrik perakitan. Industri juga dapat diartikan suatu kegiatan ekonomi yang mengolah barang mentah, barang setengah jadi dan barang baku, bahkan barang jadi untuk dibuat barang yang lebih tinggi kegunaannya (Nurkamilah, 2023).

3. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari berbagai sumber (artikel, referensi jurnal, laporan, informasi web, dan lainnya). Data yang dihasilkan kemudian dianalisis untuk membuat deskripsi deskriptif berupa gambar, kata dan simbol yang relevan dengan topik penelitian ini. Penelitian ini menganalisis data dengan tiga cara: Reduksi data, klasifikasi data, mengkaji data. Reduksi data dalam penelitian ini meliputi pemilihan seluruh kumpulan data sesuai dengan topik penelitian, penggalan dan penyempurnaan data yang ada. Data yang telah direduksi kemudian diklasifikasikan berdasarkan topik penelitian, yaitu peran industri halal dalam perekonomian Indonesia. Langkah terakhir adalah menganalisis data dan menarik kesimpulan yang mencerminkan interpretasi peneliti terhadap data. Penelitian ini menggunakan metode segitiga, yaitu. Bandingkan satu sumber data dengan sumber data lainnya.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Peran Industri Halal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan positif tiap tahunnya menunjukkan bahwa industri halal memberikan kontribusi terhadap perekonomian Indonesia terbukti dari ekonomi syariah memberikan kontribusi Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar USD 3,8 Miliar tiap tahunnya. Total konsumsi produk halal di Indonesia pada tahun 2017 sebesar 36% atau 200 miliar. Produk halal di Indonesia diperkirakan pada tahun 2025 akan mencapai USD 330,5 miliar.

Industri Halal sangat berpeluang untuk nilai ekspor Indonesia yang dihasilkan berkisar USD 5,1 miliar hingga USD 11 miliar tiap tahunnya. Secara Global Indonesia mempunyai halal export opportunity sebesar 3,8%. Hal ini akan terus dikembangkan dengan ditingkatkan kualitas ekspor produk halal serta penetapan harga yang kompetitif.

Suatu perusahaan perlu untuk meningkatkan jumlah tenaga kerja untuk peningkatan produksi. Industri halal memiliki potensi yang tinggi untuk meningkatkan nilai cadangan devisa. Industri halal pada tahun 2019 membuka 170.000 hingga 330.000 lapangan pekerjaan. Potensi ekspor Indonesia terhadap komoditas halal bisa berupa pakaian muslim serta makanan halal.

Mewujudkan inklusi keuangan dalam meningkatkan peran industri keuangan syariah. Industri keuangan syariah dapat mendukung permodalan usaha mikro kecil menengah melalui pembiayaan di sektor halal. Hal ini akan terus mengalami peningkatan produksi terhadap komoditas halal Indonesia untuk menuju perdagangan internasional. Program inklusi keuangan memudahkan dalam transaksi pembayaran untuk usaha mikro kecil menengah. Jika industri keuangan syariah semakin meningkat sehingga memberi dampak untuk mensejahterakan masyarakat.

4.2 Potensi Industri Halal di Indonesia

Indonesia memiliki potensi yang besar dan terus berkembang seiring dengan meningkatnya permintaan produk dan layanan yang memenuhi standar halal, hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya masyarakat Indonesia yang beragama Islam, yaitu sekitar 87% dari total penduduk Indonesia. Potensi halal dapat kita ketahui dari berbagai sektor, diantaranya sektor wisata halal, sektor pakaian muslim, sektor makanan halal, dan sektor keuangan syariah.

A. Sektor Wisata Halal

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak pulau sehingga memiliki keberagaman suku, budaya, tradisi, dan keindahan alam. Keberagaman dan keindahan tersebut dapat dinikmati oleh masyarakat dalam negeri dan masyarakat luar negeri. Keragaman dan keindahan yang dimiliki Indonesia membuat Indonesia memiliki potensi besar dalam industri wisata halal. Hal ini terbukti pada tahun 2020, Indonesia menduduki urutan keenam sebagai

salah satu negara friendly travel menurut laporan dari State of the Global Islamic Economy Report (Samsul, 2022).

Pemerintah Indonesia telah berinvestasi dalam pengembangan infrastruktur pariwisata, termasuk akomodasi, transportasi dan fasilitas pariwisata lainnya. Hal ini akan mendorong pertumbuhan industri pariwisata halal dengan menyediakan layanan yang memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim. Hal yang menarik adalah pengembangan destinasi wisata dan fasilitas yang memadukan aspek halal, seperti restoran halal, masjid yang digabungkan dengan kesenian Indonesia, makam-makam para wali, mengunjungi museum peninggalan sejarah, dan akomodasi ramah Muslim. Hal ini menciptakan pengalaman wisata yang utuh dan sesuai dengan nilai-nilai keagamaan. Dengan memperoleh sertifikasi Halal untuk pelayanan wisata seperti akomodasi dan makanan, mampu mendapatkan kepercayaan dari wisatawan muslim. Pemasaran global yang efektif mampu meningkatkan potensi industri halal di Indonesia. Mempromosikan destinasi halal Indonesia sebagai destinasi ramah Muslim dan menawarkan pengalaman unik dapat menarik minat wisatawan mancanegara. Dengan memanfaatkan potensi ini secara bijak, Indonesia dapat menjadi pemimpin di sektor pariwisata halal global dengan menawarkan pengalaman wisata yang sejalan dengan nilai-nilai Islam, sekaligus secara aktif berkontribusi terhadap pertumbuhan perekonomian negara.

B. Sektor Pakaian muslim

Terdapat potensi yang besar pada sektor industri busana muslim Indonesia, hal ini sejalan dengan semakin berkembangnya kesadaran akan fashion yang berpegang teguh pada prinsip-prinsip Islam. Indonesia merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, sehingga permintaan pakaian Islami di pasar lokal sangat tinggi. Konsumen Muslim di Indonesia memiliki gaya dan preferensi desain yang berbeda-beda, hal ini menciptakan peluang besar bagi desainer dan produsen untuk menawarkan berbagai jenis pakaian Islami. Industri pakaian Islami di Indonesia tidak hanya terbatas pada pakaian tradisional seperti mukena dan hijab, namun juga mencakup berbagai jenis pakaian dan aksesoris kasual, formal, dan pakaian olahraga. Dengan melakukan diversifikasi produk, industri dapat menjangkau segmen pasar yang lebih besar. Inovasi desain dan penggunaan teknologi modern dalam produksi busana muslim menjadi kunci daya saing. Desainer dan produsen yang berhasil memadukan tren

fesyen global dengan nilai-nilai Islami lokal mampu menciptakan produk yang menarik bagi konsumen.

Selain melayani pasar lokal, industri busana muslim Indonesia juga berpotensi merambah pasar internasional. Desainnya yang unik, mengikuti tren global, ditambah dengan kualitas pembuatan yang baik, penggunaan motif tradisional dan teknik kerajinan lokal, memberikan nilai tambah pada produk tersebut sehingga mampu menarik perhatian konsumen yang mencari busana muslim dengan sentuhan lokal. Hal ini dapat membuat produk Indonesia populer di pasar luar negeri.

Pertumbuhan industri busana muslim juga dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan industri terkait, seperti industri tekstil dan fashion, serta industri kreatif pada umumnya. Hal ini menciptakan lebih banyak peluang ekonomi dan menciptakan lapangan kerja di berbagai sektor. Dengan meningkatkan potensi tersebut, industri pakaian Islami Indonesia mempunyai peluang besar untuk lebih berkembang dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian negara, serta mempromosikan budaya dan identitas Islami di dunia fashion.

C. Sektor Makanan Halal

Makanan merupakan kebutuhan primer setiap manusia. Khususnya makanan halal karena penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam yang tidak diperbolehkan mengonsumsi makanan selain makanan yang halal, maka makanan halal tersebut menjadi kebutuhan pokok yang harus dimiliki serta dikonsumsi setiap hari. Ini mencakup pemilihan produk yang diproduksi sesuai dengan standar halal, dari bahan baku hingga proses produksi. Sebanyak 265 juta penduduk muslim di Indonesia atau mencapai 87% dari total penduduk yang ada di Indonesia, menjadikan Indonesia target pasar produk halal yang menjanjikan.

Indonesia mewakili 11,34% dari belanja halal global Indonesia menduduki peringkat keempat di dunia, dan State of the Global Islamic Economy Report 2022 menunjukkan bahwa indikator ekonomi syariah negara ini terus membaik. Indonesia mewakili 11,34% dari belanja halal global, menjadikannya salah satu pembeli produk halal terbesar di dunia (Limanseto,

2022). Di bidang makanan halal, Indonesia menempati posisi kedua secara global, meskipun berada di peringkat keempat di pasar kosmetik halal dunia (Limanseto, 2022).

Pemerintah Indonesia telah mengubah peraturan yang mengatur Jaminan Produk Halal sebagai salah satu dari sekian banyak inisiatif untuk meningkatkan lingkungan makanan halal. Kepercayaan konsumen terhadap produk makanan halal telah tumbuh sejak berdirinya Sertifikasi Halal Indonesia (SHI) dan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Ketika memilih produk untuk konsumen, sertifikasi halal menjadi pertimbangan penting.

Memodifikasi undang-undang yang mengatur Jaminan Produk Halal mempercepat, menyederhanakan, dan memperjelas prosedur; hal ini juga mempersingkat waktu pemrosesan dan mempermudah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk mendapatkan sertifikasi halal. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sangat penting bagi sektor makanan halal. Mereka menambah variasi produk halal selain menciptakan lapangan kerja. Meningkatnya perhatian terhadap industri makanan halal di Indonesia tidak hanya menciptakan peluang bisnis yang signifikan, tetapi juga memperkuat reputasi positif Indonesia di mata dunia. Dengan memanfaatkan potensi ini secara efektif, Indonesia dapat memperkuat posisinya sebagai pemimpin industri makanan halal dunia.

D. Sektor Keuangan Syariah

Indonesia mempunyai potensi besar untuk mengembangkan industri halal. Diperkirakan 184 juta orang menganut agama Islam di Indonesia pada tahun 2025. Berdasarkan laporan Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2020 yang dirilis Otoritas Jasa Keuangan (OJK), disebutkan bahwa pada tahun pandemi Covid - 19 , aset keuangan syariah Indonesia tahun 2020 diperkirakan meningkat sebesar 22,71% yang sebelumnya Rp1.468,07 triliun menjadi Rp1.801,40 triliun. Hal ini menggambarkan bahwa keuangan syariah Indonesia mampu untuk beradaptasi dan tumbuh , bahkan di masa pandemi juga memberikan kontribusi yang terhadap pertumbuhan ekonomi negara .

Pada sektor keuangan syariah pemerintah indonesia telah menyusun strategi dalam masterplan Ekonomi syariah indonesia 2019-2024, memperluas usaha perbankan syariah dan keuangan syariah dalam skala yang besar menjadi penggerak utama rantai nilai halal di

Indonesia. Dengan adanya dukungan dari pemerintah membuat perbankan syariah di Indonesia semakin baik setiap tahunnya. Program utama untuk strategi ini yaitu:

1. Membentuk *halal fund* sebagai dukungan mempercepat tumbuhnya industri ekspor halal.
2. Indikator makro ekonomi, makroprudensial, kebijakan moneter dan mengembangkan kerangka kerja
3. Membentuk *Islamic Inclusive Financial Service Board* untuk pengembangan keuangan sosial.
4. Meningkatkan jangkauan dengan mengintegrasikan fiskal, komersial, dan ziswaf.

4.3 Tantangan Industri Halal di Indonesia

Indonesia memiliki peluang dalam industri halal namun juga mempunyai tantangan yang besar dan patut menjadi perhatian bersama khususnya untuk kalangan pemangku kepentingan serta pemerintah. Pemerintah menargetkan tahun 2024 Indonesia akan menjadi pusat industri halal dunia, dalam hal ini Indonesia memiliki dua tantangan yaitu tantangan internal dan tantangan eksternal. Contoh dari tantangan internal yang akan dihadapi Indonesia yaitu yang *pertama* lambannya pemberlakuan regulasi di Indonesia yang dibuktikan adanya masalah mengenai Undang-undang No. 33 Tahun 2014 Tentang jaminan produk halal, yang baru diterapkan pemberlakuannya pada tanggal 17 Oktober 2019. Kemudian yang *kedua*, Indonesia masih sangat rendah kesadarannya dalam berkompetisi menjadi produsen dari produk barang dan jasa namun sangat konsumtif terhadap barang dan jasa tersebut. Hal ini dibuktikan pasar Indonesia didominasi oleh produk-produk impor dari produk rumah tangga hingga produk industri besar. Selain di pasar produk impor juga dapat ditemui di mall dan swalayan. *Ketiga*, kurangnya pemahaman dan pengetahuan serta tingkat religius masyarakat atau kurangnya Halal Awareness masyarakat Indonesia. Karena itu masyarakat membutuhkan sosialisasi yang lebih dalam oleh pihak terkait, supaya dapat memberikan pemahaman dan kesadaran halal *lifestyle* untuk masyarakat terutama dalam mengkonsumsi produk-produk halal. Sosialisasi kepada UMKM juga penting baik di bidang industri halal, baik produk barang maupun produk jasa.

Tantangan kedua yang akan dihadapi Indonesia yaitu tantangan eksternal yang *terdiri* dari tiga aspek yakni yang *pertama* negara-negara muslim masih kurang solid dalam menetapkan standar produk halal, hal ini cukup berpengaruh dalam sektor produk halal, karena jika tidak ditanggulangi dapat menjadikan negara-negara mayoritas non muslim berkuasa dalam memproduksi produk halal dan penetapan standar produk halal. Padahal persoalan produk halal adalah urusan syariat yang seharusnya dikelola dan diawasi oleh organisasi atau badan akreditasi yang memiliki pakar dengan kepekaan iman islam. Yang *kedua* yaitu banyaknya negara pesaing. Negara negara pesaing dapat muncul baik dari negara sesama muslim maupun negara non muslim. Contoh negara pesaing dari negara-negara muslim yakni Brunei Darussalam, Malaysia, Turki, Pakistan dan banyak lagi. Sementara itu pesaing dari negara-negara non muslim antara lain, Singapura, Thailand, Australia, Italia, Prancis dan lain-lain. Akibatnya terhadap produk halal Indonesia karena munculnya negara pesaing tersebut adalah berkurangnya perhatian terhadap produk halal Indonesia di kancah global. Hal ini menuntut indonesia untuk menciptakan peningkatan kualitas produk serta layanan agar mampu bersaing dengan negara-negara pesaing lainnya, supaya indonesia bisa ikut ambil andil dalam penjualan produk halal secara internasional dan tidak hanya menjadi negara penonton ataupun negara konsumen dari produk-produk halal dunia yang dihasilkan oleh negara pesaing. Bahkan penjualan produk halal yang ada di dalam negeri juga terancam berkurang karena adanya produk asing yang masuk di dalam negeri dan menarik minat masyarakat untuk membelinya. Kemudian yang *ketiga*, tidak ada keseragaman sertifikasi halal yang disepakati secara global, penyebabnya adalah belum adanya kesepakatan yang disetujui oleh negara-negara di dunia mengenai sertifikasi halal yang telah berstandar internasional. Selain itu juga setiap negara memiliki standar sertifikasi halalnya masing-masing. Karena itulah negara mayoritas non muslim dapat memainkan peranan yang cukup besar terhadap produksi produk halal. Kondisi inilah yang harus mendapatkan perhatian khusus bagi indonesia jika ingin menjadi pusat industri halal dunia, atau setidaknya indonesia dapat tampil sebagai pelopor dalam memprakarsai standar sertifikasi untuk produk halal dunia.

Selain kendala-kendala yang diuraikan diatas, terdapat tantangan lain dalam pengembangan industri halal di Indonesia yaitu kurangnya peran bank syariah dalam peningkatan industri halal dan mendorong pengembangan pengembangannya. Ada beberapa

hal yang dapat menyebabkan kurang optimalnya peran bank syariah dalam industri halal indonesia, yang *pertama* kurangnya edukasi bank syariah terhadap masyarakat pada golongan menengah kebawah yang notabene sebagai pemegang peranan penting dalam sektor UMKM. *Kedua*, minimnya sumber daya manusia yang bukannya hanya bisa memahami aspek fikih akan tetapi juga dapat memahami aspek dari segi finansial. Padahal kenyataannya dari segi jumlah indonesia adalah negara yang memiliki jumlah penduduk muslim terbesar yang ada di dunia, hal ini tentunya dapat menjadi modal untuk bank syariah untuk bisa menciptakan sumber daya yang berkualitas. Yang *ketiga* yaitu masih banyak kecurangan yang dilakukan oleh beberapa oknum yang bekerja di bank syariah. *Keempat* yakni jumlah bank syariah di indonesia yang masih tergolong sedikit yang menyebabkan kurangnya jangkauan bank syariah ke pelosok pelosok negeri untuk membantu UMKM yang ada di tempat tersebut.

5. Kesimpulan

Industri halal di Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan yang positif, berkontribusi terhadap perekonomian negara melalui PDB dan nilai ekspor. Industri ini juga berpotensi menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan cadangan devisa. Inklusi keuangan melalui industri keuangan syariah dapat semakin mendukung pertumbuhan sektor halal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Industri halal Indonesia memiliki potensi besar di berbagai sektor, termasuk pariwisata halal, busana muslim, makanan halal, dan keuangan syariah. Keanekaragaman budaya dan keindahan alam Indonesia menjadikannya destinasi yang menarik untuk pariwisata halal, sementara populasi Muslim yang besar menciptakan permintaan yang tinggi untuk pakaian Muslim dan makanan halal. Industri ini juga memiliki potensi untuk menembus pasar internasional dan berkontribusi pada pengembangan industri terkait. Sektor makanan halal sangat menjanjikan, mengingat besarnya populasi Muslim di Indonesia dan tingginya peringkat global Indonesia dalam hal belanja halal. Pemerintah telah menerapkan peraturan untuk meningkatkan lingkungan makanan halal dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Namun, tantangan seperti lambatnya implementasi peraturan dan rendahnya kesadaran akan gaya hidup halal di kalangan masyarakat Indonesia perlu diatasi untuk mewujudkan potensi industri makanan halal sepenuhnya.

DAFTAR PUSTAKA

Bahtiar Adamsah, G. E. (2022). Perkembangan Industri Halal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *In Indonesian Journal of Halal (Vol. 5, Issue 1)*.

Limanseto, H. (2022, Desember 09). *Tak Hanya Miliki Domestic Market yang Besar, Indonesia Juga Berpeluang Menjadi Produsen Halal Terkemuka Dunia*. From <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4805/tak-hanya-miliki-domestic-market-yang-besar-indonesia-juga-berpeluang-menjadi-produsen-halal-terkemuka-dunia>

Nurkamilah, S. (2023). Analisis Tingkat Literasi Halal Pada Pelaku UMKM Makanan dan Minuman di Sekitar Kampus Universitas Siliwangi.

Samsul, S. M. (2022). Peluang dan Tantangan Industri Halal Indonesia Menuju Pusat Industri Halal Dunia. *Journal of Islamic Economics*.