

**PERKEMBANGAN DAN TANTANGAN INDUSTRI DI INDONESIA:  
KAJIAN PADA ENAM SEKTOR UTAMA**

**Nuafal Andika Fatwa<sup>1</sup>, M Ridho<sup>2</sup>, Sawtri Yuli Hartati<sup>3</sup>**  
[naufalandikafatwa@gmail.com](mailto:naufalandikafatwa@gmail.com)<sup>1</sup>, [muhammadridho0208@gmail.com](mailto:muhammadridho0208@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[sawitriyulihartati@umj.ac.id](mailto:sawitriyulihartati@umj.ac.id)<sup>3</sup>

**Universitas Muhammadiyah Jakarta**

**Abstrak:** Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi ekonomi yang luar biasa dalam pengembangan industri halal. Penelitian ini bertujuan untuk menelaah perkembangan serta berbagai tantangan yang dihadapi pada enam sektor utama industri halal, yaitu sektor makanan dan minuman halal, busana Muslim (modest fashion), pariwisata ramah Muslim, farmasi dan kosmetik halal, media dan hiburan, serta sektor keuangan syariah yang berperan sebagai pendukung ekosistem. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kepustakaan (literature review) dengan memanfaatkan data sekunder dari berbagai laporan lembaga resmi dan publikasi ilmiah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indonesia telah mengalami kemajuan yang berarti, dengan menempati posisi tinggi dalam Global Islamic Economy Indicator, yang didorong oleh tingginya tingkat konsumsi dalam negeri. Meski demikian, sektor ini masih menghadapi sejumlah tantangan utama, seperti ketergantungan terhadap impor bahan baku halal, belum seragamnya standar sertifikasi halal secara global, serta keterbatasan tenaga kerja yang memiliki kompetensi di bidang industri halal. Oleh karena itu, dibutuhkan kolaborasi yang kuat antara pemerintah, pelaku usaha (terutama UMKM), dan kalangan akademisi untuk memperkuat ekosistem Jaminan Produk Halal (JPH) serta meningkatkan daya saing Indonesia di pasar global.

**Kata Kunci:** Industri Halal, Ekonomi Syariah, Jaminan Produk Halal, Tantangan Dan Perkembangan, Daya Saing Global.

**Abstract:** As the country with the largest Muslim population in the world, Indonesia has tremendous economic potential in developing the halal industry. This study aims to examine the development and various challenges faced in six main sectors of the halal industry: halal food and beverages, Muslim fashion, Muslim-friendly tourism, halal pharmaceuticals and cosmetics, media and entertainment, and the Islamic finance sector, which plays a supporting role in the ecosystem. The research method used is a literature review utilizing secondary data from various official agency reports and scientific publications. The results show that Indonesia has made significant progress, with a high position in the Global Islamic Economy Indicator, driven by high levels of domestic consumption. However, this sector still faces several key challenges, such as dependence on imported halal raw materials, the lack of uniformity in halal certification standards globally, and a limited workforce with competencies in the halal industry. Therefore, strong collaboration is needed between the government, business actors (especially MSMEs), and historians to strengthen the Halal Product Assurance (JPH) ecosystem and increase Indonesia's competitiveness in the global market.

**Keywords:** Halal Industry, Islamic Economics, Halal Product Assurance, Challenges And Developments, Global Competitiveness.

## **PENDAHULUAN**

Ekonomi syariah kini telah menjadi salah satu fondasi utama dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional Indonesia. Esensi dari ekonomi syariah terletak pada pengembangan Industri Halal atau Halal Value Chain (HVC), yang mencakup seluruh rangkaian proses mulai dari pengadaan bahan baku hingga menghasilkan produk akhir yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam (Mubarok & Imam, 2020; KNEKS, 2023). Dengan jumlah penduduk Muslim mencapai sekitar 235,6 juta jiwa, Indonesia menempati posisi sebagai pasar terbesar bagi produk halal di dunia. Pada tahun 2022, total pengeluaran global untuk produk halal mencapai sekitar US\$2,29 triliun (Eko Cahyanto, 2024; SGIER, 2023/2024).

Ekonomi syariah kini telah menjadi salah satu fondasi utama dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional Indonesia. Esensi dari ekonomi syariah terletak pada pengembangan Industri Halal atau Halal Value Chain (HVC), yang mencakup seluruh rangkaian proses mulai dari pengadaan bahan baku hingga menghasilkan produk akhir yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam (Mubarok & Imam, 2020; KNEKS, 2023). Dengan jumlah penduduk Muslim mencapai sekitar 235,6 juta jiwa, Indonesia menempati posisi sebagai pasar terbesar bagi produk halal di dunia. Pada tahun 2022, total pengeluaran global untuk produk halal mencapai sekitar US\$2,29 triliun (Eko Cahyanto, 2024; SGIER, 2023/2024).

Meskipun Indonesia memiliki potensi pasar domestik yang sangat besar dan menunjukkan peningkatan signifikan dalam lanskap ekonomi Islam global terbukti dengan naiknya peringkat ke posisi ketiga dalam Global Islamic Economy Indicator 2023/2024 industri halal nasional masih dihadapkan pada sejumlah tantangan. Permasalahan tersebut meliputi dinamika regulasi, persoalan di sektor hulu seperti ketersediaan bahan baku, hingga tantangan di sektor hilir yang berkaitan dengan peningkatan daya saing global (Fathoni & Syahputri, 2020; Hutagaluh dkk., 2023). Dengan demikian, penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis secara komprehensif perkembangan yang telah dicapai serta hambatan yang masih dihadapi pada enam sektor utama industri halal di Indonesia.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kajian literatur (library research), yaitu penelitian yang dilakukan melalui analisis dan sintesis terhadap data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber tertulis. Pendekatan yang diterapkan bersifat deskriptif-analitis, dengan tujuan untuk menggambarkan perkembangan serta tantangan yang dihadapi industri halal pada enam sektor utama, sekaligus menelaah isu-isu penting seperti ketergantungan terhadap bahan baku impor dan belum seragamnya standar sertifikasi halal.

## **SUBJEK PENELITIAN**

Subjek penelitian ini adalah perkembangan dan tantangan Industri Halal (Halal Value Chain - HVC) di Indonesia, dengan fokus pada enam sektor utama:

1. Sektor makanan dan minuman halal
2. Sektor Modest fashion (busana muslim)
3. Sektor Pariwisata Ramah Muslim (Halal Tourism)
4. Sektor Farmasi dan Kosmetik Halal Sektor Media dan Rekreasi Halal (Halal Lifestyle)
5. Sektor Keuangan Syariah (Pendukung Ekosistem)

### **Prosedur dan Teknik Pengumpulan Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh melalui metode dokumentasi. Proses pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahapan, antara lain:

1. Identifikasi Sumber: Menelusuri, menghimpun, serta memilih berbagai sumber informasi yang relevan dengan topik industri halal di Indonesia.
2. Koleksi Data Sekunder: Sumber data utama berasal dari berbagai laporan lembaga resmi, antara lain laporan yang diterbitkan oleh Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), serta laporan internasional seperti State of the Global Islamic Economy Report (SGIER).
3. Koleksi Jurnal Ilmiah: Menghimpun berbagai jurnal akademik dan artikel penelitian yang berkaitan dengan perkembangan, kendala, serta sektor-sektor tertentu dalam industri halal di Indonesia.

### **TEKNIK ANALISIS DATA**

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis isi (content analysis) dengan pendekatan kualitatif. Langkah-langkah analisis meliputi:

1. Reduksi Data: Menyaring dan merangkum informasi kunci terkait perkembangan, seperti peringkat global dan tingkat konsumsi, serta tantangan khusus di masing-masing sektor, termasuk isu bahan baku impor, standarisasi sertifikasi halal, dan ketersediaan sumber daya manusia.
2. Penyajian Data: Mengorganisir data dengan kategori berdasarkan tema perkembangan dan kendala yang dihadapi pada enam sektor utama.
3. Penarikan Kesimpulan: Menggabungkan temuan dari berbagai sumber untuk menyimpulkan perkembangan penting dan tantangan utama yang dihadapi Indonesia, sekaligus merumuskan rekomendasi strategis. Proses analisis ini juga mencakup perbandingan antar-sumber untuk memastikan keakuratan dan keandalan informasi

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Industri halal meliputi seluruh kegiatan ekonomi yang sesuai dengan prinsip syariat Islam, menjamin produk yang halal, bersih, dan bermanfaat. Konsep halalan tayyiban mencerminkan nilai-nilai Maqāṣid al-Syarī'ah, yang menekankan perlindungan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta (Minarni et al., 2024).

Dalam era modern, industri halal juga dikaitkan dengan prinsip pembangunan berkelanjutan (sustainable development), karena mengandung nilai-nilai etika, transparansi, dan keseimbangan sosial yang kuat. Oleh karena itu, pengembangan industri halal di Indonesia tidak hanya memiliki nilai religius, tetapi juga memiliki peran strategis dalam meningkatkan daya saing ekonomi nasional.

Landasan hukum utama bagi industri halal di Indonesia adalah Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH), yang mewajibkan semua produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Indonesia memiliki sertifikasi halal (Warto & Samsuri, 2020). Pelaksana utamanya adalah BPJPH yang berada di bawah Kementerian Agama. Kewajiban ini bertujuan untuk memberikan perlindungan dan rasa aman bagi konsumen Muslim, sekaligus mendorong pelaku usaha agar dapat menembus pasar global (Zein, 2020).

Kemajuan industri halal di Indonesia difasilitasi oleh kebijakan pemerintah yang strategis, dengan fokus pada penguatan ekosistem Halal Value Chain (HVC).

#### **Sektor Makanan dan Minuman Halal**

Sektor ini berperan sebagai pilar utama sekaligus menjadi konsumen terbesar produk halal di tingkat global, dengan peringkat kedua di dunia.

1. **Perkembangan:** Konsumsi domestik di Indonesia tergolong sangat besar, mencapai sekitar US\$144 miliar pada 2019. Negara ini berupaya menjadi pusat produksi halal global, dengan dorongan kuat dari Kemenperin dan BPJPH untuk memfasilitasi sertifikasi halal bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Eko Cahyanto, 2024).
2. **Data Kunci:** Menurut SGIER (2023/2024), Indonesia menempati posisi kedua di dunia dalam sektor makanan halal.

Sektor ini menjadi fondasi utama industri halal karena mendominasi konsumsi produk halal di kalangan umat Muslim secara global. Indonesia menempati posisi kedua dunia, dengan nilai pasar domestik mencapai USD 144 miliar (Eko Cahyanto, 2024). Pemerintah, melalui Kemenperin dan BPJPH, terus memperluas fasilitas sertifikasi halal untuk UMKM melalui mekanisme self-declare. Meski demikian, sektor ini masih sangat bergantung pada impor bahan baku pangan, seperti gelatin dan emulsifier (Media, 2022). Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi antara industri dan lembaga penelitian untuk memperkuat sistem halal traceability nasional (Hutagaluh et al., 2023).

### **Sektor Busana Muslim (Modes Fashion)**

Indonesia memproklamasikan diri sebagai kiblat modest fashion dunia.

1. **Perkembangan:** Indonesia menempati posisi ketiga secara global dalam sektor modest fashion. Sektor ini mencatat pertumbuhan ekspor yang positif dan berperan penting dalam memperkuat ekonomi riil (Herianti dkk., 2023). Para desainer lokal pun semakin aktif mempromosikan karya mereka di panggung internasional.
2. **Data Kunci:** Nilai konsumsi pada sektor busana Muslim mencapai US\$16 miliar (2019).

Indonesia menempati peringkat ketiga dunia dalam industri busana Muslim (Herianti et al., 2023). Produk busana Muslim lokal semakin mendapatkan pengakuan di kancah internasional melalui event seperti Indonesia Fashion Week dan Jakarta Muslim Fashion Week. Namun, ketersediaan bahan baku tekstil halal masih menjadi kendala utama. Akbar (2019) dan Rini (2019) menyebutkan bahwa sebagian besar kain masih diimpor dari negara non-Muslim, sehingga menimbulkan tantangan dalam proses sertifikasi halal. Oleh karena itu, dibutuhkan kebijakan industri tekstil halal yang terintegrasi untuk meningkatkan kemandirian produksi.

### **Sektor Pariwisata Ramah Muslim (Halal Tourism)**

Sektor ini berfokus pada penyediaan fasilitas dan layanan yang memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim.

1. **Perkembangan:** Indonesia berada di peringkat keenam dunia dalam sektor pariwisata halal, dengan destinasi populer seperti Lombok, Aceh, dan Sumatera Barat. Sektor ini memberikan kontribusi penting terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional sekaligus menyerap tenaga kerja secara signifikan (KNEKS, 2023).
2. **Data Kunci:** Kontribusi pariwisata terhadap PDB nasional mencapai 4,9% pada 2019 (KNEKS, 2023).

Pariwisata halal fokus pada penyediaan layanan yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim, termasuk penyajian makanan halal dan tersedianya fasilitas ibadah. Dalam kategori ini, Indonesia berada di peringkat keenam dunia (KNEKS, 2023).

Berdasarkan Fathoni dan Syahputri (2020), sektor pariwisata halal tidak hanya berkontribusi pada peningkatan devisa, tetapi juga berperan dalam mempromosikan budaya Islam yang moderat. Meski demikian, pengembangan infrastruktur dan strategi promosi digital masih perlu ditingkatkan agar jangkauan wisata halal bisa meluas ke wilayah di luar destinasi utama seperti Lombok dan Aceh.

### **Sektor Farmasi dan Kosmetik Halal**

Kewajiban sertifikasi halal untuk produk farmasi dan kosmetik menjadi fokus strategis berikutnya.

1. Perkembangan: Indonesia berhasil menduduki peringkat kelima dunia dalam industri farmasi dan kosmetik halal (Eko Cahyanto, 2024). Sementara itu, kesadaran konsumen Muslim terhadap kehalalan produk obat-obatan dan perawatan diri terus mengalami peningkatan (Astuti, 2020).
2. Data Kunci: Nilai konsumsi untuk farmasi dan kosmetik halal mencapai US\$5,4 miliar dan US\$4 miliar (2019).

Meningkatnya kesadaran konsumen terhadap gaya hidup halal mendorong permintaan akan produk farmasi dan kosmetik halal. Saat ini, Indonesia menempati peringkat kelima dunia dalam sektor ini (Eko Cahyanto, 2024). Meski demikian, sekitar 80% bahan baku kosmetik masih harus diimpor (Rini, 2019).

Menurut Astuti (2020), pengembangan inovasi formulasi halal dalam negeri serta pembangunan Kawasan Industri Halal menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing industri farmasi dan kosmetik halal.

### **Sektor Media dan Rekreasi Halal (Halal Lifestyle)**

Sektor ini mencakup media, film, musik, dan hiburan yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam.

Perkembangan: Munculnya tren gaya hidup halal mendorong perkembangan sektor media dan hiburan Islami, termasuk film bertema religi dan platform digital yang menyajikan konten edukatif bernuansa Islam (Utami dkk., 2021). Sektor ini juga berperan dalam pembentukan karakter serta identitas bangsa (Minarni dkk., 2024).

Sektor media dan hiburan halal menunjukkan adanya pergeseran budaya menuju gaya hidup Islami. Menurut (Utami et al 2021), meningkatnya permintaan terhadap konten religius, film Islami, serta platform digital edukatif menjadi indikasi pertumbuhan industri ini. Selain memberikan kontribusi ekonomi, sektor ini juga memiliki peran penting dalam pembentukan karakter bangsa. (Minarni et al 2024) menekankan perlunya ekosistem media halal yang mampu menanamkan nilai-nilai moral, etika, serta pendidikan Islam yang progresif.

### **Sektor Keuangan Syariah (Pendukung Ekosistem)**

Keuangan syariah berperan sebagai dasar dalam penyediaan pembiayaan, investasi, serta pengelolaan risiko bagi sektor riil dalam industri halal.

1. Perkembangan: Sektor keuangan syariah, yang mencakup perbankan, asuransi, dan pasar modal syariah, menunjukkan pertumbuhan yang positif dan menempati peringkat teratas dalam pengembangan keuangan syariah di dunia (Harmoko, 2022; Qoni'ah, 2022). Keuangan syariah juga berperan dalam mendukung pembangunan infrastruktur serta pembiayaan bagi UMKM halal (Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2020).
2. Data Kunci: Pertumbuhan sektor keuangan syariah di Indonesia mencapai 19,52% per tahun (Qoni'ah, 2022).

Sebagai pilar utama ekosistem halal, keuangan syariah berperan dalam mendukung pembiayaan UMKM, investasi, serta pengembangan inovasi digital. Sektor ini mencatat pertumbuhan tahunan sebesar 19,52% (Qoni'ah, 2022).

Menurut Harmoko (2022), keunggulan daya saing keuangan syariah Indonesia terletak pada penerapan distinctive competence yang menggabungkan nilai-nilai keagamaan dengan strategi bisnis modern. Selain itu, peran fintech syariah dan pasar modal halal semakin memperluas cakupan ekosistem halal di tingkat nasional.

Walaupun mengalami pertumbuhan yang signifikan, Indonesia masih menghadapi

beberapa tantangan utama yang perlu diatasi agar dapat menjadi pemain dominan di kancah global.

### **Ketergantungan bahan baku impor**

Ini adalah tantangan terbesar di hampir semua sektor (Hutagaluh dkk., 2023; Akbar, 2019).

1. Makanan dan Minuman: Indonesia masih bergantung pada impor sejumlah besar bahan pangan sebagai bahan baku atau penunjang pengolahan, yang menimbulkan kendala dalam menjamin kehalalan produk akhir (traceability) (Media, 2022).
2. Farmasi dan Kosmetik: Hampir 80% bahan baku kosmetik masih diperoleh melalui impor, termasuk minyak atsiri yang sebenarnya berpotensi untuk diproduksi secara besar-besaran di dalam negeri (Rini, 2019).
3. Modest Fashion: Ketergantungan pada impor bahan baku tekstil, khususnya kain, juga menjadi hambatan dalam memastikan keterjaminan kehalalan produk.

### **Harmonisasi Standar Sertifikasi Halal Global**

Indonesia menghadapi persoalan pengakuan sertifikasi halal oleh negara lain.

1. Regulasi yang Belum Sempurna: Terdapat perbedaan dalam kriteria sertifikasi halal antarnegara, sehingga standar halal Indonesia belum tentu diterima di semua negara tujuan ekspor, dan sebaliknya (Randeree, 2019).
2. Jumlah Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) Terbatas: Jumlah Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) dan auditor halal yang tersedia masih terbatas, sehingga belum sebanding dengan banyaknya pelaku usaha, khususnya UMKM, yang diwajibkan memiliki sertifikasi halal (Wulandari, 2023).

### **Daya Saing dan Inovasi Produk**

Produk halal dalam negeri sering mengalami kesulitan bersaing dengan produk internasional, baik dari sisi kualitas, inovasi, maupun harga.

1. Literasi Halal: Tingkat literasi halal yang masih rendah di kalangan masyarakat dan pelaku usaha, terutama UMKM, mengenai pentingnya sertifikasi serta prosedur Jaminan Produk Halal (JPH) yang tepat menjadi salah satu kendala (Mursid, 2021; Fathoni & Syahputri, 2020).
2. Persaingan Non-Muslim: Negara-negara non-Muslim, seperti Thailand dan Brasil, justru aktif mengembangkan industri halal dan berhasil menguasai pangsa pasar global, sehingga menjadi tantangan bagi posisi Indonesia (Qoni'ah, 2022).

### **Infrastruktur dan Sumber Daya Manusia (SDM)**

Penguatan infrastruktur pendukung dan peningkatan kualitas sumber daya manusia masih menjadi kebutuhan yang perlu diperhatikan.

1. Kualitas SDM: Dibutuhkan tambahan tenaga kerja yang terampil dan memiliki pemahaman mendalam mengenai ekonomi serta industri halal, mulai dari auditor hingga manajer rantai pasok halal (Minarni dkk., 2024).
2. Infrastruktur Fisik: Percepatan pembangunan Kawasan Industri Halal (KIH) serta fasilitas logistik halal menjadi penting untuk menjaga integritas produk sepanjang rantai pasok, dari hulu hingga hilir (KNEKS, 2023).

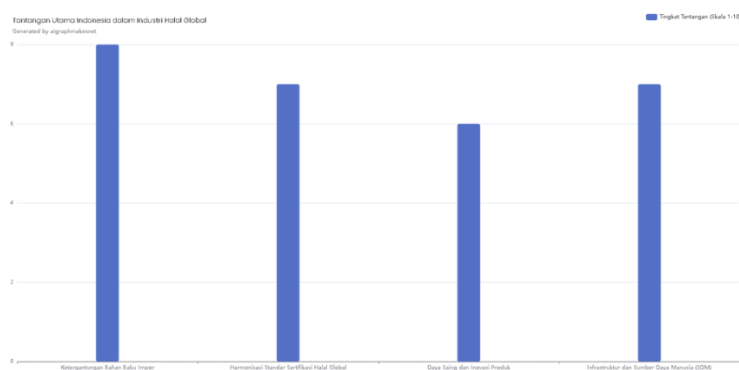


Diagram batang ini menunjukkan tingkat tantangan yang dihadapi Indonesia dalam industri halal global, diukur menggunakan skala 1 hingga 10. Terdapat empat kategori utama yang menjadi perhatian, dengan rentang skala ditampilkan dari 0 hingga 8, sesuai nilai tertinggi yang tercatat.

Berikut penjelasan dari setiap kategori:

1. Ketergantungan Bahan Baku Impor

Tantangan ini berada pada peringkat tertinggi dengan skor 8 dari 10, menandakan bahwa ketergantungan terhadap bahan baku impor menjadi masalah utama yang harus diatasi dalam pengembangan industri halal nasional. Situasi ini berpotensi meningkatkan biaya produksi, memperlambat proses sertifikasi halal, dan melemahkan daya tahan industri dalam negeri.

2. Harmonisasi Standar Sertifikasi Halal Global

Tantangan ini berada pada level tinggi, dengan skor 7, yang mencerminkan kesulitan yang cukup besar dalam menyesuaikan standar sertifikasi halal Indonesia dengan standar internasional. Harmonisasi standar ini sangat penting untuk mempermudah akses produk Indonesia ke pasar global, sekaligus memastikan penerimaan produk luar negeri di dalam negeri.

3. Daya Saing dan Inovasi Produk

Tantangan ini mencatat skor 6, menjadi nilai terendah di antara keempat kategori yang dianalisis. Meskipun demikian, skor ini masih tergolong tinggi, menandakan bahwa daya saing dan kemampuan inovasi produk halal Indonesia perlu diperkuat agar dapat bersaing secara maksimal di pasar global.

4. Infrastruktur dan Sumber Daya Manusia (SDM)

Serupa dengan tantangan harmonisasi standar, aspek infrastruktur dan sumber daya manusia juga menempati level kesulitan 7. Hal ini menunjukkan bahwa ketersediaan infrastruktur pendukung, seperti laboratorium, fasilitas pengolahan, serta kompetensi SDM termasuk auditor dan tenaga ahli di industri halal, masih menjadi kendala penting di tingkat nasional.

## KESIMPULAN

Berdasarkan tinjauan literatur mengenai Perkembangan dan Tantangan Industri Halal di Indonesia pada enam sektor utama, dapat disimpulkan bahwa Indonesia telah mencatat kemajuan yang signifikan dalam pengembangan industri halal. Hal ini tercermin dari kenaikan peringkat pada Global Islamic Economy Indicator dan didorong oleh potensi konsumsi domestik yang besar. Kemajuan tersebut terlihat pada enam sektor utama, yaitu Makanan dan Minuman Halal (peringkat ke-2 dunia), Modest Fashion (peringkat ke-3 dunia), Pariwisata Ramah Muslim (peringkat ke-6 dunia), serta Farmasi dan Kosmetik Halal (peringkat ke-5 dunia), sementara sektor Keuangan Syariah (peringkat ke-1 dunia) berperan sebagai penopang utama ekosistem halal.

Namun, upaya Indonesia untuk menjadi pusat produsen halal dunia menghadapi tantangan penting yang membutuhkan solusi strategis. Tantangan utama meliputi tingginya ketergantungan pada impor bahan baku halal di hampir semua sektor terutama makanan, farmasi, kosmetik, dan modest fashion kurangnya harmonisasi atau standarisasi sertifikasi halal global yang menghambat daya saing ekspor, serta keterbatasan sumber daya manusia yang terampil dan infrastruktur pendukung, seperti Kawasan Industri Halal (KIH).

Penguatan ekosistem Jaminan Produk Halal (JPH) dan peningkatan daya saing global membutuhkan kolaborasi yang erat antara pemerintah, pelaku usaha—terutama UMKM—dan akademisi. Dari sudut pandang ilmu teknik industri dan sains, perbaikan dapat difokuskan pada rantai pasok halal dan pengembangan bahan baku lokal. Langkah-langkah yang dapat dilakukan meliputi pembangunan Kawasan Industri Halal (KIH) untuk menjaga integritas produk dari hulu hingga hilir, penerapan teknologi untuk memastikan ketertelusuran halal secara nasional, serta inovasi formulasi halal dalam negeri melalui riset dan pengembangan guna mengurangi ketergantungan pada impor bahan baku seperti gelatin, emulsifier, dan bahan kosmetik atau tekstil. Selain itu, aspek sains juga penting dalam meningkatkan literasi halal dan kompetensi SDM, khususnya di bidang audit serta manajemen rantai pasok halal.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Akbar, C. (2019). Konsumsi Produk Halal Di RI Tinggi, Bappenas: Kebanyakan Impor. TEMPO.CO.
- Astuti, M. (2020). Pengembangan Produk Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal (Halal Lifestyle). *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum*, 1(1), 14–20.
- Eko Cahyanto (2024). 3 Sektor Ini Jadi Penopang Pemajuan Industri Halal di Indonesia. *Espos.id*. (Dikutip dari Antara).
- Fathoni, M. A., & Syahputri, T. H. (2020). Potret Industri Halal Indonesia, Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428–435.
- Harmoko, I. (2022). Optimalisasi Industri Halal Di Indonesia Melalui Pendekatan Strategis Distinctive Competence. *Reinforce: Journal of Sharia Management*, 1(2), 105–121.
- Herianti, H., dkk. (2023). Industri Halal Fashion dari Perspektif dan Perkembangannya di Indonesia. *Indonesia Journal of Halal*, 6(2).
- Hutagaluh, O., dkk. (2023). Tantangan Sektor Industri Halal Prioritas di Indonesia. *Jurnal Alwatikhoebillah: Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 9(2).
- KNEKS. (2023). Master Plan Industri Halal Indonesia 2023-2029 (Summary). Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah.
- Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah. (2020). Laporan Perkembangan Ekonomi & Keuangan Syariah Indonesia.
- Media. (2022). Ketergantungan Impor Bahan Pangan Industri Halal. (Dikutip dalam Hutagaluh dkk., 2023).
- Minarni, M., dkk. (2024). Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia Berbasis Maqashid Syari'ah dan Etika Bisnis Islami. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(3), 3075–3086.
- Mubarok, F. K., & Imam, M. K. (2020). Halal Industry in Indonesia; Challenges and Opportunities. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 2(1), 55–64.
- Mursid, F. (2021). Rendahnya Literasi Halal Indonesia. (Dikutip dalam Jurnal Ad-Deenar, 2023).
- Qoni'ah, R. (2022). Tantangan Dan Strategi Peningkatan Ekspor Produk Halal Indonesia Di Pasar Global. *Halal Research Journal*, 2(1), 52–63.
- Randeree, K. (2019). Global Halal Industry Issues. (Dikutip dalam Jurnal Pilar, 2020).
- Rini, D. (2019). Industri Kosmetik di Indonesia. (Dikutip dalam Hutagaluh dkk., 2023).
- SGIER (2023/2024). State of the Global Islamic Economy Report 2023/2024. DinarStandard.
- Utami, F., dkk. (2021). Peluang Dan Tantangan Industri Media Dan Hiburan Halal Di Indonesia: Kajian Kelembagaan Dari Sudut Pandang Produk Hukum Di Indonesia. *Journal of Islamic*



- Economics and Business, 1(4).
- Warto, & Samsuri. (2020). Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98–112.
- Wulandari, S. (2023). Permasalahan Sertifikasi Halal di Indonesia. (Dikutip dalam *Ejournal Undip*, 2024).
- Zein, L. (2020). Penguatan Industri Halal Bagi Daya Saing Wilayah: Tantangan Dan Strategi. (Dikutip dalam *Jurnal Ad-Deenar*, 2023).