



Ekosistem Industri Halal di Indonesia: Konsep, Tantangan, dan Peluang Pengembangannya

Jihan Auliya Azizah¹, Ratih Kirantiani², Nelis Jamjam Munawaroh³

Sekolah Tinggi Ekonomi Manajemen Bisnis Islam

Email: Jihanauliyaazizah@student.stembi.ac.id , ratihkirantiani@student.stembi.ac.id ,
nelisjamjamunawaroh@student.stembi.ac.id

Received 13-12-2025 | Revised form 15-12-2025 | Accepted 30-12-2025

Abstract

The Muslim halal industry ecosystem is an integrated system that encompasses the entire chain of activities, ranging from the production, distribution, and consumption of halal products in accordance with Islamic principles. This study aims to examine the importance of developing the halal industry ecosystem in Indonesia as a country with a Muslim-majority population and its potential to enhance global competitiveness. The research employs a qualitative descriptive approach by reviewing secondary data obtained from various relevant sources. The findings indicate that the halal industry in Indonesia has significant growth potential, supported by the large Muslim population, the increasing number of halal certifications, and the substantial contribution of halal products to the national economy. Furthermore, government support through regulations, digitalization, and collaboration among stakeholders has strengthened the national halal ecosystem. The halal industry extends beyond the food and beverage sector to include tourism, cosmetics, fashion, and Islamic finance. With optimal management, the halal industry ecosystem can increase consumer trust, stimulate economic growth, and expand the export market for Indonesian halal products at the global level.

Keywords : *halal ecosystem, halal industry, Islamic economics, halal certification, global competitiveness.*

Abstrak

Ekosistem industri halal muslim merupakan suatu sistem terintegrasi yang mencakup seluruh rangkaian aktivitas mulai dari produksi, distribusi, hingga konsumsi produk halal yang sesuai dengan prinsip syariat Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pentingnya pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim serta potensinya dalam meningkatkan daya saing global. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan mengkaji data sekunder dari berbagai sumber terkait. Hasil kajian menunjukkan bahwa industri halal di Indonesia memiliki peluang besar untuk berkembang, didukung oleh tingginya jumlah penduduk Muslim, peningkatan sertifikasi halal, serta kontribusi signifikan sektor produk halal terhadap perekonomian. Selain itu, dukungan pemerintah melalui regulasi, digitalisasi, dan kolaborasi antar stakeholder turut memperkuat ekosistem halal nasional. Industri halal tidak hanya mencakup sektor makanan dan minuman, tetapi juga merambah sektor lain seperti pariwisata, kosmetik, fashion, dan keuangan syariah. Dengan pengelolaan yang optimal, ekosistem industri halal mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta memperluas pasar ekspor produk halal Indonesia di tingkat global.

Kata kunci : ekosistem halal, industri halal, ekonomi Islam, sertifikasi halal, daya saing global.

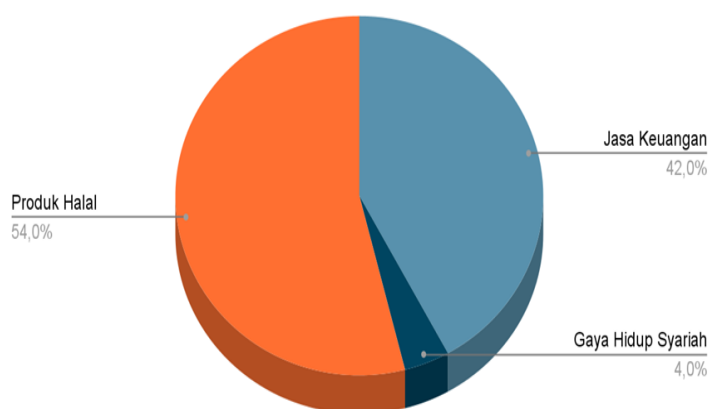
This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.



A. PENDAHULUAN

Keberadaan ekosistem ini sangat penting untuk diwujudkan di Indonesia, karena dapat mendorong perkembangan industri halal secara optimal serta memperluas pengenalan produk halal di pasar global. Selain itu, ekosistem industri halal juga berperan dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas pembangunan sektor industri halal di Indonesia. (kemenag.co.id, n.d.)

Berdasarkan data yang didapatkan dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, terdapat tiga sektor yang mendorong perkembangan industri halal (Kasnelly, 2023), yaitu:



Gambar 1. Kontribusi Tiga Sektor Utama Industri Halal

Berdasarkan grafik di atas, diketahui bahwa sektor produk halal mampu memberikan kontribusi yang sangat besar, yaitu sebesar 54%. Hal ini seharusnya menjadi penyemangat bagi Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar, sehingga bukan tidak mungkin untuk melampaui angka tersebut.

Hal ini juga telah dibuktikan melalui pencapaian industri halal yang saat ini terus berkembang pesat, bahkan Indonesia berhasil menempati peringkat ke-3 dunia dalam Global Islamic Economy Indicator 2024/2025. Pencapaian tersebut ditunjukkan melalui berbagai indikator, seperti akselerasi sertifikasi halal yang mencapai lebih dari 162 ribu pada semester I tahun 2025, nilai ekspor produk halal yang mencapai USD 41,42 miliar setara dengan Rp 673,90 triliun hingga Oktober 2024, dominasi pada sektor makanan olahan, serta pengembangan Kawasan Industri Halal dan ekosistem keuangan syariah.

BPJPH berupaya memperkuat ekosistem industri halal, salah satunya melalui program mandatory sertifikasi halal dari hulu hingga ke hilir dan juga berbagai upaya terus dilakukan termasuk melalui penguatan regulasi, edukasi, sosialisasi, fasilitasi, inovasi teknologi informasi dan digitalisasi, hingga penguatan sinergi dan kolaborasi antara berbagai stakeholder halal terkait. (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, 2025)

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur untuk mengkaji ekosistem industri halal Muslim, meliputi konsep dasar, peran stakeholder, halal value chain, sertifikasi halal, serta tantangan dan peluangnya. Data diperoleh dari sumber sekunder seperti jurnal, buku, dan laporan resmi. Analisis dilakukan secara deskriptif kualitatif untuk memahami bagaimana ekosistem industri halal berkembang dan berkontribusi terhadap perekonomian, baik nasional maupun global.

C. ISI DAN PEMBAHASAN

Pengertian Halal dan Haram

Halal (halla, yahillu, hillan = membebaskan, melepaskan, memecahkan, membubarkan, dan membolehkan). Segala sesuatu yang diizinkan menurut hukum Islam (aktivitas, tingkah laku, cara berpakaian dll). (Ili & Halal, n.d.)

Haram (al-haram). Sesuatu yang dilarang mengerjakannya atau sesuatu yang dilarang dalam Islam. Kalau tetap dilakukan, maka akan berdosa. Contohnya seperti makanan yang sudah jelas dilarang, misalnya daging babi atau bangkai. Tapi dalam kondisi darurat, Islam masih memberikan keringanan, selama tidak berlebihan. Dari segi bentuk dan sifatnya, Imam al-Baidawi merumuskan haram dengan “sesuatu perbuatan yang pelakunya dicela”. (Ili & Halal, n.d.)

Konsep Industri Halal

Industri halal adalah sebuah kegiatan yang dimulai dari memperoleh bahan baku, tahap pengolahan hingga menghasilkan suatu produk, semua proses tersebut harus berasal dari sumber daya dan cara yang sesuai dengan syariat Islam. Dalam perkembangannya, industri halal tidak hanya mencakup makanan dan minuman, tetapi mencakup gaya hidup masyarakat seperti tempat wisata, kosmetik, keuangan dan fashion. Saat ini, sudah ada tiga kawasan industri halal yang di bangun di Indonesia. Tiga industri halal tersebut adalah Halal Modern Valley di Serang, Banten, Halal Industrial Park di Sidoarjo, dan Bintan Inti Halal Hub di Kepulauan Riau. (PT Alami Fintek Sharia, 2022)

Industri halal memiliki beberapa karakteristik yang membedakannya dengan industri pada umumnya. Salah satu karakteristik utama adalah penggunaan bahan baku yang halal dan tidak mengandung unsur yang dilarang dalam Islam. Selain itu, proses produksi yang dilakukan juga harus sesuai dengan prinsip syariat, mulai dari pengolahan hingga penyimpanan produk. Industri halal juga menjunjung tinggi prinsip kebersihan dan keamanan (thayyib), sehingga produk yang dihasilkan tidak hanya halal, tetapi juga baik dan layak dikonsumsi. Di samping itu, dalam praktiknya, industri halal menghindari unsur-unsur yang dilarang seperti riba, gharar, dan maisir, serta didukung oleh adanya sertifikasi halal sebagai bentuk jaminan kepada konsumen.

Tujuan utama dari industri halal adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, khususnya umat Muslim, terhadap produk dan jasa yang sesuai dengan prinsip syariat Islam. Selain itu, industri halal juga bertujuan untuk memberikan rasa aman, nyaman, dan kepercayaan kepada konsumen dalam mengonsumsi suatu produk. Di sisi lain, pengembangan industri halal juga memiliki tujuan ekonomi, yaitu untuk meningkatkan daya saing produk di pasar nasional maupun global, serta mendorong pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan produksi dan ekspor produk halal.

Halal Value Chain

Halal Value Chain adalah rangkaian aktivitas bisnis yang memastikan kehalalan produk atau jasa terjaga di setiap tahapannya mulai dari bahan baku paling awal hingga produk sampai ke tangan konsumen. Hal ini bukan hanya persoalan label halal pada kemasan tetapi menyangkut seluruh proses yang harus memenuhi standar syariat Islam.

Halal value chain dalam industri makanan dan minuman terdiri dari beberapa rantai yang saling terhubung:

1. Bahan baku

Pada tahap ini kehalalan harus sudah terjamin sejak sumber pertama, industri yang terlibat pada tahap ini yaitu Industri pertanian, Industri perkebunan, Industri peternakan, Industri perikanan dan hasil laut.

2. Teknologi Produksi

Pada tahap ini, proses pengolahan bahan baku harus memenuhi standar halal. Hal ini mencakup penggunaan teknologi pengolahan pangan yang sesuai, rumah potong hewan yang memenuhi syarat syariah, serta penerapan teknologi pertanian bioindustri untuk menjaga kualitas dan kehalalan produk.

3. Manufaktur

Tahap manufaktur merupakan proses pengolahan bahan menjadi produk jadi. Kegiatan ini meliputi industri makanan dan minuman kemasan, pengolahan daging dan makanan laut, serta pengolahan bahan seperti sereal, tepung, susu, kakao, hingga sayur, buah, dan kacang.

4. Saluran Distribusi

Dalam proses distribusi, kehalalan produk harus tetap terjaga hingga sampai ke konsumen. Hal ini dilakukan melalui sistem pengemasan yang baik, transportasi yang sesuai, serta jasa pengiriman yang memastikan produk tidak tercampur dengan yang non-halal.

5. Letailer (Penjual)

Retailer adalah tahap di mana produk sampai ke konsumen. Penjualan dapat dilakukan melalui berbagai saluran, seperti e-commerce, toko retail, pameran, maupun restoran yang menyediakan produk halal.

6. Pembiayaan

Aspek pembiayaan dalam halal value chain juga harus sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini dilakukan melalui lembaga keuangan seperti perbankan syariah dan industri keuangan non-bank syariah yang mendukung kegiatan usaha halal.

Ekosistem halal value chain bergerak melalui tiga pendekatan utama untuk membentuk ekosistem yang kuat, berkelanjutan dan mampu bersaing di pasar global, ketiga pendekatan tersebut adalah :

1. Pendekatan supply

Pendekatan supply adalah sisi produksi yang mencakup semua pihak sebagai penyedia, pengelola dan pendistribusian produk dan jasa halal kepada pasar. Tantangan terbesar dari pendekatan ini adalah memastikan kehalalan tidak hanya dijaga pada produk akhir saja tetapi harus dari setiap proses yang dilakukan mulai dari pemilihan bahan baku, cara pengolahan, metode penyimpanan hingga proses pengiriman kepada konsumen. Maka bisa dikatakan bahwa ketika sisi supply kuat itu artinya tersedia banyak pilihan produk halal berkualitas yang bisa memenuhi kebutuhan pasar, baik lokal maupun global. Di Indonesia sektor supply industri halal sudah mencakup berbagai bidang seperti Industri makanan dan minuman halal, fashion muslim, farmasi dan kosmetik halal, pariwisata halal serta sektor media dan energi terbarukan.

2. Pendekatan Demand (Permintaan)

Pendekatan demand adalah pendekatan dari sisi konsumen yang berfungsi sebagai penggerak utama berkembangnya industri halal value chain. tanpa adanya permintaan dari konsumen ekosistem halal tidak akan tumbuh dan berkempang pesat seperti sekarang. Ada beberapa faktor pendorong tingginya demand terhadap produk halal, yaitu :

- a. Kesadaran konsumen muslim yang tidak hanya membeli produk untuk kebutuhan semata, tetapi sebagai kewajiban untuk mengonsumsi sesuatu yang halal. Kesadaran ini terus meningkat seiring dengan meningkatnya literasi keagamaan di masyarakat.
- b. Label halal yang juga menarik perhatian konsumen non-Muslim karena dianggap sebagai jaminan kebersihan, keamanan dan kualitas produk, hal ini menjadi kesempatan besar untuk menjadikan pasar halal jauh lebih besar dari sekedar komunitas muslim.

- c. Pertumbuhan populasi muslim dunia yang terus bertumbuh bahkan diperkirakan mencapai 2,2 miliar pada tahun 2030, permintaan terhadap produk dan jasa halal secara otomatis akan terus meningkat secara signifikan.

Dapat dikatakan bahwa semakin besar dan sadar demand, maka semakin besar juga tekanan positif yang mendorong supply untuk terus berinovasi dan meningkatkan produk halal.

3. Pendekatan Enabler (Pendukung)

Pendekatan enabler adalah sisi yang memfasilitasi, mengatur, dan menghubungkan antara supply dan demand agar ekosistem halal value chain dapat berjalan dengan baik, tertib, dan terstandarisasi. Enabler dalam ekosistem halal value chain mencakup beberapa elemen penting yaitu :

- a. Pemerintah yang memegang peran penting sebagai regulator, eksekutor, sekaligus evaluator. Contoh nyatanya yaitu :
 - UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang mewajibkan produsen mendaftarkan produknya
 - PP No. 31 Tahun 2019 yang memperkuat aturan jaminan produk halal
 - Pengembangan Kawasan Industri Halal di berbagai daerah Indonesia
- b. Kehadiran lembaga seperti BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) dan LPH (Lembaga Pemeriksaan Halal) sangat penting untuk memberikan kepastian hukum dan kepercayaan kepada konsumen bahwa suatu produk benar-benar halal.
- c. Pembiayaan halal memerlukan instrumen keuangan yang juga sesuai syariah. Di sinilah perbankan syariah dan lembaga keuangan non-bank syariah berperan penting dalam mendukung permodalan para pelaku industri halal.
- d. Di era Society 5.0, enabler juga mencakup platform digital seperti halal marketplace, sistem traceability (keterlacakan) produk halal secara digital, dan fasilitas inkubator untuk startup halal. Semua ini memudahkan produsen dan konsumen untuk bertemu di ruang digital.

Halal Lifestyle

Halal lifestyle merupakan pola hidup yang menjadikan prinsip halal sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari, tidak hanya dalam konsumsi makanan dan minuman, tetapi juga dalam aspek lain seperti fashion, keuangan, pariwisata, dan kosmetik. Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya produk halal menjadikan halal lifestyle sebagai salah satu faktor utama dalam mendorong permintaan terhadap produk halal. Dengan berkembangnya halal lifestyle, industri halal tidak hanya menjadi kebutuhan bagi umat

Muslim, tetapi juga menjadi tren global yang diminati oleh berbagai kalangan karena identik dengan kualitas, kebersihan, dan keamanan.

Menurut laporan *State of the Global Islamic Economy Report 2024* yang dirilis oleh DinarStandard, belanja konsumen Muslim global untuk produk dan layanan halal mencapai USD 2,29 triliun pada tahun 2023 dan diperkirakan akan tumbuh menjadi USD 3 triliun pada 2027. (Halal Center UIN Malang, 2025) Angka ini menunjukkan bahwa halal lifestyle bukan sekadar tren kecil tetapi menjadi kekuatan ekonomi global yang terus membesar. Ada beberapa alasan kenapa tren halal lifestyle ini makin berkembang (Komunikasi et al., 2024) :

a. Kesadaran agama yang meningkat

Orang Muslim sekarang makin paham bahwa Islam itu bukan cuma soal sholat dan puasa, tapi juga mencakup seluruh gaya hidup. Semakin dalam pemahaman agamanya, semakin ingin mereka menerapkan prinsip halal di semua aspek kehidupan.

b. Jumlah Muslim di dunia terus bertambah

Semakin banyak umat Muslim, semakin besar juga permintaan terhadap produk dan layanan yang halal. Ini akhirnya mendorong banyak industri untuk menyediakan pilihan halal, mulai dari makanan, kosmetik, fashion, sampai wisata.

c. Daya beli yang meningkat

Masyarakat Muslim sekarang secara ekonomi semakin mampu. Dengan uang yang lebih banyak, mereka punya akses ke produk-produk halal yang berkualitas, dan ini mendorong industri untuk terus berinovasi.

d. Dukungan pemerintah

Beberapa negara sudah mulai serius dengan regulasi halal, seperti membuat sistem sertifikasi halal yang resmi. Ini membantu konsumen lebih percaya dan industri lebih terarah.

Tetapi meskipun tren ini berkembang pesat, tetap banyak yang harus dihadapi yaitu :

a. Masih banyak yang kurang paham

Bukan cuma masyarakat umum, bahkan sebagian umat Muslim sendiri belum sepenuhnya paham apa itu halal dalam arti yang luas. Banyak yang masih mengira halal itu cuma soal makanan saja.

b. Sertifikasi yang belum seragam

Di berbagai negara dan industri, standar halal itu berbeda-beda. Akibatnya, konsumen jadi bingung antara produk yang sudah tersertifikasi halal dan belum.

c. Rantai pasokan yang rumit

Dalam proses produksi, sebuah produk bisa melibatkan puluhan bahan dari berbagai sumber. Terkadang ada risiko bahan yang tidak halal masuk tanpa disadari, karena proses produksinya yang panjang dan kurang transparan.

d. Produsen yang kurang paham persyaratan halal

Tidak semua produsen atau penyedia layanan mengerti apa yang dibutuhkan untuk mendapatkan sertifikasi halal. Akibatnya, produk yang mereka buat belum tentu benar-benar memenuhi standar, meski niatnya sudah baik.

Dari pembahasan tersebut bisa disimpulkan bahwa Halal value chain dan halal lifestyle memiliki hubungan yang saling melengkapi dalam ekosistem industri halal. Halal value chain berperan dalam memastikan bahwa seluruh proses produksi, mulai dari bahan baku hingga distribusi, sesuai dengan prinsip syariah. Sementara itu, halal lifestyle mencerminkan pola hidup masyarakat yang mendorong konsumsi produk halal. Keduanya memiliki peran penting, di mana halal value chain berfungsi sebagai penyedia produk halal, sedangkan halal lifestyle menjadi pendorong permintaan pasar. Dengan demikian, keseimbangan antara keduanya akan memperkuat pertumbuhan ekosistem industri halal secara berkelanjutan.

Analisis dan Pembahasan

A. Komponen Ekonomi Industri Halal

Ekonomi industri halal merupakan sebuah sistem yang kompleks dan saling terkait, terdiri dari berbagai komponen yang bekerja sama untuk menghasilkan, mendistribusikan, dan mengonsumsi produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Berikut adalah penjelasan mengenai komponen-komponen tersebut :

1. Produsen

Produsen dalam industri halal adalah entitas yang menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi standar halal. Ini mencakup berbagai sektor, di antaranya:

- Makanan dan Minuman Halal : Produsen harus memastikan bahan baku, proses produksi, hingga penyimpanan sesuai syariah, termasuk menghindari bahan haram dan memastikan proses penyembelihan sesuai aturan Islam..(Regenstein, J. M., & Chaudry, 2021)
- Kosmetik Halal :. Produk harus bebas dari bahan yang diharamkan dan diproses secara bersih tanpa kontaminasi najis.(Riaz, M. N., & Chaudry, 2018)

- Farmasi Halal : Produksi obat harus menggunakan bahan yang halal dan proses yang tidak melanggar prinsip syariah..(Khan, I., Haleem, A., Khan, M. Y., Abidi, M. H., & Javaid, 2020)

2. Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal adalah proses penilaian dan pemberian sertifikat oleh lembaga berwenang untuk memastikan bahwa suatu produk atau layanan telah memenuhi standar halal. Lembaga Sertifikasi Halal (LSH) berperan penting dalam melakukan audit dan inspeksi terhadap bahan baku, proses produksi, serta fasilitas untuk menjamin kepatuhan terhadap prinsip syariah, sekaligus melakukan pengawasan berkala. Di Indonesia, sertifikasi halal dikeluarkan oleh BPJPH, yang sebelumnya dilakukan oleh LPPOM MUI, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal.(BPJPH, 2023)

3. Distribusi dan Logistik Halal

Distribusi dan logistik halal mencakup seluruh kegiatan pengangkutan, penyimpanan, dan pengiriman produk dari produsen ke konsumen, dengan memastikan produk tetap terjaga kehalalannya dan tidak terkontaminasi bahan haram. Dalam hal ini, rantai pasok halal melibatkan semua pihak, mulai dari pemasok bahan baku hingga pengecer, di mana setiap tahap harus mematuhi standar halal agar integritas produk tetap terjaga.(Talib, M. S. A., Hamid, A. B. A., & Zulfakar, 2017)

4. Konsumen Muslim

Konsumen Muslim merupakan penggerak utama dalam permintaan produk dan layanan halal, karena kesadaran dan preferensi mereka sangat memengaruhi keputusan pembelian serta pertumbuhan industri halal. Kesadaran halal sendiri adalah pemahaman tentang pentingnya mengonsumsi produk sesuai prinsip syariah, yang semakin meningkat dan mendorong permintaan produk halal sekaligus memotivasi produsen untuk memperoleh sertifikasi halal.(Alam, S. S., Mohd, R., & Hisham, 2011)

5. Pemerintah dan Regulasi

Pemerintah memiliki peran penting dalam mengatur dan mengembangkan industri halal melalui regulasi yang memastikan produk memenuhi standar syariah serta melindungi konsumen. Regulasi halal mencakup aturan terkait produksi, distribusi, dan sertifikasi produk. Di Indonesia, hal ini didukung oleh Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal sebagai dasar hukum utama dalam pengembangan industri halal.(Tahun, 2014)

B. Sektor Industri Halal

Industri halal mencakup berbagai sektor ekonomi yang menawarkan produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Berikut adalah penjelasan mengenai sektor-sektor utama dalam industri halal:

1. Makanan dan Minuman Halal

Sektor makanan dan minuman halal merupakan sektor terbesar dalam industri halal global. Permintaan akan makanan dan minuman halal terus meningkat seiring dengan pertumbuhan populasi Muslim di seluruh dunia.(Hashim, N., & Othman, 2011)

2. Fashion Muslim

Industri fashion Muslim menawarkan pakaian dan aksesoris yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, seperti pakaian yang menutup aurat dan tidak menampilkan bentuk tubuh secara berlebihan. Industri ini terus berkembang dengan munculnya desainer-desainer Muslim yang inovatif dan kreatif.(Lewis, 2015)

3. Pariwisata Halal

Pariwisata halal menawarkan layanan perjalanan dan akomodasi yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim. Ini mencakup hotel-hotel yang menyediakan fasilitas shalat, makanan halal, dan tidak menyediakan minuman beralkohol.(Jafari, J., & Scott, 2014)

4. Keuangan Syariah

Keuangan syariah menawarkan produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, seperti perbankan syariah, asuransi syariah (takaful), dan investasi syariah. Keuangan syariah melarang riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maisir (perjudian).(Iqbal, Z., & Mirakhor, 2011)

5. Kosmetik dan Farmasi Halal

Industri kosmetik dan farmasi halal menawarkan produk-produk yang bebas dari bahan-bahan haram dan diproduksi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Permintaan akan kosmetik dan farmasi halal terus meningkat seiring dengan kesadaran konsumen Muslim tentang pentingnya mengonsumsi produk yang halal dan aman.(Rahman, 2017)

C. Tantangan pada Ekosistem Industri Halal

Ekosistem industri halal Muslim sebenarnya punya potensi besar, tapi juga menghadapi sejumlah tantangan yang cukup kompleks. Tantangan ini tidak hanya soal agama atau sertifikasi, tapi juga menyangkut ekonomi, teknologi, hingga globalisasi.

1. Aspek Standarisasi dan Sertifikasi Halal

Perbedaan standar dan lembaga sertifikasi halal di tiap negara menyulitkan pelaku usaha untuk masuk ke pasar global, karena harus menyesuaikan dengan berbagai aturan yang berbeda.

2. Kurangnya Literasi Halal di Kalangan Pelaku Usaha, terutama UMKM

Banyak pelaku UMKM belum memahami pentingnya sertifikasi halal atau menganggap prosesnya rumit dan mahal, sehingga sulit bersaing di pasar yang semakin sadar halal.

3. Persaingan Global

Negara non-Muslim mulai serius mengembangkan industri halal, sehingga meningkatkan persaingan di pasar global.

4. Regulasi dan Dukungan Pemerintah yang belum Merata

Kebijakan halal di beberapa negara, termasuk Indonesia, masih belum merata dan belum sepenuhnya terintegrasi antar sektor.

Studi Kasus

Ekosistem industri halal di Indonesia dapat dilihat dari berbagai sektor, seperti kosmetik dan pariwisata halal. Contohnya, Wardah sebagai pelopor kosmetik halal telah memiliki sertifikasi halal yang menjamin kehalalan produk dari bahan baku hingga proses produksi. Wardah juga mampu menggabungkan nilai syariah dengan strategi pemasaran modern, sehingga produknya diminati oleh konsumen Muslim maupun non-Muslim. Hal ini menunjukkan bahwa industri halal tidak hanya mencakup produksi, tetapi juga distribusi, sertifikasi, dan konsumsi.

Di sisi lain, pariwisata halal juga berperan penting, seperti Lombok yang menjadi destinasi unggulan dengan fasilitas ramah Muslim, seperti makanan halal, tempat ibadah, dan layanan hotel sesuai syariah. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa ekosistem industri halal melibatkan banyak pihak, seperti pemerintah, pelaku usaha, lembaga sertifikasi, dan konsumen. Oleh karena itu, penguatan ekosistem ini menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing Indonesia di pasar halal global.

KESIMPULAN

Ekosistem industri halal merupakan sistem terintegrasi dari bahan baku hingga konsumsi yang harus sesuai prinsip syariah dan berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, khususnya di Indonesia. Penguatannya tidak hanya bergantung pada produksi, tetapi juga pada halal value chain dan halal lifestyle, serta keseimbangan antara supply,

demand, dan enabler seperti pemerintah, regulasi, teknologi, dan lembaga sertifikasi. Industri halal mencakup berbagai sektor seperti makanan, fashion, pariwisata, keuangan syariah, serta kosmetik dan farmasi, namun masih menghadapi tantangan seperti perbedaan standar, rendahnya literasi, kompleksitas rantai pasok, dan persaingan global. Oleh karena itu, diperlukan sinergi semua pihak agar industri halal dapat berkembang optimal dan menjadi kekuatan ekonomi global.

BIBLIOGRAPHY

- Alam, S. S., Mohd, R., & Hisham, B. (2011). Religiosity and purchase intention: An empirical study in the context of Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 6(6), 78.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2025). *Kepala BPJPH: Industri Halal Berperan Pacu Pertumbuhan Ekonomi 8%*. <https://bpjph.halal.go.id/detail/kepala-bpjph-industri-halal-berperan-pacu-pertumbuhan-ekonomi-8>
- BPJPH. (2023). Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. *Profil BPJPH*.
- Halal Center UIN Malang. (2025). *Halal Lifestyle: Kenapa Tidak? Gaya Hidup Halal sebagai Tren Global Masa Kini*. <https://halalcenter.uin-malang.ac.id/halal-lifestyle-kenapa-tidak-gaya-hidup-halal-sebagai-tren-global-masa-kini-2/>
- Hashim, N., & Othman, M. N. (2011). Halal food industry: Demand and supply perspectives. *Journal of Management Research*, 3(2), 1-11.
- lii, B. A. B., & Halal, A. P. (n.d.). No Title. 505–506.
- Iqbal, Z., & Mirakhor, A. (2011). An introduction to Islamic finance: Theory and practice. John Wiley & Sons.
- Jafari, J., & Scott, N. (2014). Muslim world and tourism—towards conceptual frameworks. *Annals of Tourism Research*, 44, 149-175.
- Kasnelly, S. (2023). *Perkembangan industri halal di indonesia*. 13(Juni), 1–10.
- kemenag.co.id. (n.d.). *Kepala BPJPH Tekankan Pentingnya Ekosistem Industri Halal di Indonesia*. Retrieved March 27, 2026, from <https://kemenag.go.id/nasional/kepala-bpjph-tekankan-pentingnya-ekosistem-industri-halal-di-indonesia-q2mpom>
- Khan, I., Haleem, A., Khan, M. Y., Abidi, M. H., & Javid, M. (2020). Halal pharmaceuticals: a review. *Journal of Pharmaceutical Sciences and Research*, 12(3), 371-375.
- Komunikasi, I., Indonesia, U. P., Bandung, K., & Barat, J. (2024). *Mengembangkan gaya hidup halal pada masyarakat muslim perkotaan*. 1(1), 43–50.
- Lewis, R. (2015). *Muslim fashion: Style, consumption and identity*. Bloomsbury Publishing.

PT Alami Fintek Sharia. (2022). *Mengenal Industri Halal dan Perkembangannya di Indonesia*.
<https://alamisharia.co.id/blogs/mengenal-industri-halal-di-indonesia/>

Rahman, A. A. (2017). Halal cosmetic industry: An overview. *International Journal of Islamic Business Ethics*, 2(1), 1-9.

Regenstein, J. M., & Chaudry, M. M. (2021). Halal food production. CRC press. CRC Press.

Riaz, M. N., & Chaudry, M. M. (2018). Halal food: Trends, research, and development. CRC Press.

Tahun, U.-U. R. I. N. 33. (2014). Jaminan Produk Halal. *Peraturan.Go*.

Talib, M. S. A., Hamid, A. B. A., & Zulfakar, M. H. (2017). Halal supply chain management: A systematic literature review. *Journal of Islamic Marketing*, 8(3), 444-472.