

## DIVERSIFIKASI EKONOMI MELALUI INDUSTRI HALAL

Mohammad Afid Syafiri, Muhammad Rozan Fikri, Nur Kholis

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Universiti Utara Malaysia, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

[alfidsyafiri21@gmail.com](mailto:alfidsyafiri21@gmail.com), [fikri\\_m\\_rozan@ahsqs.uum.edu.my](mailto:fikri_m_rozan@ahsqs.uum.edu.my), [nurkolis@uinsa.ac.id](mailto:nurkolis@uinsa.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi dan tantangan industri halal di Indonesia serta peran diversifikasi dalam memperkuat sektor ini. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggali peluang yang dimiliki Indonesia sebagai negara dengan jumlah populasi Muslim terbesar di dunia dalam mengembangkan industri halal, khususnya di sektor makanan, minuman, pariwisata, dan fashion. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indonesia memiliki peluang besar untuk mengembangkan industri halal, namun dihadapkan pada tantangan seperti ketergantungan terhadap impor dan rendahnya produksi domestik. Diversifikasi produk terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing dan profitabilitas industri halal dengan mengurangi risiko serta inovasi sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, instrumen pembiayaan syariah seperti sukuk dan equity crowdfunding memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan industri ini. Diperlukan sinergi antara kebijakan pemerintah, strategi diversifikasi produk, serta pembiayaan syariah untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan pada industri halal di Indonesia.

**Kata kunci:** Industri halal, diversifikasi produk, pembiayaan syariah, Indonesia, strategi bisnis.

### Abstract

This study aims to identify the potential and challenges of the halal industry in Indonesia and the role of diversification in strengthening this sector. The study uses a qualitative descriptive approach to explore the opportunities that Indonesia, as the country with the largest Muslim population in the world, has in developing the halal industry, particularly in the food, beverage, tourism, and fashion sectors. The results show that Indonesia has great opportunities to develop the halal industry, but faces challenges such as dependence on imports and low domestic production. Product diversification has proven effective in increasing the competitiveness and profitability of the halal industry by reducing risks and innovating in line with consumer needs. In addition, sharia financing instruments such as sukuk and equity crowdfunding play an important role in supporting the development of this industry. Synergy between government policies, product diversification strategies, and sharia financing is needed to achieve sustainable growth in Indonesia's halal industry.

**Keywords:** Halal industry, product diversification, sharia financing, Indonesia, business strategy.

### Pendahuluan

Industri halal saat ini berkembang dengan cepat dan semakin diminati oleh masyarakat di seluruh dunia. Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan kualitas dan keamanan makanan, industri halal telah menjadi tren yang diikuti oleh banyak orang di seluruh dunia. Meningkatnya permintaan global mendorong suatu pendorong produksi industri halal di bidang seperti makanan, mode, kosmetik, obat-obatan, dan pariwisata.

Pemerintah telah menindak berbagai cara untuk memenuhi suatu kebutuhan dan persyaratan konsumen terhadap produk halal. Pada 6 Januari 1989, pemerintah dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) mendirikan lembaga pengkajian pangan, obat-obatan, dan kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) untuk memeriksa dan memberikan sertifikasi produk halal. Mulai dari 2014, pemerintah sendiri meluncurkan suatu Undang-Undang nomor 33 tahun 2014 yang mengatur Jaminan Produk Halal (JPH). Undang-undang ini mengatur semua barang dan jasa yang berkaitan dengan makanan, minuman, obat-obatan, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, dan barang guna yang digunakan atau digunakan oleh orang-orang yang harus memiliki sertifikat halal.

Mengingat populasi muslim Indonesia (lebih dari 85% dari total penduduk dunia) adalah yang terbesar di dunia, industri halal memiliki banyak potensi. Melonjaknya populasi umat muslim dan pentingnya kesadaran suatu produk-produk halal, perminatan pada produk halal yang begitu signifikan seiring adanya kesadaran konsumen akan pentingnya aspek kehalalan dalam berbagai industri, seperti makanan, minuman, pariwisata, dan fashion, antara lain.. Industri halal Indonesia memiliki banyak potensi, tetapi masih menghadapi banyak masalah, terutama dalam hal membuat dan mengeksport barang halal. Seperti yang ditunjukkan oleh data yang ditujukan pada negara Indonesia adalah antara lain importir terbesar makanan halal di dunia, Indonesia masih bergantung pada impor untuk memenuhi sebagian besar kebutuhan produk halal di dalam negeri. Dari sisi lain, Negara ini memiliki peluang sangat besar untuk meningkatkan suatu produksi dalam negerinya untuk mengurangi ketergantungannya pada impor dan mungkin menjadi eksportir produk halal ke seluruh dunia.

Selain industri makanan dan minuman, industri pariwisata halal juga tumbuh pesat. Indonesia dianggap antara lain tempat produksi dan wisata halal terbaik di dunia. Dari suatu hal ini merupakan negara Indonesia memiliki potensi untuk mengembangkan suatu wisata halal yang ramah bagi pengunjung muslim dan non-muslim yang menghargai kebersihan dan kehalalan produk. Selain itu, pasar modal syariah memainkan peran penting dalam menyediakan pembiayaan untuk industri halal. Instrument keuangan Islam seperti sukuk dan saham syariah menarik investor yang mengutamakan prinsip syariah dan etis. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan industri halal Indonesia memerlukan kebijakan dan dukungan pemerintah serta inovasi keuangan yang ramah syariah.

Indonesia memiliki kesempatan besar untuk memperkuat posisinya dalam industri halal global melalui strategi diversifikasi. Diversifikasi produk dan inovasi dalam industri halal dapat menjadi kunci dalam menghadapi tantangan globalisasi dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memahami secara mendalam potensi dan lika-liku yang dihadapi oleh suatu industri halal di Indonesia serta peran diversifikasi dalam memperkuat sektor ini. Pendekatan deskriptif kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali informasi secara mendalam mengenai dinamika sektor industri halal dengan mengumpulkan data kualitatif yang relevan. Pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur, Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis deskriptif untuk menggambarkan potensi, tantangan, dan strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kontribusi sektor ini terhadap perekonomian Indonesia. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis untuk mengoptimalkan pengembangan industri halal di Indonesia

## Hasil dan Pembahasan

### A. Peran Industri Halal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Industri halal saat ini berkembang dengan cepat dan semakin diminati oleh masyarakat di seluruh dunia. Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan kualitas dan keamanan makanan, industri halal telah berkembang di berbagai industri seperti makanan, fashion, kosmetik, obat-obatan, dan pariwisata.

Pemerintah telah melakukan berbagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan persyaratan konsumen terhadap produk halal. Pada 6 Januari 1989, pemerintah dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) membuat suatu Lembaga kajian pangan, kosmetik, dan obat sesuai (LPPOM-MUI) untuk memeriksa dan memberikan sertifikasi produk halal. Pada tahun 2014, pemerintah Indonesia meluncurkan Undang-Undang nomor 33 tahun 2014 yang mengatur Jaminan Produk Halal (JPH) untuk semua produk dan jasa yang berkaitan dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, dan produk selulosa.

Setiap tahun, industri halal terus berkembang, memberikan kontribusi yang signifikan kepada perekonomian Indonesia. Ekonomi syariah menyumbang sekitar USD 3,8 miliar kepada Produk Domestik Bruto (PDB) setiap tahun, dengan konsumsi orang Indonesia yang sebagian besar beragama Islam dan ekspor dan impor barang halal berkontribusi pada PDB (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2019). Permintaan yang semakin meningkat untuk produk halal mendorong pertumbuhan industri ini dan membuka peluang bagi Indonesia untuk menjadi produsen utama di pasar internasional. Untuk memaksimalkan potensi industri halal, pemerintah dan pemangku kepentingan harus membantu melalui kebijakan yang mendukung, pelatihan karyawan, dan promosi produk halal di seluruh dunia.

Konsumsi produk halal di Indonesia sangat besar, mencapai USD 200 miliar pada tahun 2017, setara dengan 20% dari PDB dan lebih dari 36% dari konsumsi rumah tangga (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2019). Ini menunjukkan peran besar industri halal dalam perekonomian Indonesia, yang mencakup bidang seperti kosmetik, fashion, dan pariwisata. Konsumsi produk halal diperkirakan akan meningkat dengan rata-rata 5,3% per tahun hingga mencapai USD 330,5 miliar pada tahun 2025 (Tim Publikasi Katadata, 2020). Peningkatan ini adalah hasil dari pergeseran tren di seluruh dunia dan peningkatan kesadaran publik terhadap produk yang memenuhi standar syariah, seiring dengan meningkatnya permintaan di pasar domestik dan internasional.

Namun, neraca perdagangan berkurang karena sebagian besar produk halal masih diimpor. Akibatnya, untuk mengurangi ketergantungannya pada barang luar negeri, Indonesia harus meningkatkan produksi dalam industri halal. Dengan strategi yang tepat, Indonesia dapat mengurangi kekurangan dan bahkan mungkin meningkatkan ekspor barang halalnya ke pasar global. Pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat harus bekerja sama untuk mengembangkan dan mempromosikan produk halal untuk meningkatkan ekonomi negara. Kabab (2019)

Industri halal Indonesia memiliki potensi besar untuk meningkatkan ekspor negara, dengan perkiraan nilai ekspor antara 5,1 miliar dan 11 miliar USD per tahun. Dari tahun 2018, industri ini telah menghasilkan ekspor sebesar 7,6 miliar USD. Menurut Indonesia Halal Lifestyle Center (2019), peluang ekspor produk halal Indonesia sebesar 3,8% di seluruh dunia. Ini dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kualitas produk dan menetapkan harga yang kompetitif. Indonesia memiliki peluang untuk menjadi pusat industri halal di dunia jika produk halalnya dapat bersaing di pasar global. Untuk membuat

kebijakan yang mendukung dan meningkatkan pemasaran barang halal Indonesia di luar negeri, pemerintah dan pemangku kepentingan harus membantu. Langkah-langkah strategis ini akan memungkinkan Indonesia untuk memperkuat posisinya di pasar global dan membantu pertumbuhan ekonominya.

Produksi yang meningkat dan kebutuhan tenaga kerja yang meningkat terkait erat dengan peningkatan ekspor. Oleh karena itu, ada korelasi yang baik dari ekspor dan penyediaan tenaga kerja. Industri halal di Indonesia memiliki potensi besar untuk menciptakan 170.000 hingga 330.000 pekerjaan baru (Indonesia Halal Lifestyle Center, 2019). apabila dari industrial halal yang terus berkembang, jumlah pekerjaan ini dapat meningkat lebih jauh, sehingga membantu mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, investasi dalam pendidikan dan pelatihan akan memungkinkan tenaga kerja untuk memperoleh keterampilan yang diperlukan, meningkatkan produktivitas, dan inovasi di industri ini. Dengan dukungan yang tepat, industri halal dapat memperkuat posisi Indonesia sebagai produsen dan eksportir produk halal berkualitas tinggi di pasar global.

Industri halal ini mempunyai potensi besar untuk menambah suatu jumlah uang asing yang ada di Indonesia. Agar tercapai suatu tujuan, ada sejumlah tindakan strategis dapat diambil.

Fokus pertama adalah meningkatkan nilai ekspor produk halal. Indonesia memiliki potensi besar untuk produk halal, seperti makanan halal dan pakaian muslim, untuk meningkatkan nilai ekspornya. Untuk melakukannya, produksi produk harus ditingkatkan, diiringi suatu peningkatan kualitas produk dan menetapkan harga yang sesuai. Produk halal Indonesia dapat bersaing di pasar internasional dan menarik perhatian pelanggan internasional dengan membuat produk berkualitas tinggi dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif.

Kedua, mempromosikan pariwisata halal. Pariwisata halal adalah salah satu sektor yang memiliki potensi terbesar untuk meningkatkan cadangan asing di Indonesia. Mengingat Indonesia telah menerima banyak penghargaan dalam bidang wisata halal, peningkatan kualitas pariwisata halal harus dicapai melalui pembuatan strategi yang tepat sasaran. Peningkatan sumber daya manusia dalam sektor pariwisata serta penguatan integrasi paket wisata yang menarik bagi wisatawan Muslim dapat menjadi bagian dari strategi ini. Pelatihan dan pengembangan keterampilan dapat membantu tenaga kerja memberikan layanan yang lebih baik bagi wisatawan, meningkatkan pengalaman mereka, dan memperkuat reputasi Indonesia sebagai destinasi wisata halal.

Ketiga, meningkatkan suatu dampak industri keuangan syariah yang perwujudan inklusi keuangan sangat penting. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang bergerak di sektor halal dapat memperoleh akses ke modal melalui industri keuangan syariah. UMKM dapat memperluas bisnis mereka dan mungkin meningkatkan kegiatan produksi dengan menyediakan pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah. Jika semakin banyak UMKM yang memiliki kemampuan untuk berkembang, maka akan ada peningkatan dalam jumlah barang halal yang diproduksi, yang dapat membuka peluang bagi produk halal Indonesia untuk memasuki pasar internasional. Selain itu, program inklusi keuangan yang dilakukan oleh industri keuangan syariah juga dapat mempermudah pembayaran bagi UMKM. Jika semakin banyak pelaku UMKM yang bertransaksi melalui industri keuangan syariah, maka akan ada peningkatan dalam jumlah barang halal yang diproduksi. Dengan perkembangan ini, industri keuangan syariah akan menjadi lebih kuat dan kompetitif, memiliki dampak yang lebih besar pada kesejahteraan masyarakat. Keberadaan industri



keuangan syariah yang robust akan memungkinkan distribusi sumber daya yang lebih merata dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Secara keseluruhan, dengan strategi yang terintegrasi dan kolaboratif antara pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat, potensi industri halal untuk meningkatkan nilai cadangan devisa Indonesia dapat terwujud secara maksimal. Dengan memanfaatkan keunggulan yang dimiliki, Indonesia tidak hanya dapat menguatkan posisinya di pasar global tetapi juga memperbaiki kualitas hidup masyarakat melalui penciptaan lapangan pekerjaan dan peningkatan kesejahteraan ekonomi.

## **B. Potensi Industri Halal di Indonesia.**

Dengan adanya dorongan populasi muslim yang mendominasi Indonesia, industri halal ini mempunyai potensi yang besar. Indonesia adalah pasar yang ideal untuk berbagai industri halal, seperti makanan halal, keuangan syariah, wisata halal, dan busana muslim, berkat populasinya yang terbesar di dunia. Setiap sektor ini memberikan kontribusi yang signifikan dan memiliki prospek yang cerah untuk berkembang. Berikut ini adalah penjelasan rinci tentang potensi setiap industri:

1. **Makanan Halal:** Setiap muslim harus makan makanan halal. Karena banyaknya penduduk Muslim di Indonesia, permintaan akan makanan halal meningkat. Menurut State of Global Islamic Economy Report 2019, konsumsi makanan halal di Indonesia mencapai sekitar USD 173 miliar. Ini membuat Indonesia menjadi pasar makanan dan minuman halal terbesar di dunia. Angka ini menunjukkan potensi besar bagi bisnis makanan halal dalam hal produksi dan distribusi. Dengan pasar yang terus berkembang, industri ini diharapkan dapat terus berkembang dan menjadi bagian penting dari ekonomi negara.
2. **Pasar keuangan syariah,** yang telah berkembang pesat sejak penubuhan Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992, juga membantu industri halal di Indonesia berkembang. Jumlah aset yang ada di sektor keuangan syariah Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak orang yang tertarik pada produk keuangan yang mengikuti prinsip syariah, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Selain itu, keberhasilan ini didorong oleh regulasi yang mendukung dan kesadaran masyarakat akan pentingnya prinsip keuangan yang adil dan transparan. Aset keuangan syariah meningkat sebesar 13,97% dari tahun ke tahun pada 2018 menjadi Rp1.287,65 triliun, menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Dengan total aset senilai USD 86 miliar, Indonesia menempati peringkat ketujuh di pasar aset keuangan Islam di seluruh dunia. Selain itu, menurut State of Global Islamic Economy Report 2019, Indonesia menempati posisi kelima dalam daftar Top 10 Keuangan Syariah. Pada tahun 2019, industri keuangan syariah mencapai 8,69% dari pasar, dengan perbankan syariah menyumbang 5,94% dan Industri Keuangan Non Bank (IKNB) menyumbang 2,75% (CNN Indonesia, 2019). Angka-angka ini menunjukkan potensi besar sektor keuangan syariah yang terus berkembang dan menjadi salah satu kekuatan utama dalam perekonomian nasional.
3. **Wisata Halal:** Indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan industri wisata halal karena keanekaragaman budaya, sejarah, dan tradisi keagamaan yang kaya. Indonesia menarik wisatawan muslim dan halal karena keindahan alamnya, masyarakatnya yang ramah, dan infrastrukturnya yang lengkap. Wisata halal termasuk mengunjungi situs bersejarah seperti masjid, keraton, makam, dan situs budaya yang memiliki nilai keagamaan dan sejarah yang signifikan. Wisatawan

muslim juga sangat tertarik dengan makanan halal. Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu destinasi wisata halal utama di dunia, sejalan dengan tren global yang menunjukkan peningkatan jumlah wisatawan muslim yang mencari tempat yang ramah halal. Jaelani (2018) Karena beberapa alasan utama, Indonesia memiliki potensi wisata halal yang sangat besar. Pertama, peningkatan populasi muslim dan dominasi kelas menengah muslim mendorong permintaan perjalanan yang lebih besar untuk destinasi halal. Kedua, populasi muslim yang lebih muda dan suka berwisata mendorong permintaan destinasi yang ramah muslim. Ketiga, akses mudah ke informasi wisata melalui teknologi, fasilitas yang memadai, dan layanan yang ramah muslim meningkatkan daya tarik destinasi tersebut. Selain itu, pertumbuhan sektor ini didorong oleh tren perjalanan Ramadhan dan perusahaan perjalanan yang memperhatikan kebutuhan wisatawan muslim.

4. Apparel Muslim: Indonesia memiliki potensi besar, dengan pertumbuhan yang signifikan setiap tahunnya (Subarkah, 2018). Ekspor busana muslim pada tahun 2019 mencapai 9,2 miliar dolar, setara 9,8% dari total ekspor industri pengolahan. Konsumsi domestik juga meningkat pesat, mencapai 20 miliar dolar, dengan pertumbuhan rata-rata 18,2% per tahun. Dengan pengeluaran sebesar USD 21 miliar, Indonesia menempati posisi ketiga dalam Top 10 Modest Fashion dan Muslim Consumer Markets. Potensi sektor ini diperkuat oleh dukungan pemerintah, UU Jaminan Produk Halal, desainer inovatif baru, dan tanggapan masyarakat. (2019) Kemajuan industri halal di Indonesia sangat didorong oleh kemajuan teknologi. Teknologi sekarang memungkinkan sosialisasi dan promosi produk halal melalui platform digital, sehingga lebih banyak orang dapat masuk. Selain itu, teknologi mempercepat proses produksi, seperti sertifikasi halal, pengawasan bahan, dan pengiriman produk. Teknologi keuangan, atau fintech, membantu masyarakat mendapatkan layanan syariah di sektor keuangan syariah. Secara keseluruhan, industri halal melihat peningkatan efisiensi, pengembangan pasar baru, dan kecepatan inovasi sebagai hasil dari penggunaan teknologi. (2019)

### C. Tantangan Industri Halal di Indonesia

Saat meningkatkan potensi industri halal, Indonesia menghadapi tantangan internal dan eksternal. Malaysia, Brunei, Turki, Pakistan, Qatar, dan Uni Emirat Arab adalah beberapa negara yang telah mengembangkan industri halal. Negara-negara non-Muslim seperti Australia, Thailand, Singapura, Inggris, dan Italia juga terlibat dalam bisnis ini. Agar tidak tertinggal, Indonesia harus memanfaatkan keunggulannya, yaitu populasi Muslim terbesar dan sumber daya alam yang melimpah. Jika tidak, Indonesia hanya akan menjadi konsumen di pasar halal global yang semakin berkembang.

Faktor luar yang mengganggu sektor halal Indonesia memengaruhi permintaan lokal. Masuknya barang luar negeri dapat menurunkan permintaan produk dalam negeri dan mengakibatkan defisit neraca perdagangan. Melindungi produk lokal tanpa mengganggu hubungan internasional dapat dicapai melalui penegakan hukum kepabeanan yang ketat dan kebijakan proteksi (Priyanka, 2018). Selain itu, tidak adanya sertifikat halal global yang disepakati karena standar yang berbeda di antara negara. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan konsensus internasional. Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) dapat berperan sebagai inisiator.

Menurut Randeree (2019) Kesadaran halal yang rendah di masyarakat adalah tantangan internal bagi industri halal Indonesia. Banyak orang tidak tahu apa itu halal,

tetapi mereka menganggap semua produk di toko halal. Prakash, 2018 Religiusitas, pengetahuan, keyakinan agama, kesehatan, label halal, dan paparan media semua memengaruhi pengetahuan halal (Nusran, 2018).

Untuk mengatasi hal ini, edukasi, kampanye, dan partisipasi aktif pemerintah dan media diperlukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan manfaat produk halal dalam berbagai aspek kehidupan. Untuk meningkatkan pengetahuan tentang halal di Indonesia, sosialisasi harus dilakukan secara berkelanjutan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Sosialisasi tidak langsung dapat dilakukan melalui media, seperti artikel di koran, majalah, buku, komik, dan program televisi atau radio. Media sosial juga memainkan peran penting dalam meningkatkan kesadaran tentang halal. Menurut Nusran (2018)

## Kesimpulan dan Saran

### Kesimpulan

Industri halal di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk berkembang, didorong oleh populasi Muslim terbesar di dunia. Potensi tersebut mencakup sektor-sektor strategis seperti makanan halal, keuangan syariah, pariwisata halal, dan busana muslim. Meskipun demikian, industri halal di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan, baik eksternal maupun internal. Tantangan eksternal mencakup persaingan global yang ketat dan hambatan dalam standar internasional sertifikasi halal, sementara tantangan internal terkait dengan rendahnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya produk halal dan ketergantungan pada impor. Untuk mengoptimalkan potensi industri halal, perlu adanya kebijakan yang mendukung, peningkatan kapasitas produksi domestik, serta kolaborasi antara pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat.

### Saran

1. Edukasi dan Sosialisasi Halal Awareness: Pemerintah harus meningkatkan kampanye edukasi untuk masyarakat mengenai pentingnya halal awareness. Sosialisasi bisa dilakukan melalui media massa, seminar, pameran, dan kampanye yang melibatkan masyarakat luas, khususnya kalangan muda, untuk meningkatkan pemahaman tentang pentingnya konsumsi produk halal.
2. Peningkatan Kapasitas Produksi Domestik: Indonesia perlu meningkatkan produksi dalam negeri untuk mengurangi ketergantungan pada impor. Ini dapat dilakukan dengan memberikan insentif kepada pelaku UMKM untuk memperoleh sertifikasi halal serta mendorong mereka untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk.
3. Peran Pembiayaan Syariah: Industri keuangan syariah harus semakin diperkuat, terutama untuk menyediakan akses permodalan bagi UMKM yang bergerak di sektor halal. Dukungan pembiayaan syariah seperti sukuk dan equity crowdfunding sangat diperlukan untuk mendukung pertumbuhan industri halal.
4. Kolaborasi Pemerintah dan Industri: Sinergi antara kebijakan pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat sangat penting untuk menciptakan ekosistem yang mendukung industri halal. Dukungan dalam hal pelatihan, promosi produk, serta kebijakan yang ramah industri halal dapat memperkuat posisi Indonesia di pasar internasional.

Dengan langkah-langkah strategis ini, Indonesia diharapkan dapat bertransformasi dari negara konsumen menjadi produsen utama produk halal yang berdaya saing global.

## Referensi

- Astuti, M. (2020). Pengembangan Produk Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal (Halal Lifestyle). *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum*, Vol. 1 No. 1, Hal. 14-20.
- Aggarwal, Priyanka. 2018. Sustainability Reporting and Its Impact on Corporate Financial Performance: A Literature Review. *Indian Journal of Commerce & Management Studies*, Volume 4 No. 3. Hal. 51-57.
- Akbar, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Sarana dan Prasarana Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Industri Perhotelan di Banda Aceh. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, Vol. 5 No.1, Hal. 1–7.
- Aziz, M., Rofiq, A., & Ghofur, A. (2019). Regulasi Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal di Indonesia Perspektif Statute Approach. *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman*, Vol. 4 No. 1, Hal. 151- 170.
- Atmadi, G., & Widati, S. R. W. (2015). Strategi pemilihan media komunikasi LPPOM MUI dalam sosialisasi & promosi produk halal di Indonesia. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial*, Vol. 2 No. 2, Hal. 87-97.
- Charity, M. L. (2017). Jaminan produk halal di Indonesia (Halal products guarantee in Indonesia). *Jurnal Legislasi Indonesia*, Vol. 14 No. 01, Hal. 99-108.
- Djamba, Y. & W. Neuman. (2014). Reviewed Work: *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. *Jurnal Teaching Sociology*. Vol. 30. No. 3. Hal. 380-381.
- Fathoni, M. A. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 6 No. 3, Hal. 428-435.
- Faried, A. I. (2019). Implementasi Model Pengembangan Industri Halal Fashion di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, Vol. 4 No. 2, Hal. 9–19.
- Ismail, R. M., Othman, S. N., Yaacob, N. A., Nifa, F. A. A., & Romle, A. R. (2016). The development of halalan toyibban product innovation framework for diabetic bar. *Research Journal of Applied Sciences*, Vol. 11 No. 11. Hal 1350–1353.
- Jaelani, Aan. 2017. Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects. *Econjournals* Vol. 7 No. 3.
- Hong, M., Sun, S., Beg, A. B. M. R., & Zhou, Z. (2019). Determinants of halal purchasing behaviour: evidences from China. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 10. No. 2, Hal 410–425.
- Neuman, W. L., & Djamba, Y.K. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. 7th ed. USA: Pearson.
- Nusran, Muhammad, Gunawan, Mashur Razak, Sudirman Numba & Ismail Suardi Wekke. 2018. Halal Awareness on the Socialization of Halal Certification. *Jurnal Earth and Environmental Science*. Vol. 1 No. 1.
- Permana, A.Yudi, Puji Romadlon. 2019. “Perancangan Sistem Informasi Penjualan Perumahan Menggunakan Metode SDLC Pada Pt. Mandiri Land Prosperous Berbasis Mobile.” *SIGMA – Jurnal Teknologi Pelita Bangsa*. Vol. 10 No. 2.
- Subarkah, Alwafi Ridho Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat). Vol. 4 No. 2 (2018) *jurnal sospol*