



PROSPECTS OF THE DEVELOPMENT OF THE HALAL PRODUCTS INDUSTRY TOWARDS INDONESIA'S ECONOMIC GROWTH

PROSPEK PERKEMBANGAN INDUSTRI PRODUK HALAL TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA

Received: 08/10/2023; Revised: 20/10/2023; Accepted: 01/12/2023; Published: 30/06/2024

Ula Rochmatannia Rosana*
STAI An-Najah Indonesia Mandiri
*Corresponding author: tanniania26@gmail.com

ABSTRACT

By being crowned as the largest Muslim population in the world, Indonesia actually has no small potential for the development of the halal and sharia industry. It can also be seen where the global trade business is currently, halal products are dominating. However, the potential for the development of the Indonesian halal industry has not been matched by good achievements at the global or international level. However, this is not an obstacle for Indonesia's development to advance a country's economy. Halal products are rahmatan lil alamin for those who use, consume, and those involved in them. This can make Indonesia play an important role in the development of the halal product industry, considering the large number of Muslim communities in Indonesia. With encouragement, government support, and hard work to revive the halal product industry in Indonesia, we can grow the domestic halal product industry. So this requires the right strategy for the development of the Indonesian halal product industry.

Keywords: Business, Industry, Halal Products

ABSTRAK

Dengan dinobatkannya sebagai penduduk Islam terbesar di dunia, Indonesia sebenarnya mempunyai potensi yang tidak kecil terhadap perkembangan industri halal dan syariah. Bisa dilihat juga dimana bisnis perdagangan global saat ini, produk halal menjadi yang mendominasi. Namun potensi perkembangan industri halal Indonesia belum mampu diimbangi dengan prestasi yang baik dalam tingkat global atau Internasional. Namun hal tersebut tidak menjadi halangan bagi perkembangan Indonesia untuk memajukan sebuah ekonomi negara. Produk halal merupakan rahmatan lil alamin bagi yang menggunakan, mengonsumsi, serta yang terlibat di dalamnya. Hal ini bisa menjadikan Indonesia sebagai pelaku peran penting dalam perkembangan industri produk halal, mengingat jumlah masyarakat muslim di Indonesia sangatlah besar. Dengan dorongan, dukungan, serta kerja keras untuk membangkitkan industri produk halal di Indonesia dapat menumbuhkan industri produk halal dalam negeri. Maka hal ini perlu strategi yang tepat untuk pengembangan industri produk halal Indonesia.

Kata Kunci: Bisnis, Industri, Produk Halal

How to cite: Rosana, U. R. 2024. Prospects Of The Development Of The Halal Products Industry Towards Indonesia's Economic Growth. *Journal of Halal Product and Research*. 7(1), 67-75, <https://dx.doi.org/10.192501/jhpr.vol.7-issue.1.67-75>

PENDAHULUAN

Industri halal saat ini telah menjadi tren dunia. Hal ini sudah terbukti bahwasannya dalam lima tahun terakhir industri halal telah menunjukkan kemajuan yang pesat, meskipun sempat berkontraksi akibat pandemi covid-19. Saat ini, digitalisasi dan tren *sustainable* sangat penting bagi bisnis halal di seluruh dunia. Pembatasan mobilitas telah mengubah perilaku konsumen muslim di seluruh dunia, mendorong konsumerisme etis dan adopsi teknologi digital. Jaringan *e-commerce* dan *m-commerce* domestik dan internasional telah berkembang karena konektivitas internet yang lebih baik.

Indonesia memiliki pasar yang luas untuk produk halal serta konsumennya yang berperan inti dar kebijakan pemulihan ekonomi Indonesia pascapandemi. Potensi ekonomi dan produk halal lainnya juga mendorong Indonesia untuk terus mengembangkan industri halal. Karena potensi industri makanan halal terus berkembang positif, membuat Indonesia menempati posisi kedua diseluruh dunia pada tahun 2021. Indonesia menjadi konsumen makanan halal terbesar didunia dengan populasi muslim terbesar di dunia, dengan nilai 135 miliar dolar AS, atau sekitar 11,4% dari total global. Dengan pemulihan ekonomi dan peningkatan daya beli masyarakat, diperkirakan konsumsi makanan halal Indonesia akan meningkat sekitar 14,64% dalam lima tahun kedepan. Dalam beberapa tahun terakhir, posisi Indonesia sebagai produsen makanan halal terbesar didunia telah meningkat. Pada tahun 2020, ekspor produk makanan halal Indonesia mencapai 7,83 miliar dolar AS. Oleh karena itu, sebagai negara eksportir produk halal ke negara-negara Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) Indonesia telah menempati posisi ke-7 diantar negara eksportir dunia.

Di beberapa negara, kebijakan pemulihan ekonomi setelah pandemi berfokus pada ekonomi syariah. Menurut Dinar Standard, dalam *State of the Global Islamic Economy Report 2022*, diperkirakan bahwa pengeluaran umat muslim di seluruh dunia akan meningkat sebesar 9,1% pada tahun 2022, disebabkan oleh enam sektor riil ekonomi syariah: makanan dan minuman halal, mode modest, kosmetik, farmasi, media dan rekreasi, dan travel. Dengan CAGR 7,5%, pertumbuhan ini diperkirakan akan mencapai US\$2.8 triliun pada tahun 2025. Selain itu, ekonomi syariah di Indonesia terus berkembang dan menunjukkan perkembangan yang luar biasa. Menurut Indonesia Halal Market Reports 2021/2022, ekspor produk halal, peningkatan penanaman modal asing, substitusi impor dan kontribusi ekonomi syariah potensial sebesar US\$5,1 miliar terhadap PDB nasional, menurut Bank Indonesia (BI).

Industri halal memiliki potensi strategis untuk meningkatkan ekonomi. Jadi, industri halal di Indonesia harus dibangun dan dikembangkan. Industri halal telah menyumbang USD 3,8 miliar terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) Indonesia setiap tahunnya, menarik investasi USD 1 miliar dari investor asing, dan menciptakan 127 ribu lapangan kerja baru. Industri halal dapat meningkatkan ekspor dan cadangan devisa negara jika dioptimalkan lagi (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2019). Akibatnya, untuk memaksimalkan potensinya, Indonesia harus mulai melebarkan sayapnya untuk perkembangan industri halal kedepan.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan data sekunder, yang diperoleh dari berbagai sumber seperti artikel ilmiah, jurnal, informasi web dan dokumen lain yang relevan. Data yang diperoleh kemudian ditelaah untuk menghasilkan penjelasan deskriptif yang mencakup gambar, simbol, dan kata-kata yang terkait dengan topik penelitian. Ada tiga tahap dalam menganalisis data dalam penelitian ini, yaitu reduksi data, kategorisasi data, dan verifikasi data. Teknik metode ini digunakan peneliti untuk mengumpulkan informasi supaya diperoleh kesimpulan.

HASIL

Industri halal terus memberikan perkembangan yang positif disetiap tahunnya yang mengakibatkan pertumbuhan ini telah memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia melalui PDB (Produk Domestik Bruto). Hal ini tercermin dari konsumtifitas masyarakat Indonesia serta kegiatan impor dan ekspor terhadap produk halal. Semakin banyak orang di seluruh dunia menganut gaya hidup halal, hal ini berdampak pada permintaan produk halal. Dan banyak negara yang berfokus pada bisnis produk halal dimana peraturan kehalalan produk telah disesuaikan dengan hukum islam. Sudah terbukti menurut Kementerian Keuangan Republik Indonesia (2019), Ekonomi



Syariah telah menunjukkan kontribusi tahunan sebesar USD 3,8 miliar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB).

Gambar 1. Grafik Pengeluaran Industri Halal Muslim Global



Sumber : State of the Global Islamic Economy Report 2020/2021

Meskipun pada tahun 2020 pandemi menyebabkan penurunan belanja global disektor ekonomii syariah sebesar 8%, diperkirakan akan *comeback* ke tingkat pengeluaran sebelum pandemik pada akhir 2021. Data diatas menggambarkan industri halal mempunyai energi yang besar untuk berkembang di kancah dunia, baik di kalangan Muslim maupun Non-Muslim.

Gambar 2. Pertumbuhan Industri Halal Dunia

Indicator score breakdown for top 15 ranking countries

Country	GIEI	Halal Food	Islamic Finance	Muslim-Friendly Travel	Modest Fashion	Pharma & Cosmetics	Media & Recreation
1. Malaysia	290.2	209.8	389.0	98.3	43.7	80.3	59.9
2. Saudi Arabia	155.1	51.1	234.2	36.8	22.1	33.4	34.7
3. UAE	123.0	304.4	142.5	78.3	235.6	72.1	125.3
4. Indonesia	91.2	71.5	111.6	45.3	57.9	47.5	43.6
5. Jordan	88.1	39.6	124.6	43.3	18.5	38.1	31.6
6. Bahrain	86.9	42.2	121.9	31.9	16.7	33.5	42.1
7. Kuwait	71.3	42.2	99.2	27.1	17.5	33.1	40.8
8. Pakistan	70.9	54.7	91.1	23.0	30.6	32.5	12.9
9. Iran	64.0	60.5	74.0	28.8	33.5	55.9	26.6
10. Qatar	63.1	44.3	80.1	36.7	20.3	32.1	40.2
11. Oman	60.0	47.1	73.4	33.2	28.7	33.5	35.1
12. Turkey	55.9	70.7	49.9	62.7	75.1	43.3	34.6
13. Nigeria	53.1	20.7	76.6	34.1	18.8	21.6	16.7
14. Sri Lanka	48.2	27.3	66.6	13.3	26.2	20.1	18.4
15. Singapore	47.4	125.2	36.9	42.0	30.6	62.9	46.8

Sumber : Global Islamic Economy Report 2020/2021

Data diatas menunjukkan Indonesia terus memberikan peningkatan dan memiliki peringkat dalam bidang keseluruhan. Indonesia naik peringkat ke 47 mencapai posisi kelima dalam indikator media dan rekreasi, dan menjadi posisi ke 19 untuk peringkat ke enam di indikator farmasi dan kosmetik. Hal ini dikarenakan bahwasannya negara Indonesia telah mengalahkan negara lain dalam kesadaran. Kemudian Indonesia naik ke posisi 8 di indikator makanan halal, dibantu dengan ekspor ke negara-negara OKI. Indonesia memegang jumlah terbesar terkait acara dan peringkat kedua dalam keuangan islam serta nilai sukuk disejumlah makalah penelitian. Pada tahun 2019, dalam indikator media dan rekreasi Indonesia menyelenggarakan 20 peristiwa yang mengakibatkan kenaikan yang signifikan indikator media dan rekreasi. Jaminan Produk Halal undang-undang No.13/2014 berlaku

pada Oktober tahun 2019 dan wajib sertifikasi produk halal. Hal ini memberikan pertumbuhan yang signifikan terhadap makanan halal, farmasi, dan sektor kosmetik dan tren yang berkelanjutan.

Perdagangan internasional terdiri dari ekspor. Untuk membiayai perdagangan internasional itu sendiri, cadangan devisa diperlukan. Kemampuan suatu negara dalam perdagangan internasional diukur oleh cadangan devisa (Fathoni, 2020). Data berikut menunjukkan nilai ekspor dan cadangan devisa 3 tahun terakhir dari tahun 2020 hingga 2022.

Tabel 1. Data Cadangan Devisa dan Ekspor Tahun 2020-2022

Tahun	Cadangan Devisa (Juta USD)	Ekspor (Juta USD)
2020	135.897	163.186
2021	144.905	231.604
2022	137.233	291.974

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS)

Untuk meningkatkan nilai cadangan devisa, industri halal dapat membantu ekonomi Indonesia dengan segala potensinya. Bagaimana hal itu dapat dilakukan, yang pertama dan terpenting, nilai ekspor sektor halal harus ditingkatkan. Makanan halal dan pakaian muslim adalah produk halal yang dapat diekspor. Kedua, memperluas peluang halal pariwisata. Ketiga, meningkatkan tanggung jawab industri keuangan syariah untuk mendorong inklusi keuangan. Menurut Fathoni (2020), industri keuangan syariah memiliki potensi untuk memberikan efek yang besar pada kesejahteraan masyarakat.

PEMBAHASAN

A. Peluang Industri Halal di Indonesia

Industri halal memenuhi kebutuhan masyarakat muslim di seluruh dunia dan memiliki kemampuan untuk mendorong berbagai gagasan nilai dalam pemulihan ekonomi dunia. Bertambahnya jumlah pelaku UMKM halal di seluruh dunia telah menghasilkan kontribusi PDB ekonomi halal nasional sebesar US\$ 3,8 miliar per tahun, memberikan peluang untuk peningkatan permintaan industri halal di seluruh dunia karena bertambahnya populasi muslim di seluruh dunia. Penduduk muslim global diperkirakan akan meningkat menjadi 2,2 milyar pada tahun 2030, meningkat dari 1,6 milyar di tahun 2010 (Kementerian Keuangan, 2021).

Gaya hidup dan budaya muslim telah berkembang menjadi kebiasaan di berbagai tempat di seluruh dunia. Hal ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan agama yang mempertimbangkan aspek higienitas sebagai pemenuhan syariat Islam. Muslim tidak hanya akan memenuhi kebutuhan dasar mereka, tetapi juga akan mencari cara untuk memenuhi kebutuhan tambahan seperti ekspresi dan spiritualitas. Meningkatnya kesadaran halal dalam masyarakat, bukan hanya di kalangan muslim tetapi seluruh agama didunia ini. Konsumen sekarang memilih makanan halal, mengenakan pakaian muslimah, berlibur ke tempat yang ramah muslim (muslim friendly), atau bertransaksi dengan barang syariah. Hidup halal didasarkan pada kesadaran bahwa itu halal karena perintah agama dan memiliki manfaat yang bermanfaat bagi kehidupan manusia.

Hal itu menjadi peluang baru muncul di sektor halal. Sekarang, kebutuhan sehari-hari seperti kuliner, mode, farmasi, dan pariwisata telah berubah menjadi lahan bisnis halal yang menantang dan menjanjikan.

B. Peran Industri Halal terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia



Indonesia mempunyai peluang besar untuk meningkatkan kapasitas ekspor dan kinerja neraca perdagangannya, karena negara Indonesia adalah *net-exporter* untuk sebagian besar kategori ekonomi halal. Selain itu, dengan melalui substitusi impor, negara Indonesia juga dapat meningkatkan kinerja neraca perdagangannya. Indonesia dapat memanfaatkan peluang perdagangan produk halal di negara-negara muslim serta non-muslim melalui perdagangan, promosi, dan peningkatan paparan produk halal di tingkat Internasional atau global (Badan Kebijakan Fiskal, 2023).

Dengan segala potensi industri halal, kita dapat meningkatkan nilai cadangan devisa. Ada beberapa cara kita dapat melakukannya. Pertama dan terpenting, meningkatkan nilai ekspor sektor halal. Makanan halal dan pakaian muslim adalah produk halal yang sangat prospektif untuk diekspor oleh Indonesia. Untuk meningkatkan nilai ekspor, produksi komoditas harus ditingkatkan, kualitas harus ditingkatkan, dan harga harus kompetitif, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya.

Kedua, mempromosikan pariwisata halal. Sektor yang paling berpotensi untuk meningkatkan cadangan devisa adalah wisata halal, dan Indonesia telah mendapat banyak penghargaan dalam hal ini. Untuk meningkatkan kualitas pariwisata halal Indonesia, kita harus membuat rencana yang tepat sasaran dan meningkatkan integrasi paket wisata dan kualitas sumber daya manusia.

Ketiga, meningkatkan tanggung jawab industri keuangan syariah dalam mencapai inklusi keuangan. Dengan memberikan pembiayaan, industri keuangan syariah dapat membantu UMKM yang bergerak di sektor halal mendapatkan akses ke modal. Modal ini dapat digunakan untuk memperluas bisnis. Bayangkan saja jika banyak UMKM berusaha lebih besar, ini akan menghasilkan peningkatan kegiatan produksi. Produksi yang lebih besar dapat membawa produk halal Indonesia ke pasar internasional.

C. Potensi Industri Halal di Indonesia ***Makanan dan Minuman Halal***

Tidak serta merta pandemi COVID-19 akan berdampak negatif pada industri halal, khususnya industri makanan halal. Karena pandemi, lebih banyak orang tahu tentang produk yang bersih, sehat, dan higienis. Akibatnya, orang mulai menyamakan makanan halal dengan makanan yang sehat dan higienis (Hasanah, 2021).

Ekonom makanan memperkirakan bahwa dalam waktu dekat, industri makanan halal akan menjadi lebih dominan di pasar. Pertama, pertumbuhan Islam di seluruh dunia telah meningkatkan permintaan akan produk halal. Kedua, meningkatnya kecenderungan orang non-Muslim untuk menggunakan makanan dan barang legal karena alasan moral dan keamanan. Ketiga, pertumbuhan populasi Muslim dan peningkatan kemampuan mereka untuk membeli barang legal telah berkontribusi pada kebangkitan konsumen legal sebagai kekuatan pasar. Keempat, orang Islam lebih memahami pentingnya mengkonsumsi makanan halal (Sanneh, 2021).

Wisata Halal

Dengan meningkatnya jumlah wisatawan muslim, industri pariwisata melihat peluang untuk mengembangkan wisata halal (Nurjaya et al., 2021). Konsep wisata halal termasuk semua barang dan jasa yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan pengunjung muslim. Penginapan halal, restoran halal (yang tidak menjual makanan atau minuman non halal), dan sebagainya (Muawanah et al., 2021).



Indonesia adalah tempat terbaik untuk wisatawan muslim karena memiliki populasi terbesar di dunia. Dengan pertumbuhan industri dan perdagangan syariah di Indonesia, jaminan elastisitas dan kepatuhan syariah meningkat. Selain itu, ada perusahaan pariwisata halal dan syariah yang terkenal dan berpengalaman. Ada kemungkinan bahwa wisatawan muslim akan meningkat dari tahun ke tahun.

Fashion Halal

Adalah produk pakaian yang mematuhi aturan pakaian Islami. Hijab atau busana sederhana adalah istilah lain untuk ini. Segmentasi industri halal yang menargetkan kaum milenial Muslim adalah busana halal. Pakaian atletik, jilbab, merek desainer dan butik, dan koleksi Ramadhan muncul secara bertahap di pasar pakaian. Mengamati pengeluaran Muslim di bidang mode membuahkan peluang ini (Azam & Abdullah, 2020).

Jumlah ekspor Indonesia pada tahun 2019 mencapai 8,3 miliar dolar AS, tetapi hingga Februari 2020 meningkat sebesar 1,38 miliar dolar AS. Pertumbuhan ekspor ini menyumbang 5,4% dari PDB nasional (Hasanah, 2021).

Media dan Rekreasi Halal

Saat ini, ini adalah salah satu subsektor ekonomi kreatif yang memiliki banyak potensi. Film, animasi, dan video mengalami peningkatan yang signifikan. Peningkatan ini adalah salah satu hasil pandemi COVID-19. Namun, belum ideal untuk media dan rekreasi berbasis halal. Hal ini ditunjukkan oleh fakta bahwa masyarakat tidak terlalu tertarik dengan film berbasis religi (Mubarak & Imam, 2020).

Kosmetik Halal

Mengingat banyaknya penduduk muslim perempuan di Indonesia yang sangat potensial untuk membeli produk kosmetik halal, perkembangan produk kosmetik halal merupakan salah satu produk yang dapat dikembangkan. Jumlah penduduk ini akan sangat mempengaruhi perkembangan industri halal, khususnya kosmetik. Karena kebanyakan wanita suka menggunakan berbagai jenis kosmetik, itu normal. Kosmetik tidak hanya digunakan oleh wanita, tetapi pria juga menggunakan beberapa jenis kosmetik, seperti bedak (Hasan et al., 2021).

Farmasi Halal

Obat-obatan halal saat ini diperkirakan menyumbang hampir sepertiga dari pendapatan pasar halal di seluruh dunia. Ini disebabkan oleh jumlah produk perawatan kesehatan dan obat-obatan yang tersedia untuk konsumen, yang telah menunjukkan pertumbuhan yang luar biasa dalam industri halal. Akibatnya, ada peluang besar bagi industri ini untuk memasuki industri farmasi global (Azam & Abdullah, 2020).

Keuangan Syariah

Keuangan halal membuka jalan bagi industri halal di Indonesia. Industri keuangan syariah telah mengalami perkembangan yang positif sejak berdirinya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992. Menurut Fathoni (2020), jumlah aset keuangan syariah terus meningkat setiap tahunnya. Tingkat pertumbuhan sebesar 9,22% (yoy) atau setara dengan Rp. 545,39 triliun pada semester pertama tahun 2020 menunjukkan hal ini (Hasanah, 2021).



Dengan kemajuan teknologi, industri halal Indonesia secara umum memiliki banyak potensi, selain potensi yang ada di masing-masing sektor. Adanya teknologi meningkatkan sosialisasi dan promosi industri halal di Indonesia. Selain itu, produksi produk industri halal menjadi lebih efisien dan efektif berkat kemajuan teknologi (Faried, 2019; Jaelani, 2017).

D. Strategi Pengembangan Industri Produk Halal

Strategi yang tepat dapat membantu industri produk halal dalam negeri mengatasi kelemahan dan menyelesaikan masalahnya. Oleh karena itu, prasarana dan teknologi yang tidak mendukung, kurangnya pengetahuan masyarakat tentang produk halal, dan kekurangan ahli di bidang produk halal harus segera diperbaiki. Misalnya, pemerintah bersama dan semua organisasi masyarakat Islam dapat secara aktif mendukung gerakan masyarakat sadar halal dengan menyebarkan dan mengajarkan orang tentang produk halal. Solusi yang disarankan adalah menjadikan produk halal sebagai topik utama dalam khutbah jum'at, majelis taklim, dan acara keagamaan lainnya. Materi tentang produk halal juga bisa dimasukkan ke dalam pelajaran atau kurikulum di sekolah umum.

Ada beberapa strategi pengembangan industri produk halal Indonesia sebagai berikut :

1. Membangun Sumber Daya Manusia yang Berkeahlian di Bidang Produk Halal. Aksi gerakan masyarakat halal di Indonesia belum mencapai semua lapisan masyarakat karena jumlah tenaga kerja yang bekerja di bidang produk halal sangat rendah, sehingga tidak cukup narasumber dan penyuluh untuk memenuhi kebutuhan masyarakat muslim Indonesia.
2. Menggalakkan informasi, komunikasi dan pendidikan tentang produk halal dengan semua bagian masyarakat untuk meningkatkan kesadaran halal.
3. Membangun Halal Center sebagai pusat penelitian dan pengembangan produk halal dapat menjadi salah satu program yang mendukung peningkatan pengetahuan dan teknologi di bidang penelitian dan pengembangan produk halal.
4. Mengkoordinir produksi dan distribusi produk halal. Ketika bisnis produk halal dalam negeri bekerja sama, kebijakan masing-masing instansi tidak akan tumpang tindih, sehingga ada satu suara untuk menggerakkan pelaku usaha di industri produk halal.
5. Menguatkan peran komunitas halal. Pemerintah harus menguatkan komunitas halal untuk mendorong produsen dan konsumen untuk mengembangkan industri produk halal.
6. Membangun hubungan perdagangan dalam dan luar negeri untuk barang halal. Menghadapi persaingan yang semakin kuat di pasar global, pemerintah harus berperan dalam membangun jaringan bisnis bagi produsen produk halal, terutama bagi usaha kecil dan menengah (UMKM), seperti menjalin kerjasama dalam bisnis produk halal di seluruh dunia.

KESIMPULAN

Dalam pengembangan industri produk halal, penerapan aturan yang berkelanjutan yang sesuai dengan syari'ah Islam akan mendorong bisnis yang berkeadilan dan memungkinkan pembentukan masyarakat yang adil dan makmur.

Strategi ini berfokus pada pengembangan produk halal domestik dan membangun jaringan bisnis di seluruh dunia yang akan mendorong industri produk halal Indonesia untuk menguasai pasar global. Dengan demikian, pelibatan masyarakat dalam proses pengembangan industri produk halal sangat penting untuk mengoptimalkan sumber daya yang ada dan menciptakan lingkungan komunikasi yang baik antara pemerintah dan masyarakat. Hal ini juga diharapkan dapat membuat prioritas pembangunan menjadi lebih logis dan tepat sasaran.



Di sisi lain, pertumbuhan industri halal juga menjadi tantangan negara Indonesia. Indonesia menghadapi banyak masalah, termasuk peran pemerintah, kurangnya organisasi bersertifikat halal, pembangunan yang diakui, sumber daya manusia, dan masalah konsumen. Karena ada peluang dan tantangan, pemerintah harus mendidik bisnis tentang pentingnya menjaga dan menjamin kualitas barang dan jasa yang dijual kepada masyarakat, terutama terkait jaminan kehalalannya. Ini akan membantu Indonesia berubah dari negara konsumen produk halal menjadi negara produsen di masa mendatang.

REFERENSI

- Adamsah, B., & Subakti, G. A. (2022). Perkembangan Industri Halal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Indonesian Journal of Halal*, 5 (1), 71-75.
- Andy, L. (2023, 20 Januari). Perkembangan Industri Halal, Potensi Dan Strategi Perkembangan. Diakses pada 15 Juli 2023, dari <https://unida.ac.id/artikel/perkembangan-industri-halal-potensi-dan-strategi-pengembangan>
- Ardiani Aniqoh, N. A. F., & Hanastiana, M. R. (2020). Halal food industry: Challenges and opportunities in Europe. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 2(1), 43. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2020.2.1.5799>
- Astuti, M. (2020). Pengembangan Produk Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal (Halal Lifestyle). *Juris Studia: Jurnal Kajian Hukum*, 1(1), 14-20.
- Azam, M. S. E., & Abdullah, M. A. (2020). Global halal industry: Realities and opportunities. *International Journal of Islamic Business Ethics*, 5(1), 47. <https://doi.org/10.30659/ijibe.5.1.47-59>
- Aziz, M., Rofiq, A., & Ghofur, A. (2019). Regulasi Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal Di Indonesia Perspektif Statute Approach. *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman*, 14(1), 151- 170.
- Badan Kebijakan Fiskal Kementerian Keuangan (BKF Kemenkeu). (2023, 29 Agustus). Ekonomi Halal Sebagai Sumber Pertumbuhan Inklusif Dan Berkelanjutan. Diakses pada 9 Mei 2024, dari <https://fiskal.kemenkeu.go.id/baca/2023/08/29/4449-ekonomi-halal-sebagai-sumber-pertumbuhan-inklusif-dan-berkelanjutan>
- Badan Pusat Statistik, di unduh dari <https://www.bps.go.id/indicator/13/1091/1/posisi-cadangan-devisa.html>
- Bank Indonesia Pusat Studi Halal. (2020). "Thoyyib, Ekosistem Industri Halal", Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia.
- Charity, M. L. (2017). Jaminan produk halal di Indonesia (Halal products guarantee in Indonesia). *Jurnal Legislasi Indonesia*, 14(01), 99-108.
- Fathoni, M. A. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428–435.
- Hasan, M. R., Iswanto, B., & Aulia, N. (2021). The development of halal cosmetics industry In east Kalimantan: Halal awareness perspectives. *Journal of Multidisciplinary Islamic*, 1(33), 1–10.
- Hasanah, U. (2021). Analisis Peluang dan Tantangan Industri Halal pada Masa Pandemi Covid 19 di Indonesia. *Journal Economic and Strategy*, 2(1), 11.
- Kamila, E. F. (2021). Peran industri halal dalam mendongkrak pertumbuhan ekonomi indonesia di era new normal. *Jurnal Likuid*, 1(01), 33–42.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia (2021). "Pemerintah Terus Upayakan Pemulihan Ekonomi namun tetap waspada dengan pandemic covid", Kementerian Keuangan. Com.
- Muawanah, M., Fauziah, N. D., Toha, M., & Manaku, A. C. (2021). The survival strategy of halal tourism in Covid-19 pandemic era. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 3(2), 165–177. <https://doi.org/10.31538/ijse.v3i2.1104>
- Mubarok, F. K., & Imam, M. K. (2020). Halal industry in Indonesia; challenges and opportunities. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 2(1), 55. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2020.2.1.5856>
- Nurjaya, Paramarta, V., Dewi, R. R. V. K., Kusworo, Surasni, Rahmanita, F., Hidayati, S., & Sunarsi, D. (2021). Halal tourism in Indonesia: Regional regulation and Indonesian ulama council perspective. *International Journal of Criminology and Sociology*, 10, 497–505.
- Pratikto, H., Taufiq, A., Voak, A., Deuraseh, N., Nur, H., Dahlan, W., Idris, & Purnomo, A. (2021). Halal development: trends, opportunities and challenges. In *Halal Development: Trends, Opportunities and Challenges*. <https://doi.org/10.1201/9781003189282>



- Razalia, R., & Syahputraa, A. (2021). Industri halal di Aceh : Strategi dan perkembangan. *Jurnal Al-Qardh*, 6(1), 17–29.
- Sanneh, K. (2021). An overview of the halal industry in the gambia with islamic perspective : Challenges and opportunities with islamic perspective : Challenges and opportunities. *Journal of Religious and Social Studies*, 2(September), 17–28.
- Standard, D. (2020). State of the global islamic economy report 2020/2021. Dinar Standard, Dubai Islamic Economic Development Center, and Salam Gateway.
- Utari, D., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Industri Halal Berkontribusi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Era Pandemi Covid-19 : Peluang Dan Tantangan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15 (01), 87-98.
- Waharini, F. M., & Purwantini, A. H. (2018). Model Pengembangan Industri Halal Food di Indonesia.
- Yulia,Lady. "Strategi Pengembangan Industri Produk Halal." *Jurnal Bimas Islam*, Vol.8 No.1 2015. Article%20Text-527-1-10-20200213%20.pdf

