

Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Di Pasar Global Dengan Produk Halal

Moh. Mardi, M.H

STAI Syaichona Moh. Cholil Bangkalan
Email : mohmardi17@gmail.com

ABSTRACT

From various aspects of the sharia economy, the halal industry is a part that has huge potential to develop economic growth, especially in Indonesia, where the majority of the population is Muslim. The demand for halal products is currently continuing to increase, but at the same time, Indonesia still lacks make a big contribution in improving halal products themselves. The research method used in this article is using the library method with various literature used. The conclusion from this article is that there is a very large opportunity for Indonesia to become the center of the sharia economy in several sectors including the sharia financial sector, the halal food and beverage sector, the tourism sector. halal and Muslim fashion, various methods and strategies have been carried out and developed by the government together with the community and business actors, including the Halal Global Center Development strategy, research and regulatory strategies, industrialization strategies, halal preference strategies and micro, small and medium business development strategies, but apart from Indonesia's opportunities also still have many challenges

Keywords: *Growth, Economy, Global Market, Halal Products.*

ABSTRAK

Dari berbagai aspek ekonomi syariah, industri halal merupakan bagian yang sangat berpotensi memiliki peluang yang sangat besar untuk mengembangkan pertumbuhan ekonomi khususnya Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam, permintaan terhadap produk halal saat ini terus mengalami peningkatan, namun pada saat yang bersamaan tersebut Indonesia masih sangat kurang memberikan kontribusi yang besar dalam meningkatkan produk halal itu sendiri. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam atikel ini yaitu menggunakan metode pustaka dengan berbagai literatur yang digunakan kesimpulan dari arrtike ini yaitu peluang indonesia yang dimungkinkan sangat besar untuk menjadi pusat ekonomi syariah berada pada beberapa sektor diantaranya sektor keuangan syariah, sektor makanan dan minuman halal, sektor wisata halal dan fesyen muslim berbagai macam cara dan strategi telah dilakukan dan dikembangkan oleh pemerintah bersama dengan masyarakat dan pelaku usaha diantaranya adalah strategi Pembangunan Pusat Global Halal, stategi riset dan regulasi, strategi industrilialisasi, stategi preferensi halal dan strategi pengembangan usha mikro kecil menengah, namun selain peluang Indonesia juga masih memiliki banyak tantangan

Kata Kunci: *Pertumbuhan, Ekonomi, Pasar Global, Produk Halal.*

Pendahuluan

Sebagai manusia tentunya kita membutuhkan makanan dan minuman dan alat penunjang lainnya untuk bertahan hidup terutama bagi umat muslim dalam memperoleh makanan dan minuman serta segala hal tersebut harus dengan bentuk dan cara yang halal sebagaimana tuntutan ajaran islam bahkan di dalam al qur'an tidak sedikit ayat yang menjelaskan bahwa kita harus makan dan minuman yang halal dan tayyib para ulama juga telah menjelaskan dengan sangat terperinci tentang apa yang ada di dalam al quran tersebut serta menjelaskan tentang hukum halal dan haram baik makanan dan minuman di dalam literatur kitab kitab fiqih (Rahayuningsih & Ghozali, 2021). Indonesia yang notabene merupakan penduduk yang mayoritas beragama Islam tentunya tidak sulit untuk menemukan makanan dan minuman yang halal, namun apakah dengan semudah itu kita bisa menilai bahwa makanan dan minuman serta barang lain yang tersedia di pasar-pasar itu dipastikan kehalalannya, tentunya tidak semudah itu namun juga tidak sesulit seperti yang dibayangkan oleh orang-orang yang mengatakan bahwa produk halal harus diketahui dengan sedetail detailnya dimulai dari mana dan diakhiri dari mana tentu sangat menyulitkan jika harus seperti itu sedangkan islam merupakan agama yang mudah (Pandjaitan, 2018).

Hal ini terjadi mengingat bahwa makanan dan minuman serta barang yang beredar dipasaran tidak semuanya berasal dari dalam negeri tetapi banyak juga dari luar negeri (impor) yang mana proses pembuatannya tidak diketahui dengan detail. Dari hal ini tentu perlu pengecekan terhadap barang-barang tersebut baik berupa makanan atau minuman serta produk lainnya agar dapat diketahui tentang kehalalan dan keharamannya sehingga apa-apa yang dikonsumsi oleh masyarakat benar-benar merupakan makanan yang halal dan baik. Proses pengecekan barang-barang tersebut dimulai dari bahan baku serta proses dari mulai pembuatan sampai pada ke-tangan-konsumen (Yulita et al., 2016).

Di Indonesia tugas semacam ini ditangani langsung oleh BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) yang mana setelah pengecekan produk tersebut kemudian jika lolos maka akan mendapatkan sertifikat halal yang menunjukkan bahwa produk tersebut sudah layak untuk dipasarkan dan dikonsumsi oleh masyarakat. Pengecekan itu akan terus dilakukan oleh BPJPH

mengingat Indonesia akan mempercepat dalam memajukan produk halal baik ekspor dan impor sebagai mana yang tercantuk dalam masterplan ekonomi syariah 2024 tentang percepatan sertifikasi produk halal (Kamila, 2021) dengan hal ini maka diharapkan dapat meningkatkan produk ekspor Indonesia terutama saat produk tersebut diekspor ke Negara yang berpenduduk mayoritas Islam seperti timur tengah namun produk halal ini tidak hanya diminati atau disukai oleh masyarakat muslim saja namun juga oleh non muslim (Syafitri et al., 2022) karena dengan adanya sertifikasi halal tersebut maka kesehatan produk tersebut akan terjamin hal ini tentu akan menambah pendapatan sebuah negara ketika bisa mengekspor produk produk hal ke luar negeri dimana sekarang ini produk halal sudah menjadi sebuah syarat untuk masuknya barang keluar negeri terutama di megara yang mayoritas berpenduduk muslim (Handriansyah, 2023).

Dengan demikian maka perlu ada kajian tentang dampak pemasaran produk berlabel halal terhadap pendapatan negara yang mana hal tersebut akan meningkatkan daya ekspor dan dapat mendorong pendapat negara sehingga pertumbuhan ekonomi negara akan lebih membaik, karena sebagaimana yang kita ketahui bahwa negara yang pendapatan perkapitanya tinggi maka hal itu menunjukkan bahwa ekonomi disuatu negara tersebut juga membaik maka dari hal itulah pemerintah terus menggalakkan percepatan produk halal yang ada di Indonesia agar apa yang dicita citakan bisa tercapai yaitu menjadi negara nomor satu dalam memproduksi barang dan jasa yang halal yang mana saat ini negara Malaysia yang mendominasi dari berbagai sektor produk halal tentunya sangat disayangkan karena Indonesia yang merupakan negara berpenduduk muslim terbesar di dunia masih kalah dengan Malayasia dalam memproduksi barang halal.

METODE PENELITIAN

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam atikel ini yaitu menggunakan metode pustaka dengan berbagai literatur yang digunakan, sedangkan pendekatan di dalam atikel ini yaitu pendekatan deskriptif. Peneliti mengumpulkan dan menghimpun berbagai macam data serta informasi yang berkaitan dengan pembahasan halal baik dari buku, jurnal, majalah, koran, web, laporan dan informasi lainnya kemudian data data yang terkumpul dikelola dan dianalisis oleh peneliti.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Potensi Ekonomi Syariah Indonesia

Dari berbagai aspek ekonomi syariah, industri halal merupakan bagian yang sangat berpotensi memiliki peluang yang sangat besar untuk mengembangkan pertumbuhan ekonomi khusus untuk Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam, permintaan terhadap produk halal saat ini terus mengalami peningkatan. Berdasarkan data yang dilampirkan dalam "laporan keadaan ekonomi islam global 2022" menyatakan bahwa pengeluaran umat islam secara global akan mengalami kenaikan sekitar 9,1 %, kenaikan ini tidak lepas dari sektor rill yang mencakup makanan dan minuman halal dan sektor rill lainnya, diperkirakan akan terus naik setiap tahunnya mengingat pertumbuhan umat islam dunia terus bertambah yang menjadi sebab permintaan akan produk halal terus bertambah (FJ, 2022) tentu hal ini akan menjadi kesempatan bagi Indonesia untuk terus meningkatkan pertumbuhan ekonomi agar tidak kalah bersaing dengan negara islam lainnya seperti Malaysia, Brunei Darussalam dan negara negara timur tengah. Indonesia tercatat tetap bertengger pada posisi ke empat pada tahun 2022 satu strip di bawah Uni Emirat Arab sedangkan Malaysia tetap bertengger pada posisi pertama, meskipun posisi Indonesia tidak beranjak dari posisi ke empat namun dalam segi makanan dan minuman halal Indonesia mengalami kenaikan, Indonesia tercatat berada di peringkat kedua dalam sektor makanan halal (*halal food*) pada tahun 2022 (Pratiwi, 2022).

Pada saat ini Indonesia merupakan negara yang paling besar dalam mengkonsumsi produk halal, namun pada saat yang bersamaan tersebut Indonesia masih sangat kurang memberikan kontribusi yang besar dalam meningkatkan produk halal itu sendiri, tentunya hal ini merupakan informasi yang miris dan kurang menyenangkan padahal ekonomi syariah di Indonesia memiliki peluang yang terbilang sangat besar namun hikmah dari informasi tersebut juga akan memberikan peluang yang sangat besar agar Indonesia terus membangun ekonominya terlebih khusus dalam bidang industri halal yang akan memiliki dampak positif kedepannya untuk meningkatkan neraca ekonomi nasional dan internasional yang bisa menjadikan Indonesia sebagai

pusat halal domestik dan global dalam hal perdagangan dan produksi halal sebagaimana yang termaktub di dalam Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024 (Jaswir, 2022).

Adapun pilar-pilar yang menjadi masterplan dalam ekonomi syariah yang menjadi potensi untuk kemajuan ekonomi syariah di Indonesia yaitu terdiri dari penguatan rantai nilai halal, penguatan dalam aspek keuangan syariah, penguatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan penguatan dalam menciptakan ekonomi digital oleh sebab itu maka perlu adanya strategi yang baik dan tepat dalam memperkuat semua sektor yang berhubungan dengan ekonomi syariah khususnya dalam bidang industri halal agar apa yang menjadi tujuan dari masterplan tersebut bisa terwujud sesuai dengan keinginan yang telah dicita-citakan (Jaswir, 2022).

2. Peluang Indonesia Dalam Industri Halal

Data dari laporan ekonomi syariah global sudah cukup dalam memberikan sebuah gambaran bahwa Indonesia merupakan salah satu negara muslim yang memiliki peluang yang sangat besar untuk mejadi sebagai pemeran utama dalam memegang industri halal secara internasional hal ini juga didukung dengan naiknya konsumsi akan produk halal dan terus meningkatnya jumlah penduduk Islam dunia serta kemajuan Indonesia dalam peringkat ekonomi syariah global (Standard, 2022), namun meskipun begitu Indonesia tidak boleh telena dengan pencapaian tersebut mengingat masih banyak produk halal yang masih di impor dari luar negeri oleh sebab itu industri halal harus ditingkatkan lagi agar tidak tergantung pada impor saja sehingga menjadikan Indonesia sebagai pasar global halal yang akan menjadi target pemerintah dalam mastplan di tahun 2024. Adapun bidang-bidang yang akan berpeluang besar itu diantaranya:

a. Keuangan Syariah

Keuangan syariah di Indonesia untuk saat dalam pangsa pasar sudah cukup baik dengan pencapaian sebesar 6,5%, dari hasil tersebut pencapaian keuangan syariah di Indonesia terbilang mempunyai peluang yang besar untuk terus berkembang dan akan memiliki potensi untuk lebih maju, hal ini terjadi dari sebuah survei yang menyatakan bahwa

sekitar 40% masyarakat mempunyai selera dan kepercayaan yang tinggi terhadap keuangan syariah yang ada di Indonesia. Pencaian baik dalam keuangan syariah ini juga bisa dilihat dari semua sektor perbankan yang mana pada saat terjadi pandemi bank bank di Indonesia mengalami pelambatan pertumbuhan hingga mengalami nilai negatif sebesar 5% namun dalam kondisi disaat bank bank mengalami pelambatan justru keuangan syariah mengalami kenaikan pertumbuhan sampai menyentuh angka 13,11% hal positif ini akan menjadi sebuah penilaian bahwa keuangan syariah di Indonesia akan terus berkembang, namun dilihat dari sisi global keuangan syariah di Indonesia harus terus dikembangkan mengingat posisi Indonesia pada tahun 2021 masih berada diposisi ke enam hal ini yang menjadi dorongan buat pemerintah untuk melakukan sebuah inovasi kepada keuangan syariah dan terus memberikan pelayanan terbaiknya kepada masyarakat agar keuangan syariah mengalami perluasan (Izzati, 2021).

b. Makanan dan Minuman Halal

Laporan ekonomi syariah global pada tahun 2022 memberikan informasi bahwa dalam bidang makanan dan minuman halal mempunyai peran yang sangat besar bagi perekonomian dunia dibandingkan dengan bidang yang lainnya (Standard, 2022). Hal ini memang tidak bisa dipungkiri mengingat makanan dan minuman merupakan kebutuhan manusia yang paling pokok serta terus bertambahnya umat islam dunia juga menjadi sebab tingginya permintaan terhadap makanan dan minuman halal. Posisi Indonesia sendiri pada saat ini berada diperingkat kedua di bawah Malaysia hal ini merupakan hasil yang baik bagi Indonesia setelah sebelumnya hanya berada di posisi ke empat, namun Indonesia harus mengembangkan produksi makanan halal agar tidak terlalu bergantung pada produk impor, dengan sumber daya alam yang terbilang cukup memadai dan melimpah ruah potensi Indonesia untuk merajai dalam bidang ini sangat besar serta di dukung oleh pemerintah dengan adanya agenda percepatan sertifikasi halal secara masal yang

dikuatkan dengan keluarnya UU No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang di sahkan oleh Presiden RI (Aldi et al., 2020).

c. Wisata Halal

Menjadi negara kepulauan merupakan sebuah keuntungan tersendiri bagi Indonesia, setiap pulau di Indonesia mempunyai keindahan alam yang berbeda beda serta mempunyai keunikan alam yang selalu memanjakan mata yang membuat orang tertarik untuk mengunjunginya, semakin banyaknya umat islam dan tren wisata yang saat ini menjadi minta bagi generasi milenial dan generasi Z akan memberi pengaruh pada sektor wisata secara global terutama wisata halal. hal ini yang akan menjadi potensi bagi Indonesia untuk bersaing dalam sektor wisata halal dikancah internasional yang mana pada saat ini Indonesia bersama dengan Arab Saudi dan Turki menempati posisi kedua berdasarkan laporan Global Muslim Travel Index (GMTI) 2022 sedangkan untuk posisi pertama dipegang oleh Malaysia, dari posisi ini menunjukkan bahwa wisata halal di Indonesia semakin membaik mengingat pada tahun sebelumnya hanya berada di posisi ke empat setelah terkena dampak oleh pandemi covid (Zuraya, 2022).

Wisatawan muslim yang pada tahun 2019 berjumlah 160 juta diprediksi pada tahun ini (2023) akan mencapai angka 140 juta wisatawan muslim setelah pada tahun sebelum terjadi pandemi, jumlah ini bisa terus bertambah mengingat pandemi covid sudah mulai teratasi dan kondisi yang semakin membaik saat ini, hal ini menjadi kabar baik bagi sektor wisata terlebih dengan adanya banyak perbaikan pada sektor pariwisata dengan tidak berlakunya karantina bagi para pengunjung baik dari dalam negeri dan luar negeri karena wisata halal ini bukan hanya ditujukan pada orang muslim saja tetapi juga orang non muslim, pengembangan dan perbaikan harus terus dilakukan oleh Indonesia dalam sektor ini terutama dalam hal pelayanan, komunikasi, kemudahan akses dan lingkungan (Zuraya, 2022).

d. Fesyen Muslim

Sama halnya dengan Makanan dan minuman fesyen juga merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang harus ada, terutama bagi umat islam yang dalam hal feysen haruslah yang bisa menutup aurat, tentunya hal ini akan menjadikan tantangan bagi para pengusaha dan industri untuk terus mengembangkan pakaian halal dalam memenuhi apa yang dibutuhkan oleh orang islam. Terus meningkatnya umat islam dan kebutuhan akan pakaian juga terus meningkat mengikuti meningkatnya umat serta fesyen muslim yang menjadi tren saat ini akan menjadi peluang besar bagi industri halal baik nasional maupun internasional khususnya dalam sektor fesyen halal. Untuk saat ini Indonesia berada di posisi ke tiga secara global dalam hal fesyen halal di bawah Uni Emirat Arab sebagai peringkat ke dua sedangkan untuk posisi pertama ada Arab Saudi. Di Indonesia fesyen halal pada tahun 2021 dilihat berdasar angkat naik 18,2% dengan jumlah pengeluaran sebesar 300 triliun bukan hal tidak mungkin untuk beberapa tahun lagi angka ini akan terus meningkat yang bisa menjadikan Indonesia sebagai pasar terbesar dalam sektor fasyen halal, dengan hal ini harus ada upaya dalam meningkatkan sumber daya yang ada serta meningkatkan produksi agar tidak selalu mengandalkan impor, dari beberapa survei juga menunjukkan hasil yang baik bahwa sekitar 89,2% masyarakat mempunyai kesadaran yang tinggi dalam fasyen halal (Hidayat, 2022). Hal ini yang perlu diperhatikan oleh pemerintah agar pelaku usaha juga memberikan dukungan dan membuat karya untuk kemajuan fesyen hal di Indonesia mengingat sektor fasyen halal merupakan salah satu industri halal yang memiliki potensi perkembangan yang sangat besar di pasar internasional.

3. Strategi Industri Halal di Indonesia

Untuk mewujudkan visi Indonesia di dalam "menjadikan ekonomi syariah dan industri halal sebagai sumber kekuatan ekonomi dan pertumbuhan ekonomi Indonesia serta menjadikan Indonesia sebagai negara yang makmur, adil, berdaulat dan mandiri" tentunya harus ada stategi yang perlu dilakukan agar apa yang di cita-citakan bisa terwujud sesuai dengan visi dan misi yang

telah ditetapkan bersama. Adapun strategi yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Strategi Pembangunan Pusat Global Halal

Adapun tujuan dari strategi ini yaitu agar Indonesia menjadi pusat halal secara global baik dalam hal produksi maupun perdagangan halal. Dari strategi ini nantinya akan ditemukan sebuah potensi keunggulan dari setiap daerah dalam kinerja produksi halal di daerah tersebut yang mana akan memberikan pengaruh pada perekonomian Indonesia dalam industri halal dan menjadikan Indonesia sebagai pusat halal global sehingga dapat menarik para investor untuk berinvestasi yang tentunya akan membuat perekonomian semakin bertumbuh, yang paling penting dari strategi ini yaitu menguatkan sertifikasi halal serta standar halal yang ada di Indonesia agar bisa diakui internasional serta sebagai rujukan yang bisa diterima dikancah internasional (Alamsyah, 2022).

Adapun inisiatif yang perlu dilakukan untuk mewujudkan strategi ini adalah sebagai berikut: *pertama*, melakukan kolaborasi antara pengusaha lokal dan pengusaha internasional dalam industri halal sehingga dari adanya kolaborasi ini akan membuat pengusaha global melakukan investasi dan melakukan produksi halalnya di Indonesia serta mempermudah para pengusaha lokal untuk melakukan promosi produk halalnya dikancah internasional hal ini diharapkan bisa menjadikan Indonesia semakin kuat untuk menjadi pusat halal global. *Kedua*, Harus ada sebuah dukungan dari pemerintah agar para pengusaha internasional merasa nyaman melakukan investasi produk halal di Indonesia dengan membuat keadaan kondusif tidak banyak konflik, perizinan yang dipermudah, memberikan insentif dan lain sebagainya, namun pemerintah juga tetap harus melakukan yang terbaik kepada pengusaha lokal agar tidak dinilai lebih mengutamakan pengusaha internasional, dari hal ini pemerintah juga harus memberikan dukungan dalam melakukan promosi produk halal yang ada di Indonesia ke pasar global agar tujuan untuk menjadikan Indonesia sebagai pusat halal global bisa segera tercapai. *Ketiga*, melakukan sertifikasi halal dengan adanya

sertifikasi halal ini akan memberikan rasa nyaman dan aman atas produk halal yang diproduksi di Indonesia, dalam hal ini BPJH harus terus melakukan pengembangan serta kerja sama terhadap pihak-pihak yang terkait dalam melakukan sertifikasi halal dengan adanya perbaikan dan pengembangan tersebut akan menjadikan sertifikasi halal yang dilakukan oleh Indonesia dapat diterima dan diakui oleh pasar global sehingga pertumbuhan ekonomi Indonesia akan terus meningkat (Istiqlal, 2023).

b. Riset dan Regulasi

Riset mempunyai peranan yang sangat penting dalam industri halal terutama riset terhadap bahan yang non halal yang akan menjadi tantangan bagi setiap pelaku usaha untuk mengembangkan industri halal di Indonesia, strategi riset ini dianggap penting mengingat tidak semua bahan baku yang diproduksi berasal dari dalam negeri namun masih banyak yang dari luar negeri (impor) sehingga sangat diperlukan sebuah riset untuk memastikan suatu produk bahwa memang benar-benar halal, sedangkan regulasi dari pemerintah juga sangat dibutuhkan sebagai bentuk dukungan terhadap industri halal di Indonesia yang saat ini harus terus dikembangkan dalam masalah sertifikasi halal (Sayekti et al., 2022).

Adapun aktivitas yang harus dilakukan dalam menguatkan strategi riset dan regulasi ini adalah sebagai berikut: *Pertama*, melakukan penguatan dalam pelayanan laboratorium dan sistem pendukung lainnya yang mana ini merupakan alat yang sangat penting agar bisa dilakukan pengecekan dan penelusuran terhadap produk halal agar bisa dilakukan sebuah penelitian untuk memastikan kehalalan sebuah produk. *Kedua* adanya intervensi dari pemerintah dalam melakukan regulasi yang berkaitan dengan sertifikasi halal seperti melakukan dorongan terhadap pelaku usaha untuk melakukan sertifikasi halal, membuat undang-undang yang dapat menguatkan dan meningkatkan sertifikasi halal di Indonesia yang dapat diterima oleh pasar global (KNEKS, 2021).

c. Strategi Industrialisasi

Strategi Industrialisasi ini harus dilakukan karena pada saat ini kebanyakan produk halal yang ada di Indonesia masih diproduksi dengan cara cara tradisional serta dengan harapan nantinya akan ada sebuah pemetaan dari masing masing sektor halal dari yang berkecimpung di kawasan industri maupun tidak, dengan adanya strategi ini akan memberikan pengetahuan kepada para pengusaha terutama pada pengusaha kecil tentang teknologi teknologi baru yang membuat produksi menjadi lebih baik dan lebih efisien serta mempercepat proses produksi sehingga kualitas yang dihasilkan akan lebih menaikkan kualitas dan jumlah produk halal di Indonesia yang nantinya dapat diperhitungkan di pasar global, dari hal ini pemerintah harus memberikan dorongan kepada pelaku usaha untuk terus meningkatkan sumber daya manusia dengan cara memberikan edukasi dan pelatihan tentang teknologi Industri mengingat masyarakat belum begitu banyak mengetahui tentang teknologi industri agar produk yang dihasilkan bisa terjamin kehalalannya serta mempunyai mutu yang tinggi (Faizah, 2022).

d. Strategi Preferensi Halal

Strategi preferensi terhadap produk halal ini perlu dilakukan dengan tujuan agar masyarakat lebih tertarik untuk memilih produk yang sudah berlabel halal, hal ini juga penting dilakukan karena para konsumen maupun produsen di Indonesia masih tidak begitu peduli dengan label halal ini dan menganggap tidak begitu penting, para produsen berpikiran yang penting produk yang dihasilkan laku dipasaran dan para konsumen beranggapan bahwa produk yang berada di pasaran adalah produk yang halal pemahaman ini tidak lepas karena mayoritas penduduk di Indonesia adalah muslim sehingga para konsumen beranggapan apa yang dilakukan produsen dalam memproduksi produknya sudah sesuai dengan syariat sehingga sudah dipastikan kehalalannya, mereka seakan lupa bahwa produk yang ada di Indonesia juga berasal dari impor yang belum diketahui kehalalannya, dari hal maka pemerintah mendorong agar produk yang ada di Indonesia terutama makan dan minuman harus memiliki label halal

demi menjaga menjamin kehalal produk dan pemerintah terus melakukan edukasi dan memberikan kesadaran kepada masyarakat akan pentingnya produk halal tujuan ini juga akan berdampak baik terhadap industri halal di Indonesia sehingga bisa menjadikan Indonesia sebagai pusat produk halal secara global (Rachmattie et al., 2020)

e. Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah

Sudah tidak asing lagi bahwa Usaha mikro kecil menengah merupakan jumlah usaha yang palig banyak di Indonesia UMKM merupakan sektor yang sangat penting di dalam membantu perekonomian masyarakat bukan hanya itu namun juga menjadi penopang tumbuhnya ekonomi di Indonesia, karena UMKM merupakan salah satu bagian dalam membukan lapangan kerja yang dapat membantu pendapatan perkapita masyarakat serta dapat membantu pemeratan pendapatan masyarakat (Salam, 2022).

Dengan adanya startegi ini diharapkan UMKM dapat membuat kualitas unggulan dalam memproduksi produk halal sehinga perlu dilakukan pengembangan UMKM agar bisa bersaing di kancan internasional dalam menghasilkan produksi halal global dan membuat ekonomi syariah Indonesia menjadi di perhitungakan dilingkup global. Di dalam "Masterplan Ekonomi Syariah" menyatakan bahwa UMKM merupakan salah satu sektor terbesar bagi ekonomi Indonesia sekitar 80% tenaga kerja beradal dari usha mikro ini sehingga umkm diharapkan bisa memperkuat ekonomi syariah di Indonesia dalam produksi halal dan juga keuangan syariah. Adapun strategi yang harus dilakuakn untuk pengembangan UMKM dalam meningkatkan produksi halal adalah sebagai berikut: *Pertama*, digital ekonomi tujuan dari adanya digitalisasi ekonomi ini agar UMKM lebih dipermudah dalam mengefisiensi waktu, tenaga dan produksi. *Kedua*, pemberian pembiayaan berbasisi syariah baik dari perbankan atau lembaga non bank. *Ketiga*, pembinaan dan pembelajaran dalam sistem dan manajemn agar mempermudah dalam melakukan usaha dan akses yang berbasisi teknologi (KNEKS, 2021).

4. Tantangan Dalam Pengembangan Industri Halal

Meskipun Indonesia merupakan negara yang memiliki peluang yang sangat besar dalam ekonomi syariah terutama dalam bidang industri halal, namun Indonesia juga mempunyai banyak tantangan yang harus diperhatikan secara bersama sama oleh semua kalangan baik pemerintah, pelaku usaha maupun masyarakat dalam mengembangkan industri halal agar lebih maju. Indonesia yang merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar dunia sebenarnya sangat bisa dan terbilang mudah untuk menjadikan Indonesia sebagai pusat industri halal dalam kancah internasional namun fakta yang kita rasakan justru seakan akan sangat sulit dan tidak mudah sebagaimana yang kita bayangkan bersama, oleh sebab itu maka perlu ada masalah yang harus diatasi agar bisa mencapai apa yang telah dicantumkan dalam masterplan ekonomi syariah di tahun 2024 yang akan datang (Qoni'ah, 2022).

Jika diteliti secara umum maka tantangan yang dihadapi Indonesia hanya ada dua yaitu tantangan dari luar (*external*) dan tantangan dari dalam (*internal*). Adapun tantangan dari luar yang sedang dihadapi Indonesia saat ini antara lain: *Pertama*, terlalu banyak saingan dari negara-negara luar dalam mengembangkan industri halal baik negara mayoritas muslim maupun negara yang non muslim yang mana negara-negara tersebut saling berlomba-lomba mengembangkan industri halal mereka karena sebagaimana yang kita ketahui bahwa tren halal ini memiliki dampak yang besar bagi ekonomi bukan hanya dari sisi agama saja oleh sebab itu banyak negara yang notabene bukan muslim tetap ikut meramaikan persaingan industri halal ini dari hal ini pemerintah harus terus meningkatkan industri halal yang ada di Indonesia agar produk yang dihasilkan bisa bersaing dengan negara lain agar Indonesia tidak selalu mengimpor selalu produk halal dari luar negeri yang mengakibatkan lemahnya produk halal yang berasal dari dalam negeri (Samsul et al., 2022). *Kedua*, belum adanya kesepakatan internasional tentang kesamaan sertifikasi halal yang menyebabkan tidak adanya standarisasi halal yang bersifat internasional, sehingga masing-masing negara membuat standar halal sendiri baik negara yang non muslim maupun negara muslim serta tidak adanya kekompakan antara negara muslim untuk membuat standar halal

bahkan kerjasama antara 3 negara yaitu Indonesia, Malaysia dan Thailand dalam mengembangkan industri halal sampai saat ini belum menemukan titik terang (Amalia, 2015). Hal ini harus diperhatikan oleh Indonesia agar terus meningkatkan standar sertifikasi halal agar bisa diakui dan diterima dalam kancah internasional agar tidak kalah saing oleh negara yang non-muslim yang mempunyai teknologi yang lebih canggih untuk melakukan penelusuran halal yang bisa membuat negara muslim kalah bersaing dalam melakukan sertifikasi halal, jika hal ini terjadi maka tetap saja negara berkembang akan menjadi pasar atau konsumen bagi negara maju dalam produksi produk halal.

Adapun tantangan dari dalam negeri yang sedang dihadapi Indonesia saat ini antara lain: *Pertama*, kurangnya pengetahuan, kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap produk halal, meskipun mayoritas penduduk di Indonesia muslim namun pemahaman fiqih tentang halal dan haram masih sangat minim bahkan bisa dikatakan hanya lembaga pesantren saja yang mempunyai pemahaman yang lebih mendalam tentang halal dan haram tersebut sehingga perlu ada sosialisasi dan edukasi yang terus diberikan kepada masyarakat tentang halal dan haram agar mereka paham tentang kehalalan sehingga masyarakat tergerak untuk memilah dan memilih dalam mengkonsumsi produk yang sudah bersertifikat halal untuk saat ini dengan kecanggihan teknologi tentunya sudah sangat mudah untuk melakukan sosialisasi kepada masyarakat melalui berbagai macam media sosial dan media masa (Samsul et al., 2022).

Kedua, terjadi keterlambatan dalam penerapan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. Sebagaimana yang telah diketahui bahwa UU PJH telah disahkan dan ditetapkan oleh presiden pada tahun 2014 namun kewajiban untuk melakukan sertifikasi halal baru mulai diterapkan pada oktober 2019, jika dilihat ada tenggang waktu selama lima tahun dalam melakukan perkembangan terhadap UU PJH ini, bahkan setelah diterapkannya UU PJH pada tahun 2019 masih butuh waktu lagi bagi UU PJH dalam melakukan sertifikasi halal yang mana sertifikasi tersebut dilakukan dengan cara bertahap dimulai dari hal yang dianggap paling penting yaitu

makanan dan minuman dan diteruskan kepada sektor lain hal ini tentu memakan waktu yang cukup mengingat target yang harus dicapai pemerintah dalam masterplan ekonomi syariah yaitu tahun 2024 tentu harus dilakukan percepatan dalam melakukan sertifikasi halal agar tidak semua produk bisa tersertifikasi halal dan bisa bersaing dengan produk halal internasional lainnya (Kusnadi, 2019).

Ketiga, tidak ada minat yang kuat bagi masyarakat untuk melakukan persaingan secara global. Hal ini merupakan kelemahan tersendiri bagi masyarakat Indonesia yang mana kebanyakan masyarakat masih bersifat konsumtif dibandingkan untuk melakukan produksi hal ini juga yang membuat pangsa pasar di Indonesia selalu dibanjiri dengan produk impor baik dari produk yang kecil sampai produk yang besar bahkan produk impor ini dapat kita temukan dimana saja baik pasar modern maupun pasar tradisional apalagi pasar online yang saat ini lebih diminati masyarakat karena kemudahannya sehingga sangat mudah untuk memesan barang dari luar negeri yang membuat produk dalam negeri semakin tenggelam, bahkan untuk saat ini Indonesia merupakan salah satu negara yang mengalami kenaikan yang cukup cepat dalam pasar online berada di bawah Vietnam (Samsul et al., 2022).

Selain tantangan yang telah disebutkan di atas tentu masih banyak tantangan lainnya yang perlu untuk diperhatikan dan diselesaikan. Indonesia yang notabene merupakan negara muslim terbesar dunia seharusnya bisa menjadi contoh bagi negara muslim lainnya dalam mengembangkan industri halal dan sertifikasi halal, namun tantangan tersebut menjadi kendala sehingga saat ini Indonesia belum mampu untuk melakukan hal tersebut.

KESIMPULAN

Mengonsumsi sesuatu yang halal bagi umat muslim merupakan suatu kewajiban untuk itu semua kegiatan yang bersangkutan dengan ekonomi harus sesuai dengan syariah untuk saat ini industri halal menjadi suatu keuntungan tersendiri dalam dunia ekonomi terutama ekonom syariah dimana negara negara baik yang muslim maupun non muslim saling bersaing untuk menjadi pusat industri halal secara global, tentunya hal ini menjadi sebuah keuntungan bagi indonesia sebagai negara mayoritas islam untuk menjadi pemeran utama ekonomi

syariah khususnya industri halal peluang indonesia yang dimungkinkan sangat besar untuk menjadi pusat ekonomi syariah berada pada beberapa sektor diantaranya sektor keuangan syariah, sektor makanan dan minuman halal, sektor wisata halal dan fesyen muslim berbagai macam cara dan strategi telah dilakukan dan dikembangkan oleh pemerintah bersama dengan masyarakat dan pelaku usaha diantaranya adalah strategi Pembangunan Pusat Global Halal, strategi riset dan regulasi, strategi industrialisasi, strategi preferensi halal dan strategi pengembangan usaha mikro kecil menengah, namun selain peluang Indonesia juga masih memiliki banyak tantangan sebagaimana telah diuraikan yang harus dihadapi untuk menjadi pusat ekonomi syariah baik tantangan dari luar maupun dari dalam tantangan ini perlu kita hadapai bersama sama untuk mencapai apa yang menjadi tujuan masterplan ekonomi syariah di tahun 2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, I. E. (2022). *Ini Lima Strategi Kuatkan Ekosistem Global Halal Hub Indonesia*. REPUBLIKA.CO.ID, JAKARTA.
<https://ekonomi.republika.co.id/berita/rjbp8j349/ini-lima-strategi-kuatkan-ekosistem-global-halal-hub-indonesia>, diakses 3 April 2023.
- Aldi, Andika, Ira, & Zuma. (2020). *Gerakan Massal Pemerintah Mendorong Sertifikasi Halal*. Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah (KNEKS).
- Amalia, R. (2015). *Strategi Negara Anggota IMT-GT (Indonesia, Malaysia, Thailand Growth Triangle) Dalam Pengembangan Industri Halal*.
- Faizah, F. N. (2022). Eksistensi bisnis kuliner halal melalui digital marketing di era new normal. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4(1), 85–98.
- FJ. (2022). *Belanja Umat Muslim Global Diperkirakan Tumbuh 9,1 Persen di 2022*. EmitenNews. <https://www.emitennews.com/news/belanja-umat-muslim-global-diperkirakan-tumbuh-91-persen-di-2022>
- Handriansyah, A. (2023). Analisis Fikih Muamalah dan Undang-Undang Jaminan Produk Halal Terhadap Makanan Impor Belum Berlabel Halal. *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law*, 3(2).
- Hidayat, A. A. N. (2022). *E-Commerce Indonesia Tumbuh Tercepat Kedua Setelah Vietnam*. TEMPO.CO, Jakarta.
- Istiqlal, F. (2023). *Membangun Global Halal Hub Indonesia: Strategi dan Peluang*

untuk Mencapai Kompetitif di Pasar Global. *Halal Research Journal*, 3(2), 72–85.

Izzati, K. (2021). *Peran Keuangan Syariah untuk Menjadikan Indonesia Pemimpin Industri Halal Dunia*. KNEKS.

Jaswir, I. (2022). *Kerangka Sistem Halal Traceability Untuk Industri Pangan, Makanan Dan Minuman Halal*. Jakarta: Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah.

Kamila, E. F. (2021). Peran Industri Halal Dalam Mengdongkrak Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Di Era New Normal. *Likuid Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 1(1), 33–42.

KNEKS. (2021). *Strategi Nasional Pengembangan Industri Halal Indonesia*. Jakarta: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS).

Kusnadi, M. (2019). Problematika penerapan undang-undang jaminan produk halal di indonesia. *Islamika*, 1(2), 116–132.

Pandjaitan, D. R. H. (2018). *Perilaku Konsumen Indonesia Memilih Destinasi Wisata Halal*. Pusaka Media.

Pratiwi, F. (2022). *Indonesia Pertahankan Posisi Keempat dalam SGIE 2022*. Kemenperin.

Qoni'ah, R. (2022). Tantangan dan strategi peningkatan ekspor produk halal Indonesia di pasar global. *Halal Research Journal*, 2(1).

Rachmiate, A., Fitria, R., Suryadi, K., & Ceha, R. (2020). Strategi komunikasi pariwisata halal studi kasus implementasi halal hotel di Indonesia dan Thailand. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 4(1), 56–74.

Rahayuningsih, E., & Ghozali, M. L. (2021). Halal Product Certification in Masalah Mursalah Perspective. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 135–145.

Salam, D. Q. A. (2022). Implementasi Jaminan Produk Halal Melalui Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan dan Minuman UMKM di Kabupaten Sampang. *Qawwam: The Leader's Writing*, 3(1), 10–20.

Samsul, S., Muslimin, S., & Jafar, W. (2022). Peluang dan Tantangan Industri Halal Indonesia Menuju Pusat Industri Halal Dunia. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 4(1), 12–24.

Sayekti, N. W., Mauleny, A. T., & Lisnawati, I. (2022). *Kawasan Industri Halal: Upaya Menuju Indonesia Pusat Produsen Halal Dunia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Standard, D. (2022). *State Of The Global Islamic Economy Report 2022*. Dubai: DinarStandard with the support of Dubai Economy and Tourism (DET).

Syafitri, M. N., Salsabila, R., & Latifah, F. N. (2022). Urgensi Sertifikasi Halal Food Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(1), 16–42.

Yulita, B. P., Erdianto, E., & Diana, L. (2016). Penegakan Hukum Pidana dalam Perlindungan Konsumen Muslim dari Produk Makanan yang Tidak Halal di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Riau*, 3(2), 1–15.

Zuraya, N. (2022). *Indonesia Raih Peringkat Dua Global Muslim Travel Index 2022*. REPUBLIKA.CO.ID.