

Perkembangan Industri Halal di Dunia Dalam Menghadapi Dinamika Ekonomi Global: Peluang, Tantangan, dan Strategi Pengembangan Bagi Indonesia

Rachmania

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

E-mail: rachmania_uin@radenfatah.ac.id

Irham Falahudin

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

E-mail: irham_falahudin@radenfatah.ac.id

Abstrak

Pertumbuhan populasi Muslim global, meningkatnya kesadaran terhadap produk halal, digitalisasi ekonomi, serta berkembangnya sistem keuangan syariah menjadikan industri halal sebagai salah satu motor penggerak ekonomi global. Namun adanya tantangan berupa inflasi global, konflik geopolitik, disrupsi rantai pasok, perubahan iklim, proteksionisme perdagangan, serta percepatan transformasi digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis perkembangan industri halal dunia terkini serta mengkaji pengaruh isu ekonomi global terhadap keberlanjutan industri halal. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Systematic Literature Review (SLR) melalui analisis berbagai jurnal internasional, laporan lembaga internasional, dan dokumen kebijakan yang dipublikasikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri halal tidak lagi terbatas pada sektor pangan, melainkan telah berkembang ke sektor keuangan syariah, farmasi, kosmetik, fesyen muslim, pariwisata halal, media digital, hingga teknologi blockchain dalam sistem sertifikasi halal. Di sisi lain, tekanan ekonomi global mendorong perubahan strategi bisnis menuju digitalisasi, diversifikasi rantai pasok, peningkatan keberlanjutan (sustainability), dan penguatan kolaborasi internasional. Indonesia memiliki peluang besar menjadi pusat industri halal dunia melalui optimalisasi sertifikasi halal, penguatan UMKM halal, pengembangan kawasan industri halal, serta integrasi ekonomi digital syariah. Penelitian ini memberikan rekomendasi kebijakan bagi pemerintah dan pelaku industri dalam memperkuat daya saing industri halal di tengah dinamika ekonomi global.

Kata Kunci: Industri Halal, Ekonomi Islam, Keuangan Syariah, Ekonomi Global, Digitalisasi

PENDAHULUAN

Pada awalnya, konsep halal lebih banyak dikaitkan dengan makanan dan minuman sesuai syariat Islam. Namun, perkembangan ekonomi modern telah memperluas ruang lingkup halal hingga mencakup farmasi, kosmetik, logistik, keuangan syariah, fesyen muslim, pariwisata ramah Muslim, media digital, serta berbagai layanan berbasis syariah. Pertumbuhan tersebut didorong oleh meningkatnya populasi Muslim dunia yang diperkirakan melebihi dua miliar jiwa, meningkatnya daya beli masyarakat Muslim, serta berkembangnya preferensi konsumen terhadap produk yang aman, berkualitas, higienis, berkelanjutan, dan memiliki jaminan kehalalan. Dalam konteks ini, halal tidak lagi dipandang sebagai simbol keagamaan semata, tetapi telah berkembang menjadi standar kualitas global yang juga diminati konsumen non-Muslim. Laporan *State of the Global Islamic Economy* menunjukkan bahwa pengeluaran konsumen Muslim pada sektor-sektor ekonomi halal mencapai sekitar US\$2,43 triliun pada tahun 2023 dan diproyeksikan meningkat menjadi sekitar US\$3,36 triliun pada tahun 2028. Sektor makanan halal tetap menjadi kontributor terbesar, diikuti oleh

keuangan syariah, fesyen muslim, farmasi halal, kosmetik halal, pariwisata ramah Muslim, dan media serta rekreasi. ([DinarStandard](#)). Selain pertumbuhan permintaan, perkembangan industri halal juga didukung oleh inovasi teknologi. Digitalisasi sertifikasi halal, penggunaan blockchain untuk ketertelusuran (*traceability*), kecerdasan buatan (AI) dalam audit rantai pasok, serta berkembangnya *Islamic fintech* telah meningkatkan efisiensi dan transparansi ekosistem halal global. Transformasi digital tersebut membuka peluang baru bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk mengakses pasar internasional.

Meskipun demikian, perkembangan industri halal berlangsung di tengah ketidakpastian ekonomi global. Pandemi COVID-19 meninggalkan dampak berkepanjangan terhadap perdagangan internasional dan rantai pasok. Konflik Rusia-Ukraina meningkatkan harga energi dan pangan, sedangkan ketegangan geopolitik di Timur Tengah menambah volatilitas pasar komoditas. Di sisi lain, inflasi global mendorong bank sentral di berbagai negara menaikkan suku bunga sehingga memperlambat investasi dan konsumsi. IMF memperkirakan pertumbuhan ekonomi global tetap berada di bawah rata-rata historis serta mengingatkan bahwa meningkatnya proteksionisme perdagangan berpotensi mengganggu rantai pasok dan investasi internasional. ([Reuters](#))

Dalam kondisi tersebut, industri halal menunjukkan ketahanan (*resilience*) yang relatif tinggi. Karakteristiknya yang berbasis kebutuhan konsumsi dasar, didukung oleh permintaan domestik yang kuat di negara-negara mayoritas Muslim, serta berkembangnya keuangan syariah sebagai sumber pembiayaan alternatif menjadi faktor utama yang menjaga pertumbuhan sektor ini.

Persaingan antarnegara dalam membangun ekosistem halal juga semakin intensif. Malaysia masih menjadi pemimpin dalam pengembangan ekosistem halal global melalui integrasi kebijakan, sertifikasi, inovasi, dan promosi internasional. Arab Saudi, Uni Emirat Arab, Turki, dan Indonesia juga terus memperkuat posisi mereka melalui investasi pada kawasan industri halal, digitalisasi sertifikasi, dan pengembangan ekspor produk halal. Indonesia secara konsisten berada di kelompok negara teratas dalam indikator ekonomi Islam global dan memiliki peluang besar untuk menjadi pusat industri halal dunia apabila mampu mengoptimalkan potensi pasar domestik, meningkatkan kualitas SDM, mempercepat sertifikasi halal, serta memperkuat daya saing UMKM. ([iaei-website](#))

Dalam perspektif ekonomi modern, industri halal tidak hanya dipandang sebagai pemenuhan kewajiban agama, tetapi juga sebagai instrumen peningkatan daya saing nasional. Negara yang berhasil membangun ekosistem halal secara terintegrasi cenderung memiliki peluang lebih besar dalam meningkatkan ekspor, menarik investasi asing, memperkuat industri domestik, serta meningkatkan nilai tambah produk.

Ekonomi Islam merupakan sistem ekonomi yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah. Tujuan utama ekonomi Islam bukan hanya mencapai pertumbuhan ekonomi, tetapi juga mewujudkan kemaslahatan (*maslahah*), keadilan sosial (*justice*), keseimbangan (*equilibrium*), dan kesejahteraan masyarakat (*falah*). Chapra (2000) menjelaskan bahwa pembangunan ekonomi dalam perspektif Islam harus mampu menciptakan keseimbangan antara efisiensi ekonomi dan keadilan distribusi. Aktivitas ekonomi tidak hanya mengejar keuntungan finansial, tetapi juga harus memperhatikan aspek moral, etika, dan keberlanjutan. Industri halal memiliki keunggulan kompetitif karena tidak hanya memenuhi aspek kualitas produk, tetapi juga memenuhi standar etika bisnis internasional.

Teori *Competitive Advantage* yang dikembangkan oleh Porter (1990) menjelaskan bahwa daya saing suatu negara ditentukan oleh kemampuan menciptakan nilai tambah yang lebih tinggi dibandingkan negara lain. Porter memperkenalkan konsep Diamond Model yang terdiri atas: Kondisi faktor produksi (*factor conditions*); Kondisi permintaan (*demand conditions*); Industri pendukung; Strategi perusahaan dan tingkat persaingan.

Dalam industri halal, teori ini menjelaskan mengapa beberapa negara mampu menjadi pemimpin global. Malaysia, misalnya, berhasil membangun keunggulan kompetitif melalui: sistem sertifikasi halal yang diakui dunia; dukungan pemerintah; pusat riset halal; kawasan

industri halal; promosi ekspor. Indonesia sebenarnya memiliki keunggulan berupa jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, sumber daya alam melimpah, serta pasar domestik yang besar. Namun, keunggulan tersebut belum sepenuhnya berubah menjadi keunggulan kompetitif akibat tantangan produktivitas, inovasi, standardisasi, dan integrasi rantai pasok.

Konsep Global Value Chain (GVC) menjelaskan bahwa proses produksi suatu barang tidak lagi dilakukan di satu negara, melainkan tersebar pada berbagai negara sesuai keunggulan masing-masing. Pada industri halal, rantai nilai global meliputi: pengadaan bahan baku; proses produksi; sertifikasi halal; logistik halal; distribusi internasional; pemasaran digital; layanan purna jual. Gangguan rantai pasok global selama pandemi COVID-19, perang Rusia–Ukraina, dan konflik geopolitik menunjukkan pentingnya diversifikasi pemasok dan peningkatan kapasitas produksi domestik. Negara yang memiliki sistem logistik halal yang efisien cenderung lebih mampu menjaga keberlanjutan ekspor produknya.

Konsep Sustainable Development menjadi isu penting dalam industri halal modern. Prinsip keberlanjutan menekankan bahwa pertumbuhan ekonomi harus memperhatikan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dalam beberapa tahun terakhir, konsep Environmental, Social, and Governance (ESG) semakin terintegrasi dengan industri halal. Kesamaan keduanya meliputi: tanggung jawab sosial; perlindungan lingkungan; tata kelola perusahaan yang baik; transparansi bisnis; etika investasi. Oleh karena itu, banyak perusahaan halal mulai menerapkan konsep Green Halal Industry, yaitu proses produksi yang tidak hanya memenuhi standar halal tetapi juga ramah lingkungan.

Revolusi Industri 4.0 telah mengubah pola bisnis halal secara global. Transformasi digital meliputi: e-commerce halal; fintech syariah; blockchain halal; Artificial Intelligence; Internet of Things (IoT); big data. Blockchain memungkinkan seluruh proses produksi dapat ditelusuri secara transparan sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk. Beberapa isu utama yang memengaruhi industri halal saat ini meliputi Inflasi Global diantaranya Artificial Intelligence mulai dimanfaatkan untuk: audit halal; analisis risiko; prediksi permintaan pasar; pengawasan rantai pasok. Sementara itu, platform digital memperluas akses UMKM halal ke pasar internasional.

Dengan Kenaikan harga energi dan pangan menyebabkan biaya produksi meningkat sehingga harga produk halal ikut mengalami kenaikan. Kemudian Konflik Geopolitik Perang Rusia–Ukraina mengganggu distribusi gandum, pupuk, minyak, serta energi dunia. Konflik di Timur Tengah meningkatkan ketidakpastian perdagangan internasional terutama jalur Laut Merah serta Perubahan Iklim memengaruhi produksi pangan halal melalui penurunan hasil pertanian, meningkatnya kekeringan, serta gangguan rantai pasok. Isu lainnya Digital Economy Perdagangan elektronik menjadi saluran utama pemasaran produk halal. Perusahaan yang mampu melakukan transformasi digital cenderung memiliki daya saing lebih tinggi. Green Economy Negara-negara maju mulai mensyaratkan produk yang ramah lingkungan. Akibatnya perusahaan halal juga dituntut menerapkan prinsip ekonomi hijau.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa industri halal merupakan sektor ekonomi dengan pertumbuhan paling stabil. Thomson Reuters dan DinarStandard menemukan bahwa peningkatan populasi Muslim menjadi faktor utama pertumbuhan konsumsi produk halal. Wilson (2020) menjelaskan bahwa sertifikasi halal telah berkembang menjadi instrumen perdagangan internasional. Ab Talib (2022) menyatakan bahwa integrasi teknologi digital mampu meningkatkan efisiensi rantai pasok halal. Azam dan Abdullah (2023) menemukan bahwa digitalisasi mempercepat ekspor produk halal terutama bagi UMKM. World Bank (2024) menjelaskan bahwa transformasi digital menjadi salah satu faktor utama peningkatan daya saing negara berkembang dalam perdagangan global. Sementara itu, penelitian OECD (2024) menunjukkan bahwa ketahanan rantai pasok menjadi faktor penting dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi global.

Penelitian ini berangkat dari asumsi bahwa perkembangan industri halal dipengaruhi oleh interaksi antara faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi sertifikasi halal, kualitas SDM, inovasi, teknologi, kebijakan pemerintah. Adapun Faktor eksternal meliputi

inflasi global, konflik geopolitik, perdagangan internasional, perubahan iklim, perkembangan teknologi digital. Interaksi kedua faktor tersebut menentukan daya saing industri halal suatu negara. Dalam konteks Indonesia, penguatan regulasi, digitalisasi sertifikasi halal, peningkatan kualitas UMKM, serta integrasi dengan ekonomi digital dipandang sebagai strategi utama untuk meningkatkan posisi Indonesia dalam ekosistem halal global.

METODOLOGI

. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *Systematic Literature Review* (SLR). Metode ini dipilih karena penelitian bertujuan menganalisis perkembangan industri halal global, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pertumbuhannya, serta mengevaluasi dampak isu ekonomi dunia terhadap keberlanjutan ekosistem halal. Pendekatan kajian literatur memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif berdasarkan berbagai sumber akademik dan institusional. Data penelitian berasal dari artikel jurnal internasional bereputasi, jurnal nasional terakreditasi, laporan lembaga internasional, laporan industri, dan dokumen kebijakan pemerintah yang diterbitkan pada periode 2020–2026. Sumber utama yang digunakan meliputi *State of the Global Islamic Economy Report* (SGIE) yang diterbitkan DinarStandard, laporan ekonomi global dari International Monetary Fund (IMF), laporan perdagangan dan investasi dari United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), laporan pembangunan ekonomi dari World Bank, laporan kebijakan ekonomi dari Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), serta publikasi akademik mengenai *halal supply chain*, keuangan syariah, sertifikasi halal, ekonomi halal digital, dan pembangunan berkelanjutan.

Adapun pengumpulan data dilakukan melalui metode dokumentasi dengan cara mengidentifikasi, menyeleksi, mengklasifikasikan, dan menganalisis literatur yang memiliki keterkaitan langsung dengan perkembangan industri halal dan dinamika ekonomi global. Literatur dipilih berdasarkan relevansi topik, kredibilitas sumber, tahun publikasi, serta kontribusinya terhadap pembahasan penelitian. Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan pendekatan analisis tematik (*thematic analysis*) dengan mengelompokkan berbagai temuan ke dalam beberapa tema utama, yaitu pertumbuhan industri halal global, perkembangan sektor-sektor utama industri halal, pengaruh kondisi ekonomi global, inovasi teknologi dalam ekosistem halal, serta strategi peningkatan daya saing negara. Hasil analisis tersebut kemudian disintesis untuk menjelaskan hubungan antara dinamika ekonomi dunia dan perkembangan industri halal, sekaligus merumuskan gambaran mengenai tantangan, peluang, dan strategi keberlanjutan industri halal pada tingkat global.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perkembangan Industri Halal Global

Industri halal global telah mengalami transformasi dari aktivitas ekonomi yang berorientasi pada pemenuhan kebutuhan keagamaan menjadi ekosistem ekonomi yang bernilai komersial dan strategis. Konsep halal tidak lagi terbatas pada makanan dan minuman, tetapi mencakup bahan baku, proses produksi,

penyimpanan, distribusi, pemasaran, pembiayaan, dan pola konsumsi. Dengan demikian, halal berkembang menjadi sistem nilai yang mengintegrasikan kepatuhan syariah, jaminan mutu, keamanan, transparansi, dan integritas rantai pasok (Tieman, van der Vorst, dan Ghazali, 2012).

Dalam pasar global, halal juga berfungsi sebagai identitas, standar kualitas, dan instrumen diferensiasi produk. Pengembangan halal sebagai merek berkaitan erat dengan nilai Islam, kepercayaan konsumen, dan praktik bisnis yang bertanggung jawab (Wilson dan Liu, 2010). Perkembangannya kemudian meluas dari sektor pangan menuju keuangan syariah, fesyen santun, kosmetik, farmasi, pariwisata ramah Muslim, serta media dan rekreasi Islami.

Diversifikasi tersebut didorong oleh pertumbuhan populasi Muslim, peningkatan pendapatan kelas menengah, kesadaran terhadap gaya hidup halal, perkembangan teknologi digital, dan perluasan sistem sertifikasi. Berdasarkan State of the Global Islamic Economy Report 2025/2026, belanja konsumen Muslim pada enam sektor ekonomi riil mencapai sekitar US\$2,60 triliun pada 2024 dan diproyeksikan menjadi US\$3,56 triliun pada 2029. Sementara itu, aset keuangan syariah global mencapai sekitar US\$5,99 triliun. Data tersebut menunjukkan bahwa industri halal telah menjadi komponen penting dalam struktur ekonomi global (DinarStandard, 2026)..

Tabel 1. Perkembangan Sektor Utama Industri Halal Global

Sektor	Kondisi dan Perkembangan Global
Makanan dan minuman halal	Menjadi sektor terbesar dalam ekonomi halal. Belanja konsumen Muslim mencapai sekitar US\$1,5 triliun pada 2024 dan diproyeksikan meningkat menjadi US\$2,1 triliun pada 2029. Pertumbuhannya didukung oleh penguatan sertifikasi, lokalisasi produksi, inovasi produk, serta meningkatnya tuntutan terhadap ketertelusuran bahan dan proses produksi.
Keuangan syariah	Berfungsi sebagai sektor pendukung pembiayaan ekosistem halal. Aset keuangan syariah global mencapai sekitar US\$6,0 triliun pada 2024/2025 dan diproyeksikan menjadi sekitar US\$9,7 triliun pada 2029. Perkembangannya mencakup perbankan syariah, sukuk, takaful, dana investasi syariah, dan teknologi finansial syariah.
Fesyen santun	Belanja konsumen Muslim untuk pakaian dan alas kaki mencapai US\$347 miliar pada 2024 serta diproyeksikan menjadi US\$444 miliar pada 2029. Sektor ini berkembang melalui integrasi <i>modest fashion</i> dengan industri fesyen arus utama, perdagangan elektronik, media sosial, dan ekonomi kreatif.
Kosmetik halal	Belanja konsumen Muslim mencapai US\$92 miliar pada 2024 dan diproyeksikan menjadi US\$124 miliar pada 2029. Pertumbuhannya dipengaruhi oleh kesadaran terhadap kehalalan bahan, keamanan produk, etika perusahaan, produk berbahan alami, dan perkembangan perdagangan digital.

Farmasi halal	Belanja konsumen Muslim untuk produk farmasi mencapai US\$112 miliar pada 2024 dan diproyeksikan meningkat menjadi US\$146 miliar pada 2029. Pengembangannya diarahkan pada penguatan kapasitas produksi obat, vaksin, bahan aktif farmasi, obat tradisional, serta sistem sertifikasi halal.
Pariwisata ramah Muslim	Pengeluaran wisatawan Muslim mencapai US\$249 miliar pada 2024 dan diproyeksikan menjadi sekitar US\$424 miliar pada 2029. Pertumbuhannya didukung oleh penyediaan makanan halal, fasilitas ibadah, akomodasi ramah Muslim, konektivitas transportasi, dan layanan wisata berbasis digital.
Media dan rekreasi	Belanja konsumen Muslim mencapai US\$276 miliar pada 2024 dan diproyeksikan menjadi US\$364 miliar pada 2029. Perkembangannya ditandai oleh pertumbuhan platform digital, film, animasi, permainan, aplikasi, konten pendidikan, dan hiburan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Sumber: DinarStandard, State of the Global Islamic Economy Report 2025/2026, diolah oleh peneliti.

Perkembangan industri halal global menunjukkan terbentuknya ekosistem yang semakin terintegrasi. Makanan dan minuman halal tetap menjadi fondasi utama, sedangkan keuangan syariah berperan sebagai infrastruktur pembiayaan bagi pengembangan sektor riil. Pada saat yang sama, pertumbuhan fesyen santun, kosmetik, farmasi, pariwisata ramah Muslim, serta media dan rekreasi menunjukkan perluasan kebutuhan konsumen Muslim dari kebutuhan dasar menuju gaya hidup halal yang lebih komprehensif. Keterkaitan antarsektor tersebut menciptakan efek pengganda, karena perkembangan pariwisata ramah Muslim, misalnya, turut meningkatkan permintaan terhadap makanan halal, akomodasi, transportasi, fesyen, layanan digital, dan pembiayaan syariah.

Produk halal juga semakin diterima oleh konsumen non-Muslim karena diasosiasikan dengan kebersihan, keamanan, mutu, dan jaminan proses produksi (Ambali dan Bakar, 2014; Mathew, Abdullah, dan Ismail, 2014). Meskipun demikian, halal tidak dapat direduksi hanya sebagai standar higienitas karena substansinya tetap bersumber pada kepatuhan terhadap syariah.

Dalam perspektif global, daya saing industri halal ditentukan oleh kemampuan negara menguasai bahan baku, teknologi, sertifikasi, logistik, pembiayaan, platform digital, dan akses pasar. Tantangan yang masih dihadapi meliputi perbedaan standar antarnegara, keterbatasan pengakuan sertifikat, ketergantungan bahan baku impor, kesenjangan teknologi, dan lemahnya integrasi sektor keuangan dengan industri halal. Oleh karena itu, harmonisasi standar, ketertelusuran rantai pasok, inovasi digital, investasi, dan kolaborasi internasional menjadi kunci keberlanjutan industri halal global (DinarStandard, 2026).

2. Pertumbuhan Pasar Halal Global

Perkembangan industri halal global menunjukkan terbentuknya ekosistem ekonomi yang semakin luas, kompleks, dan saling terintegrasi. Makanan dan minuman halal tetap menjadi fondasi utama karena berkaitan langsung dengan kebutuhan dasar masyarakat Muslim. Namun, perkembangan sektor tersebut kini

didukung oleh berbagai industri penunjang, seperti pertanian, peternakan, pengolahan pangan, pengemasan, pergudangan, transportasi, dan logistik halal. Sementara itu, keuangan syariah berperan sebagai infrastruktur pembiayaan yang mendukung kegiatan produksi, investasi, distribusi, dan ekspansi usaha pada sektor-sektor ekonomi halal. Perbankan syariah, sukuk, takaful, dan teknologi finansial syariah dapat menjadi sumber pembiayaan bagi perusahaan besar maupun usaha mikro, kecil, dan menengah yang bergerak dalam rantai nilai halal.

Pada saat yang sama, pertumbuhan fesyen santun, kosmetik halal, farmasi halal, pariwisata ramah Muslim, serta media dan rekreasi Islami menunjukkan bahwa kebutuhan konsumen Muslim telah berkembang dari pemenuhan kebutuhan dasar menuju penerapan gaya hidup halal yang lebih komprehensif. Hubungan antarsektor tersebut membentuk efek pengganda karena perkembangan suatu sektor dapat meningkatkan permintaan terhadap sektor lainnya. Pertumbuhan pariwisata ramah Muslim, misalnya, tidak hanya meningkatkan permintaan terhadap akomodasi dan transportasi, tetapi juga mendorong konsumsi makanan halal, fesyen, kosmetik, layanan kesehatan, media digital, serta layanan pembayaran dan pembiayaan syariah. Dengan demikian, industri halal tidak lagi dapat dipandang sebagai kumpulan sektor yang berdiri sendiri, melainkan sebagai suatu ekosistem ekonomi yang saling mendukung.

Penerimaan terhadap produk halal juga tidak terbatas pada konsumen Muslim. Sebagian konsumen non-Muslim memandang produk halal sebagai produk yang memiliki tingkat kebersihan, keamanan, mutu, dan pengawasan proses produksi yang lebih baik. Ambali dan Bakar (2014) menjelaskan bahwa produk halal dapat diasosiasikan dengan sistem jaminan kualitas dan keamanan karena proses produksinya harus memenuhi persyaratan tertentu. Mathew, Abdullah, dan Ismail (2014) juga menemukan bahwa penerimaan konsumen non-Muslim terhadap makanan halal dipengaruhi oleh persepsi mengenai kebersihan, keamanan, kualitas, dan karakteristik produk. Meskipun demikian, konsep halal tidak dapat direduksi hanya menjadi standar higienitas atau keamanan pangan. Substansi utama halal tetap bersumber pada kepatuhan terhadap ketentuan syariah, sedangkan aspek kebersihan, keamanan, dan kualitas merupakan bagian dari prinsip *tayyib*.

Dalam perspektif ekonomi global, perkembangan industri halal memperlihatkan pergeseran dari pertumbuhan yang hanya berbasis pada peningkatan permintaan menuju pembangunan kedaulatan ekonomi halal. Kedaulatan tersebut berkaitan dengan kemampuan suatu negara dalam menguasai bahan baku, teknologi produksi, sistem sertifikasi, standardisasi, logistik, pembiayaan, platform digital, dan akses pasar internasional. Negara dengan jumlah konsumen Muslim yang besar belum tentu menjadi pemain utama apabila masih bergantung pada bahan baku, teknologi, dan produk impor. Oleh karena itu, daya saing industri halal ditentukan oleh kemampuan pemerintah dan pelaku usaha membangun rantai nilai yang terintegrasi, efisien, inovatif, dan terpercaya (DinarStandard, 2026).

Meskipun memiliki prospek pertumbuhan yang besar, industri halal global masih menghadapi berbagai tantangan, antara lain perbedaan standar dan prosedur sertifikasi antarnegara, keterbatasan pengakuan sertifikat secara lintas batas,

ketergantungan pada bahan baku impor, kesenjangan teknologi, serta lemahnya integrasi antara keuangan syariah dan sektor industri halal. Karena itu, harmonisasi standar, penguatan ketertelusuran rantai pasok, inovasi digital, peningkatan investasi, serta kolaborasi antarnegara menjadi langkah penting untuk menjamin pertumbuhan industri halal yang berkelanjutan dan tetap konsisten dengan prinsip-prinsip syariah.

3. Perkembangan Sektor Utama Industri Halal

Perkembangan industri halal global ditandai oleh semakin luasnya keterkaitan antarsektor dalam membentuk ekosistem ekonomi yang terintegrasi. Makanan dan minuman halal tetap menjadi sektor utama karena berkaitan langsung dengan kebutuhan dasar konsumen Muslim. Namun, pertumbuhannya kini didukung oleh kemajuan teknologi produksi, penguatan sertifikasi, ketertelusuran bahan baku, dan pengembangan logistik halal. Pada saat yang sama, keuangan syariah berperan sebagai infrastruktur pembiayaan melalui perbankan syariah, sukuk, takaful, dana investasi, dan teknologi finansial syariah.

Sektor fesyen santun berkembang melalui perdagangan elektronik, media sosial, dan kolaborasi dengan industri fesyen global. Kosmetik dan farmasi halal juga mengalami peningkatan seiring meningkatnya perhatian konsumen terhadap keamanan bahan, proses produksi, serta kepatuhan syariah. Sementara itu, pariwisata ramah Muslim tumbuh melalui penyediaan makanan halal, fasilitas ibadah, akomodasi ramah keluarga, dan layanan perjalanan berbasis digital. Media dan rekreasi Islami turut berkembang melalui film, animasi, permainan digital, dan konten pendidikan. Dengan demikian, daya saing industri halal tidak lagi hanya ditentukan oleh sertifikasi produk, tetapi juga oleh inovasi, teknologi, pembiayaan, kualitas sumber daya manusia, dan integrasi rantai nilai halal dari hulu hingga hilir (DinarStandard, 2026).

4. Posisi Negara-Negara Utama dalam Industri Halal Global

Posisi negara dalam industri halal global ditentukan oleh kualitas regulasi, kapasitas produksi, sistem sertifikasi, pembiayaan syariah, inovasi, dan kemampuan membangun rantai pasok yang terintegrasi. Berdasarkan Global Islamic Economy Indicator 2024/2025, Malaysia menempati posisi teratas karena memiliki ekosistem sertifikasi halal, keuangan syariah, regulasi, dan perdagangan internasional yang relatif mapan. Malaysia diikuti oleh Arab Saudi, Indonesia, Uni Emirat Arab, dan Bahrain sebagai negara dengan ekosistem ekonomi Islam terkuat (DinarStandard, 2025).

Arab Saudi memiliki keunggulan dalam keuangan syariah serta pasar makanan, akomodasi, dan layanan perjalanan yang didukung oleh kegiatan haji dan umrah. Uni Emirat Arab memperkuat posisinya melalui pusat perdagangan, investasi, logistik, pariwisata, dan pengembangan standar halal internasional. Indonesia memiliki keunggulan berupa jumlah konsumen Muslim yang besar, keragaman produk, kekuatan UMKM, dan potensi bahan baku. Dalam laporan 2024/2025, Indonesia berada pada peringkat ketiga secara global, termasuk menempati posisi pertama pada sektor modest fashion serta posisi kedua pada pariwisata ramah Muslim dan farmasi-kosmetik halal. Meskipun demikian, Indonesia masih perlu meningkatkan kapasitas ekspor dan mengurangi

ketergantungan terhadap bahan baku impor agar tidak hanya menjadi pasar, tetapi juga produsen utama halal dunia.

5. Dampak Isu Ekonomi Global terhadap Perkembangan Industri Halal

Perkembangan industri halal tidak terlepas dari dinamika ekonomi global, seperti perlambatan pertumbuhan, inflasi, konflik geopolitik, proteksionisme, fluktuasi nilai tukar, dan gangguan rantai pasok. Ketegangan geopolitik dapat meningkatkan harga energi, transportasi, pupuk, dan bahan pangan sehingga memperbesar biaya produksi dan distribusi produk halal. Kondisi tersebut paling dirasakan oleh negara yang masih bergantung pada impor bahan baku makanan, obat-obatan, kosmetik, kemasan, dan teknologi produksi. IMF menilai bahwa meningkatnya hambatan perdagangan, ketidakpastian kebijakan, dan konflik di Timur Tengah berpotensi menekan pertumbuhan global sekaligus meningkatkan kembali tekanan inflasi (IMF, 2026).

Peningkatan tarif dan fragmentasi perdagangan juga dapat memperlambat arus barang halal antarnegara. WTO menjelaskan bahwa perdagangan dunia menghadapi risiko akibat ketidakpastian kebijakan perdagangan dan penyesuaian rantai nilai global (WTO, 2026). Meskipun demikian, kondisi tersebut juga menciptakan peluang bagi negara-negara Muslim untuk memperkuat produksi domestik, mendiversifikasi sumber bahan baku, dan membangun kerja sama perdagangan halal regional. Selain itu, perubahan iklim dan kenaikan harga komoditas menuntut industri halal mengadopsi produksi rendah karbon, efisiensi energi, ekonomi sirkular, dan pengelolaan limbah. Dengan demikian, ketahanan industri halal bergantung pada kemampuan beradaptasi terhadap risiko global melalui diversifikasi, digitalisasi, inovasi, dan penguatan rantai pasok lokal.

6. Strategi Indonesia Menuju Pusat Industri Halal Dunia

Strategi Indonesia menuju pusat industri halal dunia perlu diarahkan pada perubahan posisi dari pasar konsumen menjadi basis produksi dan ekspor halal. Dalam RPJMN 2025–2029, pemerintah menargetkan Indonesia mencapai peringkat pertama dalam Global Islamic Economy Indicator pada 2029. Pencapaian tersebut memerlukan penguatan sektor prioritas, terutama makanan dan minuman halal, fesyen Muslim, kosmetik, farmasi, pariwisata ramah Muslim, keuangan syariah, dan dana sosial syariah (KNEKS, 2024).

Strategi pertama adalah memperkuat rantai nilai halal melalui ketersediaan bahan baku dalam negeri, kawasan industri halal, laboratorium, rumah potong halal, dan sistem logistik terintegrasi. Kedua, percepatan sertifikasi harus disertai pembinaan kepada UMKM agar sertifikat halal meningkatkan kualitas dan akses pasar, bukan sekadar memenuhi kewajiban administratif. Ketiga, Indonesia perlu memperluas pengakuan sertifikat halal secara internasional melalui kerja sama dan kesepakatan saling pengakuan dengan lembaga halal luar negeri. Keempat, industri halal perlu didukung pembiayaan syariah, riset, teknologi, pemasaran digital, serta pengembangan sumber daya manusia. Kelima, promosi ekspor harus difokuskan pada produk bernilai tambah dan merek halal nasional. Integrasi antara pemerintah, dunia usaha, lembaga keuangan, perguruan tinggi, dan masyarakat menjadi prasyarat agar Indonesia mampu membangun ekosistem halal yang produktif, inovatif, berkelanjutan, dan berdaya saing global.

7. Pembahasan Analitis

Berdasarkan kajian literatur, perkembangan industri halal global menunjukkan bahwa sektor ini telah berubah dari industri berbasis identitas agama menjadi industri ekonomi strategis. Terdapat tiga perubahan utama:

- a. Perubahan dari halal sebagai simbol menjadi halal sebagai standar kualitas. Konsumen modern tidak hanya mencari kepatuhan agama, tetapi juga keamanan, kesehatan, dan keberlanjutan.
- b. Perubahan dari industri lokal menjadi rantai nilai global. Produk halal kini menjadi bagian dari perdagangan internasional
- c. Perubahan dari industri tradisional menjadi industri berbasis teknologi. Digitalisasi, AI, dan blockchain menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Bagi Indonesia, tantangan terbesar bukan terletak pada jumlah pasar, melainkan kemampuan mengubah pasar domestik yang besar menjadi kekuatan produksi global

KESIMPULAN

Industri halal global telah berkembang menjadi salah satu sektor ekonomi paling potensial di dunia. Perkembangan industri ini tidak lagi terbatas pada makanan dan minuman, tetapi telah meluas ke berbagai sektor seperti keuangan syariah, fesyen muslim, kosmetik, farmasi, pariwisata, dan ekonomi digital. Pertumbuhan industri halal didukung oleh peningkatan populasi Muslim dunia, perubahan preferensi konsumen, perkembangan teknologi, serta meningkatnya kesadaran terhadap produk yang berkualitas dan berkelanjutan. Namun demikian, industri halal menghadapi berbagai tantangan akibat dinamika ekonomi global, seperti inflasi, konflik geopolitik, gangguan rantai pasok, perubahan iklim, dan persaingan teknologi. Dalam menghadapi kondisi tersebut, industri halal harus meningkatkan ketahanan melalui inovasi, digitalisasi, diversifikasi rantai pasok, dan integrasi dengan prinsip keberlanjutan.

Indonesia memiliki peluang besar menjadi pusat industri halal dunia karena memiliki pasar domestik terbesar, sumber daya alam yang melimpah, serta jumlah pelaku UMKM yang besar. Namun, keberhasilan tersebut membutuhkan strategi komprehensif melalui penguatan sertifikasi halal, peningkatan daya saing UMKM, pengembangan kawasan industri halal, dan percepatan transformasi digital. Dengan strategi yang tepat, industri halal dapat menjadi salah satu instrumen penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, memperkuat ekspor, serta mendukung pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa rekomendasi kebijakan yang dapat dilakukan adalah:

- 1) Pemerintah mempercepat pembangunan ekosistem halal nasional; memperkuat diplomasi perdagangan produk halal; meningkatkan investasi riset dan inovasi halal; memperluas kerja sama standar halal internasional.
- 2) Industri :meningkatkan kualitas produk; melakukan transformasi digital; menerapkan prinsip ESG; memperkuat branding produk halal Indonesia.
- 3) Lembaga Keuangan: meningkatkan pembiayaan bagi UMKM halal; mengembangkan fintech syariah; memperluas instrumen investasi halal.

- 4) Perguruan Tinggi: meningkatkan riset halal; mengembangkan pusat studi ekonomi Islam, menyediakan SDM profesional industri halal

DAFTAR PUSTAKA

- Ambali, A. R., & Bakar, A. N. (2014). People's awareness on halal foods and products: Potential issues for policy-makers. *Procedia—Social and Behavioral Sciences*, 121, 3–25. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1104>
- Ardana, Y., & Sugiarti, D. (2026). Indonesia's halal industry: Opportunities, challenges, and strategic directions. *International Journal of Halal Industry*, 2(1), 77–89. <https://doi.org/10.20885/IJHI.vol2.iss1.art5>
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2026). *BPJPH–Halal Madani Shenzhen teken recognition agreement, perkuat rantai pasok halal global*. <https://bpjph.halal.go.id/detail/bpjph-halal-madani-shenzhen-teken-recognition-agreement-perkuat-rantai-pasok-halal-global/>
- Bank Indonesia. (2026a). *Blueprint kebijakan ekonomi dan keuangan syariah 2030*. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/kajian/Pages/Blueprint-Kebijakan-Ekonomi-dan-Kuangan-Syariah-2030.aspx>
- Bank Indonesia. (2026b). *Kajian ekonomi dan keuangan syariah 2025: Sinergi ekonomi dan keuangan syariah memperkuat stabilitas dan transformasi nasional*. https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Pages/KEKSI_2025.aspx
- Belkhatir, M., Bala, S., & Belkhatir, N. (2020). *Business process re-engineering in supply chains: Examining the case of the expanding halal industry*. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2004.09796>
- DinarStandard. (2026). *State of the global Islamic economy report 2025/26*. <https://www.dinarstandard.com/insights/state-of-the-global-islamic-economy-report-2025-26>
- Idris, R., Ali Tareq, M., Pehin Dato Musa, S. F., & Sumardi, W. H. (2025). Past, present, future: Opportunities and challenges for the halal industry. Dalam R. Idris, M. A. Tareq, S. F. Pehin Dato Musa, dan W. H. Sumardi (Eds.), *The halal industry in Asia: Perspectives from Brunei Darussalam, Malaysia, Japan, Indonesia and China* (hlm. 3–23). Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-96-0393-0_1
- International Monetary Fund. (2026). *World economic outlook update, July 2026: Global economy in crosscurrents of war and technology*. <https://www.imf.org/en/publications/weo/issues/2026/07/08/world-economic-outlook-update-july-2026>
- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. (2025). *Panduan kolaborasi lintas urusan pemerintahan daerah dalam rangka pengembangan ekonomi syariah di daerah*. https://cms.kneks.go.id/uploads/filesupload/file_data-1779683432250.pdf
- Mathew, V. N., Amir Abdullah, A. M. R., & Mohamad Ismail, S. N. (2014). Acceptance on halal food among non-Muslim consumers. *Procedia—Social and Behavioral Sciences*, 121, 262–271. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1127>

- Pew Research Center. (2015). *The future of world religions: Population growth projections, 2010–2050*.
<https://www.pewresearch.org/religion/2015/04/02/religious-projections-2010-2050/>
- Pew Research Center. (2025). *Countries with the most Muslims and global Muslim population change, 2010–2020*.
<https://www.pewresearch.org/religion/2025/06/09/muslim-population-change/>
- Susanty, A., Puspitasari, N. B., Jie, F., Akhsan, F. A., & Jati, S. (2025). Consumer acceptance of halal food traceability systems: A novel integrated approach using modified UTAUT and DeLone and McLean models to promote sustainable food supply chain practices. *Cleaner Logistics and Supply Chain*, 15, 100226. <https://doi.org/10.1016/j.clscn.2025.100226>
- Syamsiyah, N., & Ardana, Y. (2022). Halal industry in Indonesia: Opportunities, challenges and strategies. *IEB: Journal of Islamic Economics and Business*, 1(2), 36–46. <https://doi.org/10.19109/ieb.v1i2.13318>
- Tieman, M., van der Vorst, J. G. A. J., & Ghazali, M. C. (2012). Principles in halal supply chain management. *Journal of Islamic Marketing*, 3(3), 217–243. <https://doi.org/10.1108/17590831211259727>
- Wilson, J. A. J., & Liu, J. (2010). Shaping the halal into a brand? *Journal of Islamic Marketing*, 1(2), 107–123. <https://doi.org/10.1108/17590831011055851>
- Wiyono, S. N., Deliana, Y., Wulandari, E., & Kamarulzaman, N. H. (2022). The embodiment of Muslim intention elements in buying halal food products: A literature review. *Sustainability*, 14(20), 13163. <https://doi.org/10.3390/su142013163>
- World Trade Organization. (2026). *Global trade outlook and statistics: March 2026*. https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/gtos0326_e.htm
- Zustika, A. F. (2025). Opportunities and challenges of Indonesia's halal industry: A qualitative analysis. *Journal of Social Philanthropy and Halal Research*, 2(1), 30–38. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jsphr/article/view/45418>