



Strategi dan Tantangan Industri Halal di Era 5.0

Retno Ayu Wulandari

Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Universitas Islam Tribakti Lirboyo Kediri, Indonesia

Keyword

Strategi, Tantangan, Industri Halal, Era 5.0

Abstract

Indonesia has the largest Muslim population in the world. Indonesia has a great opportunity to develop the halal industry in various aspects. The growth potential of the halal industry is increasing along with the increase in the world's Muslim population. To achieve maximum development of the halal industry, a strategy is needed to regulate the course of production. The strategy includes planning, implementing, and supervising the implementation of the industry. In the midst of the production of the halal industry, of course there are a number of challengers that become obstacles. Among the challengers of the halal industry in general, lack of focus on developing halal products, there are competitors from non-Muslim countries developing the halal industry, and a lack of understanding UMKM about the importance of halal certification

*correspondence Author



© 2023. The author(s). Published by Tribakti Press.

This Publication is licensed under CC BY license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Pendahuluan

Indonesia adalah negara yang penduduk Islam terbesar di dunia. (Qani'ah, 2022) Jumlah penduduknya, Negara Indonesia yang memeluk Islam mencapai 231 juta jiwa. (Fathina, 2022) Proyeksi dari industri halal dapat meningkat menjadi 6,2% pada tahun 2018 hingga 2024. (Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan | Fathoni | Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, t.t.) Sehingga industri halal di Indonesia sangat cocok dikembangkan untuk pertumbuhan dan pemenuhan kebutuhan masyarakat di masa mendatang.

Negara Indonesia merupakan negara yang sangat berpotensi besar pada pengembangan industri halalnya. Hal ini berimplikasi terhadap besarnya populasi muslim di Indonesia. (Fathoni, 2020) apabila industry halal bisa dimaksimalkan lagi maka akan meningkatkan nilai ekspor serta cadangan devisa suatu negara. Oleh karena itu Indonesia harus mulai mengembangkan produk yang ber industri halal, sehingga dapat mengembangkan perekonomian warganya secara maksimal.

Akan tetapi, banyak permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat Indonesia dalam mengembangkan industri halal, yaitu ; sekurang-kurangnya sertifikasi dan standarisasi produk halal, kebijakan yang ada pada penerapan Jaminan Produk Halal (JPH) masih belum lengkap, pengembangan industri halal belum sempurna, dan Sumber daya manusia dimana masih banyak produsen yang kurang pengetahuan dan kurang memperhatikan produk halal bagi pelaku usaha

kecil, sosialisasi, dan kurangnya promosi produk halal. Aspek lain adalah terbatasnya jumlah bahan yang telah bersertifikat halal, dan juga terdapat dari beberapa sektor yang bergantung di impor serta tidak adanya standar definisi produk halal. (Madjid & Hasan, 2022)

Sebagaimana hasil dari penelitian Ahyakudin dan kawan-kawan yang berjudul Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengawasan Sistem Industri Produk Halal di Provinsi Banten, menyebutkan bahwa pengawasan produk halal di Provinsi Banten dilakukan oleh LPPOM MUI Provinsi Banten dan dibantu oleh masyarakat sekitar. Komponen yang wajib dilakukan oleh suatu industri agar tidak terjadi malfungsi sertifikasi halal oleh MUI adalah penanggung jawab pada dokumen halal, pengawasan secara teliti pada alat produksi, dan pengecekan mutu produk dengan teliti. Sehingga dalam proses ini penanggung jawab harus benar-benar memiliki pemahaman yang mendalam tentang beberapa aspek li dzatih, li ghairihi, dan li aqibatih semua ini yang merupakan komponen utama sistem halal menurut pandangan syariah. Kendala Permasalahan yang dihadapi dalam implementasi industri halal lebih banyak dihadapi oleh pelaku industri mikro dan kecil. Biaya kurang lebih Rp. 2,5 juta masih cukup tinggi untuk dipenuhi. Hambatan lain adalah ketakutan produsen atau pemasok. Pemberian data yang lengkap saat pemeriksaan dapat mengancam pada kerahasiaan suatu pelaku usaha. Terkait dengan rahasia perusahaan ini maka dari itu auditor LPPOM MUI juga memiliki kode etik yang sama sekali tidak memperbolehkan pengungkapan data perusahaan kepada pihak lain yang tidak berwenang.

Pada penjelasan latar belakang masalah di atas maka penulis ingin membahas materi ekonomi. Fokus pembahasan industri halal terkait dengan strategi apa saja yang dilakukan dalam mengembangkan industri halal dan apa saja tantangan dalam perkembangan industri halal di Indonesia. Pokok pembahasan akan dijelaskan oleh penulis dalam artikel ini.

Metode

Pada metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Penelitian ini peneliti menggunakan penelitian yang menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui artikel ilmiah dan dokumen lain yang relevan. Data yang dihasilkan kemudian dianalisis dengan membentuk penjelasan naratif berupa kata-kata istilah, gambar dan simbol yang berkaitan dengan objek penelitian.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dalam tiga tahap yaitu reduksi data, kategorisasi data, dan verifikasi data. Reduksi data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyeleksi seluruh data melalui penyederhanaan data sesuai dengan topik penelitian. Kemudian dilakukan pengkategorian data yang telah disinkronkan dengan topik penelitian yaitu peran industri halal dalam perekonomian Indonesia. Tahap terakhir adalah verifikasi data untuk menarik kesimpulan dari data penelitian. Verifikasi ini dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi, yaitu mengompresi satu sumber data dengan sumber data lainnya. (Metode research : (Penelitian ilmiah) / S. Nasution | OPAC Perpustakaan Nasional RI., t.t.)

Hasil dan Pembahasan

Strategi Industri Halal

Industri halal di Indonesia sangat besar, tidak hanya di bidang makanan serta minuman, namun industri halal telah meluas hingga mencakup sektor keuangan Islam, fesyen Muslim, kosmetik, obat-obatan halal, perjalanan, perhotelan, pariwisata, media dan rekreasi film. Indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan industri halal selain Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Oleh karena itu, strategi pengembangan industri perlu dikembangkan dan dilaksanakan. (Maulana & Zulfahmi, 2022)

Menurut Mamduh, strategi terdiri dari mendefinisikan tujuan jangka panjang untuk organisasi, memilih bidang kegiatan yang berbeda, dan mengalokasikan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Strategi adalah pendekatan komprehensif yang berkaitan dengan ide, perencanaan, dan implementasi kegiatan pada waktu tertentu. Strategi menekankan tindakan atau perbuatan untuk mencapai tujuan. (Al-Butary dkk., t.t.)

Proses Penyusunan strategi terdiri dari tiga tahap, *Pertama* Kebutuhan untuk mengembangkan strategi. Bagian dari ini dilakukan dengan memberikan evaluasi kinerja yang memperhitungkan pro dan kontra. Oleh karena itu, analisis situasional dilakukan untuk menentukan persyaratan lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Salah satu cara menganalisis lingkungan perusahaan adalah analisis SWOT gunanya mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan perusahaan. *Kedua*, Pemilihan strategi setelah menganalisis pada keadaan, perusahaan mengambil cara lain yang tepat. Alternatif strategi terbagi menjadi tiga strategi yang cenderung mengambil risiko, strategi yang cenderung menghindari risiko, dan strategi yang menggabungkan pengambilan serta penghindaran risiko (turn-around strategy). Untuk mencapai tujuan tersebut perlu dilakukan perencanaan strategis dengan menggunakan proses perumusan misi dan tujuan, menganalisis tujuan dan strategi yang sedang dilakukan, mengidentifikasi peluang strategis, pengambilan keputusan, dan juga implementasi keputusan. *Ketiga*, Eva Kontrol strategis dan kontrol Sementara itu menurut Hughes dalam Riyadi komponen-komponen perencanaan strategis meliputi: "Per Pernyataan misi serta tujuan umum (overall mission and goals statement), yang dirumuskan oleh manajemen (eksekutif) pimpinan dan menekankan pemikiran strategis yang dikembangkan dengan sasaran masa depan" (Al-Butary dkk., t.t.)

Analisis lingkungan /scanner atau analisis lingkungan dengan mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor dan kondisi eksternal, yang dianggap sebagai bahan untuk pengembangan strategi organisasi. Pemeriksaan kondisi internal dan sumber daya (profil internal dan audit sumber daya) dengan menilai kekuatan serta kelemahan organisasi sehingga dapat diperhitungkan saat menyusun perencanaan strategis. (Masliardi dkk., 2023)

Pengembangan, implementasi, evaluasi serta pemilihan strategi (pengembangan, evaluasi dan pemilihan strategi). Implementasi dan pemantauan rencana strategis (implementation and control of strategic plan). Strategi integrasi halal ini melibatkan dua hal. pertama membahas berbagai faktor yang dapat meningkatkan preferensi perusahaan atau produsen di industri halal untuk memperoleh sertifikasi halal. Hal ini mungkin karena permintaan pasar, khususnya di Indonesia yang sebagian besar umat Islam percaya bahwa semua produk yang beredar adalah produk halal. Oleh karena itu, pengecekan label halal produk yang akan dikonsumsi tidak menjadi prioritas. Kedua menganalisis peran masing-masing pemain dalam industri halal.

Pemerintah sebagai regulator yang dapat memaksimalkan dalam merumuskan regulasi khususnya dalam sertifikasi halal, terutama dalam membuat perusahaan pemerintah lebih mungkin mempertahankan sertifikasi halal. Kemudian konsumen dengan memaksimalkan urgensi mengkonsumsi produk berlabel halal akan mendorong produsen untuk memperhatikan jaminan kehalalan produknya. Kemudian, lembaga keuangan syariah sebagai investor.(Aysa, 2020) Muhamed Ali menjelaskan, kolaborasi industri bisa mengarah pada sistem yang harmonis yang dapat saling mendukung dan investor memiliki peran untuk menyalurkan dana jangka panjangnya ke industri halal lainnya, selanjutnya lembaga keuangan syariah sebagai investor. Muhamed Ali menjelaskan, kolaborasi industri dapat mengarah pada sistem yang harmonis yang dapat saling mendukung dan investor memiliki peran untuk menyalurkan dana jangka panjangnya ke industri halal lainnya. Kemudian lembaga keuangan syariah sebagai investor. (Al-Butary dkk., t.t.)

Dalam Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024, Indonesia memiliki empat strategi untuk mewujudkan pusat ekonomi syariah terkemuka di dunia. *Pertama*, Penguatan produksi rantai nilai halal. *Kedua*, Penguatan keuangan Islam. *Ketiga*, Penguatan bantuan UMKM. *Keempat*, Penguatan ekonomi digital. Beberapa strategi khusus untuk pengembangan industri halal di Indonesia, *Pertama*, Penguatan produk ekspor dan substitusi impor meliputi: Memperkuat rantai nilai produk halal berbasis produk prioritas ekspor, seperti makanan olahan, daging, pakan ternak, sandang (fashion), kosmetik dan obat-obatan, Negosiasi penurunan tarif produk ekspor dengan negara anggota OKI, melalui beberapa kerjasama, seperti PTA Indonesia-Iran, CEPA Indonesia-Turki, Penguatan branding produk, melalui promosi ekspor dan kerjasama dengan negara-negara OKI. *Kedua*, Pengembangan Zona Ekonomi Khusus Halal atau Kawasan Industri Halal meliputi, Pemerintah melalui Kementerian Perindustrian (KEMENPERIN) berkomitmen untuk mengembangkan kawasan industri halal, antara lain Kawasan Industri Batamindo, Kawasan Industri Bintan, Kawasan Industri Jakarta Pulogadung, dan Kawasan Industri Modern Cikande. Sedangkan di Riau didukung oleh Perda 9 Tahun 2018 yang berisi tentang roadmap pengembangan industri halal 2018-2030. Dan juga peraturan gubernur no. 18 tahun 2018 tentang wisata halal. Sejumlah kawasan industri halal seperti Dumai, Tanjung Buton, Kuala Enok dan lainnya. Dari kawasan ini telah berkembang kawasan ekonomi khusus. Riau kaya akan sumber daya lokal dengan komoditas yang cukup besar seperti kelapa sawit, kelapa, karet, sagu, pinang dan lain-lain. *Ketiga*, Memulai badan khusus pengembangan industri halal. *Keempat*, Penguatan rantai nilai halal. (Ayesha dkk., t.t.)

Tantangan Industri Halal

Islam adalah agama yang mengatur seluruh alam dan seisinya, dalam Al-Qur'an dan Hadits sebagai sumber utama ajaran Islam dijelaskan bahwa, Al-Qur'an dan Hadits memberikan petunjuk kepada manusia untuk mempersiapkan diri menuju kehidupan ekonomi yang lebih baik. Yaitu akhirat, kelak terhindar dari siksa api neraka, dan masuk ke surga tempat puncak kenikmatan di akhirat.(Aysa, 2020)

Dalam webinar tersebut, pakar menjelaskan bahwa berdasarkan hasil riset World Economic Forum (WEF) 2020, terdapat sepuluh kemampuan dasar yang paling dibutuhkan untuk menghadapi era revolusi industri adalah kemampuan memecahkan masalah yang kompleks. dan

berpikir. kritis, kreatif, kemampuan memimpin orang, bergaul dengan orang lain, kecerdasan emosional, kemampuan mengevaluasi dan mengambil keputusan, fokus pada kecerdasan emosional, kemampuan memprioritaskan pelayanan, kemampuan. Menilai dan pengambilan keputusan, berorientasi pada kecerdasan emosional, kemampuan untuk memprioritaskan layanan, keterampilan negosiasi, dan fleksibilitas kognitif. Kemampuan ini juga relevan dalam menghadapi Masyarakat. (Al-Butary dkk., t.t.)

Industri halal selama beberapa dekade terakhir terus berkembang pesat. Berdasarkan laporan The International Trade Center, peluang sektor makanan dan minuman halal diperkirakan bernilai USD 1 triliun serta diperkirakan akan terus tumbuh. Hal ini didorong oleh meningkatnya kebutuhan dan preferensi populasi Muslim dunia. (Qoni'ah, 2022) dengan demikian, sebagai negara berpenduduk Muslim terbesar, Indonesia belum menjadi pemimpin pasar bagi produsen dan pengekspor produk halal. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat tantangan yang dihadapi industri halal untuk dapat berkembang di Indonesia. *Pertama*, Jumlah maksimum sertifikat halal yang beredar di Indonesia. Jika dibandingkan jumlah sertifikat halal yang beredar dengan jumlah produk dan perusahaan yang belum mendapatkan sertifikat halal, jumlahnya masih sangat tinggi. Hal ini akan menjadi batu sandungan dalam menggali potensi yang ada. *Kedua*, Banyaknya produk impor. Untuk memenuhi kebutuhan pangan halal, Indonesia masih mengimpor barang dari luar, padahal jika produk UMKM didukung penuh oleh pemerintah, Indonesia bisa menjadi negara produsen, bukan hanya negara konsumen. Hasil alam Indonesia sangat melimpah namun pengelolaannya masih belum optimal. *Ketiga*, Ketidakpastian ekonomi menjadi kendala besar yang harus dihadapi oleh industri halal Indonesia. *Keempat*, Pasokan bahan halal. Produk halal harus menggunakan bahan yang halal, baik dari bahan baku maupun bahan tambahan maupun bahan pendukung lainnya. Harus ada dokumen pendukung yang sah dari lembaga yang sudah diakui kredibilitasnya untuk membuktikan keabsahan barang tersebut. Produk halal harus bebas dari kontaminasi bahan-bahan yang haram. Sementara masih banyak produk yang beredar di Indonesia yang diimpor dari luar negeri yang belum jelas status kehalalannya dan digunakan sebagai bahan baku. (Hasanah, 2021)

Perkembangan industri makanan halal di Indonesia dinilai masih kurang optimal. Indonesia dengan berbagai potensi dan rekam jejak lembaga penjaminan halal harus bersaing dengan negara lain. (Aysa, 2021) Keberadaan Undang-Undang Jaminan Pangan Halal yang disusun dan disahkan pada tahun 2014 hingga saat ini belum dilaksanakan, sehingga berbagai kasus makanan yang dicampur dengan bahan haram masih sering terjadi. (Masliardi dkk., 2023)

Kesimpulan

Strategi industri halal adalah sebuah implementasi ide, merencanakan, dan melaksanakan suatu kegiatan selama periode waktu tertentu menuju produksi berlabel halal. Strategi khusus pengembangan industri halal di Indonesia, antara lain, yaitu penguatan produk ekspor dan substitusi impor, pengembangan kawasan ekonomi, prakarsa badan khusus pengembangan industri halal, dan penguatan rantai nilai halal.

Tantangan dihadapi dalam mengembangkan produk halal, antara lain, yaitu kurangnya fokus pengembangan produk halal, adanya pesaing dari negara non muslim yang

mengembangkan industri halal, dan kurangnya pemahaman pelaku UKM tentang pentingnya sertifikasi halal.

Daftar Pustaka

- Al-Butary, B., Soemitra, A., Nawawi, Z., & Amelia, A. (t.t.). Strategi Perencanaan Pengembangan Industri Halal Menuju Era Revolusi Industri Dan Society 5.0 Oleh Al Jam'iyyatul Washliyah.
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., & Hasan, S. (t.t.). DIGITAL MARKETING (TINJAUAN KONSEPTUAL).
- Aysa, I. R. (2020). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Digital: Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.33367/at.v2i2.1337>
- Aysa, I. R. (2021). Tantangan Transformasi Digital Bagi Kemajuan Perekonomian Indonesia. Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.33367/at.v2i3.1458>
- Fathina, H. (2022, September 17). Ini 5 Negara Islam Terbesar di Dunia, Indonesia Posisi Berapa? Bisnis.com. <https://kabar24.bisnis.com/read/20220917/79/1578447/ini-5-negara-islam-terbesar-di-dunia-indonesia-posisi-berapa>
- Fathoni, M. A. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6(3), 428. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>
- Hasanah, U. (2021). ANALISIS PELUANG DAN TANTANGAN INDUSTRI HALAL PADA MASA PANDEMI COVID 19 DI INDONESIA. JOURNAL ECONOMICS AND STRATEGY, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.36490/jes.v2i1.121>
- Madjid, S. S., & Hasan, H. A. (2022). ANALISIS PELUANG, TANTANGAN DAN STRATEGI INDUSTRI HALAL DI INDONESIA (PADA MASA PANDEMIC COVID-19). PILAR, 13(1), Article 1.
- Masliardi, A., Effendi, M., Ningrum, P. A., Hasnidar, H., & Mala, I. K. (2023). Digital Disruption: Exploring the Dynamics of Marketing in the Digital Age. SEIKO : Journal of Management & Business, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i2.4960>
- Maulana, N. & Zulfahmi. (2022). Potensi Pengembangan Industri Halal Indonesia di Tengah Persaingan Halal Global. Jurnal Iqtisaduna, 8(2), 136–150. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v8i2.32465>
- Metode research: (Penelitian ilmiah) / S. Nasution | OPAC Perpustakaan Nasional RI. (t.t.). Diambil 6 Juli 2023, dari <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=648793>
- Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan | Fathoni | Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam. (t.t.). Diambil 12 Juli 2023, dari <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/1146>
- Qoni'ah, R. (2022). Tantangan dan Strategi Peningkatan Ekspor Produk Halal Indonesia di Pasar Global. Halal Research Journal, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.12962/j22759970.v2i1.246>