

INDUSTRI HALAL SEBAGAI PENDORONG PERTUMBUHAN EKONOMI INKLUSIF: MENILAI KETENAGAKERJAAN DAN PENGEMBANGAN UMKM DI INDONESIA

Aria Yudisatria

Pegawai di Kementerian Keuangan RI. Email: ariayudisatria@gmail.com

Abstrak

Kajian ini bertujuan untuk menganalisis peran strategis industri halal dalam mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif di Indonesia, khususnya melalui peningkatan pengembangan UMKM dan penyerapan tenaga kerja. Menggunakan pendekatan empiris dan studi kasus Indonesia sebagai negara dengan pasar halal terbesar di dunia, penelitian ini mengkaji bagaimana integrasi UMKM dalam ekosistem industri halal serta kebijakan sertifikasi halal berkontribusi terhadap ekspansi bisnis UMKM, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan kesejahteraan pekerja. Temuan penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal secara signifikan meningkatkan daya saing, akses pasar domestik dan internasional, serta produktivitas UMKM, sehingga secara langsung maupun tidak langsung meningkatkan kapasitas penyerapan tenaga kerja. Namun, penelitian juga menemukan sejumlah tantangan yang dihadapi UMKM, seperti minimnya literasi halal, kendala biaya dan prosedur sertifikasi, keterbatasan infrastruktur, persaingan global, serta akses pembiayaan syariah yang terbatas. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan strategi kolaboratif yang melibatkan pemerintah, sektor swasta, lembaga keuangan syariah, dan institusi pendidikan. Strategi tersebut meliputi edukasi dan sosialisasi halal, simplifikasi serta subsidi biaya sertifikasi halal, penguatan infrastruktur halal, ekspansi pasar global berbasis digitalisasi, serta peningkatan akses terhadap pembiayaan syariah. Implikasi kebijakan dari penelitian ini memberikan rekomendasi yang dapat menjadi acuan pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya dalam mengembangkan industri halal yang inklusif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Industri Halal, UMKM, Sertifikasi Halal, Ekonomi Inklusif

A. PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, memiliki potensi besar dalam mengembangkan industri halal. Industri ini tidak hanya memenuhi kebutuhan domestik, tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Hal ini ditegaskan dalam *Indonesia Halal Markets Report 2021/2022* yang melaporkan bahwa ekonomi halal berpotensi meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sebesar USD 5,1 miliar per tahun melalui peluang ekspor dan investasi (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2023). Ekosistem ekonomi halal ini sangat didukung oleh sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), mengingat jumlah UMKM telah mencapai 64,2 juta unit usaha (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2021) dan telah berkontribusi sekitar 61,07% terhadap PDB nasional (Syahidin *et al*, 2024), atau

setara dengan Rp8.573,89 triliun, dan menyerap sekitar 99,9% dari total tenaga kerja (Hariani, 2023).

Adapun industri halal di Indonesia telah mencakup berbagai sektor, seperti makanan dan minuman, fashion, pariwisata, farmasi, dan kosmetik. Misal, sektor unggulan halal Indonesia, antara lain sektor makanan dan minuman halal serta modest fashion, telah mencatatkan pertumbuhan masing-masing sebesar 5,87% *year-on-year* (YoY) dan 3,81% YoY (Indonesia.go.id, 2024). Selain itu, penguatan ekosistem industri halal dipandang strategis dalam memperkuat ketahanan ekonomi Indonesia di tengah tantangan global. Dengan populasi Muslim mencapai 87%, Indonesia berpotensi besar untuk mengembangkan ekonomi syariah dan industri halal yang inklusif dan berkelanjutan (Bank Indonesia, 2024). Pertumbuhan ini menunjukkan bahwa industri halal berkontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional dan dapat menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi inklusif.

Selain itu, Pengembangan industri halal di Indonesia juga sejalan dengan upaya pemerintah dalam mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif. Melalui Master Plan Industri Halal Indonesia 2023-2029, diketahui bahwa UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, karena menyerap sekitar 97,02% dari total tenaga kerja nasional (KNEKS, 2023). Pemerintah berkomitmen untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing, serta mengintegrasikan UMKM ke dalam rantai nilai halal global (KNEKS, 2023).

Integrasi UMKM ke dalam ekosistem industri halal diharapkan dapat memperluas pasar UMKM, meningkatkan daya saing, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi inklusif. Integrasi ini menjadi krusial, mengingat potensi pasar produk halal yang terus berkembang. Namun, meskipun potensinya besar, UMKM menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan akses terhadap teknologi dan pasar global (Syahidin, Nator, & Hermanto, 2024), fragmentasi tata kelola, keterbatasan kapasitas sumber daya manusia (SDM) dan keterbatasan pendanaan (Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, 2024), kurangnya pengetahuan tentang sertifikasi halal, serta keterbatasan infrastruktur (Universitas Airlangga, 2020). Untuk mengatasi tantangan tersebut, pemerintah telah menetapkan kewajiban sertifikasi halal bagi produk industri makanan dan minuman per 17 Oktober 2024 (Reuters, 2024). Langkah ini diharapkan dapat meningkatkan standar produk halal Indonesia dan memperkuat daya saing di pasar global. Selain itu, kolaborasi antara pemerintah, pelaku industri, dan lembaga pendidikan diperlukan untuk memperkuat ekosistem halal nasional. Inisiatif seperti pendirian pusat halal di universitas dan pelatihan bagi pelaku UMKM tentang pentingnya sertifikasi halal merupakan langkah strategis dalam mendorong pertumbuhan industri halal yang inklusif dan berkelanjutan (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, 2024).

Selain tantangan yang ada, penelitian empiris yang mengkaji peran industri halal dalam mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif melalui penyerapan tenaga kerja dan pengembangan UMKM di Indonesia masih sangat jarang. Berbagai penelitian empiris menyoroti peran industri halal dalam mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif, terutama melalui peningkatan penyerapan tenaga kerja dan pengembangan UMKM. Dalam hal industri halal dan pertumbuhan ekonomi studi yang dilakukan oleh Nasution (2020) menunjukkan bahwa industri halal berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi di negara-negara mayoritas muslim dengan memperkuat sektor makanan, keuangan syariah, dan pariwisata halal. Kemudian, dalam hal industri halal dan ketenagakerjaan studi yang dilakukan oleh Anggryani *et al.* (2024)

menemukan bahwa industri halal memiliki potensi besar dalam menciptakan lapangan pekerjaan baru, terutama di sektor manufaktur dan jasa halal, sehingga peningkatan sertifikasi halal pada UMKM berdampak pada peningkatan jumlah tenaga kerja di sektor produksi (Nasution, 2020). Selanjutnya dalam hal industri halal dan pengembangan UMKM, kajian yang telah dilakukan oleh Syahidin (2024) mempertegas peran kebijakan pemerintah agar ekonomi halal memperkuat daya saing ekonomi global, terutama di negara berkembang yang memiliki pasar muslim yang besar, dengan mendukung pengembangan UMKM halal melalui insentif keuangan dan pelatihan kewirausahaan. Salah satunya dengan meningkatkan daya saing UMKM halal di pasar global melalui digitalisasi dan inovasi produk halal.

Penelitian-penelitian sebelumnya tersebut lebih bersifat konseptual atau makroekonomi dan hanya mengevaluasi dampak ekonomi secara umum. Penelitian ini menghadirkan kontribusi baru dengan fokus yang lebih kontekstual pada ekonomi Indonesia serta pendekatan empiris yang lebih mendalam. Beberapa kebaruan penelitian ini meliputi pendekatan empiris terhadap inklusivitas ekonomi, yakni: a) menggunakan data empiris untuk mengukur dampak industri halal terhadap pertumbuhan ekonomi inklusif melalui dua jalur utama, yaitu ketenagakerjaan dan pengembangan UMKM, b) mempergunakan studi kasus Indonesia sebagai pasar halal yang berkembang, mengingat Indonesia merupakan pusat industri halal terbesar di dunia, c) menganalisis keterkaitan antara sertifikasi halal, ketenagakerjaan, dan UMKM, yakni menyoroti hubungan antara sertifikasi halal dengan penyerapan tenaga kerja dan pertumbuhan UMKM secara lebih sistematis, dengan menguji apakah kebijakan sertifikasi halal benar-benar memberikan efek positif terhadap ekspansi bisnis UMKM dan peningkatan kesejahteraan pekerja, dan d) implikasi kebijakan untuk pembangunan ekonomi berkelanjutan, yakni akan memberikan rekomendasi kebijakan yang lebih terarah bagi pemerintah, lembaga keuangan syariah, serta pemangku kepentingan lainnya dalam mengembangkan industri halal yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Dengan kebaruan ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan konsep yang lebih konkret mengenai bagaimana industri halal dapat menjadi motor penggerak ekonomi inklusif di Indonesia melalui penciptaan lapangan kerja dan penguatan UMKM.

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, terdapat tiga permasalahan utama yang menjadi fokus dalam penelitian ini:

1. Mengapa industri halal berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi inklusif di Indonesia?
2. Bagaimana pengembangan UMKM dalam industri halal yang mempengaruhi penyerapan tenaga kerja?
3. Apa saja tantangan yang dihadapi UMKM dalam mengakses sertifikasi halal dan bagaimana solusi yang dapat diimplementasikan?

B. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Peran UMKM dalam Industri Halal dan Dampak Sertifikasi Halal terhadap UMKM

UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, dengan kontribusi sekitar 61,07% terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja sebesar 97,02% dari total angkatan kerja (Syahidin *et al.*, 2024). Peran penting UMKM

tersebut juga telah menjangkau pada industri halal di Indonesia, sebagaimana peran vitalnya antara lain sebagai penyedia produk halal, pendorong inklusi keuangan syariah, pencipta lapangan kerja, hingga agen edukasi halal. Penguatan peran UMKM dalam industri halal agar dapat semakin berkembang dan bersaing di pasar global tidak dapat terlepas dari dukungan regulasi dan lembaga keuangan syariah.

Penguatan ekosistem halal dan peningkatan kapasitas UMKM menjadi hal krusial dalam mendukung pertumbuhan ekonomi halal di Indonesia, sebagaimana elaborasi teori ekonomi Islam dan konsep industri halal menunjukkan bahwa UMKM tidak hanya sebagai pelaku ekonomi, tetapi juga sebagai agen dalam menjamin ketersediaan produk halal yang sesuai dengan prinsip syariah. Menurut teori ekonomi Islam, kegiatan ekonomi harus berlandaskan pada prinsip keadilan, kemaslahatan, dan kepatuhan terhadap syariah (Chapra, 2016). Industri halal berlandaskan pada *maqashid syariah*, yang bertujuan menjaga lima aspek utama kehidupan manusia, yaitu agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta (Dusuki & Abdullah, 2007). Sehingga, UMKM dalam industri halal berperan dalam menyediakan produk yang aman, bersih, dan sesuai dengan prinsip syariah, yang secara komprehensif mencakup pada penyediaan produk halal, peningkatan inklusi keuangan syariah, pendorong ekonomi berbasis kehalalan, penciptaan lapangan kerja, dan edukasi akan kesadaran halal.

Penguatan ekosistem halal juga dapat dilakukan dengan memperbaiki tata Kelola sertifikasi halal. Sertifikasi halal merupakan elemen kunci dalam mendukung daya saing UMKM, baik di pasar domestik maupun global. Kajian ini menekankan bagaimana sertifikasi halal memengaruhi aspek-aspek krusial dalam pertumbuhan UMKM, termasuk akses pasar, kepercayaan konsumen, dan peningkatan produktivitas. Sertifikasi halal berperan penting dalam meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar domestik dan global. Proses sertifikasi mendorong UMKM untuk menerapkan sistem jaminan mutu dan kehalalan produk yang lebih baik, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen. Namun, proses ini seringkali memerlukan waktu dan biaya yang signifikan, terutama bagi UMKM dengan sumber daya terbatas, sehingga diperlukan dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait untuk memfasilitasi proses sertifikasi yang lebih efisien dan terjangkau bagi UMKM.

Sertifikasi halal memiliki dampak yang signifikan terhadap pengembangan UMKM, baik dalam hal peningkatan daya saing, akses pasar, efisiensi produksi, hingga penciptaan lapangan kerja. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan yang mendorong sertifikasi halal bagi UMKM yang terus diperkuat agar industri halal dapat menjadi motor utama dalam pertumbuhan ekonomi inklusif di Indonesia, mengingat sertifikat halal terhadap UMKM berdampak dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, meningkatkan akses pasar domestik dan internasional, meningkatkan daya saing dan keunggulan kompetitif, meningkatkan efisiensi produksi dan standarisasi, mendorong penciptaan lapangan kerja, dan akses ke pendanaan dan inklusi keuangan. Dalam hal peningkatan kepercayaan konsumen, sertifikasi halal berperan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh UMKM. Konsumen, terutama dari kelompok Muslim, cenderung membeli produk yang memiliki jaminan kehalalan resmi. Hal ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menekankan pentingnya sertifikasi dalam mempengaruhi keputusan pembelian (Kotler & Keller, 2016). Adapun dalam hal

peningkatan akses pasar global, sertifikasi halal menjadi syarat utama bagi UMKM yang ingin menembus pasar ekspor ke negara-negara Muslim, seperti Malaysia, Uni Emirat Arab, dan Arab Saudi (Hassan *et al.*, 2020). Kemudian, dalam hal meningkatkan daya saing dan keunggulan kompetitif, UMKM yang memiliki sertifikasi halal mampu bersaing dengan produk industri besar karena menawarkan nilai tambah berupa jaminan kehalalan dan kebersihan produk. Hal ini sejalan dengan teori keunggulan kompetitif Porter (1990) yang menekankan bahwa diferensiasi produk, seperti sertifikasi halal, dapat menjadi strategi utama dalam memenangkan persaingan pasar, meningkatkan efisiensi produksi dan standarisasi. Standarisasi ini meningkatkan kualitas produk dan membantu UMKM dalam meningkatkan efisiensi produksi dan mengurangi risiko kontaminasi bahan non-halal (LPPOM MUI, 2025).

2. UMKM dalam Industri Halal dalam Penyerapan Tenaga Kerja

Industri halal semakin menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi inklusif di Indonesia, terutama dalam konteks ketenagakerjaan dan pengembangan UMKM. Dalam hal mendorong penciptaan lapangan kerja, UMKM yang telah tersertifikasi cenderung mengalami pertumbuhan bisnis yang lebih cepat. Hal tersebut berdampak langsung pada peningkatan penyerapan tenaga kerja, sebagaimana teori pembangunan ekonomi menegaskan bahwa pertumbuhan UMKM memiliki korelasi positif dengan penciptaan lapangan kerja (Todaro & Smith, 2020). Peningkatan permintaan produk halal, baik di pasar domestik maupun internasional, mendorong peningkatan produksi yang pada gilirannya membutuhkan tambahan tenaga kerja. Selain itu, ekspor produk halal yang meningkat dapat memperluas lapangan kerja di sektor terkait (Syahidin *et al.*, 2024). Namun, untuk memaksimalkan potensi ini, diperlukan peningkatan kapasitas dan kompetensi sumber daya manusia, khususnya dalam memahami standar dan proses produksi halal. Selanjutnya, dalam hal akses ke pendanaan dan inklusi keuangan, sertifikasi halal dapat membuka peluang akses pendanaan dari lembaga keuangan syariah yang lebih cenderung memberikan pembiayaan kepada UMKM yang telah memenuhi standar halal, karena dianggap lebih sesuai dengan prinsip syariah dalam kegiatan usahanya (Karim, 2019).

Dalam hal sertifikasi halal, peran sebagai **penyedia produk halal** merujuk pada peran UMKM dalam memastikan produk makanan, minuman, kosmetik, dan farmasi yang mereka hasilkan sesuai dengan standar halal. Adanya regulasi halal dari pemerintah, antara lain Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU Jaminan Produk Halal), UMKM didorong untuk memperoleh sertifikasi halal guna meningkatkan kepercayaan konsumen (BPJPH, 2024). Dalam hal **peningkatan inklusi keuangan syariah**, UMKM yang bergerak di industri halal mendapat dukungan dari perbankan syariah dan lembaga keuangan mikro syariah guna memperkuat modal dan ekspansi usahanya, sebagaimana teori keuangan Islam menegaskan bahwa sistem perbankan syariah harus mendukung inklusi keuangan melalui skema pembiayaan tanpa riba, seperti mudharabah dan musyarakah (Antonio, 2001). Kemudian, dalam hal **pendorong ekonomi berbasis kehalalan**, UMKM halal berkontribusi dalam meningkatkan perekonomian berbasis halal melalui ekspor produk halal ke pasar global, dimana negara-negara dengan populasi Muslim yang besar, seperti Mesir, Malaysia dan Timur Tengah, menjadi target pasar utama produk halal dari Indonesia (Antara,

2022). Adapun dalam hal **penciptaan lapangan kerja**, UMKM berperan dalam menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar (Todaro & Smith, 2020), dimana dalam konteks industri halal, UMKM menciptakan lapangan kerja dengan nilai tambah yang lebih tinggi karena produk yang dihasilkan memiliki standar yang lebih ketat, termasuk dalam hal kebersihan dan proses produksi halal. Selanjutnya, dalam hal **edukasi dan kesadaran halal**, UMKM berperan sebagai agen sosialisasi dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya produk halal. Semakin banyak UMKM yang mendapatkan sertifikasi halal, konsumen menjadi lebih sadar akan pentingnya konsumsi produk yang sesuai dengan syariah (Wilson, 2014).

3. Tantangan dan Strategi Pengembangan Industri Halal

Meskipun memiliki potensi besar menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi inklusif, pengembangan industri halal di Indonesia menghadapi sejumlah tantangan yang dapat menghambat perkembangannya. Secara umum, tantangan pengembangan industri halal mencakup kurangnya kesadaran dan pemahaman tentang sertifikasi halal, biaya dan prosedur sertifikasi yang masih menjadi kendala, kurangnya infrastruktur dan ekosistem pendukung, persaingan global yang ketat, serta kurangnya akses terhadap pembiayaan syariah.

Kurangnya kesadaran dan pemahaman tentang sertifikasi halal merupakan salah satu tantangan utama dalam industri halal, khususnya UMKM. Banyak UMKM yang menganggap proses sertifikasi sebagai sesuatu yang rumit dan mahal (Hassan *et al.*, 2020). Padahal, pemerintah telah memberikan berbagai insentif. Selain biaya sertifikasi halal yang dianggap cukup tinggi, terutama bagi usaha mikro, prosedur yang panjang juga sering menjadi hambatan dalam mendapatkan sertifikasi (LPPOM MUI, 2025). Adapun dalam hal terjadinya infrastruktur dan ekosistem pendukung yang tidak memadai, didasarkan pada industri halal memerlukan infrastruktur yang mendukung, seperti laboratorium pengujian halal, pusat riset halal, dan rantai pasok halal yang terintegrasi. Masih terdapat banyak daerah yang belum memiliki fasilitas tersebut secara memadai (Karim, 2019). Kemudian, hal persaingan global yang ketat, Indonesia menghadapi persaingan ketat dalam ekspor produk halal akibat semakin berkembangnya industri halal di negara-negara lain, seperti Malaysia dan Uni Emirat Arab. Sehingga, tanpa strategi yang tepat, UMKM halal Indonesia bisa kalah bersaing di pasar global. Selanjutnya, kurangnya akses terhadap pembiayaan syariah disebabkan oleh kurangnya literasi keuangan syariah di kalangan pelaku usaha kecil (Dusuki & Abdullah, 2007).

Dalam menghadapi tantangan yang ada tersebut, diperlukan strategi yang tepat guna memastikan industri halal dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan manfaat ekonomi yang lebih luas. Strategi pengembangan industri halal dapat dilakukan melalui peningkatan edukasi dan sosialisasi, simplifikasi dan subsidi sertifikasi halal bagi UMKM, penguatan infrastruktur dan rantai pasok halal, ekspansi pasar global dan digitalisasi UMKM halal, dan peningkatan akses terhadap pembiayaan syariah. Peningkatan edukasi dan sosialisasi dilakukan oleh pemerintah dan lembaga terkait agar lebih aktif dalam meningkatkan pemahaman umkm mengenai pentingnya sertifikasi halal dan manfaatnya bagi bisnisnya. Program pelatihan dan pendampingan tersebut dapat membantu UMKM dalam menghadapi tantangan sertifikasi (Wilson, 2014). Simplifikasi dan subsidi sertifikasi halal bagi UMKM harus dilakukan oleh pemerintah agar lebih mudah diakses oleh UMKM. subsidi atau skema bantuan sertifikasi dapat diberikan

kepada UMKM kecil yang memiliki keterbatasan modal (BPJPH, 2020). Adapun penguatan infrastruktur dan rantai pasok halal dapat dilakukan secara berkelanjutan dengan melakukan pembangunan laboratorium halal di berbagai daerah, penguatan ekosistem halal, serta integrasi rantai pasok halal dari hulu ke hilir (Hassan *et al.*, 2020).

Kemudian, ekspansi pasar global dan digitalisasi UMKM halal dilakukan dengan memperluas pasar global melalui pemanfaatan *e-commerce* dan platform digital. Hal ini akan meningkatkan daya saing produk halal Indonesia di tingkat internasional. Selanjutnya, peningkatan akses terhadap pembiayaan syariah dilakukan melalui partisipasi aktif bank syariah dan fintech berbasis syariah dalam menyediakan pembiayaan bagi UMKM halal dengan skema yang lebih fleksibel, seperti pembiayaan berbasis akad mudharabah dan musyarakah (Karim, 2019).

C. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, penelitian ini menyimpulkan bahwa industri halal memiliki potensi strategis sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi inklusif di Indonesia melalui dua jalur utama, yaitu pengembangan UMKM dan penyerapan tenaga kerja. Pertama, UMKM merupakan tulang punggung dalam ekosistem halal Indonesia dengan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan ketenagakerjaan nasional. Sertifikasi halal terbukti memiliki dampak positif terhadap daya saing UMKM, memperluas akses pasar domestik maupun internasional, meningkatkan efisiensi produksi, serta memperkuat inklusi keuangan syariah yang pada akhirnya mempercepat penciptaan lapangan kerja baru. Kedua, meskipun demikian, penelitian ini menemukan sejumlah tantangan yang masih dihadapi UMKM dalam pengembangan industri halal. Tantangan utama mencakup rendahnya literasi terkait sertifikasi halal, prosedur yang dianggap rumit dan biaya sertifikasi yang tinggi, infrastruktur pendukung yang belum optimal, persaingan global yang semakin ketat, serta keterbatasan akses pembiayaan syariah. Untuk mengatasi tantangan tersebut, penelitian merekomendasikan beberapa strategi yang harus diimplementasikan secara kolaboratif oleh pemerintah, lembaga keuangan syariah, perguruan tinggi, dan pelaku industri, di antaranya:

- a) Peningkatan edukasi dan sosialisasi halal melalui pelatihan dan pendampingan intensif untuk meningkatkan literasi UMKM.
- b) Simplifikasi prosedur sertifikasi dan pemberian subsidi biaya sertifikasi halal, terutama bagi UMKM mikro dan kecil.
- c) Penguatan infrastruktur pendukung, seperti pembangunan laboratorium halal, pusat riset, dan integrasi rantai pasok halal nasional.
- d) Ekspansi pasar global dengan pendekatan digitalisasi, memanfaatkan *e-commerce* dan platform digital untuk meningkatkan daya saing produk halal Indonesia.
- e) Penguatan akses terhadap pembiayaan syariah, melalui skema pembiayaan yang lebih fleksibel seperti mudharabah dan musyarakah oleh perbankan dan fintech syariah.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa dengan implementasi kebijakan yang tepat, industri halal mampu menjadi motor penggerak ekonomi

inklusif yang berkelanjutan di Indonesia, membawa manfaat ekonomi yang luas, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggryani, L., Hayati, H. H., Ramlan Amal, A. A., & Karyono, O. (2024). Pengembangan ekonomi lokal melalui industri halal: Studi empiris UMKM di Kabupaten Bone. *Jurnal EK&BI*, 7(2), 44-50.
- Antara (2022), Thailand target ekspor produk halal asal Indonesia, <https://bengkulu.antaranews.com/berita/239301/thailand-target-ekspor-produk-halal-asal-indonesia#:~:text=Di%20sisi%20lain%2C%20Indonesia%20sendiri%20sebagai%20negara,seperti%20kawasan%20Timur%20Tengah%2C%20Mesir%20dan%20Malaysia..>
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Gema Insani.
- Bank Indonesia. (2024). *Sinergi Ekosistem Syariah Nasional untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Inklusif dan Berkelanjutan*. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2623424.aspx.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). (2024, Oktober 15). *Kepala BPJPH: Industri Halal Berperan Pacu Pertumbuhan Ekonomi*. <https://bpjph.halal.go.id/detail/kepala-bpjph-industri-halal-berperan-pacu-pertumbuhan-ekonomi-8/>.
- BPJPH. (2020). *Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal*. Kementerian Agama RI.
- Chapra, M. U. (2016). *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Kube Publishing.
- Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (2007). "Maqasid al-Shari'ah, Masalah, and Corporate Social Responsibility." *The American Journal of Islamic Social Sciences*, 24(1), 25-45.
- Fitria, Yuyun, Mara Yunika ,Iqbal Rahman ,Fikri Aziz Darmawan,Heni Noviarita, (2023), ANALISIS PENGARUH PENGEMBANGAN UMKM DALAM MENGETASKAN KEMISKINAN, *Business and Entrepreneurship Journal*, Vol. 4, No. 2.
- Hariani, Danarti, dan Sutrisno, Sutrisno (2023). Potensi dan Strategi Pengembangan UMKM Halal di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 4, No. 1.
- Hassan, S. H., Ahmad, N., & Rahman, M. S. (2020). "Halal Certification and Business Performance of Small and Medium Enterprises: An Empirical Investigation." *Journal of Islamic Marketing*, 11(4), 1091-1113.
- Indonesia.go.id. (2024). *Industri Halal, Industri Masa Depan*. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8812/industri-halal-industri-masa-depan?lang=1>.
- Karim, A. (2019). *Ekonomi Mikro Islami*. Raja Grafindo Persada.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2023, Agustus 29). *Ekonomi Halal sebagai Sumber Pertumbuhan Inklusif dan*

- Berkelanjutan*. <https://fiskal.kemenkeu.go.id/baca/2023/08/29/4449-ekonomi-halal-sebagai-sumber-pertumbuhan-inklusif-dan-berkelanjutan>.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2021, November 9). *UMKM Halal Go-Digital untuk Tingkatkan Perekonomian Nasional dan Kesejahteraan Masyarakat*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3430/umkm-halal-go-digital-untuk-tingkatkan-perekonomian-nasional-dan-kesejahteraan-masyarakat>
- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS). (2023). *Master Plan Industri Halal Indonesia 2023-2029 (Summary)*. <https://kneks.go.id/storage/upload/1698379014-Master%20Plan%20Industri%20Halal%20Indonesia%202023-2029%20Summary.pdf>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- LPPOM MUI. (2025). <https://halalmui.org/en/homepage/>.
- Nasution, L. Z. (2020). Penguatan industri halal bagi daya saing wilayah: Tantangan dan agenda kebijakan. *Journal of Regional Economics Indonesia*, 1(2), 1-10. <https://doi.org/10.37600/jrei.v1i2.5437>.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press.
- Syahidin, S., Nesor, M., & Hermanto, A. (2024). Pertumbuhan Industri Halal Berbasis Usaha Mikro Kecil (UMK). *SYARIKAT: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 7(1), 144-152.
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2020). *Economic Development* (13th ed.). Pearson.
- Universitas Airlangga (2020). Hambatan dan Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia. https://halal.unair.ac.id/blog/2020/09/09/hambatan-dan-strategi-pengembangan-industri-halal-di-indonesia/?utm_source=chatgpt.com.
- Wilson, J. A. J. (2014). "The Halal Phenomenon: An Extension or a New Paradigm?" *Social Business*, 4(3), 255-271.