

---

## PENGEMBANGAN WISATA HALAL: PELUANG, TANTANGAN DAN STRATEGI

**Alrizal Rahmatusyam<sup>1</sup>, Dina Mardiana<sup>2</sup>, Hulaiva Pary<sup>3</sup>, Rudi Aditya<sup>4</sup>, M Ilham Ramdani<sup>5</sup>**

Sekolah Tinggi Agama Islam Al Badar Cipulus Purwakarta<sup>1,2,3,4,5</sup>

\*Korespodensi: [hulaivapary@gmail.com](mailto:hulaivapary@gmail.com)<sup>3</sup>

### Abstrak

Industri halal memiliki potensi besar sebagai sektor strategis yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi, baik di Indonesia maupun secara global. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang, tantangan, dan strategi pengembangan industri halal di Indonesia. Menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi literatur, data dikumpulkan dari berbagai sumber seperti jurnal ilmiah, buku, dan regulasi terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan jumlah penduduk Muslim dunia, tren gaya hidup halal, serta keragaman produk halal menjadi peluang utama dalam penguatan sektor ini. Indonesia juga telah memiliki landasan hukum yang kuat melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Namun demikian, sejumlah tantangan masih muncul, antara lain kompetisi global, belum adanya standar sertifikasi halal internasional, minimnya pemahaman masyarakat, serta berbagai kendala terkait implementasi regulasi. Untuk mengoptimalkan potensi industri halal, strategi yang diperlukan meliputi penguatan kualitas sumber daya manusia, sosialisasi sertifikasi halal yang lebih efektif, serta integrasi rantai nilai halal melalui kolaborasi lintas sektor. Penelitian ini menegaskan bahwa pengembangan industri halal di Indonesia memerlukan pendekatan komprehensif dan berkelanjutan agar mampu berdaya saing di tingkat global.

**Kata Kunci:** industri halal, peluang, tantangan, sertifikasi halal, strategi pengembangan.

### Abstrack

*The halal industry represents a strategic sector with significant potential to drive economic growth both in Indonesia and globally. This study aims to analyze the opportunities, challenges, and development strategies of the halal industry in Indonesia. Using a qualitative approach through literature review, data were gathered from academic journals, books, and relevant regulations. The findings indicate that the growing global Muslim population, the rising trend of halal lifestyle, and the increasing diversity of halal products constitute major opportunities for strengthening this sector. Indonesia has also established a strong legal foundation through Law Number 33 of 2014 concerning Halal Product Assurance. Nevertheless, several challenges persist, including global competition, the absence of a unified international halal certification standard, limited public understanding, and various obstacles in regulatory implementation. To optimize the potential of the halal industry, key strategies include enhancing human resource quality, improving the dissemination and understanding of halal certification, and integrating the halal value chain through cross-sector collaboration. This study concludes that the development of Indonesia's halal industry requires a comprehensive and sustainable approach in order to remain competitive at the global level.*

**Keyword:** Halal industry, opportunities, challenges, halal certification, development strategies.

## **PENDAHULUAN**

Industri Halal di Indonesia merupakan aspek penting integral dari kebutuhan dan gaya hidup masyarakat Muslim global. Industri ini tidak hanya memenuhi persyaratan syariat agama dalam konsumsi harian, tetapi juga telah menjadi pendorong ekonomi yang signifikan di tingkat global. Pertumbuhan pesat industri halal, yang mencakup sektor-sektor seperti makanan, fashion, farmasi, dan pariwisata, mencerminkan adopsi yang luas dari konsumen non-Muslim juga, menunjukkan fenomena gaya hidup halal telah melampaui batas agama.

Peraturan perundang-undangan, seperti Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, menjadi landasan penting yang mengatur keamanan dan kualitas produk halal di Indonesia. Meskipun tantangan seperti kompetisi global yang ketat dan harmonisasi standar sertifikasi halal masih terjadi, strategi pengembangan yang kokoh dan berkelanjutan telah diidentifikasi untuk mengatasi hal ini.

Pentingnya peningkatan SDM yang terampil dalam industri halal juga ditekankan dalam pendahuluan ini, dengan fokus pada pendidikan, pelatihan, dan sertifikasi profesi. Sosialisasi yang efektif terhadap sertifikasi halal serta integrasi rantai nilai halal melalui kerja sama antar berbagai sektor di Indonesia juga menjadi strategi dalam pengembangan industri halal di Indonesia.

Dengan demikian, pendahuluan ini menyediakan landasan yang kokoh untuk mengeksplorasi lebih dalam tentang potensi dan tantangan yang terlibat dalam pengembangan industri halal di Indonesia, serta strategi yang diperlukan untuk memanfaatkan peluang pertumbuhan yang signifikan dalam sektor ini.

## **METODE PENELITIAN**

Untuk mencapai tujuan yang diinginkan dalam aktivitasnya, seseorang selalu menggunakan metode. Metode penelitian memiliki peran krusial dalam sebuah penelitian karena menentukan keberhasilan pencapaian tujuan penelitian. Disini penulis menggunakan metode Pengumpulan data yang dilakukan melalui studi kepustakaan (library research) dan kemudian dianalisis secara kualitatif dengan mengambil referensi dari bahan-bahan hukum.

## **PEMBAHASAN**

### **A. Peluang Industri Halal di Indonesia.**

#### **1. Industri Halal merupakan Kebutuhan dan gaya Hidup**

Industri halal menjadi penting bagi masyarakat Muslim global dan dapat memainkan peran kunci dalam mempercepat pemulihan ekonomi global. Pertumbuhan pasar global untuk produk halal, khususnya dari

UMKM halal, telah signifikan dalam kontribusi terhadap PDB ekonomi nasional, mencapai US\$ 3,8 miliar per tahun. Dengan proyeksi pertumbuhan jumlah penduduk Muslim dunia dari 1,6 miliar jiwa pada tahun 2010 menjadi 2,2 miliar jiwa pada tahun 2030, permintaan untuk produk halal diperkirakan akan terus meningkat (Ula Rochmatannia, 2024).

Konsumsi halal sudah menjadi bagian dari gaya hidup dan budaya masyarakat Muslim di seluruh dunia karena memenuhi tuntutan syariat agama, khususnya dalam aspek higienitas yang diatur dalam syariat Islam. Lebih dari sekadar memenuhi kebutuhan primer, Muslim juga mencari cara untuk memenuhi kebutuhan berekspresi dan spiritualitas mereka. Gaya hidup halal mencerminkan peningkatan kesadaran masyarakat secara luas, tidak hanya di kalangan Muslim. Fenomena ini terlihat dalam pilihan konsumsi makanan halal, pakaian muslimah, destinasi wisata ramah muslim, dan produk syariah dalam bertransaksi.

Semua ini membuka peluang baru di berbagai sektor industri halal seperti kuliner, fashion, farmasi, dan pariwisata, yang kini menjadi bidang bisnis yang menantang dan menjanjikan.

## **2. Beragam Variatif Produk Halal**

Peningkatan preferensi masyarakat terhadap produk halal menyebabkan keragaman produk halal di pasaran semakin beragam. Pertumbuhan jumlah penduduk dan pendapatan masyarakat muslim turut mendorong varietas produk halal untuk memenuhi permintaan yang terus meningkat. Sektor industri halal, seperti makanan, farmasi, busana muslim, kosmetik, dan wisata halal, tumbuh pesat sekitar tujuh persen pertahun di negara-negara seperti Indonesia, China, Pakistan, dan India. Meskipun minoritas muslim, negara-negara di Eropa juga mengalami peningkatan preferensi terhadap produk halal, yang menghasilkan pertumbuhan signifikan dalam nilai pasar halal (Ramadani, 2024).

## **3. Peraturan Perundang - undangan**

Pemerintah sebagai otoritas hukum memiliki wewenang untuk membuat dan mengimplementasikan undang-undang yang mengatur pengembangan industri halal di Indonesia. Pada tahun 2014, pemerintah mengesahkan Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH), yang terdiri dari 68 pasal. UU ini mewajibkan agar produk yang beredar dan diperdagangkan di Indonesia memiliki sertifikasi halal. Tujuan utama UU ini adalah untuk memberikan kenyamanan,

keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan produk. Selain itu, UU ini juga bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha dalam memproduksi dan menjual produk halal (UU NO 33 TAHUN 2014, 2014).

Undang-undang ini memberikan manfaat bagi konsumen dan produsen sebagai pengguna dan penyedia produk halal. Bagi konsumen, UU ini memberikan rasa aman dalam mengonsumsi produk yang beredar di pasaran. Bagi produsen, UU ini memberikan motivasi untuk terlibat aktif dalam industri ini, didukung oleh regulasi yang menjadi syarat penting untuk mengembangkan usaha mereka.

Di samping UU JPH, terdapat juga peraturan-peraturan lain yang mendukung produksi dan peredaran produk sesuai dengan prinsip agama, seperti yang tercantum dalam peraturan-peraturan dari Kementerian Kesehatan dan keputusan bersama antara berbagai kementerian terkait. Respons terhadap undang-undang dan peraturan-peraturan ini umumnya positif, dan tidak menutup kemungkinan adanya undang-undang tambahan di masa depan yang akan lebih menguatkan industri produk halal di Indonesia, sehingga potensinya dapat berkembang secara maksimal.

## **B. Tantangan**

Industri halal memiliki potensi besar untuk berkembang, namun berbagai tantangan masih menjadi hambatan dalam optimalisasi sektor ini, baik di tingkat nasional maupun global. Salah satu tantangan utama adalah belum adanya standarisasi sertifikasi halal yang seragam secara internasional. Perbedaan kriteria dan sistem sertifikasi antarnegara menyebabkan produk halal Indonesia tidak selalu dapat diterima secara otomatis di pasar global, sehingga pelaku usaha, terutama UMKM, harus melakukan sertifikasi ulang ketika ingin menembus pasar internasional (Juni, 2023).

Selain itu, tingkat pemahaman pelaku usaha terhadap proses sertifikasi halal juga masih terbatas. Banyak UMKM yang belum memahami alur, persyaratan, maupun manfaat dari sertifikasi halal, sehingga partisipasi mereka masih rendah. Tantangan ini diperparah oleh minimnya tenaga ahli di bidang halal, seperti auditor halal, penyelia halal, dan tenaga profesional di sektor produksi halal. Keterbatasan sumber daya manusia tersebut menyebabkan implementasi standar halal tidak merata di seluruh daerah.

Di sisi lain, infrastruktur yang mendukung rantai pasok halal juga belum sepenuhnya optimal. Fasilitas seperti transportasi halal, sistem penyimpanan, dan pusat distribusi yang benar-benar terpisah dari produk non-halal masih kurang memadai. Kondisi ini menimbulkan potensi kontaminasi silang dan menurunkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap kehalalan suatu produk.

Tantangan regulasi juga menjadi bagian penting dalam pengembangan industri halal. Meskipun pemerintah telah menerbitkan Undang-Undang Jaminan Produk Halal, implementasinya masih dilakukan secara bertahap dan sering mengalami pembaruan peraturan. Hal ini membuat pelaku usaha kebingungan dalam mengikuti perkembangan regulasi yang dinamis dan dalam memenuhi kewajiban sertifikasi yang terus berkembang.

Selain itu, persaingan global semakin ketat seiring dengan kemajuan negara-negara lain seperti Malaysia, Thailand, dan Uni Emirat Arab yang telah membangun infrastruktur halal yang lebih modern dan sistem sertifikasi yang diakui secara luas. Kurangnya inovasi produk halal di Indonesia juga menjadi hambatan, karena sebagian besar fokus produksi masih berkisar pada sektor makanan, sementara potensi besar di sektor farmasi, kosmetik, pariwisata halal, dan keuangan syariah belum dimanfaatkan secara maksimal.

Di tengah tantangan tersebut, kesadaran konsumen terhadap produk halal pun masih belum merata. Meskipun tren halal meningkat, masih banyak masyarakat yang kurang memperhatikan label halal atau belum memahami pentingnya proses sertifikasi. Ketidakmerataan kesadaran ini berdampak pada rendahnya dorongan bagi produsen tertentu untuk melakukan sertifikasi halal.

Secara keseluruhan, berbagai tantangan tersebut menunjukkan bahwa pengembangan industri halal memerlukan pendekatan yang komprehensif dan kolaborasi antara pemerintah, pelaku industri, lembaga sertifikasi, dan masyarakat. Dengan mengatasi hambatan-hambatan tersebut, potensi industri halal di Indonesia dapat dimaksimalkan untuk bersaing di tingkat global (Fathoni & Syahputri, 2020).

### **C. Strategi pengembangan Industri Halal di Indonesia**

Ada beberapa strategi dalam pengembangan Industri Halal di Indonesia. diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Menerangkan sumber daya manusia (SDM) unggul dilakukan melalui pembangunan yang mencakup aspek hati, kepala, dan tangan. Pendekatan hati fokus pada tujuan spiritual untuk bertakwa kepada Allah, Tuhan Yang Maha Esa. Pendekatan kepala fokus pada pengetahuan dan ilmu, sementara pendekatan tangan tekanan kemampuan keterampilan khusus di industri tertentu. Pengembangan SDM dilakukan melalui sertifikasi profesi dan peningkatan kemampuan khusus, serta melalui saluran edukasi SDM.
2. Dibutuhkan strategi yang handal untuk mensosialisasikan sertifikasi halal bagi berbagai produk dan jasa. Produk halal harus melalui sertifikasi untuk memastikan bahan dan prosesnya sesuai dengan standar halal. Pelaku usaha harus bertanggung jawab menjamin produknya halal melalui sistem jaminan produk halal (SJPH). Sejak 17 Oktober 2019, BPJPH ditunjuk

sebagai lembaga yang mengatur jaminan produk halal, mengubahnya dari sistem sukarela menjadi kewajiban negara sesuai UU 33/2014. Kewajiban sertifikasi halal ini penting untuk memastikan kehalalan produk, namun juga menuntut upaya besar dari pemerintah untuk mengintegrasikan rantai nilai halal yang tersebar di berbagai sektor melalui kolaborasi dan kerja sama (Muhamad Djamaluddin, 2024).

3. Proses sertifikasi halal melibatkan banyak pihak, terutama dalam skema halal self declaration oleh pelaku UMK, yang mencakup ormas keagamaan, lembaga Islam, perguruan tinggi, pemerintah daerah, asosiasi, paguyuban, dan kemitraan strategis lainnya, termasuk e-commerce dan platform digital. Untuk memastikan layanan sertifikasi halal berjalan optimal, diperlukan konsolidasi internal serta koordinasi dan komunikasi lintas instansi (Yuliana et al., 2024).

## **KESIMPULAN**

Industri halal memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional maupun global, terutama seiring meningkatnya jumlah penduduk Muslim dan kesadaran masyarakat terhadap konsumsi produk yang aman, higienis, dan sesuai syariat. Pertumbuhan pasar halal yang pesat, keberagaman produk, serta dukungan regulasi seperti Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi pusat industri halal dunia.

Namun demikian, pengembangan industri halal tidak terlepas dari sejumlah tantangan. Persaingan global yang semakin ketat, belum adanya standar sertifikasi halal internasional yang seragam, keterbatasan pemahaman masyarakat mengenai konsep halal, serta kendala dalam implementasi regulasi menjadi hambatan yang harus ditangani secara serius. Selain itu, masih rendahnya kesadaran pelaku usaha untuk berkompetisi dan memenuhi standar halal turut memperlambat percepatan pertumbuhan industri ini. Untuk mengoptimalkan potensi industri halal, diperlukan strategi yang komprehensif dan berkelanjutan. Penguatan sumber daya manusia menjadi salah satu kunci utama melalui peningkatan kompetensi, pendidikan, dan sertifikasi profesi. Pemerintah juga harus memperkuat sosialisasi sertifikasi halal, memastikan implementasi Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH), serta memperkuat peran BPJPH dalam memperluas akses sertifikasi bagi semua sektor usaha. Kolaborasi lintas lembaga, baik pemerintah, ormas keagamaan, perguruan tinggi, UMKM, hingga platform digital, menjadi langkah penting dalam menciptakan ekosistem halal yang terintegrasi.

Dengan memadukan peluang besar yang dimiliki Indonesia, mengatasi tantangan yang ada, serta melaksanakan strategi pengembangan yang tepat, industri halal dapat

berkembang secara optimal dan memberikan kontribusi signifikan bagi perekonomian serta kesejahteraan masyarakat.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Fathoni, M. A., & Syahputri, T. H. (2020). *Potret Industri Halal Indonesia : Peluang Dan Tantangan*. 6(03), 428–435.
- Juni, V. N. (2023). *Al-Maqrizi : Jurnal Ekonomi Syariah Dan Studi Islam Prodi Ekonomi Syariah , Universitas Pamulang Efektifitas BPJPH Terhadap Sertifikasi Halal Produk UMKM Indonesia Al-Maqrizi : Jurnal Ekonomi Syariah Dan Studi Islam Prodi Ekonomi Syariah , Universitas Pamulang*. 1(1), 1–21.
- Muhamad Djamaluddin (Mjamalpenais@Gmail.Com). (2024). *Strategi Komunikasi Publik Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Dalam Sosialisasi Sertifikasi Halal Di Media Sosial Public Communication Strategy Of The Organizing Body Halal Product Guarantee In Socialization Halal Certification In Social Media*. 28(1), 13–24.
- Ramadani, S. (2024). *Pasar Halal Indonesia Dan Global*. 9(204), 1835–1849.
- Ula Rochmatannia. (2024). *Prospects Of The Development Of The Halal Products Industry Towards Indonesia ' S Economic Growth*. 67–75.
- UUD NO 33 TAHUN 2014. (2014). *No Title*. 1.
- Yuliana, I., Wahyuni, N., & Sawitri, D. (2024). *Strategi Pengembangan Industri Halal Di Indonesia Berbasis Maqashid Syariah Dan Etika Bisnis Islami*. 10(03), 3075–3086.