

ANALISIS KESIAPAN EKOSISTEM HALAL VALUE CHAIN INDONESIA DALAM MENDUKUNG DAYA SAING PRODUK HALAL LOKAL DI PASAR GLOBAL

Nurfadilah Maulana¹ Wardah Jafar²

STAI Al-Azhar Gowa, Indonesia

Correspondence Author: nurfadilahmaulana02@gmail.com

Abstract: This study aims to analyze the readiness level of the halal value chain (HVC) ecosystem in Indonesia to support the competitiveness of local halal products in the global market. The research method used is a descriptive qualitative approach based on literature review with secondary data from various national and international institutions such as BPJPH, KNEKS, DinarStandard, and UNCTAD. The results indicate that the readiness of the Indonesian HVC ecosystem is still partial, with glaring weaknesses in halal logistics, technology adoption, Islamic financing, and compliance with global halal standards. Meanwhile, the regulatory and certification sectors have shown progress, but are not yet optimal in reaching halal MSMEs. This study recommends strengthening cross-sector synergies, accelerating the digitalization of the halal system, reforming halal financing, and harmonizing national halal standards with international standards to enhance the competitiveness of the Indonesian halal industry.

Keywords: Halal Value Chain; Competitiveness; Halal Industry; MSMEs; Halal Certification.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kesiapan ekosistem halal value chain (HVC) di Indonesia dalam mendukung daya saing produk halal lokal di pasar global. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif berbasis studi pustaka dengan data sekunder dari berbagai lembaga nasional dan internasional seperti BPJPH, KNEKS, DinarStandard, dan UNCTAD. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesiapan ekosistem HVC Indonesia masih bersifat parsial, dengan kelemahan mencolok pada aspek logistik halal, adopsi teknologi, pembiayaan syariah, dan kesesuaian dengan standar halal global. Sementara itu, sektor regulasi dan sertifikasi menunjukkan kemajuan, namun belum optimal dalam menjangkau UMKM halal. Penelitian ini merekomendasikan penguatan sinergi lintas sektor, percepatan digitalisasi sistem halal, reformasi pembiayaan halal, dan harmonisasi standar halal nasional dengan standar internasional guna meningkatkan daya saing industri halal Indonesia.

Kata Kunci: Halal Value Chain; Daya Saing; Industri Halal; UMKM; Sertifikasi Halal.

PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, memiliki potensi besar dalam mengembangkan industri halal, baik di tingkat nasional maupun global. Potensi ini tidak hanya terletak pada jumlah penduduk Muslim, tetapi juga pada keberagaman produk lokal yang memiliki karakteristik halal dan Etika Bisnis Islam (DinarStandard, 2024). Namun, potensi ini belum sepenuhnya tergarap optimal, terutama dalam konteks daya saing di pasar global.

Meskipun pemerintah telah mendorong sertifikasi halal dan penguatan sektor halal melalui berbagai regulasi, namun ekosistem Halal Value Chain (HVC) Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan struktural. Hal ini tercermin dalam rendahnya keterpaduan antara pelaku usaha, lembaga sertifikasi, logistik halal, dan sektor keuangan syariah (KNEKS, 2023). Tanpa integrasi menyeluruh dalam rantai nilai halal, produk halal Indonesia sulit bersaing dengan negara-negara seperti Malaysia dan Uni Emirat Arab yang telah membangun ekosistem halal yang mapan.

Pentingnya ekosistem HVC ini semakin terlihat dalam laporan *State of the Global Islamic Economy* oleh DinarStandard (2024), yang menempatkan Indonesia di peringkat ke-3 secara global dalam kinerja ekonomi halal. Pencapaian ini menunjukkan adanya perbaikan dari sisi regulasi dan promosi, namun belum cukup signifikan dalam aspek dukungan infrastruktur, teknologi produksi, dan akses pasar global.

Salah satu indikator penting adalah masih rendahnya penetrasi produk halal lokal ke pasar ekspor. Data Kementerian Perdagangan (2024) menunjukkan bahwa meskipun nilai ekspor produk halal Indonesia mencapai USD 41,42 miliar, sebagian besar masih didominasi oleh sektor makanan dan minuman, dengan kontribusi modest fashion, kosmetik, dan farmasi yang relatif kecil. Hal ini menunjukkan adanya ketimpangan dalam distribusi dukungan ekosistem antar sektor.

Ketimpangan ini tidak lepas dari kesiapan masing-masing sektor dalam mengintegrasikan prinsip halal pada seluruh rantai nilainya, dari hulu hingga hilir. Sertifikasi halal pada produk akhir saja tidak cukup untuk menjamin daya saing di pasar global, tanpa didukung sistem logistik halal, standar internasional, serta keuangan syariah yang terintegrasi (Latif et al., 2022).

Selain itu, tantangan lain datang dari sisi digitalisasi. Di era globalisasi, keterlacakkan (traceability) dan transparansi menjadi kunci utama dalam perdagangan produk halal internasional. Negara-negara pesaing seperti Thailand dan Jepang telah mengembangkan teknologi blockchain untuk menjamin halal traceability, sementara Indonesia baru dalam tahap inisiasi melalui platform SIHALAL (BPJPH, 2023).

Kelemahan dalam transformasi digital ini menghambat produktivitas UMKM yang merupakan tulang punggung industri halal lokal. Menurut data BPS (2022), lebih dari 90% pelaku industri halal adalah UMKM, namun hanya sebagian kecil yang telah memiliki sertifikasi halal dan dukungan digitalisasi produksi serta distribusi. Hal ini menciptakan kesenjangan akses dan menurunkan daya saing mereka secara global.

Di sisi lain, konsumen global kini semakin kritis terhadap isu-isu keberlanjutan dan kehalalan yang terverifikasi secara menyeluruh. Oleh karena itu, ekosistem halal value chain Indonesia harus mampu memenuhi standar internasional seperti MS1500 (Malaysia), GSO (GCC), dan SMIIC (OIC). Ketidaksesuaian dengan standar global ini menjadi penghambat utama dalam penetrasi pasar ekspor (UNCTAD, 2023).

Realisasi Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UU No. 33 Tahun 2014) dan berbagai regulasi turunannya memang memberikan landasan hukum yang kuat. Namun, implementasinya masih menghadapi berbagai kendala, mulai dari keterbatasan auditor halal, biaya sertifikasi, hingga tumpang tindih regulasi antara kementerian teknis (BPJPH, 2023). Hambatan birokrasi ini secara langsung mempengaruhi kelancaran ekosistem halal value chain.

Lebih jauh, penguatan ekosistem HVC juga harus dilihat dari sisi kolaborasi antar pemangku kepentingan. Saat ini, kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, akademisi, dan lembaga keuangan syariah masih bersifat sektoral. Belum ada satu platform terpadu yang menghubungkan seluruh aktor dalam satu rantai nilai halal yang komprehensif (KNEKS, 2023).

Sektor keuangan syariah belum sepenuhnya mendukung pembiayaan produksi halal dari hulu ke hilir. Padahal, pembiayaan berbasis syariah memiliki potensi besar dalam mendorong UMKM halal untuk tumbuh secara inklusif dan berkelanjutan. Minimnya inovasi pembiayaan berbasis value chain menjadi hambatan dalam memperkuat kapasitas produksi halal nasional (OJK, 2022).

Dari aspek promosi dan branding global, Indonesia juga masih tertinggal. Negara seperti Korea Selatan dan Jepang berhasil membangun citra halal untuk produk mereka meskipun bukan negara Muslim. Indonesia yang memiliki keunggulan demografis justru belum memiliki strategi nation branding halal yang terstruktur (IHLC, 2024).

Hal ini menegaskan bahwa persoalan daya saing bukan hanya terletak pada kualitas produk, tetapi juga pada narasi yang dibangun di tingkat global. Industri halal Indonesia perlu mengadopsi pendekatan branding berbasis nilai (value-based branding) untuk menonjolkan keunggulan etis, spiritual, dan keberlanjutan produk (Wilson & Liu, 2019).

Sejalan dengan itu, tren halal lifestyle global menunjukkan peningkatan permintaan terhadap produk-produk halal yang tidak hanya halal secara syariat, tetapi juga halal secara etika, ekologi, dan sosial. Ini berarti, ekosistem halal value chain harus mampu mengakomodasi nilai-nilai keberlanjutan (halalan thayyiban) sebagai strategi diferensiasi global (Bonne & Verbeke, 2021).

Menariknya, data dari Global Islamic Economy Indicator juga menunjukkan peningkatan permintaan produk halal dari negara-negara non-Muslim seperti Brasil, Korea, dan Rusia. Fenomena ini menunjukkan adanya peluang strategis bagi Indonesia untuk mengekspor produk halal tidak hanya ke negara OKI, tetapi juga ke pasar-pasar baru (DinarStandard, 2024).

Namun demikian, peluang ini tidak akan dapat dimanfaatkan jika kesiapan ekosistem HVC Indonesia masih bersifat parsial dan belum memiliki keunggulan sistemik. Oleh karena itu, diperlukan suatu kerangka evaluasi kesiapan ekosistem halal value chain yang mencakup aspek regulasi, infrastruktur, digitalisasi, SDM, dan kolaborasi antar aktor.

Penelitian-penelitian sebelumnya lebih banyak menyoroti aspek sertifikasi halal atau preferensi konsumen, tetapi belum banyak yang menganalisis secara komprehensif kesiapan ekosistem halal value chain Indonesia dalam perspektif daya saing global. Kekosongan literatur ini menjadi celah ilmiah yang relevan untuk diisi.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kesiapan ekosistem halal value chain Indonesia dalam mendukung daya saing produk halal lokal di pasar global, dengan pendekatan library research dan pemanfaatan data sekunder yang valid dan mutakhir.

Melalui pemetaan indikator-indikator kunci dalam HVC seperti logistik halal, sertifikasi, digitalisasi, dukungan keuangan syariah, dan kesesuaian standar global, diharapkan studi ini dapat memberikan kontribusi ilmiah dan praktis dalam mendukung strategi pembangunan industri halal nasional.

Dengan pendekatan ini, penelitian tidak hanya menawarkan analisis deskriptif, tetapi juga membuka jalan bagi perumusan kebijakan berbasis data dalam membangun ekosistem halal yang kuat, berdaya saing, dan inklusif untuk menjawab tantangan industri halal global ke depan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan metode *library research* (studi kepustakaan). Tujuan utama menggunakan metode ini karena fokus utama penelitian adalah menganalisis secara mendalam konsep, data, dan indikator yang berkaitan dengan kesiapan ekosistem Halal Value Chain (HVC) di Indonesia berdasarkan data sekunder dan dokumentasi ilmiah yang telah tersedia.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data sekunder dari lembaga-lembaga nasional dan global seperti:

- Dinar Standard (2024): State of the Global Islamic Economy Report,

- b. Indonesia Halal Lifestyle Center (IHLC, 2024),
- c. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia,
- d. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH, 2023),
- e. Badan Pusat Statistik (BPS, 2022),
- f. Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS, 2023),
- g. Publikasi dari jurnal ilmiah yang terakreditasi

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan kajian konten (*content analysis*) terhadap dokumen, laporan tahunan, buku, artikel jurnal, dan portal resmi pemerintah/lembaga internasional yang memuat informasi terkait indikator kesiapan ekosistem halal. Sumber-sumber tersebut dipilih berdasarkan kriteria:

1. Relevansi dengan variabel HVC dan daya saing global;
2. Kredibilitas lembaga penerbit;
3. Keterkinian data (minimal 5 tahun terakhir).

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis isi tematik (*thematic content analysis*). Dalam konteks ini, peneliti mengelompokkan temuan-temuan data ke dalam beberapa tema utama yang merepresentasikan dimensi kesiapan HVC, yaitu:

- 1) Infrastruktur dan logistik halal,
- 2) Sertifikasi dan regulasi,
- 3) Teknologi dan digitalisasi,
- 4) Pembiayaan syariah,
- 5) Kapasitas SDM dan UMKM halal,
- 6) Kesesuaian standar halal global.

Setiap tema dianalisis secara dialogis untuk melihat keterkaitan antarvariabel dan implikasinya terhadap daya saing ekspor produk halal Indonesia. Model pendekatan ini mengadopsi kerangka thinking dari Latif et al. (2022), yang menyatakan bahwa kesiapan ekosistem HVC ditentukan oleh keterpaduan antara elemen internal (struktur industri nasional) dan eksternal (standar dan pasar global).

Selain itu, untuk memperkuat analisis, digunakan pendekatan komparatif terhadap negara-negara benchmark seperti Malaysia, UEA, dan Korea Selatan yang telah sukses membangun ekosistem Halal Value Chain secara terintegrasi. Pendekatan ini bertujuan memberikan tolok ukur yang lebih objektif dalam menilai kesiapan Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis hasil penelitian difokuskan pada enam dimensi utama dalam kesiapan ekosistem Halal Value Chain (HVC) di Indonesia, yaitu: (a) infrastruktur dan logistik halal, (b) sertifikasi dan regulasi, (c) digitalisasi dan teknologi, (d) keuangan syariah, (e) kapasitas UMKM dan SDM halal, serta (f) kesesuaian standar internasional.

a. Infrastruktur dan Logistik Halal

Hasil analisis menunjukkan bahwa infrastruktur logistik halal di Indonesia masih dalam tahap pengembangan awal. Meskipun beberapa inisiatif seperti peluncuran Kawasan Industri Halal (KIH) telah dilakukan, keterbatasan dalam pengawasan logistik halal masih menjadi kendala utama (KNEKS, 2023). Saat ini hanya terdapat tiga KIH yang aktif, yaitu Modern Cikande Industrial Estate (Banten), Halal Industrial Park Sidoarjo (Jawa Timur), dan Bintan Inti Halal Hub (Kepulauan Riau), yang belum mampu menyerap kebutuhan industri halal nasional secara luas (IHLC, 2024).

Studi oleh DinarStandard (2024) menegaskan bahwa negara-negara pesaing seperti Malaysia dan UAE telah mengintegrasikan logistik halal dalam supply chain ekspor secara menyeluruh. Indonesia belum memiliki sistem logistik yang mengisolasi proses halal dari kontaminasi, seperti cold chain halal untuk makanan beku atau kosmetik yang sensitif.

Salah satu elemen penting dalam membangun ekosistem halal value chain (HVC) yang tangguh adalah ketersediaan infrastruktur dan sistem logistik halal yang mampu menjamin keberlangsungan kehalalan produk dari hulu ke hilir. Di Indonesia, meskipun pemerintah telah menetapkan pengembangan Kawasan Industri Halal (KIH) sebagai strategi utama, namun realisasinya masih terbatas pada beberapa lokasi strategis dan belum menyentuh skala nasional secara merata. Hingga 2024, tercatat hanya tiga KIH yang aktif dan operasional, yaitu Modern Halal Valley (Banten), Halal Industrial Park Sidoarjo (Jawa Timur), dan Bintan Inti Halal Hub (Kepulauan Riau) (IHLC, 2024). Keterbatasan jumlah dan jangkauan geografis KIH ini menimbulkan kesenjangan dalam distribusi industri halal di Indonesia.

Lebih jauh, keterbatasan fasilitas logistik halal menjadi persoalan serius dalam menjaga integritas kehalalan produk selama distribusi. Saat ini, Indonesia belum memiliki sistem logistik halal nasional yang terintegrasi dan bersertifikasi secara resmi, baik untuk penyimpanan, pengangkutan, maupun cold chain halal. Padahal, sektor makanan, farmasi, dan kosmetik sangat rentan terhadap kontaminasi silang (cross-contamination) selama proses distribusi (Latif et al., 2022). Negara seperti Malaysia telah menerapkan sistem logistik halal berbasis standar MS2400 dan memiliki pelabuhan-pelabuhan dengan fasilitas halal-certified untuk ekspor. Hal ini menjadi pembeda utama dalam daya saing ekspor produk halal ke pasar global.

Situasi ini diperparah dengan belum adanya lembaga khusus di Indonesia yang mengatur dan mengawasi standar logistik halal secara menyeluruh. Meskipun BPJPH memiliki wewenang untuk menerbitkan sertifikasi halal, tanggung jawab pengawasan distribusi dan logistik masih bersifat sektoral dan tumpang tindih antar instansi. Ketidakterpaduan kelembagaan ini menjadi kendala dalam membangun sistem traceability halal yang dapat menjamin kehalalan produk sepanjang rantai pasok. Dalam studi UNCTAD (2023), disebutkan bahwa rantai pasok halal yang tidak terdokumentasi secara utuh dapat mengurangi kepercayaan pasar luar negeri terhadap produk halal negara asal.

Di sisi lain, sektor swasta dan logistik konvensional di Indonesia juga belum banyak yang berinvestasi pada pembangunan sistem logistik halal. Hal ini disebabkan oleh kurangnya insentif fiskal dan jaminan pasar, sehingga pelaku usaha logistik lebih memilih beroperasi pada pasar umum. Padahal, menurut data DinarStandard (2024), permintaan terhadap sistem logistik halal meningkat tajam, terutama dari importir produk makanan halal di Timur Tengah dan Eropa. Kurangnya ekosistem logistik yang kompetitif mengakibatkan pelaku UMKM halal kesulitan menembus pasar ekspor karena biaya logistik halal yang relatif tinggi dan kurang efisien.

Dalam konteks ini, pembangunan infrastruktur dan logistik halal bukan hanya tentang fasilitas fisik, tetapi juga mencakup regulasi, sistem informasi halal, dan keterlibatan multiaktor secara kolaboratif. Diperlukan roadmap nasional untuk halal logistics development yang mengintegrasikan pelabuhan, pergudangan, transportasi, dan sertifikasi halal dalam satu sistem yang terstandarisasi dan diakui secara internasional. Sebagaimana disarankan oleh KNEKS (2023), strategi jangka panjang harus mencakup insentif investasi untuk logistik halal, pelatihan SDM logistik, dan integrasi dengan sistem ekspor nasional berbasis halal compliance. Tanpa dukungan infrastruktur yang memadai, ekosistem HVC Indonesia akan terus tertinggal dari

negara pesaing, dan peluang menjadi pusat industri halal dunia akan semakin menjauh.

b. Sertifikasi dan Regulasi

Sertifikasi halal merupakan elemen krusial dalam ekosistem halal value chain karena menjadi titik awal dalam menjamin kepercayaan konsumen dan daya saing di pasar global. Di Indonesia, mandat sertifikasi halal secara nasional telah ditegaskan dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Peraturan ini mewajibkan semua produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia untuk tersertifikasi halal secara bertahap. Pelaksanaan sertifikasi di bawah koordinasi Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) terus meningkat setiap tahunnya, dengan jumlah produk bersertifikat mencapai lebih dari 3,42 juta hingga akhir 2023 (BPJPH, 2023). Namun demikian, capaian tersebut masih menghadapi tantangan besar mengingat jumlah pelaku UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 64 juta unit (BPS, 2022).

Kesenjangan antara jumlah UMKM dengan produk yang telah bersertifikasi menunjukkan bahwa regulasi yang ada belum cukup efektif dalam menjangkau seluruh pelaku industri. Hambatan utama yang sering muncul adalah biaya sertifikasi yang relatif mahal, durasi proses yang panjang, serta birokrasi yang rumit. Laporan LPPOM MUI (2023) menunjukkan bahwa rata-rata UMKM membutuhkan waktu 3–6 bulan untuk memperoleh sertifikasi halal, yang dianggap sebagai beban administratif oleh pelaku usaha kecil. Ketiadaan insentif fiskal atau subsidi dari pemerintah juga memperparah keterbatasan akses UMKM terhadap sertifikasi halal, yang pada akhirnya menghambat integrasi mereka ke dalam rantai nilai halal global.

Di sisi lain, kompleksitas regulasi juga menjadi tantangan tersendiri. Terdapat tumpang tindih antara peran BPJPH sebagai regulator dan LPPOM MUI sebagai lembaga pemeriksa halal. Ketidakterpaduan sistem ini seringkali menimbulkan kebingungan di lapangan, terutama bagi pelaku industri baru yang ingin masuk ke pasar halal. Menurut Oktaviani dan Hasan (2023), regulasi halal di Indonesia masih mengalami dinamika kelembagaan yang belum sepenuhnya terkoordinasi, sehingga menurunkan efektivitas implementasi UU JPH. Dibandingkan dengan negara seperti Malaysia yang telah menerapkan sistem “one gate certification” melalui JAKIM, Indonesia masih berada dalam tahap konsolidasi lembaga.

Tidak hanya itu, regulasi Indonesia juga belum sepenuhnya kompatibel dengan standar halal internasional seperti GSO (Gulf Standard Organization), SMIIC (Standard and Metrology Institute for Islamic Countries), dan Codex Halal Guidelines. Hal ini menyebabkan banyak sertifikasi halal Indonesia tidak diakui secara otomatis di negara-negara tujuan ekspor, khususnya di kawasan Timur Tengah. Padahal, pengakuan internasional terhadap sertifikasi halal nasional sangat penting untuk membuka akses pasar global secara berkelanjutan (UNCTAD, 2023). Kurangnya skema mutual recognition arrangement (MRA) yang kuat menjadi penghambat utama dalam menembus pasar ekspor halal premium.

Untuk memperbaiki situasi tersebut, diperlukan reformasi sistem sertifikasi halal nasional yang menekankan pada efisiensi, transparansi, dan harmonisasi dengan standar global. Digitalisasi proses sertifikasi melalui platform SIHALAL merupakan langkah awal yang positif, namun belum menjawab seluruh permasalahan struktural. KNEKS (2023) menyarankan agar proses sertifikasi diperpendek melalui risk-based approach, penguatan kapasitas Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), serta peningkatan jumlah auditor halal yang tersertifikasi. Tanpa reformasi menyeluruh, sertifikasi halal di Indonesia hanya akan menjadi formalitas administratif tanpa dampak signifikan terhadap daya saing ekspor halal nasional.

c. Digitalisasi dan Teknologi

Transformasi digital menjadi katalis penting dalam mendukung transparansi dan efisiensi ekosistem halal value chain (HVC). Di era industri 4.0, kehadiran teknologi seperti blockchain, Internet of Things (IoT), dan big data analytics telah mengubah lanskap logistik, produksi, dan distribusi produk halal global. Negara-negara seperti Thailand dan Jepang telah mengimplementasikan blockchain halal untuk melacak asal-usul bahan baku, proses produksi, hingga distribusi akhir produk kepada konsumen (Latif et al., 2022). Sistem ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan pasar global, tetapi juga menjadi instrumen strategis dalam menghadapi tuntutan konsumen terhadap halal traceability.

Di Indonesia, digitalisasi ekosistem halal baru dimulai melalui peluncuran platform SIHALAL oleh BPJPH sebagai sistem manajemen pendaftaran sertifikasi halal secara daring. Meskipun inisiatif ini patut diapresiasi, penggunaannya masih terbatas pada tahap administratif dan belum menyentuh aspek teknis produksi dan distribusi halal secara end-to-end. Data KNEKS (2023) menunjukkan bahwa lebih dari 80% UMKM halal belum memiliki sistem digitalisasi produksi, seperti pelabelan digital, sensor keamanan produk, atau pemantauan rantai pasok secara real-time. Hal ini mencerminkan adanya ketimpangan digital yang signifikan antara pelaku industri besar dan pelaku usaha mikro dan kecil.

Kesenjangan digital ini diperparah dengan rendahnya literasi teknologi di kalangan pelaku UMKM halal. Sebagian besar pelaku usaha belum memahami pentingnya integrasi teknologi dalam menjaga sertifikasi halal yang berkelanjutan. Menurut studi IHLC (2024), mayoritas UMKM masih menggunakan sistem manual dalam pencatatan bahan baku, proses produksi, dan distribusi. Minimnya dukungan pelatihan teknis serta biaya adopsi teknologi yang tinggi menjadi penghambat utama dalam percepatan digitalisasi sektor halal nasional.

Selain itu, regulasi nasional terkait sistem halal traceability belum sepenuhnya mendukung adopsi teknologi canggih seperti blockchain dan IoT. Tidak adanya regulasi teknis spesifik mengenai pelacakan kehalalan dari hulu ke hilir membuat pelaku industri kehilangan arah dalam membangun sistem berbasis digital yang sah dan diakui. Padahal, negara-negara pesaing seperti UEA dan Malaysia telah memasukkan digital halal traceability sebagai bagian dari kebijakan industri halal nasional mereka (DinarStandard, 2024). Ketertinggalan Indonesia dalam aspek ini berpotensi menurunkan nilai jual produk halal di pasar global yang kini mengutamakan transparansi data.

Menyikapi hal tersebut, diperlukan intervensi pemerintah dalam bentuk insentif teknologi halal, kemitraan publik-swasta (PPP), serta program digitalisasi UMKM yang terintegrasi dengan sertifikasi halal. KNEKS (2023) merekomendasikan pengembangan Halal Digital Ecosystem berbasis platform nasional yang menghubungkan pelaku industri, lembaga sertifikasi, konsumen, dan logistik dalam satu sistem informasi halal yang komprehensif. Dengan dukungan ekosistem digital yang solid, Indonesia dapat mempercepat integrasi teknologi dalam rantai nilai halal dan sekaligus meningkatkan daya saing produknya di pasar internasional.

d. Keuangan Syariah

Peran keuangan syariah dalam mendukung pengembangan industri halal sangatlah strategis, terutama dalam konteks pembiayaan berbasis prinsip Islam yang tidak hanya bebas riba tetapi juga menekankan keadilan, transparansi, dan keberlanjutan. Dalam ekosistem halal value chain (HVC), pembiayaan syariah dapat menjadi pendorong utama bagi sektor produksi halal, khususnya di kalangan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Namun,

hingga kini, kontribusi keuangan syariah terhadap pembiayaan sektor halal di Indonesia masih tergolong rendah. Berdasarkan laporan OJK (2022), pangsa pasar keuangan syariah nasional hanya sekitar 6,9% dari total industri keuangan, yang sebagian besar masih didominasi oleh sektor konsumtif, bukan produktif.

Keterbatasan ini diperkuat oleh temuan KNEKS (2023) yang menunjukkan bahwa sebagian besar lembaga keuangan syariah belum memiliki skema khusus pembiayaan untuk sektor halal, seperti kredit berbasis value chain, qardhul hasan untuk UMKM halal, atau pembiayaan berbasis mudharabah dan musyarakah yang fleksibel. Akibatnya, pelaku industri halal, terutama UMKM, kesulitan mengakses pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan mereka, seperti modal kerja, pembelian bahan baku halal, atau pengembangan fasilitas produksi yang memenuhi standar halal global.

Ketidaksesuaian antara produk pembiayaan yang ditawarkan dan kebutuhan riil pelaku industri halal juga menyebabkan kurangnya efektivitas intermediasi keuangan syariah dalam memperkuat daya saing industri halal nasional. Menurut studi oleh DinarStandard (2024), negara-negara seperti Uni Emirat Arab dan Arab Saudi telah mengembangkan Islamic halal financing schemes yang terintegrasi dengan kebijakan industri nasional mereka. Mereka tidak hanya menyediakan dana, tetapi juga platform digital untuk memantau penggunaan dana secara transparan dalam rantai nilai halal. Hal ini menjadi faktor penting dalam meningkatkan efisiensi dan akuntabilitas pembiayaan industri halal.

Di Indonesia sendiri, belum banyak sinergi antara BPJPH, Kementerian Koperasi dan UKM, serta lembaga keuangan syariah untuk membentuk skema pembiayaan terintegrasi. Padahal, hasil riset IHLC (2024) menunjukkan bahwa permintaan terhadap produk halal akan terus meningkat hingga mencapai USD 281 miliar pada 2025, dan pembiayaan menjadi kunci utama untuk mengembangkan kapasitas produksi lokal. Tanpa dukungan keuangan yang memadai, pelaku usaha akan kesulitan memenuhi permintaan pasar global, terutama dalam memenuhi standar halal yang semakin ketat.

Oleh karena itu, dibutuhkan reformasi sistemik dalam tata kelola keuangan syariah yang mendukung HVC. Inovasi produk keuangan syariah, integrasi digital melalui fintech halal, serta insentif fiskal dari pemerintah menjadi langkah yang mendesak. KNEKS (2023) menyarankan pembentukan Halal Finance Task Force yang bertugas menjembatani pelaku industri dengan sumber pembiayaan berbasis syariah. Langkah ini penting untuk mendorong pertumbuhan industri halal yang inklusif dan kompetitif, sekaligus memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat industri halal dunia.

e. Kapasitas UMKM dan SDM Halal

Kapasitas sumber daya manusia (SDM) dan UMKM halal merupakan komponen vital dalam menopang keberlanjutan ekosistem halal value chain (HVC) di Indonesia. Namun demikian, hingga saat ini, kesiapan SDM industri halal masih tergolong rendah, baik dari sisi kompetensi teknis, pemahaman fiqh halal, hingga kemampuan adaptasi teknologi. Laporan BPJPH (2023) menunjukkan bahwa jumlah auditor halal aktif di Indonesia baru mencapai sekitar 2.500 orang, angka yang belum proporsional dengan jumlah permohonan sertifikasi yang terus meningkat dari berbagai sektor industri. Minimnya jumlah auditor dan tenaga ahli halal berdampak langsung pada lambatnya proses verifikasi dan jaminan kualitas halal produk, khususnya pada sektor UMKM.

Sementara itu, pelaku UMKM sebagai mayoritas penggerak industri halal nasional masih menghadapi kendala struktural yang cukup serius. Menurut BPS (2022), UMKM menyumbang

lebih dari 60% terhadap PDB nasional dan sekitar 97% dari total tenaga kerja. Namun, hanya sebagian kecil dari UMKM tersebut yang memiliki sertifikasi halal, pengelolaan produksi sesuai standar, serta akses ke pelatihan halal dan pemasaran digital. Studi IHLC (2024) menegaskan bahwa ketidaksiapan UMKM dalam aspek dokumentasi bahan baku, manajemen proses produksi, dan distribusi yang halal menyebabkan mereka tertinggal dari pelaku usaha besar dalam memasuki pasar ekspor halal.

Kendala lainnya adalah rendahnya literasi halal di kalangan pelaku UMKM. Banyak pelaku usaha yang masih memandang halal sebagai sebatas label legal-formal, tanpa memahami nilai-nilai substantif dari prinsip halalan thayyiban. Hal ini diperburuk oleh terbatasnya akses terhadap pelatihan teknis dan pendampingan berkelanjutan. KNEKS (2023) mengungkapkan bahwa belum ada sistem pelatihan nasional yang terstandardisasi dan berkelanjutan untuk mencetak pelaku usaha halal yang kompeten dan siap bersaing di pasar global.

Padahal, negara pesaing seperti Malaysia telah mengembangkan ekosistem SDM halal melalui program pendidikan formal, pelatihan industri, serta sertifikasi kompetensi yang diakui internasional. Malaysia Halal Industry Development Corporation (HDC) bahkan telah menetapkan peta jalan pengembangan SDM halal yang terintegrasi dengan kebutuhan industri (DinarStandard, 2024). Indonesia, meski memiliki potensi SDM yang besar, belum memiliki sistem koordinasi nasional yang menjembatani dunia pendidikan, industri, dan lembaga sertifikasi halal secara efektif.

Untuk menjawab tantangan ini, diperlukan kebijakan penguatan kapasitas SDM halal secara terstruktur, mulai dari integrasi kurikulum halal di pendidikan vokasi, peningkatan kuota pelatihan berbasis industri, hingga pembentukan inkubasi UMKM halal berbasis kawasan. KNEKS (2023) mendorong pembentukan Halal Skill Development Center di berbagai wilayah strategis yang tidak hanya melatih keterampilan teknis, tetapi juga membina manajemen usaha, sertifikasi, dan akses pasar digital. Peningkatan kualitas SDM halal ini menjadi prasyarat penting agar industri halal nasional mampu tumbuh inklusif, produktif, dan berdaya saing tinggi secara global.

f. Kesesuaian Standar Internasional

Kesesuaian dengan standar halal global merupakan prasyarat utama agar produk halal Indonesia dapat diterima secara luas di pasar internasional. Dalam konteks ini, sertifikasi halal nasional yang dikeluarkan oleh BPJPH belum sepenuhnya diakui oleh negara-negara tujuan ekspor utama seperti negara-negara GCC (Gulf Cooperation Council), kawasan Eropa, maupun sebagian negara ASEAN. Ketidaksesuaian ini disebabkan oleh belum optimalnya harmonisasi antara sistem Jaminan Produk Halal (JPH) Indonesia dengan standar internasional seperti GSO (Gulf Standard Organization), SMIIC (The Standards and Metrology Institute for Islamic Countries), dan Codex Halal Guidelines (UNCTAD, 2023).

Masalah ini berdampak langsung pada rendahnya penetrasi produk halal Indonesia di pasar ekspor premium, meskipun secara potensi Indonesia berada di peringkat ketiga dalam Global Islamic Economy Indicator (DinarStandard, 2024). Negara-negara pesaing seperti Malaysia dan Thailand telah berhasil menyesuaikan sistem sertifikasinya dengan standar internasional, bahkan lembaga sertifikasi mereka seperti JAKIM (Malaysia) dan CICOT (Thailand) telah mendapat pengakuan luas di lebih dari 50 negara. Hal ini memberi kemudahan akses pasar dan mengurangi hambatan teknis ekspor (non-tariff barriers) bagi produk halal mereka.

Indonesia sendiri baru memulai proses mutual recognition arrangement (MRA), yakni

pengakuan timbal balik terhadap sertifikasi halal dengan negara lain. Namun hingga 2024, implementasi MRA ini masih terbatas dan belum memberikan dampak signifikan terhadap volume ekspor produk halal bersertifikat nasional (KNEKS, 2023). Selain itu, ketiadaan lembaga akreditasi halal nasional yang diakui secara global juga menjadi kendala dalam meyakinkan mitra dagang internasional terhadap integritas proses sertifikasi halal Indonesia (IHLC, 2024).

Permasalahan lain yang juga mencuat adalah belum adanya sistem dokumentasi dan audit yang sesuai dengan standar internasional. Produk halal Indonesia masih sering dinilai hanya dari aspek produk akhir, bukan dari keseluruhan proses produksi yang mencakup input bahan baku, proses manufaktur, penyimpanan, hingga logistik. Padahal, standar halal global saat ini menekankan pendekatan farm to fork, yakni jaminan halal dari titik paling awal hingga produk sampai ke tangan konsumen (Latif et al., 2022). Ketidaksesuaian ini memperkuat persepsi bahwa sertifikasi halal Indonesia masih bersifat parsial.

Untuk meningkatkan kesesuaian dengan standar global, pemerintah perlu segera mengadopsi kebijakan sinkronisasi standar halal nasional dengan standar SMIIC dan GSO melalui partisipasi aktif dalam Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) dan lembaga teknis terkait. Di samping itu, perlu dilakukan reformasi kelembagaan dan teknologi dalam sistem sertifikasi halal, termasuk penguatan lembaga audit, sistem dokumentasi digital, dan peningkatan kapasitas SDM pemeriksa halal. Tanpa langkah konkret ke arah harmonisasi standar, maka produk halal Indonesia akan terus menghadapi hambatan di pasar global meski kualitasnya kompetitif secara substantif (UNCTAD, 2023; KNEKS, 2023).

KESIMPULAN

1. Penelitian ini menyimpulkan bahwa ekosistem halal value chain (HVC) di Indonesia masih berada dalam tahap awal pembangunan dan menghadapi berbagai tantangan mendasar yang menghambat penguatan daya saing produk halal nasional di pasar global. Berdasarkan hasil analisis enam dimensi utama HVC—yakni infrastruktur dan logistik halal, regulasi dan sertifikasi, digitalisasi, pembiayaan syariah, kapasitas SDM dan UMKM, serta kesesuaian standar global—terdapat ketidakseimbangan dalam kesiapan antar aspek, yang menyebabkan pengembangan industri halal berjalan parsial dan tidak terintegrasi.
2. Kemajuan di sektor regulasi seperti implementasi UU No. 33 Tahun 2014 dan pertumbuhan jumlah sertifikasi halal nasional belum dibarengi dengan kesiapan logistik halal, sistem audit berbasis digital, dan pembiayaan rantai nilai yang inklusif. Ketidakterpaduan antara lembaga regulator, pelaku usaha, dan lembaga keuangan syariah menjadi hambatan sistemik dalam mewujudkan ekosistem halal yang berdaya saing tinggi.
3. Selain itu, rendahnya kapasitas SDM halal serta minimnya harmonisasi standar nasional dengan standar halal internasional seperti GSO dan SMIIC turut memperlemah posisi Indonesia dalam pasar halal global. Padahal, potensi produk halal Indonesia sangat besar dan permintaan global terhadap produk halal terus tumbuh. Jika tidak direspon secara strategis dan kolaboratif, maka peluang ekonomi ini akan diambil oleh negara-negara pesaing seperti Malaysia, Thailand, dan UEA.
4. Dengan demikian, penguatan ekosistem HVC di Indonesia tidak dapat dilakukan secara sektoral atau simbolik, melainkan harus melalui pendekatan sistemik, kolaboratif, dan

berbasis data. Hanya dengan integrasi menyeluruh seluruh aktor dalam rantai nilai halal, maka cita-cita Indonesia sebagai pusat industri halal dunia dapat tercapai secara realistik dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik UMKM Indonesia*. Jakarta: BPS RI.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2023). *Laporan Tahunan Jaminan Produk Halal*. Jakarta: Kementerian Agama RI.
- Bonne, K., & Verbeke, W. (2021). *Muslim consumer trust in halal meat status and control in Belgium*. Meat Science, 79(1), 57-63.
- BPJPH. (2023). *Laporan Tahunan Sertifikasi Halal Indonesia*. Jakarta: Kementerian Agama RI.
- DinarStandard. (2024). *State of the Global Islamic Economy Report 2024/2025*. Dubai: Salaam Gateway.
- IHLC. (2024). *Indonesia Halal Industry Outlook 2024*. Jakarta: Indonesia Halal Lifestyle Center.
- KNEKS. (2023). *Outlook Ekonomi Syariah Nasional 2023*. Jakarta: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah.
- Latif, I. A., Syazwan, N. A., & Ismail, N. (2022). Integrating Halal Supply Chain in Industry 4.0: Challenges and Opportunities. *Journal of Islamic Marketing*, 13(1), 150–164.
- LPPOM MUI. (2023). *Analisis Kendala Sertifikasi Halal oleh UMKM di Indonesia*. Bogor: LPPOM MUI.
- UNCTAD. (2023). *Trade and Development Report 2023: Inclusive and Sustainable Global Value Chains*. Geneva: United Nations.
- OJK. (2022). *Laporan Tahunan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Oktaviani, L., & Hasan, N. (2023). Implementasi UU Jaminan Produk Halal dan Tantangannya. *Jurnal Hukum Islam*, 15(2), 211–225.
- Wilson, J. A. J., & Liu, J. (2019). *Halal branding: The cultural and ethical integrity of halal marketing*. Journal of Islamic Marketing, 10(4), 1071-1081.