

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS HALAL DI INDONESIA

Abdillah Mundir¹, Mayang Sari Mufida², Noer Mochammad Fadli Robby³

Universitas Yudharta Pasuruan

Email: abdillahmundir@yudharta.ac.id¹, Mayangsarimufida@gmail.com²

fadlirobby2302@gmail.com³

Abstract

The aim of writing this journal is to find out strategies for developing halal business in Indonesia. The writing method is descriptive based on previous research review and several journals with the same theme, namely halal business development. The results of the review of several journals that have been listed can conclude that Indonesia has great potential in developing halal business globally. This is because the demand for halal products is increasing in every country. Not only that, a halal business also requires several strategies to develop the business, namely by controlling product halalness, halal logistics, and halal verification.

Keywords: Business, Halal, Halal Business

Abstrak

Penulisan jurnal ini memiliki tujuan untuk mengetahui strategi perkembangan bisnis halal di Indonesia. Metode penulisan secara deskriptif dengan berdasarkan review penelitian terdahulu dan beberapa jurnal yang bertema sama yaitu perkembangan bisnis halal. Hasil review beberapa jurnal yang sudah tercantum dapat disimpulkan bahwa Indonesia memiliki potensi yang besar dalam mengembangkan bisnis halal secara global. Hal tersebut dikarenakan adanya permintaan produk halal yang meningkat pada setiap negara. Tidak hanya itu, bisnis halal juga memerlukan beberapa strategi untuk mengembangkan bisnis tersebut, yaitu dengan cara pengendalian kehalalan produk, halal logistic, dan halal verification.

Kata Kunci: Bisnis, Halal, Bisnis Halal

A. Pendahuluan

Indonesia memiliki jumlah masyarakat muslim terbesar dan menurut *Global Islamic Economy Report 2019/2020* Indonesia berada di urutan nomor 5 dalam perkembangan industri halal di dunia bisnis internasional. Hal ini menjadi sebuah tantangan untuk Indonesia dalam mengembangkan kualitas dan kuantitas dalam industri tersebut. Sebagai negara dengan jumlah muslim terbesar di dunia, kebutuhan akan produk halal semakin mendorong untuk dipenuhi (Yulia, 2015). Kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi produk halal semakin meningkat, sehingga pemenuhan kebutuhan produk halal semakin mendesak. Industri halal

merujuk sektor ekonomi yang berhubungan dengan produksi, distribusi produk, serta penyediaan produk dengan layanan yang sesuai dengan prinsip halal dalam Islam.

Dalam memenuhi kebutuhan pangsa pasar pada produk halal, sudah banyak negara yang memiliki lembaga atau badan sertifikasi halal. Bahkan negara yang penduduk muslimnya minoritas memiliki lembaga sertifikasi halal. Terdapat sekitar 84 lembaga yang berada di seluruh dunia (Amerika, Asia, Eropa, Afrika sampai Australia) (Pujiono et al., 2018). Kebutuhan seorang muslim pada produk halal seharusnya didukung dengan sertifikasi halal, akan tetapi pada kenyataan yang terjadi di lapangan tidak semua produk yang tersebar di Indonesia adalah halal. Banyak konsumen yang telah dirugikan dengan banyaknya produk tanpa label halal. Beberapa upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah Indonesia dalam memenuhi kebutuhan dan jaminan pada produk halal yaitu yang diwujudkan pemerintah bersama Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang bertugas memeriksa dan memberikan sertifikasi halal (Iverson & Dervan, n.d.). MUI akan menjelaskan konsep halal melalui label halal pada sebuah produk yang harus melalui uji proses. Pemerintah Indonesia juga membatasi kuota daging sapi impor dari Australia dikarenakan terdapat bahan baku atau bahan tambahan terlarang atau melebihi batas penggunaan atau tidak memenuhi standar mutu dan persyaratan yang ada. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam pelabelan produk masih terdapat produk asing tidak memenuhi kebenaran informasi berdasarkan pencantuman label.

Dengan adanya lembaga tersebut masyarakat muslim akan dengan mudah dan merasa aman dalam mengkonsumsi makanan halal dimanapun. Masyarakat merasa produk yang bersertifikat halal adalah produk yang berkualitas, bergizi, suci, sehat, dan aman untuk dikonsumsi (Haryono, 2023). Masyarakat yang merasa aman akan meningkatkan penjualan dikarenakan konsumen tidak akan ragu lagi dalam memilih produk tersebut. Oleh sebab itu diperlukannya strategi yang tepat untuk mengembangkan bisnis halal di Indonesia. Dari latar belakang di atas penulis tertarik mengambil judul penelitian “Strategi Pengembangan Bisnis Halal di Indonesia” dengan tujuan penelitian: bagaimana strategi pengembangan bisnis halal di Indonesia?

B. Kajian Teori Tentang Bisnis Halal

Halal dan haram suatu produk makanan mempunyai kedudukan yang amat penting bagi umat Islam. Kata halal diambil dari bahasa Arab yang memiliki arti “melepaskan” serta “tidak terikat”, yang secara etimologis diartikan sebagai hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat (Akbarizan et al., 2018), yang dimaksud dari makanan yang halal yaitu makanan yang boleh dikonsumsi secara syariat dan baik untuk tubuh secara medis. Beberapa kriteria makanan halal yaitu sebagai berikut (Nurlaela et al., 2021):

1. Halal Zatnya

Makanan yang apapun pada dasarnya halal dikonsumsi, kecuali terdapat larangan yang menjelaskanya.

2. Halal Cara Perolehanya

Semua makanan halal akan mejadi haram jika cara perolehanya tidakbaik atau tidak sah. Seperti mencuri, merampok dan menipu.

3. Halal Cara Pengolahanya

Terdapat banyak makanan yang bisa dikonsumsi. Akan tatapi makanan tersebut bisa saja haram apabila cara pengolahanya tidak sesuai dengan syariat Islam, seperti, anggur yang diolah menjadi produk minuman keras, kambing yang mati tanpa disembelih dengan menyebut nama Allah.

Menurut Misno, n.d. Makna umum dari bisnis yaitu aktivitas yang dilakukan oleh manusia untuk mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan hidup dengan mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan tepat guna. Sedangkan menurut Sakirah, 2021, bisnis adalah kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Barang dan jasa akan di distribusikan pada masyarakat yang membutuhkan, dari kegiatan distribusi tersebut, pelaku bisnis akan mendapatkan keuntungan atau profit.

Bisnis Islam atau bisnis halal berbeda dengan bisnis lainnya, khusus pada prinsip yang tidak ada pada bisnis lain yaitu mengenai atauran halal dan haram yang harus ditaati oleh para pembisnis (Misno, n.d.). Konsep halal dan haram memiliki arti yang penting dalam berbisnis, bukan hanya dari produk manusia melainkan ketentuan Allah yang sudanh ditetapkan (Priatmojo, 2020). Bisnis syariah atau bisnis halal di Indonesia terdiri dari beberapa sektor, antara lain makanan,

keuangan, busana/ fashion, farmasi, pariwisata dan lain-lain (Ahyar & Abdullah, 2020). Menjalakan bisnis halal, seorang individu muslim dituntut untuk menjauhi perilaku negatif seperti mengurangi timbangan, memalsukan barang, riba dan lain-lain (Purba & Tanjung, 2023). Dalam bisnis halal, cara mendapatkan harta tidak diperbolehkan dengan cara yang diharamkan Allah. Lebih jelasnya yaitu ketentuan bisnis syariah tidak diperbolehkan bebas dari ketentuan syarat dan harus dibedakan antara produk halal dan haram (Purba & Tanjung, 2023).

Berdasarkan beberapa uraian penjelasan karakteristik produk makanan halal di atas dapat disimpulkan bahwa sangat penting adanya lembaga MUI untuk sertifikasi makanan halal di Indonesia. Dengan begitu, masyarakat akan merasa lebih aman tanpa khawatir dalam memilih produk halal untuk dikonsumsi bersama keluarga. Isal Badroen juga pernah mengemukakan prinsip-prinsip bisnis dalam Islam seperti yang dikutip dalam penelitian (Ahyar & Abdullah, 2020), yaitu *unity* (persatuan/ konsep tauhid), *equilibrium* (keseimbangan/ keadilan), *free will* (kehendak bebas), *responsibility* (tanggung jawab) dan *benevolence* (ihsan).

Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional (PPN/ Bappenas) Bambang Brodjonegoro berharap Indonesia tak hanya menjadi konsumen semata, sebab jika produksi industri halal Indonesia bisa diekspor maka akan mengurangi defisit neraca transaksi berjalan. Melihat kondisi tersebut maka pemerintah harus bergerak cepat untuk melihat peluang terhadap tingginya permintaan akan produk halal (Try Astuti & Ruqiah, 2020). Mengingat pasar yang berkembang ini, para peneliti telah menulis tentang permintaan makanan halal di negara-negara mayoritas muslim. Negara-negara non-Muslim lainnya juga menyadari nilai produk halal dan berupaya dengan pola yang sama untuk menginspirasi dunia melalui penelitian dan pengembangan di bidang makanan halal dan lainnya. Pasar makanan halal memiliki nilai yang signifikan dalam perekonomian dunia saat ini dan produsen internasional kini mempertimbangkan nilai-nilai pelanggan Muslim (Hameeda et al., 2016).

C. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan yaitu *review* beberapa referensi jurnal dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan perkembangan bisnis halal. Hasil *review* dari beberapa jurnal yang telah dilakukan akan ditulis dan dijabarkan

dengan pembagian Sub Bab tema penelitian yaitu masa depan bisnis halal di Indonesia, pengembangan, dan strategi pengembangan bisnis halal di Indonesia. Pada tahap akhir penelitian hasil akan disajikan dalam bentuk teks narasi.

D. Hasil dan Pembahasan

1. Masa Depan Bisnis Halal di Indonesia

Sudut pandang masa depan bisnis halal di Indonesia tetap terlihat cerah meskipun terdapat beberapa tantangan. Permintaan produk halal yang terus meningkat di beberapa negara dan Indonesia berpotensi menjadi pusat produksi dan pendistribusian produk halal tersebut, dengan kerjasama antara pemerintah, industri halal dan lembaga sertifikasi dapat memberikan kontribusi yang sangat mempengaruhi ekonomi negara.

2. Pengembangan Bisnis Halal di Indonesia

Sudah diketahui bahwa Indonesia memiliki penduduk mayoritas muslim, bahkan seiring berjalanya waktu akan semakin bertambah. Hal tersebut merupakan potensi dalam perkembangan bisnis halal. Hal tersebut sudah dilaksanakan oleh pemerintah yaitu berjalanya program *masterplan* ekonomi syariah 2019-2024. Menurut Kementerian Perindustrian Republik Indonesia dalam penelitian Karina, (2015) pembangunan kawasan industri halal tidak hanya disitu saja, melainkan akan dikembangkan lagi di daerah-daerah lainya.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Global Islamic Economy Report tahun 2020/2021 dapat dilihat pengeluaran yang berhubungan dengan makan dan minuman halal, farmasi, kosmetik halal dan gaya hidup halal mencapai USD 2,02 triliun pada tahun 2019. Hal tersebut menjelaskan bahwa keuangan syariah Indonesia menempati nomor urut 4 dunia berdasarkan konsumen terbesar pada konsumsi produk halal, nomor urut 6 dunia dalam sektor pariwisata ramah muslim, nomor urut 3 dalam busana muslim, selanjutnya pada sektor farmasi dan kosmetik halal yang berada pada nomor urut 6 dan 2. Dapat dilihat bahwa kontribusi bisnis halal di Indonesia mengalami perkembangan pada setiap tahunnya. Investasi pada bidang Bank Syariah juga mengalami peningkatan yang didukung dengan penerapan konsep ekonomi syariah.

3. Strategi Pengembangan Bisnis Halal di Indonesia

Berdasarkan literatur sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa untuk

mengoptimalkan perkembangan industri halal di Indonesia diperlukannya institusi keuangan (perbankan syariah) yang berperan aktif. Peran perbankan syariah sangat penting dalam *halal integrity*. Perbankan syariah dapat mengoptimalkan di setiap proses halal *value chain* atau proses meningkatkan keunggulan produk dengan analisis keunggulan kompetitif dan mewujudkan tehnik yang lebih efisien (Pratama & Sholihah, 2021). Hal tersebut terbagi dalam tiga tahapan yaitu pengendalian halal, logistik halal dan halal verification.

a. Pengendalian Kehalalan Produk

Kebutuhan konsumen harus dipenuhi oleh produsen, baik muslim maupun nonmuslim. Kebutuhan makanan bagi muslim tentunya adalah adanya jaminan kehalalan produk yang akan di konsumsi. Jaminan tersebut diperoleh dari sertifikat halal yang didapatkan dari LPPOM-MUI pada produk. Di Indonesia sendiri masih sedikit pelaku UMKM yang memiliki sertifikat halal, hal tersebut dikarenakan ketidaktahuan para pelaku UMKM mengenai proses dalam mendapatkan sertifikat halal suatu produk. Selain itu, banyak UMKM yang belum dikelola serius dalam keuangan yang akan memiliki prospek bagus dimasa depan akan lebih kesulitan untuk pengajuan sertifikat halal.

Para pelaku UMKM di Indonesia kurang antusias untuk mengikuti program sertifikat halal pada produk dikarenakan panjangnya prosedur dan banyaknya dokumen yang harus dipersiapkan. Selain itu kebanyakan Negara yang memiliki penduduk muslim yang besar, program sertifikat halal pada produk kurang optimal, dikarenakan produsen UMKM dan konsumen merasa setiap produk makanan yang ada aman dan halal sehingga merasa tidak membutuhkan sertifikat halal pada produk mereka (Hameeda et al., 2016). Pada kondisi seperti ini perbankan syariah memiliki peluang strategis untuk mengembangkan bisnis halal melalui pemberdayaan UMKM Indonesia.

b. Halal Logistic

Salah satu faktor penting dalam pengangkutan produk makanan atau minuman berlogo halal ke tujuan adalah halal logistic. Dalam pelayanan agar berkembang dan menjadi berkualitas diperlukan penggunaan teknologi, konsep, dan kebijakan yang tepat. Pengembangan sistem halal logistic akan meningkatkan kualitas, transportasi, kepuasan pelanggan dan keuntungan

bisnis halal (Ashari, 2021).

Semakin berkembangnya teknologi dan permintaan produk halal yang meningkat mendesak para penyedia jasa logistic untuk menciptakan inovasi dalam pelayanan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Salah satu inovasi tersebut adalah *blochain* yaitu buku besar digital yang mencatat seluruh proses distribusi barang. Sistem *blochain* mempermudah industri halal dalam memisahkan produk halal dan haram. Beberapa hal yang perlu dipertimbangkan bagi perusahaan yang menyediakan jasa layanan *halal logistic* adalah perusahaan harus memiliki pengalaman mengenai kehalalan produk, sehingga dalam penanganan produk tetap terjaga kehalalannya. Selanjutnya yaitu pemisahan produk halal dan non halal dengan beberapa cara seperti menggunakan sistem digital *blochain*, yang terakhir yaitu jaminan terhadap kehalalan produk.

Para industri halal dapat menghadapi tantangan yang dapat dijawab dengan perbankan syariah. Strategi yang harus dilakukan untuk menjaga kehalalan produk adalah dengan penyaluran mitra UMKM di Indonesia dengan binaan Bank Syariah, dengan begitu integritas kehalalan suatu produk dapat dijamin dikarenakan proses produksi sampai distribusi produk berada dalam pengawasan Bank Syariah.

c. Halal Verification

Tahap yang tidak kalah penting yaitu tahap *halal verification*. Produk yang berkualitas dan memiliki sertifikat halal belum tentu akan meningkatkan keuntungan jika produk tidak dapat terjual ke konsumen. Belum tentu seluruh produk memiliki tanggapan yang baik bagi konsumen, hal tersebut dikarenakan dengan penduduk mayoritas muslim memiliki anggapan semua makanan halal, sehingga produk yang memiliki label halal tidak memiliki keunggulan yang lebih dibandingkan produk lainnya.

Perlu dilakukan edukasi mengenai produk halal kepada masyarakat. Salah satu cara yang dapat dilakukannya yaitu berkampanye dengan gaya hidup halal. Masyarakat diberikan pemahaman mengenai pentingnya produk berlogo halal, dalam hal ini Bank Syariah diperlukan untuk mempromosikan UMKM atau mitra yang terkait, Bank Syariah dapat mengalokasikan CSR (*Corporate*

Social Responsibility) untuk mempromosikan produk dengan beberapa cara seperti menggelar bazar, atau festival kuliner khusus produk halal.

E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penjabaran dari pembahasan terkait pengembangan bisnis halal di Indonesia penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut: Umat Islam berhak mendapatkan produk pangan yang murni dan higienis baik dalam bentuk mentah maupun olahan, semua pemangku kepentingan yang bertanggung jawab atas penyediaan pangan bagi umat Islam harus menjamin rantai pasok halal. Permintaan produk makanan halal di seluruh dunia telah membuka pasar yang luas bagi produsen makanan Indonesia untuk mencapai volume ekspor yang lebih besar. Studi ini menyimpulkan potensi industri makanan halal di masa depan karena pesatnya pertumbuhan populasi Muslim dan untuk menangkap pasar makanan yang sedang berkembang ini dengan sumber dayanya yang sangat besar dan tidak hanya meningkatkan standar hidup pedesaan tetapi juga meningkatkan cadangan devisa.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, M. K., & Abdullah, A. 2020. Membangun Bisnis dengan Ekosistem Halal. *Jurnal Pasar Modal dan Bisnis*. 2 (2), 167–182.
- Akbarizan, Lestari, F., Hertina, Zulkifli, Muryati, S., & Mabsor. 2018. *Bisnis Produk Halal Analisis Implementasi Rantai Pasok Produk Halal di Australia* (pp. 1–2).
- Ashari, R. T. 2021. Pengembangan Sistem Logistik Produk Halal di Indonesia. *Halal Research Journal*. 1 (1), 8–19. <https://doi.org/10.12962/j22759970.v1i1.13>
- Hameeda, S., Gillani, B., Mahmood, M., & Khan, S. 2016. Role of Islamic Financial Institutions in Promotion of Pakistan Halal Food Industry. *Islamic Banking and Finance Review*. Syeda Hameeda Batool., & Ijaz, Farrukh. 3 (1), 29–49.
- Haryono, H. 2023. Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia Menjadi Top Player Global. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. September, 689–708. <https://doi.org/10.30868/ad.v7i02.4918>
- Iverson, B. L., & Dervan, P. B. (n.d.). *Strategi Nasional Pengembangan Industri Halal Indonesia*. 7823–7830.
- Karina, R. 2015. *Perkembangan Industri Halal di Jepang*. Vol. 13, Issue Juni.
- Misno, A. (n.d.). Pengertian, Tujuan, dan Prinsip-Prinsip Bisnis Islam. *In Eksa* 4103.
- Nurlaela, Pettenreng, H. A. M. A., & Hamid, A. H. 2021. Produk Halal Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen. In *Pusaka Almaila*.
- Pratama, A., & Sholihah, E. 2021. Analisis Value Chain Pada Minimarket Suryamu Sukoharjo. *Maker: Jurnal Manajemen*. 7 (2), 145–155. <https://doi.org/10.37403/mjm.v7i2.343>

- Priatmojo, S. K. 2020. Implementasi Etika Bisnis Islam: Bisnis Halal yang Bertanggung Jawab. *Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah*. 2(2), 198–214. <https://doi.org/10.51339/iqtis.v2i2.203>
- Pujiono, A., Setyawati, R., & Idris, I. 2018. Strategi Pengembangan Umkm Halal di Jawa Tengah dalam Menghadapi Persaingan Global. *Indonesia Journal of Halal*. 1 (1), 1–8. <https://doi.org/10.14710/halal.v1i1.3109>
- Purba, J., & Tanjung, D. 2023. Kebutuhan Multi Akad dalam Transaksi Ekonomi Muamalah; Analisis Maqashid Syariah. *Al-'Adalah: Jurnal Syariah dan Hukum Islam*. 8 (1), 65–82. <https://doi.org/10.31538/adlh.v8i1.3315>
- Sakirah, S. dkk. 2021. Pengantar Bisnis Islam. In *Widina Bhakti Persada*.
- Try Astuti, A. R., & Ruqiah. 2020. Bisnis Halal dalam Perspektif Etika Islam: Kajian Teoritis. *AL MA'ARIEF: Jurnal Pendidikan Sosial dan Budaya*. 1 (2), 142–156. <https://doi.org/10.35905/almaarief.v1i2.1139>
- Yulia, Lady. 2015. Halal Products Industry Development Strategy Strategi Pengembangan Industri Produk Halal. *Jurnal Bisnis Islam*. 8 (1), 121–162.