

STRATEGI MANAJEMEN KEUANGAN DALAM MEMBANGUN BISNIS YANG HALAL DAN BERKELANJUTAN DI TENGAH KETIDAKSTABILAN EKONOMI

Nimas Ifthinatun Nabila
Hukum Tata Negara, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang
E-mail: [*nimasnabila01@gmail.com](mailto:nimasnabila01@gmail.com)

ABSTRAK

Di tengah arus globalisasi, sektor bisnis halal kian menunjukkan dominasinya dalam perekonomian dunia. Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat, baik muslim maupun non-muslim, terhadap pentingnya konsumsi produk halal. Pengelolaan keuangan dalam bisnis halal memiliki peran krusial untuk memastikan bahwa seluruh kegiatan usaha, mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, hingga distribusi, selaras dengan prinsip-prinsip syariah. Sertifikasi halal menjadi alat utama untuk menjamin kehalalan produk, sekaligus memperkuat kepercayaan konsumen dan meningkatkan daya saing di pasar internasional. Meski demikian, pelaku usaha halal masih dihadapkan pada berbagai hambatan, seperti kerumitan proses sertifikasi, kompetisi global, ketidakstabilan ekonomi, dan terbatasnya pasokan bahan baku halal. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi pengelolaan keuangan yang mengedepankan nilai-nilai syariah, etika bisnis Islam, serta kemampuan berinovasi dan beradaptasi terhadap kemajuan teknologi dan regulasi. Dengan pendekatan tersebut, bisnis halal tidak hanya menciptakan keuntungan ekonomi, tetapi juga turut berkontribusi pada kesejahteraan sosial dan pelestarian lingkungan dalam menghadapi tantangan ekonomi global.

Kata kunci

Bisnis halal, Sertifikasi halal, Ketidakstabilan ekonomi

ABSTRACT

Amidst the current of globalization, the halal business sector is increasingly showing its dominance in the world economy. This growth is driven by increasing public awareness, both Muslims and non-Muslims, of the importance of consuming halal products. Financial management in the halal business has a crucial role to ensure that all business activities, from the selection of raw materials, production processes, to distribution, are in line with sharia principles. Halal certification is the main tool to guarantee the halalness of products, while strengthening consumer confidence and increasing competitiveness in the international market. However, halal business actors are still faced with various obstacles, such as the complexity of the certification process, global competition, economic instability, and limited supply of halal raw materials. Therefore, a financial management strategy is needed that prioritizes sharia values, Islamic business ethics, and the ability to innovate and adapt to technological advances and regulations. With this approach, halal businesses not only create economic benefits, but also contribute to social welfare and environmental preservation in facing global economic challenges.

Keywords

Halal business, Halal certification, and Economic instability

1. PENDAHULUAN

Di tengah arus globalisasi, industri halal telah berkembang menjadi sektor yang berpengaruh dalam perekonomian dunia. Konsep manajemen bisnis halal muncul sebagai respons terhadap meningkatnya kesadaran umat Muslim akan pentingnya kepatuhan terhadap prinsip Syariah dan konsumsi produk halal. Selain itu, tren gaya hidup halal yang juga diadopsi oleh sebagian masyarakat non-Muslim turut memperluas pangsa pasar industri ini. Kondisi ini membuka peluang besar bagi pertumbuhan sektor halal secara global. Sebagai fondasi utama dalam sistem keuangan Islam, manajemen bisnis halal

memiliki kontribusi yang signifikan dalam membentuk ekonomi dunia yang berlandaskan prinsip keberlanjutan, etika, dan inklusivitas.

Artikel ini membahas tentang pemahaman manajemen bisnis halal, berbagai tantangan yang dihadapi dalam penerapannya, serta kontribusinya di tengah dinamika ekonomi global yang terus berkembang. Dalam ajaran Al-Qur'an, umat Islam diperintahkan untuk mematuhi ketentuan mengenai apa yang halal dan haram. Oleh karena itu, manajemen bisnis halal berperan dalam menjamin bahwa setiap tahapan mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, hingga strategi pemasaran dilakukan dengan cara yang sesuai dengan prinsip halal dan ketentuan hukum yang berlaku. Dalam konteks industri halal, penerapan manajemen yang sesuai dengan nilai-nilai Islam sangat penting untuk memastikan bahwa seluruh proses bisnis selaras dengan syariat. Bisnis halal pun menjadi jawaban bagi konsumen Muslim yang semakin peduli terhadap kehalalan produk serta nilai-nilai etis dalam praktik usaha.

Syariah merupakan ajaran Islam yang mengatur seluruh aspek kehidupan umat Muslim. Istilah "syariah" berasal dari bahasa Arab yang berarti "jalan yang harus ditempuh", dan secara literal diartikan sebagai "jalan menuju sumber kehidupan" (Rosyidi, 2024). Syariah tidak hanya dipahami sebagai jalan menuju keridhaan Allah SWT, tetapi juga dianggap sebagai panduan hidup yang diturunkan langsung oleh Sang Pencipta melalui Rasul-Nya, Nabi Muhammad SAW, untuk seluruh umat Islam. Selain sebagai tuntunan spiritual, Syariah juga mencakup seperangkat nilai, norma, dan aturan yang menjadi landasan dalam menjalani kehidupan sesuai ajaran Islam. Di tingkat global, konsep halal telah berkembang menjadi simbol kualitas dan gaya hidup yang terpercaya. Seiring kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan, produk-produk kini diproses dengan berbagai teknik modern dari beragam bahan baku, sehingga penilaian terhadap status kehalalannya memerlukan pemeriksaan yang lebih mendalam. Karena itu, proses verifikasi dan sertifikasi halal menjadi aspek yang sangat penting dalam memastikan kehalalan suatu produk.

Permintaan konsumen untuk mematuhi standar halal yang diakui secara global menjadi pendorong utama pentingnya sertifikasi halal. Sertifikasi ini merupakan bagian dari etika bisnis yang wajib diterapkan oleh pelaku usaha sebagai bentuk tanggung jawab dalam menjamin kehalalan produk yang ditawarkan. Selain memberikan kepastian kepada konsumen, label halal juga memberikan berbagai manfaat ekonomi bagi produsen, antara lain: meningkatkan kepercayaan pelanggan karena kepastian status halal, menjadi keunggulan kompetitif (Unique Selling Point), memperluas akses ke pasar halal internasional, memperkuat daya saing produk di pasar, serta menjadi bentuk investasi yang relatif kecil dibandingkan dengan potensi peningkatan pendapatan yang dapat diraih (Warto & Samsuri, 2020). Keberadaan lembaga sertifikasi halal juga memainkan peran penting dalam memastikan produk yang diekspor ke negara-negara berpenduduk mayoritas Muslim dapat diterima dengan baik. Namun, sertifikasi yang dikeluarkan oleh lembaga swasta atau non-pemerintah tidak selalu diakui secara internasional, yang menyebabkan beberapa produk mengalami penolakan. Untuk mengatasi hal ini, Indonesia mulai mengalihkan kewenangan sertifikasi halal dari lembaga non-pemerintah seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI) kepada lembaga pemerintah di bawah Kementerian Agama, yaitu Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).

Penerapan prinsip bisnis dalam industri halal dapat mengantarkan para pengusaha Muslim menuju kesejahteraan, baik di dunia maupun di akhirat. Dengan menjalankan usaha sesuai prinsip halal dan hukum Syariah, kepercayaan konsumen Muslim akan tumbuh, yang pada akhirnya membentuk loyalitas pelanggan yang kuat serta

memperkuat citra positif perusahaan. Operasional bisnis yang berlandaskan Syariah juga mendorong terciptanya rasa kepercayaan dan keadilan dalam masyarakat. Tujuan utama dari bisnis halal bukan semata-mata mengejar keuntungan jangka pendek, melainkan menciptakan nilai yang berkelanjutan dalam jangka panjang. Selain itu, bisnis yang berbasis halal memiliki peluang besar untuk menembus pasar internasional, khususnya di wilayah dengan populasi Muslim yang besar seperti Timur Tengah, Asia Tenggara, dan Afrika Utara. Komitmen terhadap prinsip halal juga mendorong terciptanya inovasi dalam pengembangan produk dan teknologi, yang mampu memberikan nilai tambah bagi perusahaan di berbagai sektor industri.

Menjalankan bisnis halal berbasis syariah di tengah dinamika ekonomi global menghadirkan sejumlah tantangan, seperti persoalan sertifikasi halal, strategi pemasaran lintas negara, tingkat persaingan yang tinggi, ketidakpastian regulasi, serta perkembangan teknologi yang cepat. Di samping itu, ketersediaan bahan baku halal masih menjadi kekhawatiran tersendiri, sehingga diperlukan kolaborasi erat dengan para pemasok yang memahami dan mampu memenuhi standar halal. Untuk mempertahankan daya saing di pasar internasional, adopsi teknologi mutakhir menjadi kunci dalam meningkatkan efisiensi proses produksi dan pengelolaan bisnis halal. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha di sektor halal untuk memiliki pemahaman yang kuat terhadap prinsip-prinsip Syariah, serta mampu berinovasi dan menyesuaikan diri dengan perubahan ekonomi global agar dapat mengatasi berbagai tantangan yang ada (Karina Putri et al., 2023).

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi pustaka (library research), yaitu mengumpulkan data melalui telaah literatur terkait manajemen keuangan syariah dalam pengembangan bisnis halal. Berbagai literatur seperti buku, jurnal, dan artikel yang relevan. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif untuk menemukan pola dan konsep utama terkait topik penelitian. Analisis data dilakukan dengan mengelompokkan dan menginterpretasi informasi, kemudian hasilnya disajikan secara sistematis untuk memberikan gambaran yang jelas sesuai tujuan penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Strategi Manajemen Keuangan Dalam Mengembangkan Bisnis yang Halal dan Berkelanjutan

a. Strategi Manajemen dalam Keuangan Syariah

Strategi pengelolaan keuangan syariah menitikberatkan pada penerapan prinsip-prinsip Islam, seperti pelarangan riba, sistem bagi hasil, serta pembiayaan yang berbasis pada aset nyata. Prinsip-prinsip ini menjadi landasan utama dalam pengelolaan keuangan di institusi keuangan syariah, baik yang berbentuk bank maupun lembaga non-bank seperti Baitul Maal wat Tamwil (BMT). Dalam penerapannya, manajemen kas dan likuiditas di lembaga syariah harus menjamin efisiensi operasional, transparansi, serta kepatuhan terhadap ketentuan syariah. Pengelolaan risiko lebih difokuskan pada aset riil dan menghindari unsur spekulatif, serta melibatkan peran aktif Dewan Pengawas Syariah (DPS) untuk memastikan seluruh kegiatan usaha sesuai dengan hukum Islam (*Strategi Manajemen Kas Dalam Keuangan Syariah : Prinsip Dan Implementasi, 2024*).

Hasil dari penelitian pada bank syariah di Indonesia memperlihatkan bahwa penerapan strategi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan

produk, mitigasi risiko, dan praktik tata kelola perusahaan. Sementara itu, pada lembaga keuangan non-bank, strategi ini diterapkan secara terstruktur, dimulai dari analisis lingkungan hingga proses evaluasi yang berkesinambungan, sesuai dengan prinsip-prinsip manajemen strategis. Meskipun masih dihadapkan pada tantangan seperti keterbatasan pengetahuan serta persaingan dengan lembaga keuangan konvensional, peluang untuk mengembangkan inovasi dalam produk dan layanan berbasis syariah tetap sangat terbuka. Oleh karena itu, penerapan prinsip-prinsip syariah secara menyeluruh dalam setiap aspek pengelolaan keuangan diyakini dapat memperkuat kepercayaan publik dan mendukung keberlanjutan lembaga keuangan syariah di Indonesia.

b. Praktik Bisnis Halal Berdasarkan Hukum Syariah

Prinsip-prinsip bisnis yang dijalankan oleh Rasulullah SAW adalah teladan yang konkret dan dapat dijadikan acuan oleh siapa saja yang ingin mempelajari dan menerapkannya, asalkan bersedia meluangkan waktu untuk memahami serta mengimplementasikannya dalam kehidupan nyata. Dunia bisnis dalam perspektif Islam mengajarkan pentingnya menjunjung tinggi nilai keadilan dan keseimbangan. Nabi Muhammad SAW telah memberikan teladan dalam menerapkan nilai-nilai Islam dalam aktivitas bisnis, sebagai jalan meraih keberhasilan baik di dunia maupun di akhirat. Visi ekonomi jangka panjang dalam Islam menekankan pentingnya kejujuran, kepercayaan, keadilan yang profesional, serta komunikasi yang terbuka. Nilai-nilai inilah yang menjadi fondasi moral dalam menjalankan usaha, sehingga mampu menciptakan bisnis yang transparan dan berintegritas.

Salah satu aspek kehidupan Nabi Muhammad SAW yang jarang disorot adalah perannya sebagai pedagang atau wirausahawan. Etika bisnis yang beliau terapkan sejak dahulu kini justru memperoleh pengakuan akademis menjelang akhir abad ke-20 hingga awal abad ke-21. Nilai-nilai yang kini dianggap sebagai prinsip bisnis modern, seperti orientasi pada kepuasan pelanggan, pelayanan prima, profesionalisme, efisiensi, keterbukaan, serta persaingan yang sehat telah menjadi bagian dari karakter dan praktik manajerial Nabi Muhammad SAW sejak masa mudanya (Karina Putri et al., 2023).

c. Sertifikasi Bisnis Halal

Sertifikasi halal seharusnya menjadi bagian integral dari tanggung jawab etis produsen, sebagai bentuk komitmen dengan menjamin bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan standar halal yang dibutuhkan oleh konsumen. Selain memberikan kepastian kehalalan bagi pelanggan, sertifikasi ini juga membawa manfaat bisnis yang signifikan, termasuk meningkatkan daya saing di pasar. Produk bersertifikat halal memiliki potensi besar untuk menarik minat konsumen Muslim. Keberadaan sertifikat halal memungkinkan produsen untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan, sekaligus memperkuat reputasi positif merek mereka. Selain itu, label halal juga dapat dimanfaatkan sebagai keunggulan kompetitif yang membedakan produk dari para pesaing, serta memperluas jangkauan pasar dengan menarik lebih banyak konsumen (Firdaus, 2023).

Selain sebagai jaminan kehalalan produk, kepemilikan sertifikat halal juga membuka peluang bagi produsen untuk menembus pasar global yang permintaannya terhadap produk halal terus meningkat. Hal ini memberikan ruang bagi perusahaan untuk melakukan ekspansi dan memperluas pangsa pasar. Strategi pemasaran produk halal pun terbukti efektif dalam meningkatkan daya jual, seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap kualitas dan kehalalan suatu produk. Di tengah persaingan pasar yang semakin sengit, sertifikasi halal menjadi keunggulan kompetitif yang dapat mendorong produsen melangkah lebih maju. Secara keseluruhan, manfaat ekonomi dari

sertifikasi halal sangat besar, sementara biaya yang dikeluarkan relatif kecil jika dibandingkan dengan potensi peningkatan pendapatan yang dapat diperoleh.

Tren gaya hidup halal kini tengah berkembang secara luas, tidak hanya di negara-negara dengan populasi mayoritas Muslim, tetapi juga di wilayah dengan jumlah umat Muslim yang relatif sedikit. Setiap negara memiliki pendekatan dan regulasi tersendiri terkait proses sertifikasi halal. Lembaga yang berwenang mengeluarkan sertifikasi bisa berasal dari instansi pemerintah maupun sektor swasta. Sebagai contoh, di Malaysia, proses pemberian sertifikasi halal dilaksanakan oleh lembaga resmi yang berada di bawah kewenangan pemerintah.

Penyerahan wewenang sertifikasi halal kepada pemerintah dilakukan karena negara tersebut secara resmi menetapkan dirinya sebagai negara yang berlandaskan nilai-nilai Islam dan menunjukkan komitmen tinggi dalam menegakkan aturan serta menjamin kehalalan produk bagi seluruh warganya. Kehadiran lembaga sertifikasi halal menjadi upaya strategis untuk memastikan bahwa produk yang akan diekspor, terutama ke negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim, telah sesuai dengan standar kehalalan yang ditetapkan.

Sejak akhir tahun 1976, Kementerian Kesehatan Indonesia sudah menginisiasi pelabelan halal pada produk makanan, jauh sebelum Majelis Ulama Indonesia (MUI) secara resmi memulai proses sertifikasi halal pada tahun 1989. Hal ini diatur dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 280/Men.Kes/Per/XI/76, yang mengatur tentang distribusi dan pelabelan makanan yang mengandung bahan babi. Produsen yang menggunakan bahan dari babi atau turunannya diwajibkan untuk mencantumkan peringatan jelas pada kemasan produk, baik melalui cetakan langsung maupun stiker. Peringatan tersebut harus memuat dua elemen penting, yaitu gambar babi dan tulisan "MENGANDUNG BABI" yang dicetak dengan warna merah dan diletakkan dalam kotak persegi berwarna merah. Pada masa itu, pelabelan produk haram dianggap lebih praktis dibandingkan dengan pelabelan produk halal, karena hanya sedikit produk yang mengandung bahan non-halal seperti babi.

Awalnya, keterangan pada kemasan yang menyatakan adanya kandungan babi dalam produk tersebut kemudian diubah menjadi label baru. Label tersebut bisa saja memuat pernyataan seperti "Sesuai Syariah", "Memenuhi Standar Kehalalan", atau "Makanan yang Diperbolehkan". Upaya ini merupakan bagian dari upaya meningkatkan kesejahteraan sosial, khususnya dalam hal perlindungan kesehatan masyarakat. Merujuk pada kebijakan yang telah diberlakukan oleh Departemen Kesehatan Republik Indonesia, pada tahun 1985, tepatnya melalui Surat Keputusan Bersama No. 42/Men.Kes/SKB/VIII/1985 (serta peraturan terkait lainnya yang tidak disebutkan secara spesifik dalam teks), pemerintah telah mengatur hal ini. Selain itu, di tahun yang sama, Undang-Undang Nomor 68 juga disahkan untuk mengatur kewajiban pencantuman label halal pada merek makanan (Nur et al., 2024).

d. Implementasi Manajemen Bisnis Halal Dalam Ekonomi Global

Dalam industri halal, sangat penting untuk memastikan bahwa setiap produk dan layanan yang ditawarkan benar-benar halal dan mematuhi ketentuan yang ditetapkan oleh otoritas yang berwenang. Ini menjadi perhatian utama bagi umat Muslim, di mana integritas dan kepatuhan terhadap prinsip halal sangat dijunjung tinggi. Selain itu, pelaku bisnis diharapkan dapat menjalankan usahanya secara etis, dengan memperhatikan dampak sosial, lingkungan, serta aspek ekonomi dalam setiap keputusan yang diambil.

Tingginya jumlah penduduk Muslim di dunia membuka peluang besar bagi pertumbuhan industri halal, sehingga mendorong produsen global untuk terus berinovasi dan memperluas produksi produk halal demi memenuhi permintaan pasar internasional.

Kelompok Muslim pun menjadi target utama bagi produsen produk halal. Saat ini, banyak pasokan kebutuhan pangan di wilayah seperti Semenanjung Arab dan negara-negara Teluk masih berasal dari Amerika Serikat dan negara-negara Uni Eropa. Namun, perkembangan industri makanan halal juga terlihat di negara-negara yang tidak didominasi populasi Muslim, seperti Australia, Amerika Serikat, dan berbagai negara di Eropa. Sebagai contoh, Inggris bahkan turut mendorong industri ini dengan membangun pusat-pusat produksi dan distribusi super halal (Karina Putri et al., 2023).

3.2 Tantangan dalam Menjalankan Bisnis Halal

Dalam usaha mengembangkan potensi industri halal di Indonesia, ada berbagai tantangan yang perlu diatasi, baik dari faktor internal maupun eksternal. Salah satu tantangan eksternal yang signifikan adalah sebagai berikut:

- a. Banyaknya negara pesaing (Fathoni, 2020). Negara-negara tersebut meliputi Malaysia, Brunei Darussalam, Turki, Pakistan, Qatar, Uni Emirat Arab, dan lainnya. Selain itu, beberapa negara non-muslim seperti Australia, Thailand, Singapura, Inggris, dan Italia juga turut bersaing di pasar ini. Untuk tidak tertinggal, Indonesia perlu mengoptimalkan potensi yang dimilikinya secara maksimal. Jika tidak, Indonesia hanya sebagai konsumen tetap dalam pasar hala yang besar dan menjanjikan itu.

Tantangan dari faktor eksternal ini juga memengaruhi tingkat konsumsi produk lokal. Masuknya berbagai produk asing ke pasar Indonesia dapat mengurangi minat konsumen terhadap barang dalam negeri. Sebagai akibatnya, neraca perdagangan berpotensi mengalami defisit karena volume impor lebih tinggi dibandingkan ekspor. Oleh sebab itu, pemerintah perlu menunjukkan komitmen yang kuat dalam menegakkan aturan kepabeanan. Perlindungan terhadap produk domestik sangat dibutuhkan melalui kebijakan proteksi yang efektif. Kebijakan tersebut harus mampu mengurangi impor tanpa menimbulkan ketegangan dengan negara mitra dagang, sehingga produk lokal dapat terlindungi sekaligus menjaga hubungan diplomatik dan perdagangan internasional tetap harmonis.

- b. Belum tersedianya sertifikat halal yang diakui secara internasional menjadi salah satu tantangan besar (Jannah & Malahayati, 2024). Hal ini dapat terjadi karena belum adanya kesepakatan mengenai standar sertifikat halal di berbagai negara. Setiap negara menerapkan kriteria yang berbeda dalam mengeluarkan sertifikat halal, yang belum tentu diterima oleh negara lain. Kondisi ini menimbulkan ketidakkonsistenan dalam proses sertifikasi halal dan berpotensi menurunkan kepercayaan konsumen saat produk diekspor ke pasar internasional. Oleh karena itu, sangat penting untuk menginisiasi pertemuan antarnegara guna menyepakati standar sertifikasi halal yang seragam.

Sementara itu, tantangan internal yang dialami Indonesia yaitu (Fathoni, 2020):

- a. Kurangnya kesadaran akan pentingnya produk halal di kalangan masyarakat Indonesia masih menjadi kendala. Selain itu, pemahaman tentang konsep halal juga dinilai belum memadai. Banyak orang di Indonesia yang beranggapan bahwa seluruh produk yang ada di pasar otomatis halal. Kesadaran halal erat kaitannya dengan tingkat religiusitas serta pengetahuan tentang konsep tersebut. Sejumlah studi menunjukkan bahwa tingkat religiusitas memiliki peran yang lebih signifikan dalam memengaruhi perilaku konsumsi produk halal dibandingkan dengan sekadar tingkat pengetahuan.

Beberapa penelitian juga mengungkap bahwa kesadaran terhadap produk halal dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti keyakinan keagamaan, pertimbangan kesehatan, keberadaan logo atau label halal, serta frekuensi seseorang menerima informasi

mengenai kehalalan. Selain itu, faktor lain seperti kepercayaan religius, identitas personal, dan eksposur terhadap media juga turut membentuk tingkat kesadaran individu terhadap produk halal.

Untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya produk halal di Indonesia, langkah utama yang perlu diambil adalah melaksanakan sosialisasi secara konsisten, baik melalui pendekatan langsung maupun tidak langsung. Sosialisasi langsung bisa dilakukan melalui kegiatan seperti kajian keagamaan mengenai konsep halal, seminar tentang industri halal, kunjungan ke lembaga pendidikan, serta penyelenggaraan berbagai acara dan pameran bertema halal.

Sementara itu, sosialisasi tidak langsung dapat mengandalkan berbagai jenis media. Di media cetak, misalnya, hal ini bisa dilakukan dengan menulis artikel di surat kabar dan majalah, atau menerbitkan buku dan komik yang mengulas isu-isu halal, seperti yang pernah dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Di media elektronik, penyebaran informasi dapat dilakukan melalui program siaran yang mendidik masyarakat tentang konsep serta perkembangan industri halal. Selain itu, media digital seperti situs web dan platform media sosial juga menjadi sarana efektif untuk menyampaikan konten edukatif, menggelar tantangan (challenge) interaktif, serta menyelenggarakan siaran langsung secara daring untuk menjangkau khalayak yang lebih luas.

- b. Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) menghadapi sejumlah tantangan. Meskipun undang-undang ini telah disahkan sejak tahun 2014, implementasinya baru dimulai pada 17 Oktober 2019. Penerapan kewajiban sertifikasi halal dilakukan secara bertahap, sehingga memerlukan waktu untuk mencapai penerapan secara menyeluruh. Salah satu kendala utama yang dihadapi adalah keterlambatan pemerintah dalam menerbitkan Peraturan Pemerintah (PP) sebagai aturan pelaksana UU JPH. Berdasarkan ketentuan, PP tersebut seharusnya diterbitkan paling lambat dua tahun setelah undang-undang disahkan, yakni pada tahun 2016. Namun, realisasinya baru terjadi pada tahun 2019, yang menunjukkan adanya keterlambatan selama tiga tahun. Kondisi ini dapat dianggap sebagai bentuk ketidaksesuaian dengan ketentuan hukum yang berlaku dalam pelaksanaan UU JPH (Hasyim, 2023).

Keterlambatan juga terjadi dalam penerbitan peraturan menteri yang berfungsi sebagai regulasi pendukung bagi pelaksanaan UU JPH. Beberapa peraturan menteri yang diperlukan mencakup ketentuan dari Kementerian Agama terkait penyelenggaraan jaminan produk halal, pengaturan terhadap produk yang belum bersertifikat halal, penetapan tahapan kewajiban sertifikasi halal, kriteria produk yang tergolong haram, serta daftar produk yang diwajibkan memiliki sertifikat halal. Selain itu, Kementerian Keuangan juga harus mengeluarkan peraturan terkait biaya sertifikasi halal. Namun, hingga saat ini belum ada satupun peraturan menteri tersebut yang diterbitkan, meskipun UU JPH sudah mulai diberlakukan. Hal ini menunjukkan bahwa secara substansi hukum, kerangka normatif UU JPH masih belum lengkap dan belum sepenuhnya matang.

Masalah lain yang muncul dalam UU JPH adalah potensi aturan ini memberatkan pelaku usaha sekaligus menghambat pertumbuhan ekonomi. Pasal 21 ayat (1) mengatur bahwa lokasi, tempat, dan peralatan untuk proses produk halal harus dipisahkan. Ketentuan ini menjadi beban tambahan, terutama bagi pelaku UMKM, karena menimbulkan biaya ekstra yang tidak sedikit (Aulina, 2024). Selain itu, untuk mendukung pertumbuhan ekonomi, sertifikasi halal Indonesia harus diakui oleh negara-negara tujuan ekspor. Jika tidak diakui, produk Indonesia akan sulit masuk ke pasar tersebut, yang tentu saja menghambat perdagangan internasional dan berdampak negatif pada laju pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, pihak berwenang perlu mengambil langkah lebih

intensif dalam menjalin kerja sama bilateral maupun multilateral agar arus perdagangan Indonesia tetap lancar. Penting untuk memastikan bahwa regulasi yang telah disahkan tidak justru menjadi penghambat dalam perdagangan internasional.

- c. Rendahnya semangat bersaing di kalangan masyarakat Indonesia menjadi tantangan tersendiri, terutama di tengah derasnya arus masuk produk halal dari luar negeri ke pasar domestik (Putri, 2024). Agar tetap eksis, produk lokal perlu memiliki daya saing yang kuat. Sayangnya, antusiasme masyarakat untuk berkompetisi masih tergolong minim. Tak heran jika peran Indonesia dalam industri halal lebih dominan sebagai konsumen.

Berdasarkan laporan State of Global Islamic Economy Report tahun 2018, Indonesia tercatat sebagai negara dengan pengeluaran terbesar untuk makanan halal, yakni sekitar USD 170 miliar. Namun, pencapaian tersebut belum sejalan dengan posisi Indonesia sebagai produsen, karena pada tahun yang sama Indonesia belum masuk dalam 10 besar negara penghasil makanan halal. Situasi ini perlu menjadi perhatian serius agar Indonesia tidak terus-menerus berada dalam posisi konsumtif, melainkan dapat memanfaatkan peluang untuk tumbuh sebagai produsen yang kompetitif di industri halal global.

Selain berbagai tantangan yang ada, bisnis halal di Indonesia juga menghadapi kendala tambahan akibat regulasi yang belum memadai. Berbagai sumber menunjukkan bahwa aturan yang saat ini berlaku belum cukup kuat untuk mendukung pertumbuhan industri halal di tanah air. Misalnya, meskipun UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal sudah diterapkan dengan tujuan memberikan rasa aman, nyaman, dan kepastian bagi masyarakat terhadap produk halal, perkembangan bisnis halal masih terbatas. Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai standar halal dan aspek hukum terkait juga menjadi faktor yang memperlambat penyusunan serta pelaksanaan regulasi halal di Indonesia. Karena minimnya pengetahuan tentang aturan hukum dan prosedur sertifikasi halal, dukungan masyarakat terhadap kemajuan industri halal menjadi kurang optimal.

Berdasarkan sejumlah sumber, peraturan yang belum cukup memadai merupakan salah satu hambatan utama dalam pengembangan industri halal di Indonesia. Oleh karena itu, demi mempercepat dan memperluas pertumbuhan bisnis halal, regulasi yang ada perlu diperbaiki dan dibuat lebih efektif (Permata et al., 2023). Indonesia memiliki berbagai peluang menjanjikan dalam pengembangan bisnis halal. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia berpotensi besar untuk menjadi pemain utama dalam produksi produk halal di pasar internasional. Tren peningkatan permintaan terhadap makanan halal dan produk berbasis syariah turut memperkuat potensi tersebut.

Pemerintah juga telah mengambil langkah progresif melalui pembangunan Rantai Nilai Halal yang terintegrasi dengan Sistem Jaminan Halal untuk mendorong pertumbuhan industri halal secara lebih cepat dan terstruktur. Seiring bertambahnya populasi Muslim secara global, kebutuhan akan produk dan layanan halal diperkirakan akan terus meningkat. Khususnya dari kalangan milenial Muslim yang memiliki daya beli kuat, yang menjadi pasar potensial bagi ekspansi industri halal Indonesia. Dengan peluang ini, Indonesia memiliki kesempatan besar untuk mendorong pertumbuhan ekonominya sekaligus memperkuat perannya sebagai produsen utama produk halal di kancah global (mainadmin (2023).

4. KESIMPULAN

Manajemen bisnis halal adalah kegiatan usaha berdasarkan Syariah Islam dengan Al-Qur'an dan Sunnah sebagai pedoman utama. Industri halal berkembang pesat secara global, menarik minat tidak hanya dari Muslim, tetapi juga non-Muslim, karena nilai keberkahan dan kepercayaan konsumen terhadap produk halal. Namun, industri ini menghadapi tantangan seperti sertifikasi, pemasaran internasional, persaingan, regulasi, dan pemanfaatan teknologi. Oleh karena itu, penting memastikan seluruh rantai pasokan halal, serta menjalin kerja sama dengan pemasok, seperti yang dilakukan oleh South Wales Halal Industrial Park di Eropa.

Di Indonesia, bisnis halal memiliki potensi besar untuk mendorong ekonomi nasional. Untuk meningkatkan daya saing global, perlu penguatan riset, inovasi, penggunaan teknologi canggih, serta peran aktif dunia akademik melalui halal center. Dengan jumlah penduduk Muslim yang besar, sektor halal yang berkembang, posisi geografis strategis, dan dukungan regulasi seperti UU Jaminan Produk Halal, Indonesia berpeluang menjadi produsen utama produk halal dunia. Namun, masih ada tantangan internal dan eksternal, seperti minimnya kesadaran masyarakat, hambatan regulasi, dan belum adanya standar halal global. Pemerintah perlu memperkuat edukasi dan pendampingan, khususnya bagi UMKM, agar potensi ini dapat dioptimalkan.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Aulina, Nurul. "ANALISIS HUKUM PENYELENGGARAAN SERTIFIKASI HALAL PRODUK UMKM" 1, no. 3 (2024).
- Fathoni, Muhammad Anwar. "Potret Industri Halal Indonesia: Peluang Dan Tantangan." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 428.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>.
- Firdaus, Firdaus. "Implikasi Sertifikat Halal Dalam Manajemen Bisnis Industri Makanan Dan Minuman." *At-Tawazun, Jurnal Ekonomi Syariah* 11, no. 02 (2023): 39–54.
<https://doi.org/10.55799/tawazun.v11i02.322>.
- Hasyim, Hasnil. "Peluang Dan Tantangan Industri Halal Di Indonesia." *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 7, no. 2 (2023): 665–88.
- Jannah, Miftahul, and Malahayatic. "Analisis Tantangan Dan Peluang Industri Halal Di Indonesia." *MUBEZA: Pemikiran Hukum Dan Ekonomi Islam* 14, no. 2 (2024): 55–64.
- Karina Putri, Cut, Nur Anisa, and Virna Ramada Fitri. "Kajian Literatur: Manajemen Bisnis Halal Berbasis Syariah Dalam Perekonomian Global." *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 1 (2023): 847–59.
<https://maryamsejahtera.com/index.php/Religion/index>.
- mainadmin. (2023). Peluang Dan Tantangan Pasar Industri Halal Bagi Indonesia Dalam Mengait Muslim Milenial. Diakses pada 27 Mei 2025.
<https://www.metrouniv.ac.id/artikel/peluang-dan-tantangan-pasar-industri-halal-bagi-indonesia-dalam-mengait-muslim-milenial/>.
- Nur, Aurelia Andrapradeshtya, Tia Azzahra, and Sarazatin Ananda Muslih. "Peran Sertifikat Hak Milik Dalam Menjamin Kepastian Hukum Terkait Benda Dalam Hukum Perdata." *Jurnal Multilingual* 4, no. 1 (2024): 1412–82.
- Permata, Zunaidi, Hermadiani Arif, and Ma'rufatul Firnanda Chumairo. "Resilien Ekonomi Umat: Tantangan Dan Prospek Industri Halal Pasca Krisis Pandemi Covid-19." *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy* 2, no. 1 (2023): 352–65.
- Putri, Amanda Ditania. "TANTANGAN DAN SOLUSI PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL DI INDONESIA: MENUJU MENJADI PUSAT HALAL GLOBAL" 1, no. 1 (2024).

- Rosyidi, Muhammad. "Penerapan Fiqih Siyasah Dalam Ketatanegaraan Indonesia," 2024, 65-76.
- "Strategi Manajemen Kas Dalam Keuangan Syariah : Prinsip Dan Implementasi" 1, no. 1 (2024). <https://doi.org/10.35905/taswiq.v1i1.10709>.
- Warto, Warto, and Samsuri Samsuri. "Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia." *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2, no. 1 (2020): 98. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>.