

PEMBANGUNAN INDUSTRI HALAL NASIONAL DENGAN PENDEKATAN SWOT STRATEGI

Imron Natsir¹, Irma Hany², Ety Herawaty³

Universitas PTIQ Jakarta^{1,2,3}

ABSTRACT

Halal products are a necessity and obligatory for every Muslim, that's why the halal industry is extremely needed to produce halal products to provide Muslim consumers. The halal industry that produces halal products is not only for the food industry but also for the cosmetics, pharmaceutical, travel, fashion, and financial industries. All of these industrial sectors concerning the livelihood and needs of every Muslim must be included in the chain of daily needs. Indonesia as a country with the largest Muslim population, needs the governmental role to take a huge supporting role in the development of the national halal industry. With the largest Muslim population, Indonesia has the potential for a market for the halal industry. The SWOT method will be used to describe the development of the halal industry in Indonesia, strength and weakness factors as internal factors, and threat and opportunity factors which are external factors as input for strategic factors to develop the halal industry development as profitable and detrimental factors to deliver Indonesia as a country with the best and largest halal industry which has external opportunities in the local and global halal industrial markets.

Keywords: Halal industry, SWOT, Internal Factor, External Factor

ABSTRAK

Produk halal adalah suatu kebutuhan dan keharusan bagi setiap muslim, sehingga industri halal sangat dibutuhkan untuk memproduksi produk halal dalam rangka memenuhi kebutuhan umat muslim. Industri halal yang memproduksi produk halal tidak sebatas industri pangan saja, akan tetapi industry kosmetik, farmasi, travel, fashion dan industri keuangan. Semua sektor industri tersebut menyangkut hajat hidup dan kebutuhan setiap muslim yang harus ada dalam rantai kebutuhan yang diperlukan sehari-hari. Indonesia sebagai negara berpenduduk muslim terbesar, sudah semestinya pemerintah mengambil peran dukungan terhadap Pembangunan industri halal nasional. Dengan penduduk muslim terbesar yang dimiliki, Indonesia mempunyai potensi market dari halal industry yang mengembirakan. Penelitian akan menggunakan metode SWOT untuk memetakan perkembangan Industri halal di Indonesia dengan melihat faktor-faktor kekuatan dan kelemahan sebagai faktor internal dan faktor-faktor ancaman dan peluang yang merupakan faktor eksternal sebagai bahan masukan faktor strategik untuk mengembangkan pembangunan industri halal sebagai faktor yang menguntungkan dan merugikan dalam menghantarkan Indonesia sebagai negara dengan industri halal terbaik dan terbesar yang mempunyai peluang eksternal di pasar halal industri lokal maupun global.

Kata Kunci : Industri halal, SWOT, faktor internal, faktor eksternal

Copyright (c) 2022 Imron Natsir¹, Irma Hany², Ety Herawaty³.

✉ Corresponding author : Imron Natsir

Email Address : imronnatsir@ptiq.ac.id

PENDAHULUAN

Konsep halal bukan hanya terbatas pada makanan melainkan juga berlaku pada kehidupan sehari-hari. Halal sudah menjadi gaya hidup yang dituju dalam mencapai kesehatan, keselamatan, dan kesejahteraan manusia sehingga sangat relevan dengan semua pihak baik muslim maupun non muslim.

Dalam beberapa tahun ini industri halal mengalami perkembangan yang sangat pesat. Halal menjadi indikator untuk jaminan kualitas produk dan standar hidup, gaya hidup halal yang identik dengan umat muslim telah tersebar ke berbagai negara. Umumnya, istilah halal sering digunakan sebagai label dari makanan dan minuman, namun saat ini hampir semua produk mulai menggunakan label halal, mulai dari sektor makanan, keuangan, travel, fashion, kosmetik dan obat-obatan, media dan hiburan, serta sektor lain seperti healthcare dan pendidikan. Industri halal merupakan suatu proses industri dimana kegiatan yang diterapkan didalamnya mulai dari hulu ke hilir menggunakan prinsip halal sesuai dengan standar Islam (Amindoni, 2019)

Dikutip dari portal informasi Indonesia, Industri halal secara global terus meningkat ditengah berbagai tantangan global pun tetap menunjukkan pertumbuhan positif. Tahun 2021 misalnya terdapat 1,9 miliar penduduk muslim di seluruh dunia dengan belanja sebesar USD 2 triliun untuk produk halal, belanja ini tumbuh tinggi, hampir 9 persen (year on year/yoy) dan diperkirakan meningkat mencapai USD 4,96 triliun pada 2030.

Indonesia yang memiliki populasi penduduk muslim terbesar di dunia atau lebih dari 230 juta jiwa atau sekitar 87% dari total populasi. Merujuk rilis *State of The Global Islamic Report*, di akhir 2023, industri halal Indonesia menunjukkan kenaikan posisi di peringkat ketiga dalam perkembangan ekonomi halal, naik satu peringkat dibandingkan tahun sebelumnya.

Industri halal Indonesia juga memiliki potensi besar sebagai sumber pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan melalui perkembangan dan pertumbuhan ekonomi halal. Berdasarkan Indonesia Halal Markets Report 2021/2022, ekonomi halal dapat meningkatkan produk domestik bruto (PDB) Indonesia sebesar USD 5,1 miliar (sekitar Rp72,9 triliun) per tahun melalui peluang ekspor dan investasi.

Dikutip dari Master Plan Industri Halal Indonesia 2023-2029, "Perkembangan industri halal adalah salah satu jawaban atas transformasi ekonomi Indonesia menuju ekonomi berkelanjutan dalam pengembangan paradigma baru industrialisasi di Indonesia saat ini dan mendatang." Perkembangan ekonomi syariah dan halal lifestyle mulai dilirik oleh banyak negara di dunia sebagai salah satu unsur penting untuk pengembangan sumber-sumber pertumbuhan baru, guna menopang perekonomian yang berkelanjutan. Potensi pertumbuhan yang tinggi ini dapat dilihat dari data *State of the Global Islamic Economy Report (SGIER) 2022* yang memperlihatkan bahwa pengeluaran muslim secara global pada tahun 2022 akan tumbuh hingga 9,1% untuk sektor-sektor ekonomi syariah (tidak termasuk sektor keuangan syariah).

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang menggembirakan, masyarakat Indonesia berkembang juga menjadi kategori middle class income atau kelas berpendapatan menengah, sehingga ini menjadi salah satu ceruk pasar besar di dalam negeri bagi pengembangan industri halal nasional. Berdasarkan Indonesia Halal Market Report (IHMR) 2021/2022, Indonesia berpeluang menambah USD 5,1 miliar atau IDR 72,9 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dari sektor yang termasuk pada industri halal.

Industri halal merupakan kegiatan memproses atau mengolah barang/ jasa halal dengan keterlibatan penggunaan sumber daya bahan baku, sarana peralatan, dan proses pengolahan yang diizinkan oleh syariat Islam untuk menghasilkan produk halal, termasuk juga rantai nilai yang terkait dengan kegiatan industri tersebut (Master Plan Industri Halal Indonesia, 2023-2029). MPIHI juga sejalan dan merupakan

pendalaman dari strategi pengembangan industri halal pada Masterplan Ekonomi dan Keuangan Syariah Indonesia (MEKSI) 2019-2024, yang bertujuan mendorong peningkatan nilai tambah, lapangan kerja, investasi di sektor riil, dan industrialisasi.

Sebagai negara mayoritas berpenduduk muslim, Indonesia mempunyai potensi untuk mengembangkan industri halal, yang secara otomatis semua sudah mendorong kepada perkembangan industri halal, penduduk muslim yang besar bisa dikelola sebagai produsen atau pelaku usaha industri halal tersebut sekaligus juga sebagai market ceruk bagi produk industri halal. Indonesia memiliki natural resources yang berlimpah, tenaga kerja murah dan pasar yang begitu besar sebagai tempat memasarkan produk dari industri halal tersebut. Dalam kancah perdagangan global terutama di negara-negara muslim, perlunya produk-produk dan jasa halal yang diproduksi bisa menembus pasar internasional terutama negara-negara dengan penduduk muslim.

Ada banyak faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat dipetakan sebagai bahan analisis untuk memberikan strategi bagi perkembangan industri halal di Indonesia. Faktor-faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dan secara harfiah ada di Indonesia disamping juga faktor eksternal seperti peluang dan ancaman yang dapat dikemas dalam analisis yang dikenal dengan SWOT (Strength / Kekuatan, Weakness / Kelemahan, Opportunity / peluang dan Treath / Ancaman). Dari berbagai potensi dan kekurangan yang menjadi posisi dari perkembangan industri halal di Indonesia akan dianalisis dengan analisis SWOT.

Kajian ini akan memberikan peta bagaimana strategi yang harus dipersiapkan untuk menopang strategi pengembangan industri halal agar dapat melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada supaya dapat secara cermat mendorong perkembangan industri halal supaya dapat berjalan secara berkelanjutan dan memiliki daya saing untuk memasuki pasar halal global.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan melalui studi literatur terhadap sumber-sumber yang relevan, termasuk jurnal ekonomi Islam, dan publikasi terkait lainnya untuk memperoleh data dan informasi Perkembangan Industri Halal Nasional melalui Strategi SWOT. Informasi dari literatur tersebut kemudian disampaikan hasilnya dalam bentuk bahasan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Industri Halal Nasional

1.1 Dasar Hukum Jaminan Produk Halal dan Pengertian Industri Halal Nasional

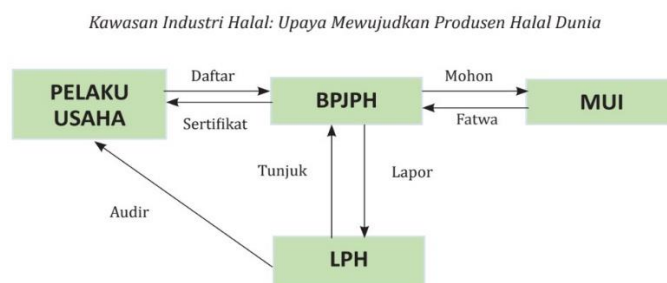
Undang-Undang No.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk halal dalam ketentuan umum bab I pasal 1 produk adalah barang dan atau jasa yang terkait dengan makanan minuman, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik serta barang gunaan yang dipakai, digunakan atau dimanfaatkan oleh masyarakat. Produk halal merupakan produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam melalui proses produk halal atau PPH mulai dari penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan dan penyajian produk, Jaminan produk halal dibuktikan dengan sertifikat halal yang diselenggarakan oleh BPJPH. Majelis MUI wadah musyawarah para ulama, zuama dan cendekia muslim. LPH merupakan lembaga pemeriksa halal, auditor halal orang yang memiliki kemampuan pemeriksaan kehalalan suatu produk sertifikat halal pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh MUI.

Fungsi dan tujuan adanya industri halal diantaranya sebagai bentuk perwujudan dari UU No. 33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal. Pokok-pokok pengaturan dalam Undang Undang ini antara lain adalah sebagai berikut. Untuk menjamin ketersediaan produk halal, ditetapkan bahan produk yang dinyatakan halal baik bahan yang berasal dari bahan baku hewan, tumbuhan, mikroba, maupun bahan yang dihasilkan melalui proses kimiawi, proses biologi, atau proses rekayasa genetik.

Dikutip dari Erwin Haryono Kepala Departemen Komunikasi dalam siaran pers Akselerasi sertifikasi halal dalam memperkuat peran indonesia sebagai produsen halal dunia, Indonesia memiliki potensi yang besar untuk menjadi produsen produk halal terbesar di dunia, tercermin dari potensi pasar produk halal dalam negeri yang diharapkan dapat memperkuat industri halal nasional, sehingga indonesia selain menjadi konsumen industri halal global juga berperan sebagai produsen. Usaha dalam mewujudkan hal tersebut Bank Indonesia sebagai bank sentral bersama pemerintah memiliki komitmen untuk membentuk suatu ekosistem terintegrasi dalam upaya memperkuat peran indonesia sebagai pelaku usaha produk halal global salah satunya melalui akselerasi sertifikasi halal. Kemajuan industri halal nasional memberikan kontribusi bagi perekonomian nasional. Pemerintah melakukan berbagai langkah strategis termasuk penyederhanaan proses sertifikasi halal semula memerlukan waktu lebih dari 3 bulan kini hanya maksimal dua puluh satu hari, kemudahan lainnya adalah sertifikasi melalui self - declare dimana pelaku usaha menyatakan sendiri bahwa produknya halal dengan tata cara dan persyaratan yang harus dipenuhi.

Undang-Undang Jaminan Produk Halal

Undang-Undang JPH No. 31 Tahun 2019 Tanggal 17 Oktober 2019 tentang peraturan pelaksanaan Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.



Gambar 1. Skema Sertifikasi Halal Berdasarkan UU JPH
 Sumber: Undang-Undang Jaminan Produk Halal

UU JPH menyatakan bahwa produk yang masuk, ataupun beredar dan diperdagangkan di wilayah indonesia wajib bersertifikat halal, bagi pelaku usaha yang memproduksi produk yang diharamkan wajib mencantumkan keterangan tidak halal pada produk.

1.2. Strategi Pembangunan Produk Halal

Melalui Peraturan Presiden Nomor 91 Tahun 2016 Tgl 8 November 2016 Pemerintah Indonesia secara khusus mendirikan KNKS dengan tujuan untuk meningkatkan efektifitas, efisiensi pelaksanaan rencana pembangunan nasional bidang keuangan dan ekonomi syariah kemudian berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 28 Tahun 2020 KNKS berubah nama menjadi Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) merupakan Lembaga non struktural yang dipimpin oleh Presiden sebagai ketua dan Wakil presiden sebagai Ketua Harian. Lembaga ini dibentuk tanggal 10 februari 2020 dengan menargetkan Indonesia sebagai pusat Ekonomi syariah terkemuka dunia tahun 2024. KNEKS memiliki 16 anggota yang terdiri dari 3 menteri coordinator, 7 Menteri, 3 Ketua Lembaga Pemerintah dan 2 Instansi lainnya. KNEKS

mengemban tugas untuk mempercepat, memperluas dan memajukan pengembangan Ekonomi dan Keuangan syariah dalam rangka mendukung ketahanan Ekonomi Nasional.

Dikutip dari harian Republika.co.id, Master plan Industri Halal Indonesia (MPIHI) 2023-2029 diluncurkan secara resmi pada acara pembukaan Indonesia Sharia Economic Festival (ISEF) 2023 di JCC, Penyusunan MPIHI merupakan hasil kolaborasi kementerian/Lembaga yang tergabung dalam anggota KNEKS. MPIHI 2023-2029 mengusung Tagline "Industri Halal untuk Ekonomi Berkelanjutan. Menuju arah transformasi Ekonomi Indonesia dan sesuai dengan perkembangan kondisi menjadi bagian dari partisipasi global di masa depan dalam upaya mencapai visi menjadikan Indonesia sebagai Pusat Industri Halal Dunia.

Arah dan Tujuan MPIHI 2023-2029 menyelaraskan amanat rencana pembangunan nasional yang terdapat pada Rencana Kerja Pemerintah (RKP) tahunan, RPJMN (Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional, dan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) untuk menunjang mencapai visi Negara Indonesia Emas di tahun 2045.

Industri halal yang menjadi cakupan MPIHI 2023-2029 terbagi menjadi dua yaitu industri halal inti dan industri halal berkembang. Industri halal inti terdiri dari makanan dan minuman, farmasi, kosmetik, beserta jasa yang terkait. Industri halal berkembang terdiri modest fashion, pariwisata ramah muslim, dan ekonomi kreatif syariah.

Empat Strategi Utama dalam MPIHI 2023-2029.

1. Peningkatan produktivitas dan daya saing
Melalui 4 program utama yaitu (i) Penguatan rantai nilai halal; (ii) Pengembangan sumberdaya manusia (SDM) yang unggul dan mampu besaing; (iii) Penguatan pelaku industri halal yang mencakup Industri/Usaha mikro kecil dan Menengah (UMKM) dan pesantren, serta penguatan inkubasi startup bisnis halal berbasis inovasi dan teknologi; dan (iv) Peningkatan riset dan inovasi
2. Penerapan serta penguatan kebijakan dan regulasi,
Terdiri dari dua program utama yaitu (i) Penguatan industri halal melalui dukungan kebijakan dan regulasi yang memiliki kecukupan kemanfaatan, kepastian dan keadilan, dan (ii) Penerapan sistem jaminan produk halal (sertifikasi dan traceability)
3. Penguatan Keuangan dan Infrastruktur
Mempunyai tiga Program utama yaitu (i) Dukungan keuangan syariah yang inklusif; (ii) Penguatan infrastruktur Industri halal dan (iii) penyusunan indikator dan database halal oleh otorita data nasional
4. Penguatan Halal Brand dan awareness
Meliputi dua program, yaitu (i) Peningkatan preferensi sosial dan halal lifestyle melalui promosi dan edukasi; dan (ii) terjalinnnya hubungan diplomasi ekonomi Internasional dalam bidang industri halal

Melalui strategi dan program utama diatas, maka target pencapaian yang terdapat pada MPIHI ini adalah sebagai berikut : (i) Meningkatnya nilai tambah, lapangan kerja, investasi di sektor riil, dan industrialisasi, (ii) Meningkatnya ekspor bernilai tambah tinggi dan substitusi impor, (iii) Menguatnya pilar pertumbuhan dan daya saing ekonomi, (iv) Menguatnya kewirausahaan dan I/UMKM, (v) menguatnya halal brand dan awareness

MPIHI 2023-2029 mengusung tagline **"Industri Halal untuk Ekonomi Berkelanjutan"**, sesuai dengan perkembangan kondisi dunia dan arah transformasi ekonomi Indonesia, sebagai bagian dari partisipasi global untuk masa depan

1.3. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH)

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) adalah unit eselon I dibawah Kementerian Agama RI. BPJPH dibentuk pada Oktober 2017 berdasarkan amanat Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, Undang-Undang tersebut menyatakan bahwa BPJPH harus sudah terbentuk paling lama 3 (tiga) tahun sejak UU JPH diundangkan. PP nomor 83 Tahun 2015 tentang Kementerian Agama, BPJPH dipimpin oleh seorang Kepala Badan. PMA nomor 42 tahun 2016 tentang organisasi dan tata kerja Kementerian Agama, PMA tersebut mengatur tentang tugas dan fungsi seluruh bidang di BPJPH. KMA No. 270 Tahun 2016 tentang peta proses bisnis Kementerian Agama juga merupakan salah satu regulasi yang mengatur BPJPH

Berdasarkan UU No.33 Tahun 2014, dalam penyelenggaraan JPH BPJPH memiliki wewenang untuk:

- a. Merumuskan dan menetapkan kebijakan JPH
- b. Menetapkan norma, standar, prosedur dan kriteria JPH
- c. Menerbitkan dan mencabut sertifikat halal dan label halal pada produk
- d. Melakukan registrasi sertifikat halal pada produk luar negeri
- e. Melakukan sosialisasi, edukasi, publikasi Produk Halal
- f. Melakukan akreditasi terhadap LPH
- g. Melakukan pembinaan auditor halal
- h. Melakukan kerjasama dengan Lembaga dalam dan luar negeri di bidang penyelenggaraan JPH

Dalam Penyelenggaraan JPH, BPJPH bekerjasama dengan kementerian dan/atau lembaga terkait, lembaga pemeriksa halal (LPH), Lembaga Pendamping Proses Produk Halal (LP3H), Majelis ulama Indonesia (MUI), dan Komite Fatwa produk Halal. BPJPH juga melakukan kolaborasi untuk memperkuat penyelenggaraan JPH bersama para stake holder terkait seperti kementerian/Lembaga, pemerintah daerah, BUMN, BUMD, Perguruan Tinggi, Asosiasi Usaha, Komunitas, Organisasi Kemasyarakatan (ormas), lembaga pelatihan, Pusat Kajian Halal/Halal Center dan lain - lain. Dalam upaya memperkuat penyelenggaraan JPH, BPJPH juga bersinergi dengan berbagai pemangku kepentingan.

Terobosan strategis dilakukan BPJPH untuk melakukan perepatan sertifikasi halal produk dan memperkuat ekosistem halal di Indonesia dengan tujuan untuk mewujudkan cita-cita Indonesia menjadi pusat produsen halal nomor satu di dunia.

Metode Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan metode yang sering digunakan dalam dunia bisnis untuk mengevaluasi kekuatan (strength), Kelemahan (Weakness), Peluang (Opportunities) dan Ancaman (Threats) dari suatu organisasi. Perusahaan dapat mengetahui posisi mereka di pasar dan mengidentifikasi faktor -faktor yang mempengaruhi keberhasilan perusahaan dengan menggunakan analisis SWOT. Faktor-Faktor Internal dalam analisis SWOT Kekuatan dan Kelemahan. Kekuatan merupakan aset internal yang memberikan keunggulan kompetitif bagi organisasi atau perusahaan misalnya sumber daya manusia yang berkualitas, keunggulan teknologi, distribusi produk bagus.

Menurut Chandler (1962) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya.

Dalam rangka mengembangkan industri halal untuk mencapai visi dan pertumbuhan ekonomi Indonesia, maka diperlukan Master Plan Industri Halal

Indonesia (MPIHI). Arah dan tujuan MPIHI ini menyelaraskan amanat Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) dan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN). Selain itu, MPIHI juga sejalan dan merupakan pendalaman dari strategi pengembangan industri halal pada Masterplan Ekonomi dan Keuangan Syariah Indonesia (MEKSI) 2019-2024, yang bertujuan mendorong peningkatan nilai tambah, lapangan kerja, investasi di sektor riil, dan industrialisasi.

Sehingga jika digambarkan bahwa tujuan industri halal Indonesia dalam rangka mencapai tujuan seperti diatas, penulis mencoba untuk mencapai tujuan untuk dapat mengembangkan industri halal di Indonesia supaya dapat mencapai tujuan jangka menengah, jangka panjang secara berkelanjutan dan membawa Indonesia menjadi negara industri halal. Maka penulis akan mencoba memetakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi terbaik bagi perkembangan industri halal di Indonesia.

Analisa SWOT adalah singkatan yang berasal dari empat elemen, yakni *Strength* yang berarti kekuatan, *Weakness* yang berarti kelemahan, *Opportunities* yang berarti kesempatan, dan *Threats* yang berarti ancaman.

Setelah mengetahui beberapa isu penting tentang perkembangan industri halal di Indonesia dan potensinya untuk menjadikan potensi bagi perkembangan ekonomi baru di Indonesia, akan disusun pertanyaan-pertanyaan fundamental yang menyangkut kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman atas industri halal yang ada di Indonesia.

Dari pertanyaan-pertanyaan ini, akan didapat empat unsur analisa SWOT atas strategi yang dapat dijadikan pertimbangan. Berikut beberapa contoh pertanyaan yang dapat disusun untuk menentukan empat unsur analisis SWOT tersebut.

a. Strengths

Fokus pada hal-hal unik, istimewa, dan unggul yang dimiliki oleh industri halal di Indonesia yang mempunyai potensi untuk berkembang secara ekonomi baik dalam konteks ekonomi mikro maupun makro. Beberapa pertanyaan dapat diajukan, seperti berikut.

1. Apa saja keunggulan dari produk barang/jasa halal kita yang ada di Indonesia?
2. Apa saja hal unik dari produk barang/jasa halal yang dapat membuat berbeda dari produk-produk lain?
3. Apa keunggulan yang dimiliki Indonesia sehingga dapat menjadikan industri halal sebagai sistem pemasaran yang kita miliki dibanding yang dimiliki oleh kompetitor?
4. Bagaimana kecenderungan masyarakat Indonesia yang rata-rata muslim memandang produk/ jasa halal?
5. Sejauh mana preferensi konsumen muslim kepada industri halal?
6. Apa yang mendorong pemerintah untuk mendukung perkembangan industri halal?
7. Seberapa tinggi kesadaran masyarakat Indonesia untuk mendukung industri halal ?
8. Strategi apa yang bisa digunakan untuk mensosialisasikan industri halal baik di dalam negeri maupun di luar negeri?

b. Weaknesses

Fokus pada hal-hal yang merupakan kekurangan sehingga membuat industri halal yang ditawarkan menjadi tidak laku, bahkan dijauhi konsumen, seperti berikut.

1. Apa yang membuat industri halal kita tidak laku di pasar?
2. Mengapa konsumen tidak mengenal produk/jasa halal yang kita tawarkan?
3. Apa kekurangan dari industri halal dibanding industri konvensional yang tanpa syarat-syarat kehalalan?
4. Bagaimana strategi industri halal dijadikan sebagai pilihan konsumen sehingga membuat produk/jasa halal bukan sebagai pilihan awal?

5. Kenapa industri halal kita belum sepenuhnya diterima di dalam dan diluar negeri?
6. Apa yang menjadi kelemahan dari industri halal yang ada di eko sistem industri dalam negeri maupun luar negeri?

c. Opportunities

Fokus pada hal-hal yang bisa menjadi kesempatan bagi industri halal sehingga dapat mengembangkan industrinya menjadi lebih maju, seperti berikut ini.

1. Apakah industri halal telah memenuhi tren yang sedang berlaku di pasar?
2. Apakah industri halal saat ini telah dapat memenuhi kebutuhan konsumen secara umum?
3. Apakah industri halal yang dibangun sesuai dengan keinginan dan target pasar dalam negeri maupun luar negeri?

d. Threats

Fokus pada hal-hal yang dapat berpotensi mengancam atau mengganggu jalannya tumbuh kembangnya industry halal di Indonesia seperti berikut.

1. Tren apa yang dapat dipetakan sehingga dapat menghambat perkembangan industri halal yang saat ini sedang tumbuh?
2. Bagaimana cara industri halal dapat menembus pangsa pasar yang sudah ada sebelumnya?
3. Kebijakan politik apa saja yang dapat mempengaruhi adanya industri halal?

Pemetaan Analisis Strategi SWOT

2.1 Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Analisis SWOT mengidentifikasi faktor Internal dan Faktor Eksternal. Faktor Internal terdiri dari *Strength* (Kekuatan) dan *Weakness* (Kelemahan) sedangkan Faktor Eksternal dibagi menjadi faktor *Opportunity* (Peluang) dan Faktor *Treaths* (Ancaman). Analisis SWOT akan membandingkan ke empat faktor-faktor tersebut.

Penentuan posisi dari Perkembangan Industri halal di Indonesia dapat diidentifikasi faktor-faktor eksternal dan internalnya dengan menggunakan diagram kuadran dari masing-masing yang diidentifikasi SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Treats*)

Diagramnya dapat dilihat dalam gambar berikut :



Kuadran 1 :

Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan, dimana di kuadran ini peluang dan kekuatan bisa digunakan sebagai potensi untuk mendukung kebijakan perkembangan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Kuadran 2 :

Meskipun menghadapi berbagai ancaman, dalam situasi ini masih memiliki kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang.

Kuadran 3 :

Situasi ini menghadapi peluang yang besar, akan tetapi ada banyak kendala / kelemahan internal. Sehingga di kuadran 3 ini harus focus pada strategi untuk meminimalkan masalah-masalah internal sehingga dapat merebut peluang-peluang.

Kuadran 4 :

Adalah situasi yang sangat tidak menguntungkan menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

2.2 Kekuatan Industri Halal Nasional

Dikutip dari berita Kemenperin, di akhir 2023 rilis state of the Global Islamic Report menunjukkan Indonesia menjadi peringkat ketiga dalam perkembangan ekonomi halal, dibandingkan tahun sebelumnya. Selain itu, di pasar domestik umat muslim Indonesia memberikan kontribusi pengeluaran sebesar USD 184 Miliar pada tahun 2020 dan diproyeksikan meningkatkan sampai dengan 14,96% di Tahun 2025, atau sebesar USD 281,6 Miliar. Hal ini menunjukkan Indonesia sebagai konsumen pasar halal terbesar di dunia dengan market share 11,34% dari total pengeluaran halal global. Salah satu usaha yang dilakukan bagi pengembangan industri halal melalui sertifikasi halal bagi produk makanan dan minuman, selain itu kemenperin memiliki tanggungjawab menyiapkan program-program pemberdayaan untuk sektor industri, diantaranya fasilitasi sertifikasi halal bagi sektor industri.

Pada Tahun 2024, fasilitas sertifikasi halal akan diberikan oleh PPIH kepada 1.250 industri kecil, termasuk pengajuan sertifikat halal dan pemberian pelatihan penyelia halal. Dengan pelatihan ini diharapkan dapat menghasilkan sdm halal yang akan mengawal sistem jaminan produk halal (SJPH) pada perusahaan industri tersebut. Perusahaan industri tidak menjadikan sertifikat halal sebagai tujuan akhir, tetapi menerapkan proses SJPH yang berkesinambungan setelah diterimanya sertifikat. Melakukan kolaborasi bersama antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah dalam upaya akselerasi sertifikasi halal bagi produk industri. Melakukan Koordinasi pendataan dan verifikasi industri kecil yang memiliki potensi dan siap mengajukan sertifikat halal melalui situs saliha.kemenperin.go.id.

Kemenperin juga melakukan kolaborasi dengan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH di lingkungan Kemenperin. Kemenperin telah memiliki 17 LPH yang menyebar di berbagai wilayah Indonesia, dengan total 100 orang auditor halal tersertifikasi.

2.3. Peluang dan Tantangan Industri Halal Nasional

Industri halal nasional memiliki peluang untuk menjadi pusat industri halal dunia sehingga menjasi potensi yang perlu dikelola dengan baik, Peluang pengembangan industri halal di Indonesia, antara lain :

1. Pertumbuhan Populasi Muslim

Pertumbuhan populasi muslim secara cepat baik nasional maupun global menjadi salah satu faktor pendorong berkembangnya industri halal.

2. Perkembangan Industri Halal Nasional

Kinerja industri Indonesia terus mengalami peningkatan

3. Pertumbuhan Ekonomi Islam yang cepat

4. Berkembangnya halal lifestyle

5. Perkembangan Nilai Pasar Produk Halal

6. Pertumbuhan Perdagangan Anggota OKI

7. Partisipasi Perusahaan Multinasional dalam ekosistem Halal

8. Peluang Pertumbuhan Pasar Halal dari negara maju

9. Identifikasi Produk Halal dengan nilai-nilai Universal

10. Perkembangan Teknologi Mobile internet

Dalam mengakselerasi industri halal, Indonesia juga menghadapi beberapa tantangan antara lain:

1. Optimalisasi Industri Makanan dan Minuman Halal

2. Mempertahankan kekuatan net ekspor sektor fesyen

3. Optimalisasi sektor kosmetik dan farmasi halal

4. Kurangnya literasi, sosialisasi dan edukasi halal

Analisa SWOT Pengembangan Industri Halal Nasional

FAKTOR INTERNAL	(S) Kekuatan	(W) Kelemahan
FAKTOR EKSTERNAL	1. Populasi muslim yang tinggi	1. Proses sertifikasi halal yang memakan waktu
	2. Dukungan Pemerintah	2. Kurangnya investasi / modal dalam teknologi produksi
	3. Kesesuaian dengan aturan dan prinsip syariah	3. Keterbatasan dalam akses pasar internasional
	4. Jaringan Distribusi yang luas dan efisien	4. Terbatasnya jaringan distribusi
(O) Kesempatan	Strategi SO	Strategi WO
1. Indonesia menjadi pusat industri halal dunia	Populasi masyarakat muslim yang besar memiliki peluang permintaan pasar terhadap produk halal meningkat strategi yang diambil adalah memiliki industri produk halal yang mampu memenuhi kebutuhan pasar secara berkesinambungan	Membuat regulasi untuk mempermudah proses sertifikasi produk halal untuk memenuhi permintaan produk halal
2. Peningkatan Kesadaran masyarakat tentang pentingnya produk halal	Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya masyarakat menyadari untuk menggunakan produk yang halal dan aman dan dengan dukungan pemerintah untuk penyediaan produk halal mulai dari bahan baku sampai dengan distribusinya	Permintaan produk halal yang tinggi dibutuhkan modal dan teknologi produksi yang baik
3. Peningkatan daya beli dan lifestyle halal	Dengan adanya peningkatan daya beli dan life style halal di masyarakat memiliki peluang dalam peningkatan penggunaan produk halal sesuai dengan aturan dan prinsip syariah	Keterbatasan akses pasar internasional melalui perbaikan penyaluran distribusi sehingga peningkatan daya beli masyarakat terhadap produk halal dan lifestyle halal dapat terpenuhi
4. Peningkatan Investasi di sektor industri halal	Jaringan distribusi yang luas dan efisien memiliki peluang peningkatan investasi di sektor industri halal	Melalui penguatan usaha mikro, kecil dan menengah, dan penguatan ekonomi digital, sosialisasi literasi penggunaan keuangan syariah
(T) Ancaman	Strategi ST	Strategi TW
1. Peningkatan Persaingan industri halal	Kesadaran masyarakat menggunakan produk halal, akan meningkatkan persaingan industri halal	Membangun Kerjasama terkait sertifikasi halal, inovasi produk

2. Biaya produksi dan bahan baku yang tinggi	Diperlukan dukungan pemerintah untuk menekan biaya produksi dan bahan baku yang tinggi	Tersedianya pasokan bahan halal, didukung oleh dokumen pendukung yang valid dari Lembaga yang sudah diakui kredibilitasnya
3. Peraturan impor yang ketat	Produk Impor wajib memiliki sertifikat halal jika ingin memasarkan produknya di Indonesia. Berdasarkan PP 39/21 produk halalnya diterbitkan oleh Lembaga luar negeri yang telah melakukan Kerjasama pengakuan sertifikat halal dengan BPJPH tidak perlu diajukan permohonan sertifikat halal.	Meminta pemerintah menurunkan biaya sertifikasi, Integrasi system antara BPJPH dan LPH, meminta BPJPH melakukan Kerjasama dengan Lembaga Halal Luar Negeri
4. Persaingan ketat dari produk impor halal	Melakukan inovasi pengembangan produk baru dan meningkatkan kualitas. Pemanfaatan media sosial dan teknologi digital. Kerjasama dengan Lembaga sertifikasi halal dan organisasi muslim sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal.	Kerjasama dengan Lembaga sertifikasi halal dan organisasi muslim sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal. Meningkatkan produk UMKM dan didukung penuh oleh pemerintah, pembagunan Kawasan industry halal.

KESIMPULAN

Industri halal mengalami perkembangan yang sangat pesat. Halal sudah menjadi lifestyle dalam kehidupan masyarakat baik muslim maupun non muslim dalam memenuhi kebutuhan baik berupa makanan, kosmetik, obat-obatan. Halal sudah menjadi gaya hidup yang ditujukan dalam mencapai kesehatan, keselamatan, dan kesejahteraan manusia sehingga sangat relevan dengan semua pihak baik muslim maupun non muslim.

Indonesia yang memiliki populasi muslim yang tinggi tercatat sebagai negara konsumen pasar halal terbesar didunia. Hal ini ditunjukkan dengan share 11,34% dari total pengeluaran halal global, menjadikan Indonesia memiliki peluang besar sebagai produsen produk halal maupun sebagai ceruk pangsa pasar.

Salah satu usaha yang dilakukan bagi pengembangan industri halal melalui sertifikasi halal bagi produk makanan dan minuman, selain itu kemenperin memiliki tanggungjawab menyiapkan program-program pemberdayaan untuk sektor industri, diantaranya fasilitasi sertifikasi halal bagi sektor industri.

DAFTAR PUSTAKA

- Bpjph. Halal.go.id, Tentang BPJPH
- Fauzan, Rizqullah Hafizh, "Analisis SWOT Produk Halal: Menguak Potensi dan Tantangan di Pasar Makanan Halal", tambahpinter.com, 27 Desember 2023
- 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>.
- Geograf.id, Pengertian Analisis SWOT: Definisi dan Penjelasan Lengkap menurut ahli, 12 Oktober 2023

- Haryono, Erwin, Departemen Komunikasi Bank Indonesia, "Akselerasi Sertifikasi Halal Dalam Memperkuat Peran Indonesia sebagai Produsen Halal Dunia", 07 Oktober 2022
- Herianti, Siradjuddin, and Efendi, Ahmad., "Industri Halal Dari Perspektif Potensi Dan Perkembangannya Di Indonesia." *Indonesia Journal of Halal* 6, no. 2 (2023): 56-64. <https://doi.org/10.14710/halal.v6i2.19249>.
- Istiqlal, Fais. "Membangun Global Halal Hub Indonesia: Strategi Dan Peluang Untuk Mencapai Kompetitif Di Pasar Global." *Halal Research Journal* 3, no. 2 (2023): 72-85. <https://doi.org/10.12962/j22759970.v3i2.614>.
- Kemenperin.go.id, Kemenperin genjot kolaborasi percepatan industri halal nasional.2 Feb 2024
- Sayekti, Nidya Waras, Mauleny Ariesty, Tri Mauleny, Izzaty, Lisnawaty, "Kawasan Industri Halal; Upaya menuju Indonesia Pusat Produsen Halal Dunia", Yayasan Pustaka Obor Indonesia, April 2022
- Shunhaji, Akhmad dan Ihsan Effendi, "Consumer Factors Buying Organic Products in North Sumatera", dalam *jurnal Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Volume10 (1), 2020
- Rangkuti, Freddy, " Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT", PT Gramedia, Cetakan ke-24, November 2020.
- Republika.co.id, "Masterplan Industri Halal Indonesia 2023-2029", diluncurkan, 26 Oktober 2023 Undang-Undang No. 33 Tahun 2014.