



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 22388-22397

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Tantangan dan Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Industri Halal Di Indonesia: Tinjauan Literatur

Vathimatuz zahroh¹, Abdul Hanif², Nikmatul Masruroh³

¹Universitas Islam Negeri Kiai Haji achmad Siddiq Jember

²Institut Sayyid Muhammad Alawi al-Maliki

³Universitas Islam Negeri Kiai Haji achmad Siddiq Jember

vathimzahroh@gmail.com, abdulhaniftohir648@gmail.com, nikmatul.masruroh82@gmail.com

Abstrak

Indonesia memiliki potensi besar sebagai pemain utama dalam ekosistem industri halal global karena didukung oleh modal demografis populasi Muslim terbesar di dunia dan dominasi UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional. Namun, potensi raksasa ini belum optimal karena sebagian besar UMKM belum memiliki sertifikasi halal akibat kendala biaya, rendahnya pemahaman Sistem Jaminan Halal (SJH), kompleksitas ketertelusuran (traceability) rantai pasok dari kontaminasi non-halal, serta keterbatasan infrastruktur digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tantangan yang dihadapi UMKM berbasis industri halal di Indonesia serta merumuskan strategi pengembangan yang efektif dan berkelanjutan. Metode yang digunakan dalam artikel literature review ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode kajian pustaka (library research) yang bersumber dari basis data Google Scholar dan Publish or Perish dengan batasan 10 artikel relevan. Hasil temuan menunjukkan bahwa peluang besar pada sektor makanan, minuman, kosmetik, dan modest fashion yang didorong oleh tren konsumen halal-conscious masih terhambat oleh kesenjangan administratif, kurangnya penyelia halal internal, dan minimnya literasi digital di daerah terpencil. Kesimpulannya, untuk mengatasi tantangan struktural tersebut diperlukan strategi terintegrasi yang melibatkan kolaborasi sinergis multipihak. Strategi utama yang direkomendasikan meliputi akselerasi sertifikasi halal melalui optimalisasi jalur self-declare, penguatan kapasitas SDM terkait standar teknis halal, serta percepatan transformasi digital melalui integrasi UMKM ke dalam ekosistem e-commerce dan halal marketplace. Melalui penguatan rantai pasok yang transparan dan kemitraan hilirisasi dengan industri besar, UMKM diharapkan dapat meningkatkan daya saing global dan menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi nasional yang berkelanjutan.

Kata kunci: Halal, UMKM, Sertifikasi Halal, Transformasi Digital, Tinjauan Literatur.

1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, yakni sekitar 237 juta jiwa atau sekitar 87% dari total penduduk. Kondisi demografis ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu pasar industri halal terbesar di dunia. (Himmah and Faslah 2025). Dalam konteks global, nilai pasar produk halal terus mengalami pertumbuhan signifikan. Laporan State of the Global Islamic Economy mencatat bahwa pengeluaran umat Muslim dunia untuk sektor-sektor terkait halal termasuk makanan, farmasi, kosmetik, pariwisata, dan keuangan mencapai USD 2,8 triliun pada tahun 2022. (Sarianti et al. 2026). Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi pemain utama dalam ekosistem industri halal global ini. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 65,4 juta unit usaha dan berkontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja. (Arifa et al. 2025). Besarnya kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional menjadikannya sektor strategis yang harus diberdayakan dan dikembangkan secara berkelanjutan.

Meski demikian, sebagian besar UMKM Indonesia khususnya yang bergerak di sektor makanan, minuman, kosmetik, dan farmasi belum memiliki sertifikasi halal. Padahal, sertifikasi halal bukan sekadar memenuhi kewajiban regulasi, melainkan juga merupakan instrumen penting untuk meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar domestik maupun global. (Aziz and Chok 2013). Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) dan Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 mewajibkan seluruh produk yang beredar di Indonesia untuk bersertifikat halal secara bertahap. (Yustiawan and Putri 2024). sehingga UMKM dituntut untuk segera menyesuaikan diri dengan regulasi ini.

Untuk meningkatkan kemampuan bersaing di pasar global, UMKM perlu mengimplementasikan sejumlah langkah strategis, seperti memperoleh sertifikasi halal, meningkatkan kualitas dan kapasitas sumber daya manusia, mengadopsi teknologi yang tepat guna dan sesuai standar halal, serta mempererat kerja sama dengan sektor industri guna mendukung pengembangan hilirisasi. (Ilmiyah et al. 2025). Industri halal Indonesia memiliki potensi besar sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi nasional karena didukung oleh pasar yang luas, dukungan pemerintah, dan peluang ekspor. Meskipun menghadapi berbagai tantangan, seperti standar halal yang belum seragam, keterbatasan bahan baku, dan rendahnya inovasi, penguatan SDM, sertifikasi, edukasi, serta kolaborasi antar pemangku kepentingan dapat meningkatkan daya saing industri halal secara berkelanjutan. (Aqbar and Azwar 2025). Transformasi digital merupakan salah satu faktor penting yang mendorong pertumbuhan ekonomi global, termasuk dalam pengembangan industri halal. Kemajuan teknologi seperti kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI), Internet of Things (IoT), big data, blockchain, dan e-commerce memberikan peluang yang luas bagi industri halal untuk meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat transparansi dan akuntabilitas rantai pasokan. (Fibaraq et al. 2026). Namun transformasi digital sektor halal tidak dapat dicapai secara parsial. Indonesia memiliki potensi besar dalam industri halal, namun masih menghadapi tantangan berupa rendahnya pengembangan produk halal, persaingan global, dan minimnya pemahaman UMKM tentang sertifikasi halal. Oleh karena itu, peningkatan daya saing, akses pasar ekspor, keterlibatan UMKM dalam rantai pasok global, dan pemanfaatan e-commerce menjadi strategi penting untuk memperkuat posisi Indonesia di pasar halal dunia. (Prasojo et al. 2025). Pengembangan pariwisata halal di Indonesia memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional di era disrupsi, namun keberhasilannya sangat bergantung pada penyelesaian beberapa tantangan internal dan eksternal. (Mumtaaza et al. 2025). Indonesia memiliki potensi yang sangat besar dalam pengembangan industri halal karena didukung oleh jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia serta kontribusi signifikan UMKM terhadap perekonomian nasional. Di tengah meningkatnya permintaan produk halal global dan berkembangnya tren gaya hidup halal, UMKM memiliki peluang strategis untuk menjadi penggerak utama pertumbuhan industri halal nasional. Selain itu, perkembangan teknologi digital turut membuka peluang baru bagi UMKM untuk memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi usaha, serta memperkuat daya saing produk halal di tingkat nasional maupun internasional. Oleh karena itu, pengembangan UMKM berbasis industri halal menjadi isu yang penting dan mendesak untuk dikaji sebagai upaya memperkuat posisi Indonesia dalam ekosistem halal global.

Namun demikian, besarnya potensi tersebut belum sepenuhnya diimbangi oleh kesiapan UMKM dalam menghadapi berbagai tantangan yang ada. Masih rendahnya kepemilikan sertifikasi halal, keterbatasan kualitas sumber daya manusia, minimnya pemanfaatan teknologi digital, rendahnya inovasi produk, keterbatasan akses pasar ekspor, serta persaingan yang semakin ketat dari negara lain menjadi hambatan utama dalam pengembangan UMKM berbasis industri halal. Di samping itu, adanya ketidakterpaduan standar halal dan kurangnya pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya sertifikasi halal menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara potensi yang dimiliki dan realitas pengembangan industri halal di Indonesia. Kondisi tersebut memunculkan kebutuhan untuk mengidentifikasi secara komprehensif berbagai tantangan yang dihadapi UMKM sekaligus merumuskan strategi pengembangan yang efektif dan berkelanjutan.

Usaha kecil memiliki kekayaan bersih antara Rp50 juta hingga Rp500 juta dengan penjualan antara Rp300 juta hingga Rp2,5 miliar, sementara usaha menengah memiliki kekayaan bersih antara Rp500 juta hingga Rp10 miliar. (Susanti, Utama, and Kamilah 2021). UMKM memainkan peran sentral dalam pembangunan ekonomi Indonesia melalui beberapa fungsi strategis, yaitu: (1) penyerapan tenaga kerja dalam skala masif, (2) distribusi pendapatan yang lebih merata di masyarakat, (3) pembentukan wirausahawan baru, dan (4) penguatan ketahanan ekonomi lokal. Tambunan (2019) menyatakan bahwa UMKM memiliki fleksibilitas tinggi dalam beradaptasi terhadap perubahan ekonomi sehingga menjadi penyangga penting saat krisis ekonomi melanda. Namun demikian, UMKM juga menghadapi berbagai kendala struktural yang menghambat pertumbuhannya, antara lain keterbatasan akses modal, rendahnya kapasitas sumber daya manusia, keterbatasan akses teknologi dan inovasi, serta lemahnya jaringan distribusi dan pemasaran. (Jaya 2025). Kendala-kendala ini menjadi tantangan serius yang perlu diatasi agar UMKM dapat berkembang secara optimal. Ruang lingkup industri halal tidak hanya terbatas pada produk makanan dan minuman, tetapi juga mencakup farmasi dan kosmetik, fashion dan tekstil, pariwisata dan hospitalitas, keuangan Islam, serta media dan rekreasi. (Nazaruddin et al. 2023). Dalam konteks Indonesia, standar halal ditetapkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika (LPPOM MUI), yang saat ini berkoordinasi dengan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang berada di bawah Kementerian Agama RI. (Lynarbi et al. 2020).

Standar halal didasarkan pada dua prinsip utama, yaitu: (1) tidak mengandung unsur yang diharamkan oleh syariat Islam seperti babi, darah, bangkai, dan alkohol; dan (2) proses produksinya dilakukan sesuai dengan ketentuan syariat mulai dari bahan baku, proses pengolahan, pengemasan, hingga distribusi (Bonne & Verbeke, 2008).

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tantangan yang dihadapi UMKM berbasis industri halal di Indonesia serta mengkaji berbagai strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing, memperluas akses pasar, memperkuat pemanfaatan teknologi digital, dan mendorong keberlanjutan pengembangan industri halal. Melalui pendekatan tinjauan literatur, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif serta menjadi referensi bagi pemerintah, pelaku usaha, akademisi, dan pemangku kepentingan lainnya dalam merumuskan kebijakan dan program pengembangan UMKM berbasis industri halal di Indonesia. Kerangka regulasi jaminan produk halal di Indonesia mengalami transformasi signifikan sejak diterbitkannya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH). Undang-undang ini mengamanatkan bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Indonesia wajib bersertifikat halal, dengan penerapan secara bertahap (Kemenkumham RI, 2014). Lebih lanjut, Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 sebagai turunan UU JPH mengatur secara teknis mekanisme sertifikasi, termasuk jalur reguler dan jalur self-declare yang diperuntukkan bagi UMKM berpenghasilan rendah. (Solikhah et al. 2023). BPJPH sebagai lembaga yang dibentuk berdasarkan UU JPH memegang peran sentral dalam penyelenggaraan jaminan produk halal secara nasional. BPJPH bertugas merumuskan kebijakan, menetapkan standar, menerbitkan dan mencabut sertifikat halal, serta melakukan registrasi dan pengawasan produk halal yang beredar di Indonesia. (Mulyono and Hidayat 2022). Dengan adanya sistem satu pintu ini, diharapkan proses sertifikasi halal menjadi lebih efisien dan terjangkau, khususnya bagi pelaku UMKM.

1. Metode Penelitian

Metode penulisan artikel literature review ini adalah dengan metode kualitatif deskriptif dan kajian pustaka atau library research, bersumber dari aplikasi online Vos Harzing Publish & Perish, Google Scholar dan aplikasi online lainnya dengan batasan 10 artikel. Dalam penelitian kualitatif, kajian Pustaka sangat diperlukan untuk meninjau sumber referensi yang relevan dengan penelitian. Landasan teori sangat dibutuhkan untuk ditelaah. Salah satu alasan utama untuk melakukan penelitian kualitatif yaitu bahwa penelitian tersebut bersifat deskriptif. [18]. serta menggunakan data numerik. Penelitian ini mengkaji marketplace halal sebagai salah satu model bisnis platform digital yang tengah berkembang pesat dengan hasil dari peneliti-peneliti sebelumnya.

3. Hasil dan Diskusi

Indonesia memiliki posisi yang sangat strategis dalam peta industri halal global. Menurut laporan Global Islamic Economy Indicator, Indonesia berada pada posisi keempat dunia dalam pemeringkatan ekonomi Islam global, setelah Malaysia, Arab Saudi, dan Uni Emirat Arab. [19]. Potensi ini seharusnya dapat dimanfaatkan secara optimal oleh UMKM Indonesia, mengingat sebagian besar produksi dan perdagangan produk halal di tingkat domestik dilakukan oleh pelaku usaha skala kecil dan menengah. Sektor makanan dan minuman halal merupakan peluang terbesar bagi UMKM, dengan nilai pasar domestik diperkirakan mencapai USD 173 miliar pada tahun 2022. Selain makanan dan minuman, sektor kosmetik halal dan modest fashion juga menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat. Berdasarkan data KEMENPERIN, ekspor produk halal Indonesia pada tahun 2022 mencapai USD 5,3 miliar, dengan dominasi produk olahan pangan, dan diproyeksikan terus meningkat seiring dengan meningkatnya permintaan global. [20]. Peluang bagi UMKM untuk berkembang dalam ekosistem halal juga diperkuat oleh tren konsumen Muslim yang semakin halal-conscious. Penelitian Golnaz et al. (2010) menunjukkan bahwa kesadaran konsumen Muslim terhadap kehalalan produk terus meningkat, tidak hanya menyangkut bahan-bahan yang digunakan, tetapi juga proses produksi, kebersihan, dan keamanan pangan. Tren ini mendorong permintaan terhadap produk-produk berlabel halal, yang membuka peluang pasar yang sangat luas bagi UMKM yang mampu memenuhi standar tersebut. Meski potensinya sangat besar, UMKM di Indonesia menghadapi sejumlah tantangan serius dalam proses sertifikasi halal.

Pertama, tantangan biaya. Meskipun pemerintah telah menyediakan mekanisme sertifikasi halal gratis bagi UMKM melalui program self-declare, masih banyak pelaku UMKM yang belum mengetahui program tersebut atau mengalami kesulitan administratif dalam mengaksesnya. [21]. Survei yang dilakukan oleh LIPI (2021) menemukan bahwa hampir 60% UMKM responden menyatakan biaya sertifikasi sebagai hambatan utama. Kedua, rendahnya kapasitas pengetahuan dan kesadaran UMKM tentang sistem jaminan halal (SJH). Rarick et al. (2012) menyatakan bahwa banyak pelaku UMKM tidak memahami persyaratan teknis yang diperlukan untuk memenuhi standar halal, seperti kewajiban memiliki penyelia halal internal, menyusun manual SJH, dan melakukan audit halal internal secara berkala. Ketidapahaman ini seringkali menyebabkan UMKM tidak siap menghadapi audit dari lembaga sertifikasi halal. Ketiga, kompleksitas rantai pasokan bahan baku. UMKM yang menggunakan bahan baku dari pemasok yang belum bersertifikat halal menghadapi tantangan berlapis dalam menjamin kehalalan produk akhirnya (Tieman, 2011). Manajemen rantai pasokan halal membutuhkan sistem traceability yang handal untuk memastikan bahwa seluruh bahan baku, bahan tambahan, dan proses produksi bebas dari kontaminasi non-

halal (cross-contamination). Kapasitas ini umumnya masih lemah pada level UMKM. Keempat, keterbatasan akses informasi dan teknologi. Di era digital, pemanfaatan teknologi informasi menjadi kunci daya saing produk. Namun, sebagian besar UMKM, khususnya di daerah pedesaan dan terpencil, masih menghadapi keterbatasan infrastruktur digital yang menghambat mereka dalam mengakses informasi tentang regulasi halal, tren pasar, dan platform pemasaran digital (Kemenkop UKM, 2023).

Indonesia memiliki modal demografis dan ekonomi yang sangat kuat untuk menjadi pemain utama dalam ekosistem halal global, mengingat statusnya sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia yang ditopang oleh 65,4 juta unit UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional. Namun, hasil tinjauan literatur menunjukkan bahwa potensi raksasa ini masih terhambat oleh berbagai tantangan struktural yang dihadapi pelaku UMKM. Hambatan utama tersebut meliputi rendahnya kepemilikan dan pemahaman mengenai pentingnya sertifikasi halal, keterbatasan kualitas sumber daya manusia dalam menjaga konsistensi produksi, serta minimnya pemanfaatan teknologi digital dan inovasi produk. Kondisi ini diperparah oleh standar halal yang belum seragam di lapangan serta ketatnya persaingan global dari negara lain, sehingga menciptakan kesenjangan yang lebar antara potensi pasar yang dimiliki dengan realitas kesiapan UMKM di Indonesia.

Untuk mengatasi berbagai hambatan tersebut, diperlukan implementasi langkah-langkah strategis yang terintegrasi dan tidak dapat berjalan secara parsial. Strategi utama yang harus ditempuh adalah akselerasi sertifikasi halal melalui optimalisasi jalur self-declare yang efisien, penguatan kapasitas SDM melalui edukasi berkelanjutan, serta pelaksanaan transformasi digital dengan mendorong UMKM masuk ke dalam ekosistem e-commerce dan halal marketplace. Selain itu, pemanfaatan teknologi tepat guna untuk transparansi rantai pasok dan hilirisasi industri melalui kerja sama dengan sektor industri besar menjadi sangat krusial untuk meningkatkan daya saing produk di pasar ekspor. Melalui kolaborasi sinergis antara pemerintah, pelaku usaha, akademisi, dan masyarakat, UMKM berbasis industri halal di Indonesia diharapkan dapat naik kelas dan optimal menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi nasional yang berkelanjutan di era disrupsi.

Hasil sintesis literatur memperlihatkan bahwa pengembangan UMKM berbasis industri halal tidak dapat dipahami hanya sebagai proses memperoleh label atau sertifikat. Sertifikasi merupakan pintu masuk menuju sistem usaha yang menuntut konsistensi bahan, proses produksi, kebersihan, penyimpanan, pengemasan, dan distribusi. Karena itu, kesiapan UMKM perlu dinilai dari kemampuan menjalankan proses halal secara berkelanjutan setelah sertifikat diterbitkan. Apabila sertifikasi diperlakukan hanya sebagai persyaratan administratif, terdapat risiko ketidaksesuaian antara dokumen dengan praktik harian. Penguatan industri halal harus menghubungkan kepatuhan regulasi, mutu produk, efisiensi usaha, kepercayaan konsumen, dan kemampuan menjangkau pasar secara terpadu.

Sertifikasi halal mempunyai nilai strategis sebagai instrumen akses pasar. Bagi konsumen Muslim, label halal memberikan informasi mengenai kesesuaian produk dengan prinsip agama, sedangkan bagi konsumen secara umum sertifikasi juga dapat diasosiasikan dengan kebersihan, keamanan, keteraturan proses, dan akuntabilitas produsen. Himmah dan Faslah (2025) menempatkan standardisasi halal sebagai unsur yang memperkuat daya tarik konsumen. Dalam konteks UMKM, manfaat tersebut baru optimal apabila pelaku usaha mampu menjelaskan nilai produknya, menjaga konsistensi kualitas, dan menggunakan sertifikasi sebagai bagian dari strategi merek. Sertifikat yang tidak disertai komunikasi dan kualitas yang baik belum tentu langsung meningkatkan penjualan.

Jalur self-declare dapat memperluas partisipasi usaha mikro dan kecil karena dirancang untuk menyederhanakan proses sertifikasi bagi produk yang memenuhi kriteria tertentu. Namun, kemudahan prosedur perlu diimbangi dengan pendampingan yang memadai. Banyak pelaku usaha menghadapi kesulitan menyiapkan dokumen, mengidentifikasi bahan kritis, menentukan pemasok, membuat alur proses, dan menggunakan sistem pendaftaran. Sosialisasi yang hanya menjelaskan kewajiban belum cukup. Pemerintah dan pendamping perlu menyediakan klinik konsultasi, contoh dokumen, simulasi pengisian, pemeriksaan awal, serta bantuan tindak lanjut sampai sertifikat diterbitkan dan dipelihara.

Keberhasilan self-declare juga bergantung pada kualitas verifikasi dan tanggung jawab pelaku usaha. Penyederhanaan tidak boleh dipahami sebagai pengurangan prinsip kehati-hatian. Pelaku UMKM perlu menyatakan kondisi produk secara jujur, menggunakan bahan yang dapat ditelusuri, dan melaporkan perubahan bahan atau proses. Pendamping Proses Produk Halal berperan membantu memastikan bahwa usaha yang diajukan memang memenuhi persyaratan. Solikhah et al. (2023) menunjukkan pentingnya penyuluhan terhadap Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021. Dengan demikian, percepatan jumlah sertifikat harus tetap disertai pengawasan mutu agar kepercayaan publik terhadap skema sertifikasi tetap terjaga.

Tantangan berikutnya adalah kemampuan menjalankan sistem jaminan produk halal di tingkat usaha. Pada usaha berskala kecil, satu orang sering menangani pembelian bahan, produksi, pencatatan, pemasaran, dan keuangan

secara bersamaan. Kondisi ini membuat prosedur halal mudah diabaikan ketika pesanan meningkat atau tenaga kerja berubah. UMKM membutuhkan panduan operasional yang sederhana tetapi jelas, mencakup daftar bahan yang disetujui, pemasok, tahapan produksi, pembersihan alat, penyimpanan, dan penanganan produk tidak sesuai. Dokumen tidak perlu rumit, tetapi harus dapat dipahami dan diterapkan oleh seluruh pekerja.

Penyelia halal internal perlu diposisikan sebagai penggerak mutu, bukan sekadar nama yang dicantumkan dalam dokumen. Penyelia harus memahami bahan, proses, titik kritis, pencatatan, dan tindakan koreksi. Pada UMKM dengan jumlah pekerja terbatas, pemilik dapat menjalankan fungsi tersebut setelah memperoleh pelatihan yang sesuai. Namun, agar sistem tidak bergantung pada satu individu, pengetahuan dasar perlu dibagikan kepada pekerja lain. Pelatihan singkat sebelum produksi, daftar pemeriksaan, label penyimpanan, dan pencatatan perubahan bahan dapat membantu membentuk budaya kepatuhan halal di lingkungan usaha.

Ketertelusuran bahan baku menjadi tantangan penting karena produk akhir dapat menggunakan banyak bahan tambahan, bumbu, perisa, pewarna, atau bahan penolong. UMKM sering membeli bahan dari toko eceran tanpa memperoleh dokumen yang lengkap. Ketika pemasok atau merek berubah, status bahan juga dapat berubah. Karena itu, pelaku usaha perlu membuat daftar bahan baku beserta merek, produsen, bukti halal, tanggal pembelian, dan alternatif yang telah disetujui. Penggantian bahan sebaiknya tidak dilakukan hanya karena harga lebih murah sebelum statusnya diperiksa. Langkah sederhana tersebut memperkuat traceability sekaligus mengurangi risiko gangguan produksi ketika audit dilakukan.

Pengelolaan pemasok merupakan bagian dari strategi rantai pasok halal. UMKM dapat mengelompokkan bahan berdasarkan tingkat risiko, sehingga perhatian terbesar diberikan kepada bahan yang kompleks atau berpotensi berasal dari sumber non-halal. Hubungan jangka panjang dengan pemasok yang transparan dapat mengurangi ketidakpastian. Dalam kelompok usaha atau sentra produksi, pembelian bersama dari pemasok yang telah diverifikasi dapat menurunkan biaya dan meningkatkan posisi tawar. Pendekatan kolektif juga memudahkan penyimpanan dokumen serta penyediaan bahan bersertifikat secara konsisten.

Risiko kontaminasi silang tidak hanya muncul dari bahan, tetapi juga dari penggunaan peralatan, tempat penyimpanan, kendaraan, dan proses distribusi. Pada usaha rumahan, alat produksi dapat digunakan untuk berbagai jenis produk. Pelaku usaha perlu memetakan potensi kontak, menetapkan prosedur pembersihan, memisahkan wadah, dan memberi tanda pada bahan serta produk. Apabila fasilitas digunakan bersama, pembagian jadwal dan verifikasi kebersihan perlu ditetapkan. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa manajemen halal berhubungan erat dengan manajemen operasional dan keamanan pangan.

Teknologi digital dapat membantu ketertelusuran, tetapi penerapannya perlu disesuaikan dengan skala UMKM. Tidak semua usaha membutuhkan blockchain atau sistem yang mahal. Pada tahap awal, spreadsheet, aplikasi persediaan sederhana, kode produksi, QR code, dan penyimpanan dokumen berbasis awan sudah dapat memperbaiki pencatatan. Ketika volume usaha meningkat, sistem dapat dikembangkan untuk menghubungkan pemasok, bahan, produksi, dan distribusi. Prinsip utamanya adalah data mudah dicatat, diperbarui, dan diperiksa, bukan sekadar menggunakan teknologi yang terlihat modern.

Transformasi digital juga berkaitan dengan pemasaran dan hubungan pelanggan. E-commerce memungkinkan UMKM menjangkau konsumen di luar wilayahnya, memperoleh data penjualan, dan menguji respons pasar terhadap produk. Prasjojo et al. (2025) menekankan pentingnya pemanfaatan e-commerce bagi daya saing ekspor UMKM. Namun, keberadaan di marketplace tidak otomatis menghasilkan penjualan. Pelaku usaha perlu menyiapkan foto yang baik, deskripsi yang akurat, informasi halal, layanan responsif, pengemasan aman, dan manajemen stok. Kinerja digital bergantung pada konsistensi operasional di belakangnya.

Halal marketplace dapat memberikan segmentasi pasar yang lebih jelas dan memperkuat kepercayaan konsumen, terutama apabila platform melakukan kurasi terhadap status produk. Meskipun demikian, platform tidak boleh hanya berfungsi sebagai etalase. Ekosistem yang efektif perlu menyediakan edukasi, pembayaran, logistik, promosi, analitik, dan akses pembiayaan. Integrasi tersebut membantu UMKM mengatasi keterbatasan sumber daya. Platform juga dapat menampilkan informasi produsen, asal bahan, sertifikat, dan cerita usaha untuk memperkuat transparansi serta diferensiasi produk.

Strategi merek halal perlu dibangun secara hati-hati. Wilson dan Liu (2011) menunjukkan bahwa Islamic branding menghadapi tantangan dalam mengelola identitas, emosi, dan persepsi konsumen. UMKM perlu menghindari penggunaan simbol halal hanya sebagai dekorasi pemasaran tanpa dukungan proses yang benar. Merek yang kredibel terbentuk dari kesesuaian antara klaim, kualitas, layanan, dan pengalaman konsumen. Cerita mengenai bahan lokal, pemberdayaan masyarakat, kebersihan, dan proses halal dapat menjadi nilai tambah apabila disampaikan secara jujur dan dapat dibuktikan.

Inovasi produk dibutuhkan agar UMKM tidak hanya bersaing melalui harga. Industri halal mencakup makanan, minuman, kosmetik, farmasi, fashion, pariwisata, media, dan berbagai layanan pendukung sebagaimana dijelaskan Nazaruddin et al. (2023). Pelaku usaha dapat mengembangkan variasi ukuran, rasa, fungsi, desain, dan kemasan berdasarkan kebutuhan konsumen. Inovasi tetap harus mempertimbangkan kemampuan produksi dan persyaratan halal. Setiap perubahan formula atau bahan perlu diperiksa agar tidak menimbulkan ketidaksesuaian terhadap sertifikat yang telah dimiliki.

Kemasan dan pelabelan menjadi penghubung antara kepatuhan halal dan keputusan pembelian. Informasi pada kemasan perlu jelas, mudah dibaca, dan tidak menyesatkan. Selain logo halal, konsumen membutuhkan nama produk, komposisi, berat, tanggal produksi, kedaluwarsa, identitas produsen, izin yang relevan, serta cara penyimpanan. Desain kemasan juga perlu menjaga keamanan produk selama distribusi. Bagi UMKM yang masuk ke pasar digital, kemasan harus mampu menahan proses pengiriman dan tetap memberikan pengalaman yang baik ketika diterima konsumen.

Kapasitas sumber daya manusia merupakan faktor penghubung seluruh strategi. Pelaku UMKM membutuhkan literasi halal, manajemen usaha, keuangan, digital, pemasaran, dan pengendalian mutu. Pelatihan yang terlalu umum sering tidak menghasilkan perubahan karena peserta kesulitan menerapkannya pada usaha masing-masing. Model pengembangan kapasitas perlu berbasis masalah nyata dan disertai pendampingan. Peserta dapat membawa daftar bahan, dokumen, kemasan, dan data usaha untuk diperbaiki secara langsung selama program.

Pelatihan juga perlu dibedakan berdasarkan tingkat kesiapan. Usaha yang belum memiliki Nomor Induk Berusaha membutuhkan bantuan legalitas dasar, sedangkan usaha yang telah berjalan memerlukan penguatan proses halal dan mutu. UMKM yang telah bersertifikat membutuhkan strategi perluasan pasar serta pemeliharaan sertifikat. Segmentasi tersebut membuat sumber daya pendampingan lebih efektif. Ilmiyah et al. (2025) menggambarkan bahwa legalitas usaha memberikan peluang sekaligus tantangan, sehingga pengembangan halal perlu terhubung dengan formalitas dan tata kelola usaha secara keseluruhan.

Akses pembiayaan tetap menjadi kebutuhan karena sertifikasi, perbaikan fasilitas, pembelian alat, kemasan, dan digitalisasi membutuhkan biaya. Lembaga keuangan syariah, koperasi, dan program pembiayaan pemerintah dapat menyediakan produk yang sesuai dengan karakter arus kas UMKM. Namun, pembiayaan sebaiknya diberikan bersama pendampingan manajemen agar dana digunakan secara produktif. UMKM juga perlu memiliki pencatatan penjualan dan biaya yang dapat menunjukkan kelayakan usaha. Tanpa pencatatan, akses pembiayaan formal akan tetap terbatas.

Kemitraan antara UMKM dan industri besar dapat mempercepat peningkatan mutu melalui transfer teknologi, standar, dan akses distribusi. Dalam pola kemitraan yang sehat, UMKM dapat menjadi pemasok bahan, produk antara, atau produk akhir dengan spesifikasi yang disepakati. Industri besar memperoleh basis pemasok yang lebih luas, sedangkan UMKM memperoleh kepastian pasar dan pembinaan. Namun, posisi tawar perlu dijaga melalui kontrak yang jelas, harga wajar, jadwal pembayaran, standar penerimaan, dan mekanisme penyelesaian masalah.

Hilirisasi industri halal dapat dikembangkan melalui sentra atau klaster berdasarkan komoditas dan wilayah. Klaster memungkinkan penggunaan fasilitas bersama, laboratorium, rumah kemasan, gudang, pusat logistik, dan layanan sertifikasi. Biaya yang sulit ditanggung satu UMKM dapat dibagi secara kolektif. Pemerintah daerah dapat memetakan produk unggulan dan menghubungkan pelaku usaha dengan perguruan tinggi, lembaga riset, lembaga keuangan, pemasok, serta pembeli. Pendekatan berbasis wilayah juga membantu mengatasi kesenjangan antara UMKM perkotaan dan daerah terpencil.

Kesiapan ekspor memerlukan tahapan yang lebih luas daripada sertifikasi halal. UMKM perlu memenuhi standar mutu, kapasitas produksi, konsistensi pasokan, dokumentasi, kemasan, ketentuan negara tujuan, dan kemampuan berkomunikasi dengan pembeli. Sertifikat halal dapat meningkatkan kredibilitas, tetapi tidak menggantikan persyaratan keamanan pangan, kosmetik, atau teknis lainnya. Strategi ekspor sebaiknya dimulai melalui agregator, eksportir, atau program kurasi agar UMKM memperoleh pengalaman sebelum menangani transaksi internasional secara mandiri.

Perbedaan standar dan pengakuan sertifikat antarnegara menjadi tantangan dalam perdagangan global. Pelaku UMKM sering tidak mempunyai sumber daya untuk memahami persyaratan setiap pasar. Pemerintah dan lembaga terkait perlu menyediakan informasi negara tujuan, daftar lembaga yang diakui, perubahan regulasi, dan layanan konsultasi ekspor. Diplomasi halal dan kerja sama pengakuan timbal balik dapat mengurangi biaya kepatuhan. Pada tingkat usaha, dokumen bahan dan proses harus disimpan dengan baik agar penyesuaian terhadap standar tujuan dapat dilakukan lebih cepat.

Kesenjangan digital wilayah perlu menjadi perhatian karena strategi berbasis platform tidak memiliki manfaat yang sama di semua daerah. UMKM di wilayah terpencil dapat menghadapi konektivitas lemah, biaya logistik tinggi, keterbatasan perangkat, dan rendahnya kemampuan membuat konten. Program transformasi digital perlu disertai peningkatan infrastruktur, pusat layanan bersama, pelatihan praktis, dan kemitraan logistik. Apabila tidak, digitalisasi berpotensi memperlebar jarak antara UMKM yang telah siap dan UMKM yang masih menghadapi keterbatasan dasar.

Pengembangan UMKM halal juga dapat dihubungkan dengan pariwisata halal. Produk makanan, cendera mata, fashion, kosmetik, dan jasa lokal dapat menjadi bagian dari pengalaman destinasi. Mumtaaza et al. (2025) menekankan peluang dan tantangan halal tourism dalam perekonomian Indonesia. Agar manfaatnya dirasakan UMKM, pengelola destinasi perlu memberikan ruang penjualan, kurasi mutu, pelatihan pelayanan, dan promosi. Integrasi tersebut menciptakan pasar langsung bagi produk lokal sekaligus memperkuat identitas daerah.

Aspek keberlanjutan perlu dimasukkan dalam strategi halal karena konsumen semakin memperhatikan lingkungan dan tanggung jawab sosial. Prinsip halal dapat dipadukan dengan penggunaan bahan yang bertanggung jawab, pengurangan limbah, efisiensi energi, kemasan ramah lingkungan, dan perlakuan adil terhadap pekerja. Aqbar dan Azwar (2025) menempatkan keberlanjutan sebagai bagian dari penguatan industri makanan halal. Pendekatan ini membantu UMKM membangun keunggulan yang tidak hanya berbasis kepatuhan, tetapi juga nilai etis dan daya tahan usaha jangka panjang.

Kolaborasi multipihak perlu memiliki pembagian peran yang konkret. BPJPH dan lembaga terkait berfokus pada regulasi serta sertifikasi, pemerintah daerah pada pendataan dan fasilitasi, perguruan tinggi pada riset dan pendampingan, lembaga keuangan pada pembiayaan, platform digital pada akses pasar, sedangkan asosiasi usaha pada advokasi dan jejaring. Kolaborasi yang hanya berbentuk kegiatan seremonial tidak cukup. Setiap program perlu mempunyai sasaran, indikator, data penerima, jadwal pendampingan, dan evaluasi hasil.

Perguruan tinggi dapat berperan melalui klinik halal, inkubator bisnis, pengujian produk, pengembangan kemasan, pemasaran digital, dan penelitian pasar. Mahasiswa dan dosen dapat mendampingi UMKM dalam menyusun dokumen, memperbaiki proses, dan membuat konten. Namun, program pengabdian perlu dirancang berkelanjutan agar tidak berhenti setelah kegiatan selesai. Pengelola UMKM perlu menerima panduan, akses file, jadwal tindak lanjut, dan hubungan dengan mitra yang dapat melanjutkan dukungan.

Strategi implementasi dapat disusun melalui tahapan. Tahap pertama adalah pemetaan legalitas, produk, bahan, dan kesiapan digital. Tahap kedua memperbaiki proses dasar dan memperoleh sertifikasi. Tahap ketiga memperkuat merek, kemasan, pemasaran, serta pencatatan keuangan. Tahap keempat mengembangkan kapasitas produksi dan kemitraan. Tahap kelima mempersiapkan ekspor atau integrasi ke rantai pasok yang lebih besar. Tahapan tersebut membantu UMKM berkembang sesuai kapasitas dan mencegah program memberikan tuntutan yang belum dapat dipenuhi.

Keberhasilan program perlu diukur melalui indikator yang lebih luas daripada jumlah sertifikat. Indikator dapat mencakup keberlanjutan penerapan proses halal, peningkatan penjualan, jumlah pasar baru, persentase bahan yang dapat ditelusuri, produktivitas, kepuasan konsumen, akses pembiayaan, serta penyerapan tenaga kerja. Data tersebut membantu menilai apakah sertifikasi benar-benar memperkuat usaha. Evaluasi juga dapat mengidentifikasi UMKM yang memerlukan pendampingan lanjutan dan strategi yang perlu diperbaiki.

Hasil tinjauan memperlihatkan bahwa hambatan UMKM saling berkaitan. Rendahnya literasi menyebabkan kesulitan administrasi, keterbatasan modal menghambat perbaikan fasilitas, lemahnya pencatatan membatasi pembiayaan, dan kesenjangan digital mempersempit pasar. Karena itu, intervensi tunggal cenderung menghasilkan dampak terbatas. Pemberian sertifikat tanpa akses pasar dapat membuat manfaat ekonomi tidak terlihat, sedangkan pemasaran digital tanpa mutu dan traceability dapat meningkatkan risiko keluhan. Strategi terintegrasi diperlukan untuk memutus rantai hambatan tersebut.

Kajian pustaka ini juga menunjukkan adanya keterbatasan bukti mengenai dampak jangka panjang program sertifikasi dan digitalisasi terhadap kinerja UMKM. Banyak penelitian membahas persepsi, peluang, atau strategi, tetapi belum selalu mengukur perubahan penjualan, produktivitas, kelangsungan usaha, dan akses ekspor secara longitudinal. Penelitian berikutnya perlu membandingkan UMKM sebelum dan setelah sertifikasi, menganalisis perbedaan wilayah, serta menguji faktor yang membuat sebagian usaha berhasil memanfaatkan sertifikasi sementara usaha lain belum.

Secara keseluruhan, pengembangan UMKM berbasis industri halal membutuhkan perubahan dari pendekatan administratif menuju pengembangan ekosistem. Sertifikasi harus terhubung dengan sistem jaminan halal, penguatan SDM, rantai pasok, pembiayaan, digitalisasi, inovasi, dan akses pasar. Pemerintah perlu

menyederhanakan layanan sekaligus menjaga mutu, sedangkan pelaku usaha harus membangun disiplin proses dan kemampuan manajerial. Kolaborasi berkelanjutan antara seluruh pemangku kepentingan akan menentukan apakah besarnya pasar halal Indonesia dapat diubah menjadi peningkatan daya saing dan kesejahteraan UMKM.

Perlindungan konsumen perlu menjadi bagian dari pengembangan industri halal. Sertifikasi dan informasi produk membentuk ekspektasi bahwa barang diproduksi sesuai standar yang dinyatakan. Apabila terdapat ketidaksesuaian, pelaku usaha perlu memiliki mekanisme penanganan keluhan, penelusuran kode produksi, penarikan produk, dan tindakan koreksi. Kemampuan menangani masalah secara terbuka dapat mempertahankan kepercayaan. Sebaliknya, menutup informasi atau mengabaikan keluhan dapat merusak reputasi tidak hanya bagi satu UMKM, tetapi juga bagi ekosistem produk halal. Karena itu, edukasi halal perlu disertai pemahaman mengenai tanggung jawab produsen dan hak konsumen.

Penggunaan data digital juga menimbulkan kebutuhan tata kelola. Marketplace, pembayaran digital, dan sistem persediaan menghasilkan data konsumen serta transaksi yang bernilai bagi pengembangan usaha. UMKM dapat menggunakan data tersebut untuk memahami produk terlaris, pola permintaan, lokasi pelanggan, dan efektivitas promosi. Namun, data perlu dijaga dari akses yang tidak sah dan tidak digunakan secara berlebihan. Pelaku usaha membutuhkan pengetahuan dasar mengenai keamanan akun, kata sandi, pencadangan, dan perlindungan informasi pelanggan. Transformasi digital yang aman akan meningkatkan manfaat teknologi sekaligus mengurangi risiko operasional.

Koperasi dan kelompok usaha dapat menjadi sarana untuk mengatasi skala ekonomi yang kecil. Melalui organisasi kolektif, UMKM dapat menyelenggarakan pelatihan, membeli bahan bersertifikat, menggunakan fasilitas produksi, mengakses pembiayaan, dan memasarkan produk secara bersama. Jaya (2025) menunjukkan relevansi strategi kolaboratif antara BUMDes, koperasi, dan UMKM dalam penguatan ekonomi masyarakat. Model ini perlu memiliki tata kelola transparan agar manfaat tidak hanya dinikmati oleh sebagian anggota. Aturan kontribusi, penggunaan fasilitas, pembagian biaya, dan pemasaran perlu disepakati secara jelas.

Program pengembangan juga perlu memperhatikan kelompok perempuan dan generasi muda yang banyak terlibat dalam usaha makanan, fashion, kosmetik, dan bisnis digital. Perempuan pelaku usaha sering menggabungkan kegiatan produksi dengan tanggung jawab rumah tangga, sehingga jadwal pelatihan, akses fasilitas, dan model pembiayaan perlu dibuat lebih fleksibel. Generasi muda dapat berperan dalam konten digital, desain, inovasi produk, serta pemasaran lintas daerah. Kolaborasi antargenerasi memungkinkan pengalaman produksi dipadukan dengan keterampilan teknologi, sehingga proses regenerasi usaha dapat berlangsung lebih baik.

Ketahanan usaha terhadap krisis perlu menjadi tujuan tambahan. Pengalaman perubahan ekonomi dan gangguan rantai pasok menunjukkan bahwa UMKM membutuhkan beberapa pemasok, saluran penjualan, dan pilihan produk. Ketergantungan pada satu pemasok atau satu marketplace meningkatkan risiko ketika terjadi perubahan harga, kebijakan platform, atau gangguan logistik. Sistem halal yang terdokumentasi dapat membantu UMKM menilai alternatif bahan secara lebih cepat, sedangkan pencatatan digital membantu memantau persediaan dan arus kas. Dengan demikian, kepatuhan halal dapat dikembangkan bersamaan dengan strategi ketahanan usaha.

Pemerintah daerah memerlukan basis data UMKM yang akurat agar program tidak tumpang tindih. Data dapat mencakup sektor usaha, lokasi, status legalitas, sertifikasi, jumlah pekerja, kapasitas produksi, kebutuhan pelatihan, dan akses digital. Pemetaan tersebut memungkinkan penentuan prioritas dan rujukan layanan secara lebih tepat. UMKM yang belum formal diarahkan pada legalitas dasar, usaha siap sertifikasi memperoleh pendampingan halal, sedangkan usaha yang telah memenuhi standar diarahkan pada pemasaran dan ekspor. Integrasi data juga memudahkan evaluasi perkembangan usaha dari waktu ke waktu.

Arah kebijakan pengembangan industri halal perlu menjaga keseimbangan antara target kuantitatif dan kualitas implementasi. Peningkatan jumlah sertifikat penting, tetapi keberhasilan yang lebih substantif terlihat ketika UMKM mampu mempertahankan kepatuhan, meningkatkan pendapatan, menyerap tenaga kerja, dan memasuki pasar baru. Program perlu memberi waktu bagi proses pembelajaran dan perbaikan usaha. Pendekatan yang terlalu mengejar target jangka pendek berisiko menghasilkan sertifikasi tanpa perubahan kapasitas. Sebaliknya, pendampingan berkelanjutan dapat menjadikan sertifikasi sebagai titik awal transformasi usaha.

Pada tingkat perusahaan, strategi halal perlu diterjemahkan menjadi prosedur kerja yang mudah diawasi. Pemilik usaha dapat menetapkan siapa yang berwenang membeli bahan, memeriksa dokumen pemasok, menerima barang, menjalankan produksi, dan menyetujui perubahan formula. Pembagian tanggung jawab mengurangi risiko keputusan dilakukan tanpa pemeriksaan. Prosedur tersebut juga memudahkan pelatihan pekerja baru dan menjaga konsistensi ketika pemilik tidak berada di lokasi. Bagi UMKM, tata kelola sederhana tetapi disiplin lebih berguna daripada dokumen panjang yang tidak diterapkan.

Segmentasi produk dapat membantu menentukan prioritas sertifikasi dan pengembangan. UMKM dengan banyak varian tidak selalu harus mengembangkan seluruh produk pada saat yang sama. Produk yang memiliki penjualan tertinggi, bahan paling stabil, dan proses paling siap dapat diprioritaskan. Setelah sistem berjalan baik, varian lain ditambahkan secara bertahap. Strategi ini mengurangi beban administrasi, memudahkan pengendalian bahan, dan memungkinkan manfaat sertifikasi terlihat lebih cepat. Prioritas juga dapat disesuaikan dengan permintaan pasar dan peluang kemitraan.

Pemantauan setelah sertifikasi perlu dilakukan secara berkala. UMKM dapat melakukan pemeriksaan internal terhadap bahan, pemasok, kebersihan, label, penyimpanan, serta dokumen produksi. Hasil pemeriksaan dicatat dan digunakan untuk tindakan koreksi. Apabila ditemukan bahan tanpa bukti yang memadai, penggunaannya dihentikan sampai statusnya jelas. Kebiasaan evaluasi internal akan mengurangi ketergantungan pada audit eksternal dan menjadikan kepatuhan sebagai bagian dari rutinitas operasional.

Informasi pasar perlu dikembangkan agar inovasi tidak dilakukan berdasarkan asumsi. Pelaku usaha dapat mencatat pertanyaan konsumen, ulasan, produk yang sering dibeli bersama, musim permintaan, dan alasan pengembalian. Informasi tersebut digunakan untuk memperbaiki rasa, ukuran, kemasan, layanan, dan promosi. Dalam pasar halal, konsumen juga dapat memiliki tingkat pengetahuan dan preferensi yang berbeda. Sebagian menekankan sertifikasi, sedangkan yang lain memperhatikan mutu, harga, kesehatan, dan keberlanjutan. Produk perlu menawarkan nilai yang menyeluruh.

Komunikasi pemasaran harus menghindari klaim yang berlebihan. Istilah halal, sehat, alami, organik, dan aman mempunyai makna berbeda dan tidak dapat digunakan saling menggantikan. Sertifikasi halal tidak otomatis membuktikan klaim kesehatan atau organik. Pelaku usaha perlu memastikan setiap pernyataan pada iklan dan kemasan mempunyai dasar. Komunikasi yang akurat melindungi konsumen dan mencegah risiko hukum. Dalam jangka panjang, kejujuran lebih efektif membangun loyalitas dibandingkan promosi yang menarik tetapi tidak sesuai kondisi produk.

Pengembangan ekosistem juga membutuhkan kesinambungan anggaran. Program pendampingan sering berhenti ketika periode kegiatan selesai, padahal UMKM masih memerlukan bantuan pada tahap implementasi. Pemerintah dan mitra dapat menggunakan model pembiayaan bertahap berdasarkan capaian, misalnya legalitas, sertifikasi, perbaikan kemasan, peningkatan penjualan, dan perluasan pasar. Pendekatan tersebut membuat dukungan lebih terarah dan mendorong UMKM menyelesaikan setiap tahap. Evaluasi independen dapat digunakan untuk menilai efektivitas program dan mencegah pengulangan kegiatan yang tidak menghasilkan perubahan.

Berdasarkan keseluruhan analisis, strategi pengembangan UMKM halal perlu bersifat inklusif, bertahap, dan berbasis kapasitas. Usaha mikro membutuhkan penyederhanaan serta pendampingan intensif, sedangkan usaha yang lebih matang membutuhkan standardisasi, teknologi, pembiayaan, dan akses ekspor. Kebijakan yang sama untuk seluruh UMKM berisiko tidak tepat sasaran. Pemetaan kesiapan memungkinkan setiap pelaku memperoleh dukungan sesuai tahap pertumbuhannya. Dengan pendekatan tersebut, industri halal dapat berkembang melalui peningkatan jumlah pelaku sekaligus penguatan kualitas dan keberlanjutan usaha.

4. Kesimpulan

Indonesia memiliki potensi ekonomi yang sangat besar untuk menjadi pemimpin dalam ekosistem halal global berkat modal demografis berupa 237 juta jiwa penduduk Muslim serta dukungan 65,4 juta unit UMKM yang berkontribusi sebesar 61% terhadap PDB nasional. Meskipun nilai pasar domestik sektor makanan dan minuman halal sangat menjanjikan serta didukung oleh tren konsumen yang semakin sadar halal (halal-conscious), realisasinya masih terhambat oleh berbagai tantangan struktural pada skala UMKM. Hambatan utama yang diidentifikasi meliputi kendala biaya dan kendala administratif dalam pengurusan sertifikasi, rendahnya pemahaman mengenai Sistem Jaminan Halal (SJH), kompleksitas penjaminan keterelusuran (traceability) pada rantai pasok bahan baku untuk menghindari kontaminasi silang, serta keterbatasan infrastruktur dan teknologi digital, terutama bagi pelaku usaha di daerah terpencil. Untuk menjembatani kesenjangan antara potensi besar dan realitas tersebut, diperlukan implementasi strategi pengembangan terintegrasi yang melibatkan kolaborasi sinergis antara pemerintah, pelaku usaha, akademisi, dan masyarakat. Langkah strategis utama yang harus ditempuh meliputi akselerasi sertifikasi halal dengan mengoptimalkan sosialisasi program gratis jalur self-declare, penguatan kapasitas sumber daya manusia terkait standar teknis audit halal, serta percepatan transformasi digital melalui pemanfaatan e-commerce dan halal marketplace. Selain itu, penguatan manajemen rantai pasok yang transparan dan hilirisasi industri melalui kemitraan dengan sektor usaha besar menjadi sangat krusial. Melalui pendekatan yang komprehensif ini, UMKM berbasis industri halal di Indonesia diharapkan dapat meningkatkan daya saing produknya di pasar ekspor, naik kelas, dan secara optimal bertindak sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi nasional yang berkelanjutan di era disrupsi.

Referensi

- 1 F. Himmah and R. Faslah, "Peran standarisasi halal dalam membangun daya tarik konsumen yang sangat kuat terhadap suatu produk di dalam industri pasar global," *J. Bus. Econ. Manag.* E-ISSN 3063-8968, vol. 1, no. 4, pp. 1231–1241, 2025.
- 2 S. Sarianti, I. M. Pratami, N. Nurhidayat, and S. Syaripuddin, "Sertifikasi Halal, Kepercayaan Konsumen Dan Dampaknya Pada Pertumbuhan Ekonomi: Pendekatan Kajian Pustaka," *Al-Hilali J. Perbank. dan Ekon. Islam*, vol. 2, no. 02, pp. 187–207, 2026.
- 3 I. Arifa, A. Choiri, W. Wibowo, A. Aminuddin, and N. A. Panggabean, "Peran UMKM dalam meningkatkan perekonomian nasional," *PESHUM J. Pendidikan, Sos. Dan Hum.*, vol. 4, no. 4, pp. 5376–5385, 2025.
- 4 Y. A. Aziz and N. V. Chok, "The role of Halal awareness, Halal certification, and marketing components in determining Halal purchase intention among non-Muslims in Malaysia: A structural equation modeling approach," *J. Int. Food Agribus. Mark.*, vol. 25, no. 1, pp. 1–23, 2013.
- 5 Y. I. Yustiawan and R. R. F. A. Putri, "The Implementation of Authority and Resolution Efforts Undertaken by the Ministry of Law and Human Rights (Kemenkumham) in Addressing the Case of Dualism within the Indonesian Notary Association (INI)," *J. Priv. Commer. Law*, pp. 238–254, 2024.
- 6 D. Ilmiyah, A. R. A. Fauziah, A. N. Huda, A. P. Dewi, and M. R. H. Putra, "Sertifikasi NIB: Peluang dan Tantangan bagi UMKM di Desa Sentong," *J. Inov. Penelit. Dan Pengabd. Masy.*, vol. 5, no. 1, pp. 128–139, 2025.
- 7 K. Aqbar and A. Azwar, "Strategi Terpadu Penguatan Industri Makanan Halal di Indonesia: Daya Saing, Keberlanjutan, dan Penetrasi Pasar Global: Integrated Strategy for Strengthening the Halal Food Industry in Indonesia: Competitiveness, Sustainability and Global Market Penetratio," *TIJARAH J. Ekon. Manajemen, Dan Bisnis Syariah*, vol. 2, no. 2, pp. 105–118, 2025.
- 8 N. Fibaraq, L. P. Ayaga, T. A. Wenni, and B. Baidhowi, "Ekonomi Syariah 5.0: Bagaimana Digitalisasi Mengubah Wajah Keuangan Islam," *Indones. Econ. J.*, vol. 2, no. 1, pp. 887–899, 2026.
- 9 A. Prasajo, Y. D. Lestari, F. D. Murwani, and I. Muchlis, "Strategi pemanfaatan e-commerce untuk meningkatkan daya saing ekspor UMKM craft di Indonesia," *J. Creat. Econ. Trading Halal Ecosyst.*, vol. 3, no. 02, pp. 16–25, 2025.
- 10 K. H. Mumtaaza, Z. H. Tsania, A. A. Putri, and L. Marlina, "ANALISIS PELUANG DAN TANTANGAN PENGEMBANGAN HALAL TOURISM DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN INDONESIA DI ERA DISRUPSI," *Media Ris. Bisnis Ekon. Sains dan Terap.*, vol. 4, no. 2, pp. 20–28, 2025.
- 11 A. P. Susanti, A. S. Utama, and F. Kamilah, "Pelaksanaan Pemberdayaan Usaha Mikro Oleh Pemerintah Kota Pekanbaru Di Kecamatan Rumbai Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah," *J. Daya Saing*, vol. 7, no. 1, pp. 12–18, 2021.
- 12 A. Jaya, "Strategi Kolaboratif Bumdes, Koperasi dan UMKM Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat: Studi Kasus Desa Air Satan, Kabupaten Musi Rawas," *J. Masda*, vol. 4, no. 1, pp. 8–18, 2025.
- 13 J. A. J. Wilson and J. Liu, "The challenges of Islamic branding: navigating emotions and halal," *J. Islam. Mark.*, vol. 2, no. 1, pp. 28–42, 2011.
- 14 L. O. Nazaruddin, B. Gyenge, M. Fekete-Farkas, and Z. Lakner, "The future direction of halal food additive and ingredient research in economics and business: a bibliometric analysis," *Sustainability*, vol. 15, no. 7, p. 5680, 2023.
- 15 I. Lynarbi, M. G. Haque, A. Purwanto, and D. Sunarsi, "Analisis Pengaruh Lahirnya UU No. 33 Tahun 2014 tentang JPH dan Terbitnya PP No. 31 Tahun 2019 tentang JPH terhadap Keputusan Melakukan MoU dan Perjanjian Kerja Sama Calon LPH dengan BPJPH," *Int. J. Soc. Policy Law*, vol. 1, no. 1, pp. 88–110, 2020.
- 16 S. Solikhah et al., "SOSIALISASI PENYULUHAN HUKUM PERATURAN PEMERINTAH NOMOR 39 TAHUN 2021 TENTANG JAMINAN PRODUK HALAL PERUM WIDOROSARI KARTOSURO SUKOHARJO JAWA TENGAH," *Ekalaya J. Pengabd. Kpd. Masy. Indones.*, vol. 2, no. 2, pp. 287–292, 2023.
- 17 A. Mulyono and Y. R. Hidayat, "Implementasi kebijakan sertifikasi halal di Indonesia," *Res Publica J. Soc. Policy Issues*, vol. 1, no. 1, pp. 1–10, 2022.
- 18 R. Safarudin, Z. Zulfamanna, M. Kustati, and N. Sepriyanti, "Penelitian kualitatif," *Innov. J. Soc. Sci. Res.*, vol. 3, no. 2, pp. 9680–9694, 2023.
- 19 J. Budiman, "MUSLIM MILLENIAL TRAVELER 'DNA' DAN PERSAINGAN WISATA HALAL DI DUNIA," *Biznesa Econ. Econ. Bus. J.*, vol. 1, no. 01, pp. 37–57, 2024.
- 20 I. M. Darsana and M. M. SE, "ANALISIS INDUSTRI," *Manaj. Strateg.*, p. 29, 2023.
- [21] C. Louapre et al., "Clinical characteristics and outcomes in patients with coronavirus disease 2019 and multiple sclerosis," *JAMA Neurol.*, vol. 77, no. 9, pp. 1079–1088, 2020.