

Peran Manajemen Produk Halal Dalam Mendukung Pembangunan Ekonomi Inklusif: Tinjauan Pustaka Sistematis Dan Kerangka Konseptual

¹Nurhikma Nurhikma, ²Andi Aulia Nur Cahya Nabila, ³Sulfira Wahyuni
Yusuf, ⁴Syaripuddin Syaripuddin

^{1,2,3,4}Institut Agama Islam Al-Amanah Jeneponto, Indonesia

Email: hikmanr8@gmail.com, anurcahyanabila@gmail.com, sulfirawahyuni@gmail.com,
syaripuddinsalama4@gmail.com

Abstrak

Artikel ini bertujuan mengkaji secara sistematis dan mensintesis peran manajemen produk halal dalam mendukung pembangunan ekonomi inklusif, khususnya di Indonesia dan negara-negara anggota Organisasi Kerjasama Islam (OKI). Penelitian menggunakan pendekatan systematic literature review (SLR) berbasis protokol PRISMA 2020, menganalisis 42 dokumen terpilih dari 287 sumber awal yang diperoleh dari basis data Scopus, Web of Science, Google Scholar, dan SINTA dalam rentang 2010–2024. Analisis tematik mengidentifikasi lima tema sentral: (1) fondasi konseptual manajemen halal dalam perspektif maqashid al-syariah; (2) lima pilar manajemen produk halal yang mendukung inklusi ekonomi; (3) mekanisme transmisi antara manajemen halal dan ekonomi inklusif; (4) digitalisasi dan teknologi blockchain sebagai akselerator halal inklusif; serta (5) integrasi manajemen halal dengan kerangka SDGs dan ESG. Hasil sintesis menunjukkan bahwa manajemen produk halal berpengaruh positif terhadap pemberdayaan UMKM, inklusi keuangan syariah, perluasan akses pasar ekspor, penyerapan tenaga kerja berkualitas, dan penguatan ketahanan ekonomi komunitas lokal. Novelty artikel ini terletak pada konstruksi kerangka konseptual integratif yang menghubungkan lima pilar manajemen halal dengan indikator ekonomi inklusif multidimensi mencakup dimensi digital halal ecosystem dan ESG-syariah alignment yang belum dikaji secara komprehensif dalam literatur sebelumnya. Temuan ini memiliki implikasi signifikan bagi kebijakan pembangunan halal di Indonesia dan negara-negara OKI.

Kata Kunci: Manajemen Produk Halal; Ekonomi Inklusif; Systematic Literature Review; Maqashid al-Syariah; Digitalisasi Halal; SDGs; UMKM Halal

Abstract

Purpose: This article systematically examines and synthesizes the role of halal product management in supporting inclusive economic development, with particular focus on Indonesia and Organization of Islamic Cooperation (OIC) member states. *Design/Methodology/Approach:* A systematic literature review (SLR) using the PRISMA 2020 protocol was employed, analyzing 42 selected documents from 287 initial sources retrieved from Scopus, Web of Science, Google Scholar, and SINTA databases (2010–2024). Thematic analysis identified five central themes: (1) conceptual foundations of halal management grounded in maqashid al-shariah; (2) five pillars of halal product management supporting economic inclusion; (3) transmission mechanisms between halal management and inclusive economy; (4) digitalization and blockchain as accelerators of inclusive halal; and (5) integration of halal management with the SDGs and ESG frameworks. *Findings:* Halal product management positively influences SME empowerment, Islamic financial inclusion, export market access expansion, quality employment creation, and local community economic resilience. *Originality/Value:* The novelty lies in the construction of an integrative conceptual framework connecting five halal management pillars with multidimensional inclusive economic indicators encompassing digital halal ecosystem and ESG-shariah alignment dimensions which has not been comprehensively addressed in prior literature. The findings carry significant policy implications for halal development in Indonesia and OIC member states.

Keywords: Halal Product Management; Inclusive Economy; Systematic Literature Review; Maqashid al-Shariah; Halal Digitalization; SDGs; Halal SMEs

PENDAHULUAN

Industri halal global telah berkembang menjadi salah satu sektor ekonomi paling dinamis dan transformatif di abad ke-21. Berdasarkan *State of the Global Islamic Economy Report 2023/2024* yang diterbitkan DinarStandard (2023), nilai pengeluaran konsumen Muslim global pada sektor halal mencapai USD 2,29 triliun pada tahun 2022 dan diproyeksikan melampaui USD 3,1 triliun pada tahun 2025. Halal yang dahulu dipahami secara sempit sebagai kategori produk makanan dan minuman kini telah bertransformasi menjadi standar kualitas lintas sektor mencakup farmasi, kosmetik, fesyen muslim, pariwisata ramah Muslim, logistik, keuangan syariah, hingga ekosistem digital. Pergeseran paradigma ini menempatkan manajemen produk halal sebagai instrumen strategis yang memiliki implikasi jauh melampaui sekadar kepatuhan religius.

Di tengah akselerasi industri halal global, konsep pembangunan ekonomi inklusif semakin mengemuka sebagai agenda pembangunan yang mendesak terutama pasca-pandemi COVID-19 yang memperparah ketimpangan ekonomi secara masif (OECD, 2014). Pembangunan inklusif menuntut pertumbuhan ekonomi yang memastikan seluruh lapisan masyarakat terutama kelompok yang selama ini terpinggirkan seperti pelaku usaha mikro, perempuan pengusaha, masyarakat daerah terpencil, dan petani kecil dapat berpartisipasi aktif dalam kegiatan ekonomi dan menikmati manfaatnya secara adil (World Bank, 2020). Pertemuan antara manajemen produk halal dan agenda inklusivitas ini menghadirkan peluang strategis yang belum sepenuhnya tergali dalam literatur akademik.

Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia 237,56 juta jiwa atau 86,9% dari total populasi memiliki posisi strategis yang sangat potensial untuk menjadikan industri halal sebagai katalisator pembangunan ekonomi inklusif. Keunggulan demografis ini didukung oleh ekosistem UMKM yang mencapai 64,2 juta unit, berkontribusi 60,5% terhadap PDB nasional, dan menyerap 97% tenaga kerja domestik (BPJPH, 2023). Namun paradoks yang memprihatinkan justru terjadi: Indonesia belum mampu mengoptimalkan potensi masif ini karena masih terdapat kesenjangan yang signifikan antara kebijakan halal yang ada dengan implementasinya di tingkat pelaku usaha.

Analisis mendalam terhadap literatur yang ada mengungkapkan tiga kesenjangan penelitian yang belum terjembatani secara akademik. Pertama,

sebagian besar kajian tentang manajemen halal masih berfokus pada dimensi teknis sertifikasi atau kepatuhan operasional, tanpa mengintegrasikannya ke dalam kerangka pembangunan ekonomi inklusif yang holistik (Ab Talib et al., 2015; Tieman, 2011). Kedua, dimensi digitalisasi manajemen halal mencakup blockchain traceability, platform e-halal, dan ekosistem digital halal belum dikaji secara sistematis kaitannya dengan inklusi ekonomi (Jia et al., 2022). Ketiga, integrasi manajemen halal dengan kerangka keberlanjutan khususnya Sustainable Development Goals (SDGs) dan Environmental, Social, and Governance (ESG) dalam perspektif ekonomi syariah inklusif masih sangat terbatas dieksplorasi (Al-Mubarak et al., 2024). Kesenjangan penelitian tiga lapis inilah yang menjadi urgensi akademik artikel ini.

Novelty artikel ini terletak pada konstruksi kerangka konseptual integratif yang menghubungkan lima pilar manajemen produk halal dengan indikator ekonomi inklusif multidimensi mencakup dimensi digital halal ecosystem, ESG-syariah alignment, dan perspektif komparatif lintas negara OKI dalam satu analisis sistematis yang belum ada presedennya dalam literatur nasional maupun internasional. Berdasarkan pemaparan di atas, artikel ini bertujuan: (1) mengkaji fondasi konseptual manajemen produk halal dalam perspektif *maqashid al-syariah*; (2) mengidentifikasi dan mensintesis lima pilar manajemen halal yang mendukung ekonomi inklusif; (3) menganalisis mekanisme transmisi antara manajemen halal dan pembangunan inklusif; (4) menghadirkan analisis komparatif ekosistem halal inklusif lintas negara; serta (5) merumuskan rekomendasi kebijakan operasional yang berbasis bukti empiris.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) dengan mengacu pada protokol PRISMA 2020 untuk menghasilkan sintesis literatur yang sistematis, transparan, dan dapat direplikasi. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman komprehensif mengenai hubungan manajemen produk halal dengan pembangunan ekonomi inklusif berbasis syariah. Pencarian literatur dilakukan pada basis data Scopus, Web of Science, Google Scholar, dan SINTA dengan rentang publikasi tahun 2010–2024 (Hilalludin & Nisa, 2025). Kata kunci yang digunakan mencakup tema manajemen halal, industri halal, sertifikasi halal, ekonomi inklusif, UMKM halal, digitalisasi halal, hingga *maqashid al-syariah* dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Artikel yang dipilih harus memenuhi kriteria seperti terindeks pada jurnal bereputasi, memiliki metodologi yang jelas, relevan dengan topik penelitian, serta tersedia dalam bentuk *full-text*,

sedangkan artikel *non-peer reviewed*, duplikat, dan yang hanya membahas aspek fiqih tanpa dimensi ekonomi dikeluarkan dari proses seleksi (Zohri & Hilalludin, 2025).

Tahapan seleksi literatur dilakukan mengikuti alur PRISMA 2020, dimulai dari identifikasi 287 artikel hingga diperoleh 42 artikel berkualitas tinggi yang layak dianalisis secara mendalam menggunakan instrumen CASP (*Critical Appraisal Skills Programme*). Analisis data dilakukan melalui pendekatan tematik berdasarkan tahapan Braun dan Clarke dengan proses *open coding* dan *axial coding* untuk menemukan pola, hubungan, dan tema utama dalam literatur (Hilalludin et al., 2025). Hasil sintesis kemudian digunakan untuk membangun kerangka konseptual yang menempatkan manajemen produk halal sebagai instrumen strategis pembangunan ekonomi inklusif melalui penguatan UMKM, peningkatan daya saing industri halal, perluasan akses pasar, serta integrasi digitalisasi halal, ESG, dan SDGs dalam perspektif *maqashid al-syariah*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fondasi Konseptual Manajemen Produk Halal dalam Perspektif Maqashid al-Syariah

Kata halal dalam bahasa Arab berarti "diizinkan" atau "dibolehkan", dan dalam konteks ekonomi Islam merupakan konsep multidimensi yang mencakup keseluruhan siklus hidup produk mulai dari bahan baku hingga ke tangan konsumen akhir (Wilson & Liu, 2010). Prinsip halal tidak hanya menyentuh aspek bahan-bahan yang digunakan, tetapi juga proses produksi, sanitasi, kemasan, distribusi, dan etika pemasaran yang diterapkan oleh produsen. Manajemen produk halal dengan demikian merupakan sistem yang jauh lebih komprehensif dari sekadar label pada kemasan produk.

Dari perspektif ekonomi Islam, produk halal merupakan manifestasi konkret dari nilai-nilai *maqashid al-syariah* tujuan-tujuan mulia syariat yang bertujuan menjaga agama (*hifz al-din*), jiwa (*hifz al-nafs*), akal (*hifz al-aql*), keturunan (*hifz al-nasl*), dan harta (*hifz al-mal*) (Chapra, 2008). Manajemen produk yang menjamin kehalalan secara komprehensif secara langsung berkontribusi pada perlindungan jiwa konsumen (*hifz al-nafs*) melalui keamanan pangan dan produk, perlindungan harta (*hifz al-mal*) melalui sistem bisnis yang jujur dan transparan, serta perlindungan keturunan (*hifz al-nasl*) melalui jaminan produk yang sehat dan bebas dari zat berbahaya. Dengan demikian, manajemen halal secara inheren mengandung dimensi sosial dan

etika yang mendukung kesejahteraan manusia secara holistik menjadikannya selaras secara normatif dengan agenda pembangunan inklusif.

Sejalan dengan landasan maqashid tersebut, Chapra (2008) menegaskan bahwa pembangunan dalam perspektif Islam harus mencakup dimensi spiritual, moral, dan material secara seimbang di mana industri halal menjadi salah satu wahana konkret untuk mewujudkan keseimbangan tersebut. El-Gamal (2006) memperkuat argumentasi ini dengan menunjukkan bahwa sistem ekonomi Islam, termasuk manajemen halal, secara inheren mengandung mekanisme distributif yang mendorong partisipasi ekonomi yang lebih luas dan berkeadilan. Mukhtar dan Butt (2012) menambahkan dimensi perilaku konsumen: keyakinan halal, literasi, dan norma subjektif adalah prediktor utama perilaku pembelian halal, yang berarti penguatan literasi halal secara langsung mendorong permintaan yang mendukung industri halal inklusif.

Lima Pilar Manajemen Produk Halal sebagai Instrumen Ekonomi Inklusif

Sintesis literatur mengidentifikasi lima pilar manajemen produk halal yang secara operasional menghubungkan dimensi kepatuhan syariah dengan pembangunan ekonomi inklusif. Kelima pilar ini bukan beroperasi secara independen, melainkan saling memperkuat dalam membentuk ekosistem halal yang inklusif dan berkelanjutan.

Tabel 2. Lima Pilar Manajemen Produk Halal dan Mekanisme Pengaruhnya terhadap Ekonomi Inklusif

Pilar Manajemen Halal	Definisi Operasional	Mekanisme Pengaruh terhadap Ekonomi Inklusif	Sumber Literatur
Jaminan Kehalalan (Halal Assurance)	Memastikan seluruh bahan, proses, dan produk memenuhi standar syariah dari sumber hingga konsumen akhir	Menciptakan kepercayaan konsumen; memperkuat integritas merek; membuka akses pasar premium	Wilson & Liu (2010); Ab Talib et al. (2015)

Pilar Manajemen Halal	Definisi Operasional	Mekanisme Pengaruh terhadap Ekonomi Inklusif	Sumber Literatur
Rantai Pasok Halal (Halal Supply Chain)	Mengintegrasikan prinsip halal pada setiap simpul rantai nilai: pengadaan, produksi, penyimpanan, distribusi	Meningkatkan efisiensi, mengurangi pemborosan, memperluas keterlibatan UMKM lokal	Tieman (2011); Jia et al. (2022)
Sertifikasi Halal (Halal Certification)	Mekanisme formal yang memberikan jaminan keabsahan halal kepada konsumen dan mitra bisnis internasional	Sinyal kualitas UMKM; akses pasar ekspor OKI; meningkatkan daya saing produk lokal	Ab Talib & Abdul Hamid (2014); Wahyuni et al. (2022)
Tata Kelola Halal (Halal Governance)	Kerangka kelembagaan, regulasi, dan etika yang memastikan konsistensi dan akuntabilitas manajemen halal	Mengurangi fragmentasi kelembagaan; meningkatkan kepercayaan investor dan mitra dagang	Hasan (2011); Paramata (2023)
Pemberdayaan Ekonomi Umat (Islamic Economic Empowerment)	Mengintegrasikan UMKM, petani, dan pelaku usaha kecil ke dalam rantai nilai halal melalui pembiayaan syariah	Inklusi keuangan; peningkatan pendapatan kelompok marginal; penguatan PAD daerah	Chapra (2008); Dinar Standard (2023)

Sumber: Hasil sintesis penelitian (2026).

Pilar pertama, jaminan kehalalan (halal assurance), merupakan fondasi dari seluruh sistem manajemen halal. Wilson dan Liu (2010) menunjukkan

bahwa merek halal yang kuat menciptakan kepercayaan konsumen yang melampaui batas demografis religius halal telah berevolusi menjadi standar kualitas universal yang dapat diakses oleh produsen dari latar belakang apapun. Pilar kedua, rantai pasok halal, merupakan elemen yang sangat kritis karena mencakup seluruh aliran produk dari hulu ke hilir. Tieman (2011) mengidentifikasi tiga prinsip utama: kehalalan bahan, proses yang sesuai syariah, dan bebas kontaminasi yang harus diterapkan secara konsisten di setiap simpul rantai nilai.

Pilar ketiga, sertifikasi halal, memainkan peran pivotal dalam memberikan jaminan kepercayaan kepada konsumen dan membuka akses pasar internasional (Ab Talib et al., 2015). Wahyuni et al. (2022) membuktikan secara empiris bahwa sertifikasi halal meningkatkan daya saing dan kepercayaan konsumen UMKM secara signifikan, menjadikan sertifikasi sebagai sinyal kualitas yang efektif di pasar yang semakin terstandarisasi. Pilar keempat, tata kelola halal, memastikan konsistensi dan akuntabilitas sistem manajemen halal melalui kerangka kelembagaan yang kuat. Hasan (2011) menemukan bahwa kualitas tata kelola syariah berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan kinerja industri halal di Malaysia, Kawasan Teluk (GCC), dan Inggris. Pilar kelima, pemberdayaan ekonomi umat, merupakan dimensi inklusif paling substantif mengintegrasikan UMKM, petani, dan pelaku usaha kecil ke dalam rantai nilai halal melalui pembiayaan syariah, pelatihan, dan akses pasar (Rachim & Santoso, 2021).

Mekanisme Transmisi: Bagaimana Manajemen Halal Mendorong Ekonomi Inklusif

Hubungan antara manajemen produk halal dan pembangunan ekonomi inklusif bekerja melalui enam mekanisme transmisi yang saling berkaitan. Pertama, penciptaan lapangan kerja bermartabat: industri halal menciptakan lapangan kerja yang signifikan dari sektor pertanian, manufaktur, hingga jasa distribusi dan sertifikasi (Dinar Standard, 2023). Kedua, pemberdayaan UMKM melalui standarisasi dan peningkatan kualitas: sertifikasi halal berfungsi sebagai sinyal kualitas yang membantu UMKM bersaing di pasar yang lebih luas, termasuk ekspor ke 57 negara OKI (Randeree, 2012; Wahyuni et al., 2022).

Ketiga, inklusi keuangan syariah: industri halal mendorong pertumbuhan sektor keuangan syariah yang menyediakan akses pembiayaan bagi pelaku usaha yang selama ini terpinggirkan dari sistem keuangan konvensional (Hasan, 2011). Kombinasi antara produk halal dan keuangan syariah menciptakan ekosistem ekonomi yang komprehensif dan inklusif

secara spiritual maupun material. Keempat, pemberdayaan komunitas lokal melalui rantai nilai yang partisipatif: manajemen halal yang baik mengintegrasikan petani, peternak, dan pelaku usaha kecil sebagai bagian integral ekosistem halal bukan sekadar penerima manfaat pasif, melainkan produsen aktif dalam sistem nilai tambah.

Kelima, perluasan akses pasar global: standarisasi halal internasional membuka peluang ekspor bagi produk lokal ke pasar global yang bernilai triliunan dolar (Kementerian Perindustrian RI, 2022). Keenam, efek pengganda ekonomi: pertumbuhan industri halal yang terintegrasi menciptakan multiplier effect terhadap sektor-sektor pendukung transportasi, pengemasan, teknologi, pendidikan vokasional halal yang secara bersamaan memperluas basis partisipasi ekonomi masyarakat (Paramata, 2023; Aslikhah & Faridah, 2021).

Digitalisasi Halal sebagai Akselerator Ekonomi Inklusif

Transformasi digital menghadirkan dimensi baru dalam penguatan manajemen produk halal yang inklusif. Teknologi blockchain dengan karakteristik desentralisasi, immutability, dan transparansi memungkinkan keterlacakan produk halal dari hulu ke hilir secara real-time, membangun kepercayaan konsumen tanpa bergantung pada otoritas tunggal (Jia et al., 2022). Jia et al. (2022) menemukan bahwa implementasi blockchain mampu mengurangi kasus pemalsuan produk halal hingga 78% sebuah dampak yang secara langsung melindungi konsumen dan meningkatkan kepercayaan terhadap produk UMKM halal lokal.

Ngah et al. (2021) menunjukkan bahwa adopsi logistik halal digital khususnya di sektor farmasi dan kosmetik secara signifikan meningkatkan jangkauan distribusi produk halal ke daerah-daerah yang sebelumnya sulit dijangkau oleh sistem distribusi konvensional. Ini merupakan mekanisme inklusif yang kritis: digitalisasi logistik halal tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga mendemokratisasi akses ke pasar halal bagi produsen UMKM yang berada di daerah terpencil. Platform e-halal yang menyederhanakan proses sertifikasi, pemasaran, dan distribusi halal secara digital memiliki potensi transformatif dalam menurunkan hambatan masuk bagi UMKM ke dalam ekosistem halal formal.

Integrasi Manajemen Halal dengan SDGs dan ESG: Dimensi Keberlanjutan

Al-Mubarak et al. (2024) berargumen bahwa integrasi ESG (Environmental, Social, and Governance) dalam manajemen halal

menciptakan sinergi nilai yang jauh lebih kuat dari sekadar kepatuhan regulasi sebuah fenomena yang mereka sebut sebagai "ESG-Shariah alignment". Dimensi Environmental ESG sejajar dengan prinsip Islam tentang khalifah fil ardh (tanggung jawab terhadap bumi) dan larangan israf (pemborosan); dimensi Social ESG sejajar dengan prinsip masalahah (kemaslahatan umum) dan 'adl (keadilan distributif); serta dimensi Governance ESG sejajar dengan prinsip amanah (kepercayaan) dan syura (musyawarah). Keselarasan nilai ini menjadikan manajemen halal yang terintegrasi dengan ESG sebagai proposisi nilai yang lebih kuat di mata investor institusional.

Integrasi manajemen halal dengan SDGs menunjukkan kesejajaran yang mendalam dan terukur: manajemen halal berkontribusi langsung pada SDG 1 (Tanpa Kemiskinan) melalui pemberdayaan UMKM dan petani kecil, SDG 2 (Tanpa Kelaparan) melalui peningkatan kualitas dan keamanan pangan halal, SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) melalui penciptaan lapangan kerja bermartabat di industri halal, SDG 10 (Kesenjangan Berkurang) melalui inklusi keuangan syariah dan perluasan akses pasar, SDG 12 (Konsumsi dan Produksi Bertanggung Jawab) melalui standar produksi halal yang etis dan berkelanjutan, dan SDG 17 (Kemitraan untuk Tujuan) melalui kolaborasi OKI dalam harmonisasi standar halal internasional.

Analisis Komparatif: Ekosistem Halal Inklusif Lintas Negara

Perbandingan ekosistem manajemen halal inklusif antara Indonesia, Malaysia, Turki, dan negara-negara OKI secara agregat memberikan perspektif komparatif yang sangat informatif bagi perumusan kebijakan nasional. Tabel 3 menyajikan analisis komparatif tersebut secara sistematis.

Tabel 3. Analisis Komparatif Ekosistem Manajemen Halal Inklusif: Indonesia, Malaysia, Turki, dan OKI

Aspek	Indonesia	Malaysia	Turki	OKI (Agregat)
Regulasi & Kelembagaan	UU No. 33/2014 JPH; PP 39/2021; BPJPH sebagai otoritas pusat; wajib sertifikasi 2024	Halal Industry Development Corp (HDC) sejak 2006; standar MS1500:201	Turkish Standards Institution (TSE); halal certification terintegrasi dengan pasar ekspor	Halal sector dashboard OKI; standar halal regional sedang diharmonis

Aspek	Indonesia	Malaysia	Turki	OKI (Agregat)
		9; sistem satu atap		asi sejak 2021
Kontribusi terhadap Inklusi	Sertifikasi gratis SEHATI bagi UMKM; target 1 juta UMKM bersertifikat/tahun	Halal SME Acceleration Program; pembiayaan syariah UMKM halal terintegrasi	Program Halal-Friendly Destination; pemberdayaan UKM via Turkish Cooperation Agency	Program OKI Halal Inclusive Trade; fasilitasi ekspor produk halal UMKM antar-anggota
Digitalisasi Halal	Digitalisasi UMKM 2021–2024; adopsi blockchain terbatas; e-halal platform BPJPH	MyHalal e-platform; blockchain traceability ekspor; AI dalam audit halal	Digital halal certification platform; integrasi dengan sistem e-government Turki	OKI e-Halal Connect: platform digital perdagangan halal lintas negara anggota
Kontribusi PDB Halal	±USD 184 miliar (2022); target USD 281 miliar (2025) (DinarStandard, 2023)	±USD 50 miliar; eksportir halal terbesar ke-2 dunia (HDC, 2023)	±USD 28 miliar; target halal hub Eropa-Asia (TSE, 2023)	Pasar halal OKI USD 2,1 triliun (2022); pertumbuhan 8,9%/tahun
Tantangan Utama	Disparitas infrastruktur antar pulau; koordinasi BPJPH-Pemda;	Biaya sertifikasi UMKM kecil; diversifikasi pasar ekspor halal	Harmonisasi standar halal dengan Eropa; branding	Heterogenitas standar halal antar-anggota; kapasitas kelembagaan

Aspek	Indonesia	Malaysia	Turki	OKI (Agregat)
	literasi halal rendah		halal Turki global	n tidak merata

Sumber: Diolah dari DinarStandard (2023), HDC (2023), BPJPH (2023), OECD (2014).

Analisis komparatif mengungkapkan pola yang konsisten: negara-negara dengan ekosistem halal yang lebih matang (Malaysia, Turki) memiliki kerangka kelembagaan yang lebih terintegrasi, infrastruktur digital halal yang lebih maju, dan program inklusi UMKM yang lebih terstruktur. Malaysia dengan Halal Industry Development Corporation (HDC)-nya sejak 2006 telah membuktikan bahwa investasi jangka panjang dalam kelembagaan halal menghasilkan keunggulan ekspor yang berkelanjutan. Turki merepresentasikan model alternatif yang menarik: sebagai negara dengan mayoritas Muslim namun konteks institusional yang berbeda, Turki berhasil memosisikan diri sebagai halal hub di persimpangan Eropa-Asia melalui standarisasi yang adaptif dan digitalisasi sertifikasi yang progressif.

Bagi Indonesia, pelajaran komparatif terpenting adalah bahwa keunggulan demografis tidak secara otomatis menghasilkan keunggulan kompetitif dalam industri halal. Dibutuhkan transformasi kelembagaan yang sistematis dari model BPJPH yang saat ini masih bersifat sektoral menuju model orchestrator halal nasional yang mengintegrasikan seluruh pemangku kepentingan dalam satu platform kebijakan yang kohesif. Pengalaman Malaysia menunjukkan bahwa model ini dapat menghasilkan pertumbuhan ekspor halal yang eksponensial dalam satu dekade.

Tantangan Struktural dan Peluang Strategis Implementasi di Indonesia

Implementasi manajemen produk halal yang inklusif di Indonesia menghadapi enam tantangan struktural yang saling berkaitan. Pertama, rendahnya literasi halal di kalangan pelaku UMKM yang masih memahami halal secara parsial sekadar label pada produk akhir tanpa memahami pentingnya integritas halal sepanjang rantai pasok. Kedua, infrastruktur pendukung yang tidak merata laboratorium pengujian halal, lembaga sertifikasi, dan tenaga auditor halal yang kompeten masih terkonsentrasi di Pulau Jawa. Ketiga, fragmentasi kelembagaan antara BPJPH, MUI, kementerian terkait, dan pemerintah daerah yang belum terintegrasi dalam platform koordinasi yang efisien. Keempat, akses pembiayaan yang terbatas bagi UMKM

untuk membiayai proses sertifikasi dan peningkatan kapasitas produksi halal (Mardani et al., 2019). Kelima, kesenjangan digital dalam adopsi teknologi halal sebagian besar UMKM daerah belum memiliki akses dan kapasitas untuk memanfaatkan platform digital halal yang semakin penting. Keenam, belum terintegrasinya agenda halal dengan roadmap SDGs dan kebijakan ESG nasional.

Di sisi lain, Indonesia memiliki tiga keunggulan struktural yang belum dioptimalkan secara maksimal. Pertama, keunggulan demografis dan pasar domestik: dengan 237 juta konsumen Muslim, Indonesia memiliki pasar domestik yang cukup besar untuk menciptakan skala ekonomi industri halal sebelum merambah pasar ekspor. Kedua, kekayaan komoditas halal: dari kakao Sulawesi, tuna Maluku, sawit Kalimantan, hingga rempah-rempah Nusantara Indonesia memiliki basis komoditas halal yang tidak tertandingi di dunia. Ketiga, momentum regulasi: berlakunya kewajiban sertifikasi halal secara bertahap berdasarkan UU No. 33/2014 dan PP No. 39/2021 menciptakan dorongan regulatif yang kuat bagi seluruh pelaku usaha untuk mengintegrasikan standar halal ke dalam operasional mereka.

Rekomendasi Kebijakan Berbasis Bukti

Berdasarkan sintesis literatur dan analisis komparatif, artikel ini merumuskan enam rekomendasi kebijakan operasional yang berbasis bukti empiris dan berorientasi pada pembangunan inklusif, sebagaimana disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Rekomendasi Kebijakan Operasional untuk Penguatan Manajemen Halal Inklusif

No	Rekomendasi Kebijakan	Implementasi & Pemangku Kepentingan	Indikator Keberhasilan	Relevansi SDGs
1	Sertifikasi halal inklusif & digitalisasi proses (e-Halal One-Stop Service)	BPJPH, Kemkominfo, Pemda; self-declare digital untuk UMKM mikro; target 2 juta UMKM bersertifikat 2026	UMKM bersertifikat $\geq 40\%$ /tahun; biaya sertifikasi turun $\geq 50\%$; waktu proses <14 hari	SDG 8 (Pekerjaan Layak & Pertumbuhan), SDG 10 (Kesenjangan Berkurang)

No	Rekomendasi Kebijakan	Implementasi & Pemangku Kepentingan	Indikator Keberhasilan	Relevansi SDGs
2	Ekosistem pembiayaan syariah halal terintegrasi untuk UMKM	BSI, OJK, LPDB-KUMKM; skema musyarakah bersubsidi; blended finance halal fund nasional	Akses kredit UMKM halal meningkat 35%; NPF <5%; portofolio pembiayaan syariah UMKM tumbuh	SDG 1 (Tanpa Kemiskinan), SDG 9 (Industri & Inovasi)
3	Digitalisasi & blockchain traceability halal daerah	Kemkominfo, BPJPH, Asosiasi Pengusaha Halal; platform blockchain open-source nasional	Pemalsuan produk halal turun $\geq 60\%$; kepercayaan konsumen meningkat; transaksi e-halal tumbuh	SDG 9, SDG 12 (Konsumsi & Produksi Bertanggung Jawab)
4	Integrasi manajemen halal dengan agenda SDGs dan ESG nasional	BAPPENAS, Kemenko Perekonomian, BPJPH; roadmap Halal-SDGs 2025–2030 nasional	Kontribusi halal industry terhadap SDGs terukur; rating ESG perusahaan halal meningkat	SDG 12, SDG 13 (Aksi Iklim), SDG 17 (Kemitraan Global)
5	Penguatan kapasitas SDM halal berbasis daerah (Halal Human Capital Development)	Perguruan tinggi, BPJPH, BNSP; sertifikasi kompetensi auditor halal, konsultan HSCM daerah	Jumlah auditor halal daerah meningkat 3x; kurikulum halal di 50+ kampus nasional	SDG 4 (Pendidikan Berkualitas), SDG 17
6	Kolaborasi OKI: harmonisasi	Kemendag, BPJPH,	Ekspor produk halal	SDG 17, SDG 10 (Kesenjangan

No	Rekomendasi Kebijakan	Implementasi & Pemangku Kepentingan	Indikator Keberhasilan	Relevansi SDGs
	standar halal dan perdagangan inklusif lintas batas	Sekretariat OKI; MRA (Mutual Recognition Agreement) halal antar-anggota	Indonesia ke OKI naik $\geq 25\%$; penurunan hambatan non-tarif halal	Berkurang Antar-Negara)

Sumber: Hasil sintesis penelitian (2026).

Implementasi keenam rekomendasi tersebut mensyaratkan koordinasi kelembagaan yang kuat dalam kerangka triple helix yang diperluas mengintegrasikan pemerintah (BPJPH, BAPPENAS, Kemenko Perekonomian), pelaku industri (UMKM, korporasi halal, lembaga keuangan syariah), akademisi (perguruan tinggi, lembaga riset halal), dan masyarakat sipil (komunitas konsumen, organisasi Muslim). Pembentukan Halal Economy Coordination Board di tingkat nasional dan Halal Regional Coordination Board di tingkat provinsi merupakan prasyarat kelembagaan yang paling mendesak untuk mengatasi fragmentasi koordinasi yang selama ini menghambat optimalisasi potensi halal Indonesia.

KESIMPULAN

Artikel ini menegaskan bahwa manajemen produk halal merupakan instrumen pembangunan ekonomi inklusif yang memiliki kapasitas transformatif jauh melampaui fungsinya sebagai mekanisme kepatuhan syariah semata. Melalui systematic literature review berbasis protokol PRISMA 2020 terhadap 42 dokumen berkualitas tinggi, artikel ini menghasilkan empat simpulan utama yang saling memperkuat. Pertama, manajemen produk halal memiliki fondasi filosofis yang kuat dalam prinsip maqashid al-syariah menjamin perlindungan jiwa, harta, dan keturunan melalui sistem produksi yang aman, etis, dan transparan. Fondasi ini menjadikan manajemen halal secara inheren selaras dengan agenda pembangunan inklusif yang berorientasi pada kesejahteraan seluruh lapisan masyarakat. Kedua, lima pilar manajemen produk halal jaminan kehalalan, rantai pasok halal, sertifikasi halal, tata kelola halal, dan pemberdayaan ekonomi umat bekerja secara sinergis dalam menciptakan ekosistem ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Kelima pilar ini terhubung dengan indikator ekonomi inklusif melalui enam mekanisme transmisi: penciptaan lapangan

kerja, pemberdayaan UMKM, inklusi keuangan syariah, pemberdayaan komunitas lokal, perluasan akses pasar global, dan efek pengganda ekonomi.

Ketiga, digitalisasi ekosistem halal melalui blockchain traceability, platform e-halal, dan logistik digital merupakan akselerator kritis yang mendorong inklusivitas manajemen halal ke skala yang lebih luas, menjangkau UMKM dan komunitas di daerah terpencil yang sebelumnya terpinggirkan dari ekosistem halal formal. Integrasi manajemen halal dengan kerangka SDGs dan ESG menciptakan sinergi nilai yang memperkuat posisi kompetitif Indonesia dalam perekonomian global yang semakin berorientasi pada keberlanjutan. Keempat, analisis komparatif lintas negara (Indonesia, Malaysia, Turki, OKI) mengungkapkan bahwa keunggulan kompetitif dalam industri halal inklusif tidak datang dari keunggulan demografis semata, melainkan dari investasi terstruktur dalam kelembagaan, digitalisasi, dan harmonisasi kebijakan. Indonesia memiliki semua modal dasar yang diperlukan; yang dibutuhkan adalah transformasi kelembagaan yang sistematis dari model sektoral menuju model orchestrator halal nasional yang terintegrasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ab Talib, M. S., & Abdul Hamid, A. B. (2014). Halal logistics in Malaysia: A SWOT analysis. *Journal of Islamic Marketing*, 5(3), 322–343. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2013-0062>
- Ab Talib, M. S., Abdul Hamid, A. B., & Zulfakar, M. H. (2015). Halal supply chain critical success factors: A literature review. *Journal of Islamic Marketing*, 6(1), 44–71. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2013-0049>
- Alkire, S., & Santos, M. E. (2010). Acute multidimensional poverty: A new index for developing countries (OPHI Working Paper No. 38). Oxford Poverty & Human Development Initiative.
- Al-Mubarak, T., Zulkhibri, M., & Hasan, M. (2024). ESG and Islamic finance: Convergence and implications for sustainable supply chain governance. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 15(2), 217–241. <https://doi.org/10.1108/JIABR-06-2023-0192>
- Aslikhah, A., & Faridah, A. (2021). Strategi penguatan halal supply chain di Indonesia dalam menghadapi global Islamic economy. *Jurnal Istiqro*, 7(1), 95–108. <https://doi.org/10.30762/istiqro.v7i1.309>
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). (2023). Laporan kinerja BPJPH tahun 2022. Kementerian Agama RI.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Chapra, M. U. (2008). The Islamic vision of development in the light of maqasid al-shari'ah (Occasional Paper No. 15). Islamic Research and Training Institute.

- DinarStandard. (2023). State of the global Islamic economy report 2023/2024. DinarStandard. <https://haladinar.io/hdn/doc/report2023.pdf>
- El-Gamal, M. A. (2006). *Islamic finance: Law, economics, and practice*. Cambridge University Press.
- Hasan, Z. (2011). A survey on Shari'ah governance practices in Malaysia, GCC countries and the UK. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 4(1), 30–51. <https://doi.org/10.1108/17538391111122195>
- Hilalludin, H. (2025). Anak muda, media sosial, dan agama yang cair: Fenomenologi hijrah digital di Indonesia. *AL-BAYAN: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, 5(1), 40-54.
- Hilalludin, H., & Nisa, L. A. Z. (2025). Implementation of Anti-Usury Practices in Islamic Finance: A Case Study at PT. Kredit Tanpa Usury (KRTABA) East Lombok: Penerapan Praktik Anti Riba Dalam Keuangan Islam: Studi Kasus Di PT. Kredit Tanpa Riba (KRTABA) Lombok Timur. *Journal of Islamic Economics*, 2(1), 8-17.
- Hilalludin, H., Sugari, D., Mustakfibilah, M., & Maryani, E. D. (2025). Peran Modal Sosial dalam Membangun Ketahanan Masyarakat pada Era Post-Pandemi. *SciNusa: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 1(03), 15-29.
- Jia, F., Zuber, A., & Bag, S. (2022). Blockchain-enabled halal food supply chain traceability: Framework development and practical implications. *International Journal of Logistics Management*, 33(4), 1241–1268. <https://doi.org/10.1108/IJLM-05-2021-0291>
- Kementerian Perindustrian RI. (2022). Peta jalan industri halal Indonesia 2022–2024. Kemenperin.
- Mardani, A., Streimikiene, D., Balezentis, T., Shari, F. R. S., Hashim, H., & Shahadat, M. (2019). A comprehensive review of the halal tourism and hospitality industry. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 10(2), 218–234.
- Mukhtar, A., & Butt, M. M. (2012). Intention to choose halal products: The role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, 3(2), 108–120. <https://doi.org/10.1108/17590831211232519>
- Ngah, A. H., Ramayah, T., Ali, M. H., & Khan, M. I. (2021). Halal logistics adoption among pharmaceuticals and cosmetics companies: Testing a moderated mediation model. *Journal of Islamic Marketing*, 12(8), 1566–1593. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2019-0126>
- OECD. (2014). *All on board: Making inclusive growth happen*. OECD Publishing.
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., & Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372, n71. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Paramata, M. (2023). Urgensi manajemen rantai pasok bisnis halal perspektif Islam. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis*, 16(2), 1–15. <https://doi.org/10.37479/jkeb.v16i2.23001>

- Rachim, H. A., & Santoso, M. B. (2021). Mengarusutamakan halal dalam perlindungan sosial dalam trend global. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 6(3), 241–258. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v6i3.35173>
- Randeree, K. (2012). Workforce Islamization in the United Arab Emirates (ISIM Working Paper 12). Georgetown University.
- Sugari, D., & Hilalludin, H. (2025). Peran Maqashid Syariah dalam Pengembangan Produk Perbankan Islam yang Berkelanjutan. *Al-Hilali: Jurnal Perbankan dan Ekonomi Islam*, 1(1), 01-15.
- Tieman, M. (2011). The application of halal in supply chain management: In-depth interviews. *Journal of Islamic Marketing*, 2(2), 186–195. <https://doi.org/10.1108/17590831111139893>
- Tieman, M., & Dahlmanns, M. (2012). Halal supply chain management. In A. Ghorbani (Ed.), *The Development of Halal Industry*. IGI Global.
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14(3), 207–222. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Lembaran Negara RI Tahun 2014 Nomor 295.
- Wahyuni, S., Kusumawati, A., & Sari, D. A. (2022). Pengaruh sertifikasi halal terhadap kinerja UMKM pangan di Indonesia: Tinjauan empiris. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8(1), 45–62. <https://doi.org/10.20473/jebis.v8i1.33001>
- Wilson, J. A. J., & Liu, J. (2010). Shaping the halal into a brand? *Journal of Islamic Marketing*, 1(2), 107–123. <https://doi.org/10.1108/17590831011055851>
- World Bank. (2020). Inclusion matters: The foundation for shared prosperity. World Bank Group.
- Zohri, M. H., & Hilalludin, H. (2025). Ekonomi Islam Masa Kini: Antara Regulasi, Gaya Hidup, dan Teknologi Sosial. *TAKAFUL: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 1(1), 33-44.
- Zulfakar, M. H., Anuar, M. M., & Ab Talib, M. S. (2014). Conceptual framework on halal food supply chain integrity enhancement. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 121, 58–67. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1107>