BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. HASIL

Dalam penelitian ini, peneliti mengidentifikasi keunggulan komparatif dan potensi ekspor produk halal Indonesia. Untuk mencapai tujuan ini, peneliti melakukan tinjauan pustaka terhadap sepuluh jurnal yang relevan yang ditemukan dalam berbagai jurnal terindeks. Tinjauan ini bertujuan untuk mengetahui apa saja yang menjadi keunggulan Komparatif Produk Halal dan bagaimana potensi ekspor produk halal indonesia.

1. Keunggulan Komparatif Produk Halal Indonesia

    a) Bahan Baku Halal

        Keanekaragaman sumber daya alam Indonesia mempunyai karakteristik unik dalam menghasilkan produk berbasis lokal (Bahri & Efendi, 2023). Indonesia memanfaatkan keanekaragaman sumber daya alam di berbagai wilayahnya sebagai modal utama untuk menghasilkan produk-produk unik yang mencerminkan identitas lokal. Kekayaan alam yang berbeda di setiap daerah, mulai dari hasil pertanian hingga potensi laut, dimanfaatkan masyarakat setempat untuk menciptakan produk fungsional dengan nilai budaya dan tradisi yang khas, membedakannya dari produk lain. Ketersediaan sumber daya alam yang melimpah ini juga menjadi potensi besar bagi penyediaan bahan baku halal yang beragam dan berkualitas, seperti rempah-rempah, hasil pertanian, perikanan, dan peternakan yang dikelola sesuai prinsip syariah.

Dengan demikian, kekayaan alam Indonesia menjadi fondasi penting dalam menciptakan produk dengan ciri khas daerah sekaligus menyediakan bahan baku halal yang berlimpah.

Untuk memastikan pemilihan dan cara pembuatan produk halal, dapat digunakan Sistem Jaminan Halal (SJH) yang mengharuskan bahan baku terbebas dari bahan atau zat yang dilarang (Rahmawati & Sobana, 2023). Indonesia sendiri telah menjalankan suatu kerangka kerja yang menyeluruh yaitu Sistem Jaminan Halal (SJH) ini, guna memberikan jaminan dan rasa aman kepada para konsumen muslim dari suatu negara khususnya yang berkaitan dengan material dasar produksi. SJH ini lebih dari sekadar prosedur rutin namun juga merupakan hal penting yang memastikan bahwa seluruh bahan yang digunakan dalam proses pembuatan produk telah melalui tahapan pemilihan dan pemrosesan yang selaras dengan kriteria halal yang berlaku. Prosedur ini meliputi penelusuran sumber bahan baku, cara pengambilan atau pengolahannya, hingga jalur distribusinya, yang semuanya diawasi dengan teliti untuk menghindari bercampurnya unsur-unsur haram. SJH hadir sebagai wujud tanggung jawab pemerintah dalam menjaga hak-hak konsumen untuk menggunakan produk yang sesuai dengan kepercayaan keagamaan dan sekaligus memotivasi sektor industri untuk lebih terbuka dan bertanggung jawab dalam setiap tingkatan produksi.

Dalam penggunaan teknologi, peggunaan IoT (*Internet of Things*) menjadi salah satu pilihan yang dapat dimanfaatkan untuk melacak bahan baku dari sebuah produk (Ernayani & Firman, 2024). Adopsi *Internet of Things* (IoT) di berbagai sektor di Indonesia saat ini belum mencapai tahap implementasi yang merata dan meluas secara nasional. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki kesempatan untuk terus mengembangkan dan mengimplementasikan teknologi ini ke dalam sistem jaminan halal. Langkah strategis ini tidak hanya akan memperkuat validitas kehalalan bahan baku yang digunakan dalam produk-produk Indonesia, tetapi juga berpotensi untuk mentransformasikan industri halal nasional.

Keterjaminan akan bahan baku halal juga dapat semakin dipermudah oleh adanya teknologi *blockchain*. PT Sreeya Sewu Indonesia yang memproduksi makanan olahan beku merupakan perusahaan yang telah menerapkan teknologi ini untuk proses pengolahan bahan bakunya (Nurdin & Komarudin, 2024). Penggunaaan teknologi ini dapat mendukung negara Indonesia dalam memberikan kepastian dan kepercayaan yang lebih tinggi kepada konsumen terhadap kehalalan produk-produknya yang mengedepankan integritas dan kualitas. Hal ini mengurangi keperluan untuk pengecekan manual yang berbiaya tinggi dan menyita banyak waktu.

b) Kapasitas Produksi

Regulasi perdagangan internasional telah membawa perubahan yang signifikan pada komoditas tertentu. Hal ini membuat industri halal beserta produk-produknya yang awalnya sekadar ranah konsumsi umat Islam menjadi bagian tak terpisahkan dari mekanisme produksi mendunia. Fenomena ini memicu kompetisi sengit antarnegara yang bahkan mayoritas populasinya bukan beragama Islam, dalam upaya memenuhi permintaan konsumen sedunia terhadap produk halal. Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbanyak memiliki kesempatan untuk memajukan industri halalnya dan meningkatkan kapasitas produksinya. Dengan proyeksi bonus demografi yang mencapai puncaknya pada tahun 2045, di mana sekitar 70% penduduk Indonesia akan berada dalam usia produktif, potensi kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (Aida, dkk, 2022).

Tabel 4.1 Beban Upah Antara Negara Indonesia Dengan Negara lain

Negara	Upah Minimum Bulanan (USD)	Rata-rata Upah Bulanan (USD)	Beban Upah Tambahan bagi Pengusaha	Catatan
Indonesia	330 (Jakarta)	818	13%–15%	Beban dari BPJS Kesehatan & Ketenagakerjaan
Malaysia	315	750–1.100	18%–20%	Termasuk EPF (Employees Provident Fund) dan SOCSO

Negara	Upah Minimum Bulanan (USD)	Rata-rata Upah Bulanan (USD)	Beban Upah Tambahan bagi Pengusaha	Catatan
Thailand	228	840	16%–18%	Tunjangan sektor dan bonus produktivitas umum
Vietnam	195–250	441	21%–23%	Beban untuk asuransi sosial, kesehatan, dan pengangguran
Filipina	304 (Metro Manila)	538	17%–22%	SSS, PhilHealth, Pag-IBIG Fund
Singapura	Tidak ada UMR resmi	4.400	17%–20%	Kontribusi CPF (Central Provident Fund)
Korea Selatan	1.500	2.700	23%–30%	Termasuk National Pension, Health Insurance, Employment Insurance
Jerman	2.000	4.500	35%–40%	Pajak penghasilan dan sistem asuransi sosial wajib
Prancis	1.700	3.000	40%–45%	Beban sosial sangat tinggi, termasuk pensiun dan tunjangan kesehatan

Sumber: Global Workforce Enablement | Safeguard Global

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung ekonomi Indonesia, menyerap sekitar 80% tenaga kerja. UMKM indonesia memiliki potensi sebagai penggerak utama produksi halal di Indonesia (Mardi, 2023). Peran UMKM

yang menjadi pondasi Ekonomi Indonesia bergantung pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang mampu menyerap sebagian besar angkatan kerja dapat mendukung peningkatan kapasitas produksi produk halal Indonesia. Sebagai penggerak utama produksi halal di Indonesia, UMKM memiliki kemampuan untuk menjangkau pasar domestik yang luas dan memanfaatkan sumber daya lokal, sekaligus menyerap tenaga kerja produktif dalam skala besar.

Berikut beberapa produk halal dari UMKM yang telah diekspor ke luar negeri.

Tabel 4.2 Produk Ekspor UMKM Halal Indonesia

No.	Nama UMKM / Merek	Produk	Sertifikasi Halal	Negara Tujuan Ekspor	Kelebihan
1.	Bu Rudy	Sambal kemasan (udang, bawang, dll)	Ya (Halal MUI)	Malaysia, Singapura, Hong Kong, Arab Saudi	Rasa otentik, digemari diaspora, kemasan praktis
2.	Cokelat Monggo	Cokelat premium	Ya	Jepang, Eropa, Korea Selatan	Kakao asli Indonesia, kemasan elegan, pasar premium
3.	Zanana Chips	Keripik pisang aneka rasa	Ya	Arab Saudi, Brunei, Singapura, Taiwan	Inovatif dalam rasa dan kemasan, branding kekinian
4.	Ina Cookies	Aneka kue kering khas Indonesia	Ya	Timur Tengah, Eropa, Asia Tenggara	Kualitas konsisten, cocok untuk oleh-oleh dan lebaran

No.	Nama UMKM / Merek	Produk	Sertifikasi Halal	Negara Tujuan Ekspor	Kelebihan
5.	Sasha (UMKM lokal)	Pasta gigi siwak	Ya	Malaysia, Timur Tengah	Produk personal care halal berbahan alami (siwak), sesuai tren pasar Muslim

Sumber: KKI Website

c) Inovasi Produk

Inovasi produk olahan hasil laut bersertifikasi halal. Inovasi meliputi pada proses pengolahan hasil laut yang tidak hanya menjaga mutu dan keamanan produk, tetapi juga sesuai dengan prinsip-prinsip syariah sehingga memenuhi standar halal. Produk hasil inovasi ini tidak hanya dikembangkan untuk pasar domestik, melainkan juga telah berhasil menembus pasar internasional melalui kegiatan ekspor. Keberhasilan ini sangat bergantung pada penguatan strategi pengembangan produk halal yang mengintegrasikan inovasi dalam teknik pengolahan, penggunaan kemasan yang sesuai dengan standar halal, serta penerapan sertifikasi halal sebagai bentuk jaminan bagi konsumen global. Dengan adanya sertifikasi halal resmi, produk olahan hasil laut menjadi lebih kompetitif dan mudah diterima di pasar ekspor, khususnya di negara-negara dengan populasi Muslim yang dominan (Muthafaticha et al., 2023)

Seiring dengan perkembangan zaman dan industri halal yang termasuk di dalamnya industri modest fashion di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Perkembangan ini menarik perhatian baik di dalam negeri maupun mancanegara. Hal ini mendorong akan semakin banyaknya perempuan muslimah untuk lebih berani mengekspresikan identitasnya melalui hijab. Fenomena ini juga memicu munculnya berbagai komunitas hijabers. Kebutuhan para muslimah akan busana dan hijab yang modis, nyaman, terjangkau, dan sesuai dengan prinsip syariat Islam terjawab melalui inovasi seperti hijab inner hatory multifungsi, yang kini populer di berbagai negara. Harga hijab inner hatory ditetapkan secara strategis, tidak terlalu tinggi maupun terlalu rendah. Penetapan harga ini didasarkan pada riset pasar untuk menemukan titik tengah yang menjadikannya pilihan terjangkau tanpa mengorbankan kualitas (Rusdah, 2023).

Kemunculan produk Tolak Angin dari PT Sido Muncul yang telah bersertifikasi halal dari Indonesia dan berhasil menembus pasar global (Putri, dkk, 2024). Tolak Angin merupakan bukti nyata keberhasilan PT Sido Muncul dalam inovasi, yang menunjukkan bahwa penyesuaian produk terhadap kebutuhan konsumen dapat membuka akses ke pasar global. Tolak Angin dibuat dengan memastikan kualitas dan keamanannya terjamin. Produk ini bisa terkenal di dunia karena sudah punya sertifikasi

halal dari Indonesia. yang menjadi pembeda penting dan menarik perhatian segmen Muslim global yang besar.

Inovasi produk kosmetik wardah. Inovasi yang dilakukan tidak hanya terbatas pada komposisi bahan yang sesuai syariat dan aman bagi kulit, tetapi juga mencakup aspek formulasi modern, penggunaan bahan alami lokal, serta desain kemasan yang menarik dan elegan. Selain itu, inovasi dalam strategi pemasaran digital, pemanfaatan media sosial, serta kolaborasi dengan influencer turut mendorong penetrasi pasar yang lebih luas termasuk ke pasar ekspor di negara-negara mayoritas Muslim (Huwaida et al, 2025).

d) Strategi Pemasaran

Pemerintah Republik Indonesia gencar memperkenalkan produk-produk halal buatan dalam negeri ke kancah perdagangan internasional, dengan penekanan utama pada beberapa negara yang memiliki populasi muslim signifikan. Strategi ini diimplementasikan melalui berbagai cara seperti keikutsertaan aktif dalam pameran dagang berskala internasional, menjalin kemitraan bilateral yang saling menguntungkan, serta memanfaatkan jalur diplomasi ekonomi untuk promosi (Agustina, dkk, 2025).

Keunggulan komparatif produk halal Indonesia selanjutnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.3 Keunggulan Komparatif Produk Halal Indonesia

No.	Keunggulan Komparatif	Keterangan
1.	Bahan Baku Halal	a. Keragaman Sumber Daya Alam b. Penggunaan SJH c. Adopsi IoT (*Internet of Things*) d. Penerapan teknologi *blockchain*
2.	Kapasitas Produksi	a. Poyeksi bonus demografi b. Adanya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai tulang penggerak utama produksi
3.	Inovasi Produk	a. Inovasi Hijab Inner Hatory sebagai hijab multifungsi b. Inovasi produk tolak angin sebagai produk dari bahan-bahan herbal
4.	Strategi pemasaran	a. Ekspansi produk halal Indonesia di pasar global

2. Potensi Ekspor Produk Halal Indonesia

Potensi ekspor produk halal Indonesia dapat dilihat dari nilai ekspor produk halal selama beberapa tahun terakhir untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.4 Nilai Ekspor Produk Halal Indonesia Tahun 2022-2024

No	Tahun	Sektor	Nilai Ekspor	Persentase (%)
1.	2022	Makanan Olahan	Rp 119 Triliun	89,3%
		Fashion Muslim	Rp 6 Triliun	4,5%
		Farmasi	Rp 1,3 Triliun	1,0%
		Kosmetik	Rp 7 triliun	5,3%
2.	2023	Makanan Olahan	US$ 34,74 Miliar	82,1%
		Fashion Muslim	US$ 6,68 Miliar	15,8%
		Farmasi	US$ 546,03 Juta	1,3%
		Kosmetik	US$ 362,49 Juta	0,9%
3.	2024	Makanan Olahan	US$ 33,61 Miliar	81,2%
		Fashion Muslim	US$ 6,83 Miliar	16,5%
		Farmasi	US$ 612,1 Juta	1,5%
		Kosmetik	US$ 362,83 Juta	0,9%

Sumber: https://kneks.go.id

Rincian dari beberapa produk ekspor dari 4 sektor yang meliputi makanan olahan, fahion muslim, farmasi, dan kosmetik halal dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.5 Daftar Makanan Olahan Halal Ekspor Indonesia

No.	Kategori	Produk	Negara Tujuan Ekspor Umum
1.	Mie Instan	Indomie, Mie Sedaap	Nigeria, Mesir, Arab Saudi, AS

No.	Kategori	Produk	Negara Tujuan Ekspor Umum
2.	Saus & Bumbu Siap Pakai	Sambal ABC, Bumbu Rendang, Bumbu Gado-Gado	Malaysia, Belanda, Australia
3.	Makanan Ringan (Snack)	Keripik singkong, keripik tempe, kue kering	Jepang, Korea Selatan, Jerman
4.	Produk Olahan Daging	Abon sapi, sosis halal, rendang kemasan	Timur Tengah, Eropa
5.	Makanan Kaleng	Sayur lodeh, nasi goreng, soto ayam kaleng	Kanada, Inggris, Australia
6.	Minuman Halal	Teh botol, kopi instan, jamu kemasan	Amerika Serikat, Hong Kong
7.	Olahan Kelapa	Santan kemasan, minyak kelapa, kelapa parut kering	Uni Emirat Arab, India, Pakistan
8.	Produk Berbasis Ikan	Otak-otak instan, ikan kaleng, abon ikan	Filipina, Thailand, Cina

Sumber: Island Food - Indonesia Sharia Economic Festival

Tabel 4.6 Daftar Fashion Muslim Halal Ekspor Indonesia

No.	Perusahaan / Brand	Produk / Koleksi	Negara Tujuan
1.	Ayysee Collection	Hijab multifungsi "Ninja Hatory", inner hijab, manset, rok, kulot, serta compact hijab kit (set tempat jarum dan aksesori)	Malaysia & Singapura
2.	HIJUP	Platform modest fashion	50+ negara
3.	Dian Pelangi	Batik & songket–infused modest wear	Prancis, AS
4.	Zaskia Sungkar	Fashion modest wearable	Inggris (London Fashion Week)
5.	Riamiranda (Ria Miranda)	Warisan Minang & modest wear	Saudi, Korea, AS, dll.
6.	Klamby	Tenun-laced modest clothing	Inggris (London Fashion Week)

No.	Perusahaan / Brand	Produk / Koleksi	Negara Tujuan
7.	Ainaras (PT Asa Pratama Kreasindo)	Jubah, peci, hijab, sajadah portable	Malaysia (HEI-ISEF 2023), potensi ke negara lain
8.	Elzatta, Rabbani	Modest wear modern & digitalized	Ekspor global lewat e-commerce
9.	Itang Yunasz, Vivi Zubedi, Khanaan, Buttonscarves	Koleksi modest fashion tingkat internasional	NYFW, Dubai Fashion Week, London Fashion Week

Sumber: Indonesian Companies Shake Up the Muslim Fashion Industry - The Halal Times

Tabel 4.7 Daftar Farmasi Halal Ekspor Indonesia

No.	Perusahaan	Produk Halal	Negara Tujuan Ekspor
1.	CKD OTTO Pharmaceuticals	Antikanker injeksi (halal-certified)	Aljazair
2.	Daewoong Infion	Epodion (epoetin), Easyef (ulcer diabetik)	Timur Tengah via Indonesia
3.	Dexa Group / Ferron Par	Redacid (herbal mag), produk OTC modern	Yordania, Palestina, Asia, Afrika, Eropa
4.	Bio Farma	IndoVac (vaksin COVID-19 halal), vaksin lainnya	117 negara OKI & emerging market
5.	Kalbe Farma	Promag, Bintang Toedjoe, Extra Joss halal	Asia Tenggara, Timur Tengah, Afrika

Sumber: CKD OTTO Pharmaceuticals: Indonesian Halal Anticancer Drugs

Tabel 4.8 Daftar Kosmetik Halal Ekspor Indonesia

No.	Merek / Perusahaan	Produk	Negara Tujuan / Pasar Ekspor
1.	Wardah (Paragon)	Kosmetik & skincare halal	Malaysia, Singapura, Timur Tengah, Afrika
2.	Esqa Cosmetics	Vegan makeup halal	Vietnam, Singapura, Malaysia, Prancis (Sephora), Hong Kong
3.	Mustika Ratu	Kosmetik & jamu herbal halal	Kanada, AS, Cina, Irak, Selandia Baru, Bulgaria
4.	Zoya Cosmetics	Makeup pelengkap hijab	Banyak negara non-Muslim
5.	BLP & Luxcrime	Makeup & skincare halal	Siap diekspor (pasar regional)
6.	SASC, Polka, Mineral Botanica	Vegan halal skincare/makeup	Ekspor regional Asia Tenggara dan global

Sumber: **Indonesian cosmetics brands see opportunity in halal products - East Ventures**

Perbandingan harga jual produk halal ekspor yang mencakup 4 sektor dengan produk sejenis dari negara lainnya dapat dilihat pada beberapa tabel berikut ini.

Tabel 4.9 Makanan Olahan Halal

Kategori	Produk Indonesia	Harga (USD)	Produk Negara Lain (Lebih Mahal)	Harga (USD)
Mi Instan Halal	Indomie Mi Goreng	**0,50–0,99**	Nissin (Jepang) / Shin Ramyun (Korea)	1,20–1,50
Cokelat Halal	SilverQueen / Monggo	**1,00–1,50**	Godiva (Belgia)/ Lindt Halal (Swiss)	3,50–5,00

Kategori	Produk Indonesia	Harga (USD)	Produk Negara Lain (Lebih Mahal)	Harga (USD)
Ikan Kaleng Halal	Tuna Kaleng Maya	**1,00–1,20**	Ayam Brand (Singapura) / Maruha Nichiro (Jepang)	1,60–2,20
Bumbu Masakan Halal	Bamboe / Indofood	**0,30–0,45**	Adabi (Malaysia) / Ramen base (Jepang)	0,70–2,00

Tabel 4.10 Fashion Muslim Halal

Kategori	Harga (USD)	Produk dan Harga Dari Negara Lain (Lebih Mahal)
Hijab	US$ 2,40–4,20	China: US$ 2,5–3/Malaysia: US$ 0,9–1,7
Abaya / Gamis	US$ 6–15	Turki/UAE/Middle East: US$ 27–82 (retail), Custom: US$ 50–200+

Tabel 4.11 Farmasi Halal

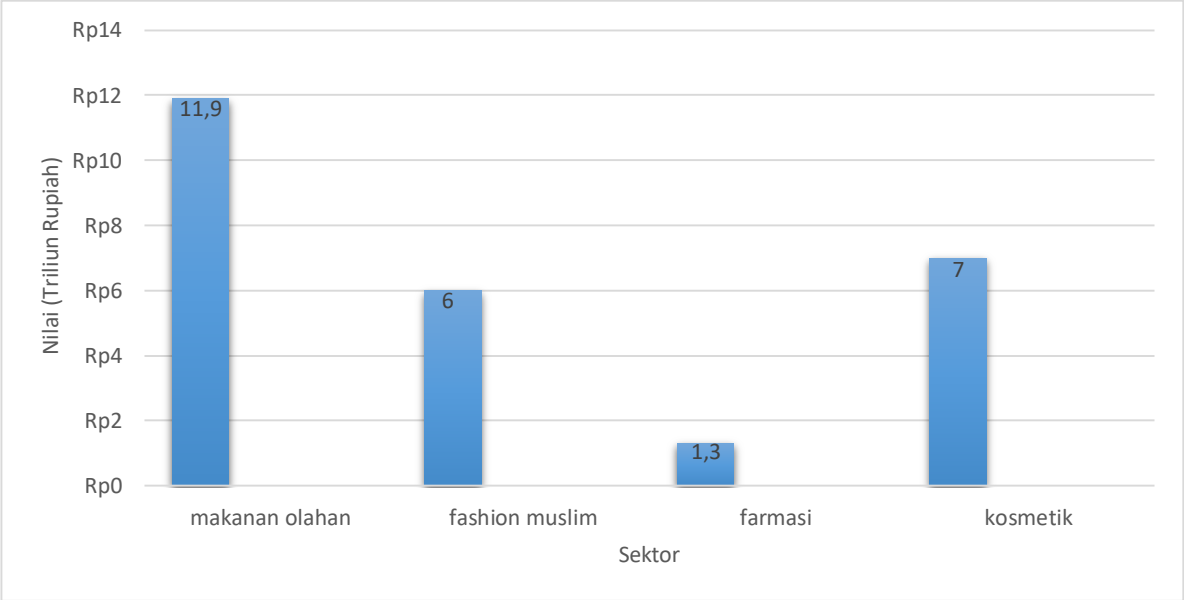
Kategori	Indonesia	Negara Lain (lebih mahal)
Obat anti-radang Synalar-C	**Rp 4.630 (US$ 0.30)**	Singapura S$ 3,60 (US$ 2.60)
Amoxil 250 mg/pil	**Rp 230 (US$ 0.015)**	Hong Kong HK$ 0.86 (US$ 0.11)

Tabel 4.12 Kosmetik Halal

Kategori	(Harga US$)	Produk Luar Negeri (Harga)
Lipstik	**US$ 2,69–7,54**	US$ 10,77–38,08
Skin Cream	**US$ 2,69–21,15**	US$ 38,46–230,77
Parfum	**US$ 3,46–7,62**	US$ 35,31–134,62
Sunscreen	**US$ 2,69–14,62**	US$ 17,31–57,69

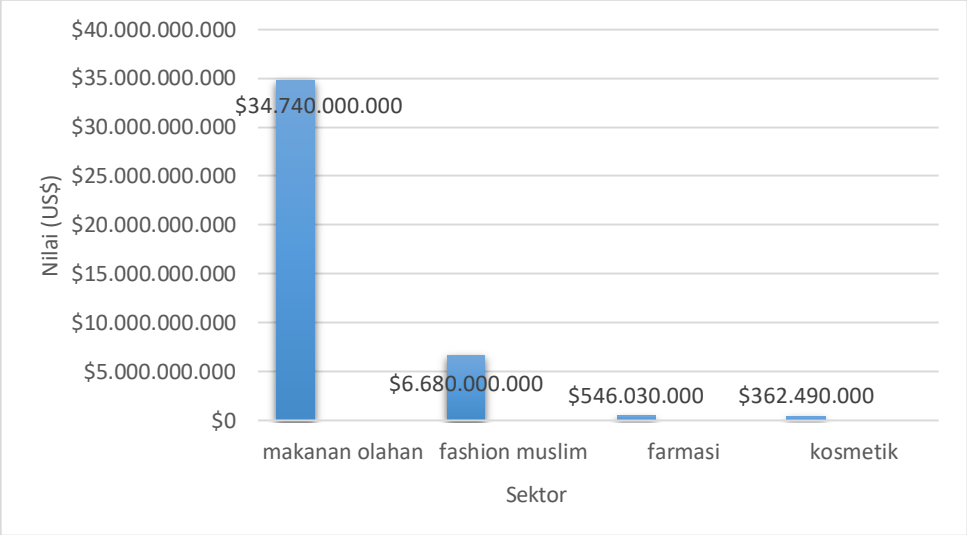
Adapun perkembangan nilai ekspor produk halal Indonesia pada 4 sektor selama tahun 2022-2024 dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

Gambar 4.1 Nilai Ekspor 4 Sektor Produk Halal Indonesia Tahun 2022



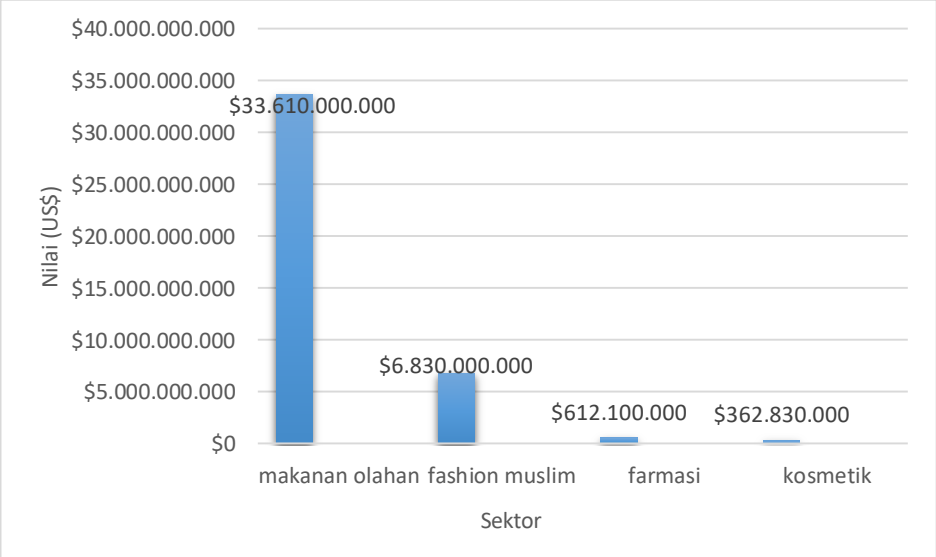
Pada tahun 2022, sektor makanan olahan menjadi penyumbang terbesar dalam ekspor produk halal dengan nilai yang mendominasi total ekspor. Sementara itu, sektor fashion muslim juga memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap nilai ekspor halal di tahun 2022. Sektor farmasi dan kosmetik halal juga turut berkontribusi dalam ekspor, meskipun nilainya relatif lebih kecil dibandingkan makanan olahan dan fashion muslim.

Gambar 4.2 Nilai Ekspor 4 Sektor Produk Halal Indonesia Tahun 2023



Nilai ekspor produk halal Indonesia pada tahun 2023 menunjukkan dinamika di antara berbagai sektor. Sektor makanan olahan tetap menjadi bintang utama dengan nilai ekspor mencapai US$34,74 miliar. Sektor fashion muslim juga memberikan kontribusi yang signifikan dengan nilai ekspor sebesar US$6,68 miliar pada periode yang sama. Nilai ekspor untuk sektor farmasi tercatat sebesar US$546,03 juta dan sektor kosmetik sebesar US$362,49 juta.

Gambar 4.3 Nilai Ekspor 4 Sektor Produk Halal Indonesia Tahun 2024



Pada tahun 2024, ekspor produk halal Indonesia menunjukkan kinerja yang menjanjikan di berbagai sektor. Sektor makanan olahan tetap menjadi yang paling tinggi dengan nilai ekspor US$33,61 miliar. Sektor fashion muslim juga memberikan kontribusi yang cukup besar dengan nilai ekspor tercatat sebesar US$6,83 miliar. Sektor farmasi mencatatkan nilai ekspor sebesar US$612,1 juta hingga diikuti dengan sektor kosmetik yang mencatatkan nilai ekspor sebesar US$362,83 juta pada periode yang sama.

Secara umum, nilai ekspor produk halal di Indonesia dapat dilihat pada tabel Nilai Eskpor Produk Halal Indonesia Tahun 2022-2024.

Tabel 4.13 Nilai Eskpor dan Surplus Neraca Perdagangan Produk Halal Indonesia Tahun 2022-2024

No.	Tahun	Nilai Ekspor (US$)	Nilai Surplus (US$)
1.	2022	61,59 Miliar	47,7 Miliar
2.	2023	42,33 Miliar	31,23 Miliar
3.	2024	41,42 Miliar	29,9 Miliar

Sumber: https://kneks.go.id

Adapun perbandingan nilai ekspor dan impor antara produk halal dengan non halal tahun 2022-2024 secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.14 Nilai Ekspor Dan Impor Sektor Halal Dan Non Halal Tahun 2022-2024

Tahun	Ekspor Halal (Miliar US$)	Ekspor Non-Halal (Miliar US$)	Total Ekspor (Miliar US$)	Impor Halal (Miliar US$)	Impor Non-Halal (Miliar US$)	Total Impor (Miliar US$)
2022	61,59	196,11	257,70	31,6	154,4	186,0
2023	42,3	216,40	258,70	31,6	154,4	186,0
2024	41,42	222,98	264,40	37,5	159,9	197,4

Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia

Tabel 4.15 Detail komoditas ekspor

	Sektor / Komoditas	Nilai Ekspor (US$ miliar)
Halal	Makanan & minuman	33,61
	Pakaian muslim	6,83
	Farmasi halal	0,612
	Kosmetik halal	0,363
Non-Halal (non-migas)	Bahan bakar mineral	19,45
	Lemak & minyak (hewani/nabati)	12,14
	Besi & baja	12,56
	Mesin & elektrikal/mechanikal	13,92
	Kendaraan & komponennya	5,12
	Produk kimia	2,93
	Nikel & turunannya	3,54

	Logam mulia & perhiasan	4,76
	Alas kaki	3,24
	Kakao, kopi, teh, rempah, tembaga dll.	-

Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia

Berdasarkon *SGIE 2023/24*, berikut adalah 10 negara teratas dalam ekspor keseluruhan produk halal ke negara-negara OIC:

Tabel 4.16 Peringkat 10 Negara Pengekspor Produk halal

Peringkat	Negara	Nilai Ekspor (USD miliar)
1	China	31,81
2	India	26,37
3	Brasil	20,85
4	Amerika Serikat	20,76
5	Turki	16,34
6	Rusia	15,21
7	Prancis	15,02
8	**Indonesia**	**13,38**
9	Argentina	12,49
10	Australia	11,13

Sumber: State of the Global Islamic Economy

Perkembangan peringkat ekspor negara indonesia pada 4 sektor yang meliputi makanan olahan, fashion muslim, farmasi, dan kosmetik halal dalam State Of The Global Islamic Economy (SGIE) Tahun 2022-2024 dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

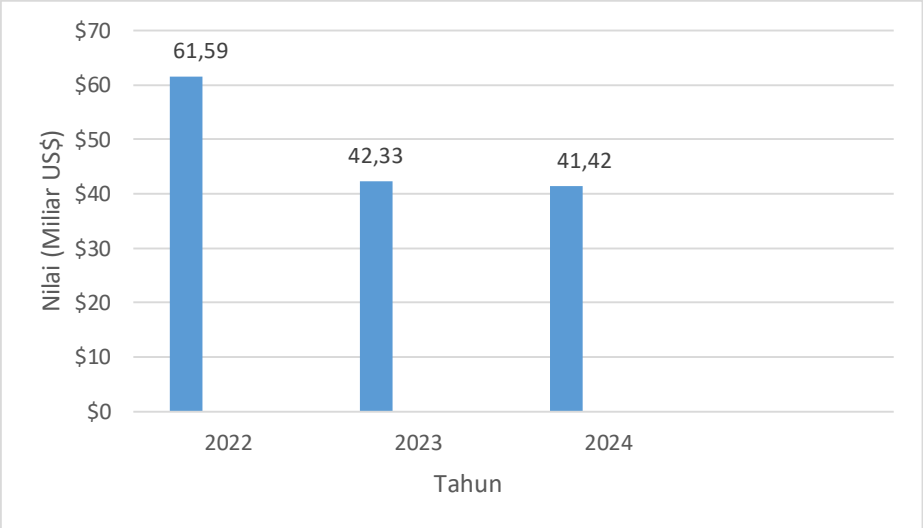
Tabel 4.17 Peringkat Ekspor 4 Sektor Halal Negara Indonesia Pada Dalam State Of The Global Islamic Economy Tahun 2022-2024

Tahun	Makanan Halal	Fashion Muslim	Farmasi & Kosmetik
2022	2	3	9
2023	2	3	5
2024	4	1	2

Sumber: State of the Global Islamic Economy

Nilai ekspor produk halal di Indonesia dapat dilihat perkembangannya pada grafik nilai ekspor tahun 2022-2024.

Gambar 4.4 Nilai Ekspor Produk Halal Indonesia Tahun 2022-2024



Pada tahun 2022, ekspor produk halal Indonesia mencatatkan kinerja yang membanggakan dengan nilai tertinggi sepanjang periode 2022-2024. Angka surplus neraca perdagangan produk halal Indonesia pada tahun 2022 mencapai US$47,7 miliar dengan total nilai ekspor sebesar US$ 61,59 miliar. Pada tahun 2023, nilai ekspor produk halal Indonesia tercatat sebesar US$ 42,33 miliar. Meskipun angka ini menunjukkan penurunan dibandingkan tahun sebelumnya, sektor produk halal tetap memberikan kontribusi signifikan terhadap surplus neraca perdagangan produk halal dengan nilai mencapai US$31,23 miliar. Pada tahun 2024, ekspor produk halal Indonesia menunjukkan tren yang positif dengan mencatat nilai ekspor produk halal mencapai US$41,42 miliar. Neraca perdagangan produk halal Indonesia pada

periode yang sama juga menunjukkan surplus yang positif. Surplus neraca perdagangan produk halal Indonesia mencapai USD 29,09 miliar.

B. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil tinjauan pustaka yang peneliti lakukan terhadap penelitian-penelitian sebelumnya, terungkap sejumlah keunggulan komparatif yang dimiliki Indonesia serta potensi ekspor produk halal. Beberapa temuan signifikan mengenai keunggulan komparatif dan potensi ekspor produk halal Indonesia ini dapat dijelaskan lebih lanjut sebagai berikut:

1. Keunggulan Komparatif Produk Halal Indonesia
    a. Bahan Baku Halal

        Kekayaan alam Indonesia seperti rempah-rempah, hasil pertanian, dan perikanan secara alami menurunkan biaya pengadaan bahan baku karena ketersediaannya yang melimpah dan mudah diakses secara lokal. Kondisi ini memberikan landasan kuat bagi Indonesia untuk memproduksi produk halal dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan negara lain yang masih harus mengimpor bahan serupa. Efisiensi ini semakin diperkuat melalui penerapan Sistem Jaminan Halal (SJH) dan pemanfaatan teknologi seperti IoT dan *blockchain*. SJH tidak hanya memastikan kehalalan produk, tetapi juga meningkatkan efisiensi produksi dengan cara mengurangi risiko kontaminasi dan penarikan produk sehingga

potensi kerugian finansial pun bisa ditekan. Integrasi teknologi seperti yang dilakukan PT Sreeya Sewu Indonesia memungkinkan pelacakan bahan baku secara transparan dan akurat sehingga kebutuhan terhadap pemeriksaan manual yang mahal dan memakan waktu dapat dikurangi.

Dari sudut pandang keunggulan komparatif, teknologi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi produksi, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen global terhadap kualitas dan kehalalan produk Indonesia. Kepercayaan ini berpotensi membuka pasar baru dan mendorong peningkatan ekspor sehingga menciptakan keuntungan jangka panjang yang melampaui sekadar penghematan biaya. Di tengah gejolak rantai pasok global dan meningkatnya permintaan produk halal dunia, posisi Indonesia semakin kuat. Isu seperti ketahanan pangan dan pentingnya bahan baku lokal akibat geopolitik dan perubahan iklim yang mengganggu pasokan global menambah urgensi peran Indonesia. Dengan keberagaman dan kelimpahan bahan baku halal yang dimiliki serta dukungan SJH dan teknologi mutakhir, Indonesia berada dalam posisi strategis untuk memenuhi kebutuhan pasar halal global. Hal ini bukan sekadar soal kepatuhan terhadap standar syariah, tetapi juga tentang bagaimana Indonesia mampu memanfaatkan keunggulan geografis dan inovasi teknologinya untuk menawarkan produk halal berkualitas tinggi dengan harga

yang kompetitif sehingga menciptakan peluang ekonomi besar di tengah dinamika pasar dunia yang terus berubah.

b. Kapasitas Produksi

Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, tidak hanya menawarkan pasar domestik yang luas untuk produk halal tetapi juga menghadirkan peluang besar melalui bonus demografi yang diperkirakan memuncak pada tahun 2045 dengan melimpahnya tenaga kerja produktif. Besarnya sumber daya manusia ini secara alami menekan biaya tenaga kerja yang merupakan faktor kunci dalam efisiensi produksi. Indonesia memiliki kemampuan untuk menghasilkan produk halal dengan biaya lebih rendah dibandingkan negara lain yang menghadapi tantangan demografis atau beban upah yang tinggi.

Peran UMKM juga sangat penting karena menyerap sebagian besar angkatan kerja sekaligus menjangkau pasar domestik secara luas. Hal ini berkontribusi langsung terhadap penurunan biaya produksi dan distribusi. Melalui pemanfaatan sumber daya lokal dan tenaga kerja dalam negeri, UMKM mampu menekan biaya operasional secara signifikan dibandingkan perusahaan yang bergantung pada impor atau rantai pasok yang rumit. Sebaran kapasitas produksi UMKM juga memberikan fleksibilitas serta kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap

perubahan permintaan pasar sehingga dapat mengurangi pemborosan dan meningkatkan efisiensi.

Saat ini dunia tengah mendorong diversifikasi rantai pasok dan kemandirian produksi di berbagai sektor yang termasuk diantaranya industri halal. Banyak negara berusaha mengurangi ketergantungan pada satu atau dua pemasok utama di tengah tantangan global seperti pandemi dan konflik geopolitik. Kapasitas produksi halal Indonesia menjadi sangat relevan karena ditopang oleh kekuatan demografi, pasar domestik yang besar, dan kontribusi UMKM. Keunggulan ini bukan hanya soal volume produksi, tetapi juga menyangkut kemampuan menyediakan pasokan yang stabil dan dapat diandalkan bagi pasar dalam negeri maupun global. Indonesia memiliki peluang strategis untuk menjadi produsen utama produk halal dunia, bukan semata karena komitmen terhadap nilai-nilai syariah, melainkan juga karena struktur ekonominya mendukung efisiensi dan skala produksi yang besar. Ini menunjukkan bahwa Indonesia tidak hanya memanfaatkan populasinya sebagai pasar, tetapi juga mengelolanya sebagai aset produktif yang memperkuat daya saing global.

c. Inovasi Produk

Industri *modest fashion* di Indonesia menunjukkan kemampuannya dalam menciptakan produk yang menjawab

kebutuhan pasar Muslim global, contohnya melalui inovasi seperti hijab inner multifungsi hatory yang ditawarkan dengan harga terjangkau. Keberhasilan ini tidak lepas dari strategi penetapan harga yang berbasis riset pasar sehingga efisiensi biaya dapat tercapai. Hal ini mennjukkan bahwa Indonesia memanfaatkan keunggulan komparatif dalam memahami pasar Muslim sekaligus mengandalkan kemampuan produksi yang fleksibel agar bisa menghadirkan produk berkualitas tanpa harus memasang harga premium.

Contoh nyata lainnya adalah kesuksesan produk Tolak Angin dari PT Sido Muncul yang berhasil menembus pasar global berkat sertifikasi halal Indonesia. Keberhasilan ini bukan hanya mencerminkan mutu produk, melainkan juga menunjukkan pentingnya standar halal yang kredibel dan proses produksi yang efisien. Sertifikasi halal menjadi faktor pembeda yang mampu menarik perhatian konsumen Muslim di berbagai negara, memberikan keunggulan kompetitif dibandingkan produk sejenis yang tidak tersertifikasi. Efisiensi dalam proses produksi Tolak Angin memungkinkan jangkauan pasar yang lebih luas dan harga yang bersaing. Hal ini membuktikan bahwa investasi dalam inovasi dan sertifikasi halal mampu mengurangi hambatan masuk pasar sekaligus meningkatkan volume penjualan, yang pada akhirnya menurunkan biaya produksi per unit.

Inovasi produk ini berhasil mengubah hasil laut menjadi produk olahan yang telah memperoleh sertifikasi halal, sekaligus menyediakan harga yang ekonomis bagi konsumen domestik maupun pasar ekspor. Pengembangan inovasi mencakup perbaikan proses produksi yang lebih efisien dan pemanfaatan bahan baku lokal berkualitas, sehingga biaya produksi dapat ditekan tanpa mengurangi standar halal maupun mutu produk. Produk olahan hasil laut tersebut sudah mendapatkan sertifikasi halal resmi, yang menjadi kunci utama untuk membuka akses ke pasar internasional serta meningkatkan daya saing di pasar ekspor. Dengan harga yang terjangkau dan kualitas halal yang terjamin, produk ini mampu memenuhi kebutuhan konsumen di luar negeri, terutama di negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim.

Salah satu kunci keberhasilan Wardah dalam mengembangkan produk kosmetik halal adalah kemampuannya menghadirkan produk berkualitas dengan harga yang terjangkau. Wardah menerapkan strategi inovasi yang tidak hanya fokus pada formulasi halal dan kemasan menarik, tetapi juga pada efisiensi biaya produksi melalui pemanfaatan bahan baku lokal dan proses manufaktur yang efektif. Dengan harga yang kompetitif, produk Wardah mampu menjangkau pasar yang lebih luas, mulai dari kalangan remaja hingga dewasa, tanpa mengorbankan standar halal dan mutu produk. Pendekatan ini menjadikan Wardah sebagai

pelopor kosmetik halal yang tidak hanya diminati di dalam negeri, tetapi juga diterima di pasar internasional.

d. Strategi Pemasaran

Indonesia memanfaatkan kekuatan basis produksi halal dan pengalaman dalam memenuhi standar syariah untuk memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan volume penjualan. Melalui pameran dagang internasional, kemitraan bilateral, dan diplomasi ekonomi, produk Indonesia semakin banyak diekspor dan pasar yang dijangkau pun semakin luas sehingga biaya produksi dan distribusi bisa ditekan berkat tercapainya skala ekonomi. Investasi dalam pemasaran internasional bukan hanya untuk membangun merek melainkan juga langkah strategis demi efisiensi biaya yang lebih besar.

Saat ini banyak negara lain juga berinvestasi besar dalam mempromosikan produk halal mereka. Misalnya, beberapa negara di Timur Tengah aktif meluncurkan kampanye pemasaran global yang menonjolkan kualitas dan keaslian produk halal serta keunggulan rantai pasok yang terintegrasi. Ada pula perusahaan teknologi yang mengembangkan platform e-commerce khusus produk halal guna mempermudah akses pasar global bagi produsen kecil dan menengah. Respons proaktif Indonesia terhadap dinamika ini melalui strategi pemasaran terarah menegaskan bahwa negara ini tidak hanya mengandalkan kapasitas produksi,

tetapi juga secara aktif membentuk persepsi pasar dan membangun kepercayaan. Dengan menargetkan negara-negara Muslim sebagai pasar utama, Indonesia memanfaatkan kedekatan budaya dan preferensi konsumen yang sudah ada sehingga biaya pemasaran berkurang dan tingkat konversi penjualan meningkat.

2. Potensi Ekspor Produk Halal Indonesia

Potensi ekspor produk halal indonesia dapat dilihat dari perkembangan nilai ekspor produk halal selama beberapa tahun terakhir yang dapat dimaksimalkan dengan memperhatikan peluang serta tantangannya sebagai berikut.

a. Perkembangan Nilai Ekspor Produk Halal Indonesia Selama Beberapa Tahun Terakhir.

Selama tiga tahun terakhir, ekspor produk halal Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang relatif stabil dengan sektor makanan olahan terus menjadi penyumbang utama. Dominasi sektor ini terlihat sejak tahun 2022 dan berlanjut hingga 2023 walaupun pada tahun 2024 terjadi sedikit penurunan nilai ekspor. Makanan olahan tetap menjadi sektor dengan kontribusi terbesar terhadap ekspor halal nasional. Hal ini mencerminkan daya saing yang kuat di pasar internasional khususnya di negara-negara berpenduduk mayoritas Muslim. Sektor fashion muslim juga mencatat kinerja ekspor yang konsisten dari tahun 2022 hingga 2024 yang ditandai dengan meningkatnya permintaan global

terhadap busana yang stylish namun tetap sesuai dengan prinsip syariah. Sektor farmasi dan kosmetik halal juga menunjukkan kemajuan yang positif, meskipun kontribusinya masih berada di bawah sektor makanan olahan dan fashion muslim.

Berbagai sektor strategis dalam industri halal seperti makanan olahan, fashion muslim, farmasi, dan kosmetik telah berperan penting dalam mendorong peningkatan ekspor nasional. Bila dibandingkan dengan nilai impor dalam sektor-sektor tersebut, kinerja ekspor produk halal Indonesia memperlihatkan peluang besar dalam menciptakan surplus perdagangan. Apabila nilai ekspor mampu melampaui impor bahan baku maupun barang jadi sejenis, maka sektor ini dapat memberikan kontribusi nyata terhadap surplus neraca perdagangan nasional dan membantu menekan defisit neraca berjalan.

Data ekspor produk halal Indonesia dari tahun 2022 hingga 2024 menunjukkan kontribusi yang signifikan terhadap terciptanya surplus neraca perdagangan nasional. Pada 2022, ekspor produk halal mencapai US$61,59 miliar dengan surplus sebesar US$47,7 miliar menjadi pencapaian tertinggi dalam periode tiga tahun terakhir. Angka ini mencerminkan kuatnya daya saing sektor halal Indonesia pada sektor makanan olahan, fashion muslim, kosmetik, dan farmasi di pasar global. Surplus besar tersebut

mengindikasikan bahwa ekspor produk halal Indonesia jauh melampaui nilai impornya.

Meski pada 2023 nilai ekspor menurun menjadi US$42,33 miliar, Indonesia tetap mencatat surplus sebesar US$31,23 miliar. Penurunan ini kemungkinan dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti perlambatan ekonomi global pascapandemi, fluktuasi harga komoditas, dan hambatan rantai pasok internasional. Nilai surplus yang tetap tinggi memperlihatkan resiliensi sektor halal dalam menghadapi tantangan ekonomi global.

Tren positif kembali terlihat pada 2024, ketika nilai ekspor produk halal tercatat sebesar US$41,42 miliar dengan surplus perdagangan mencapai US$29,09 miliar. Hal ini menandakan bahwa ekspor produk halal Indonesia mulai stabil di tengah pemulihan ekonomi dunia. Konsistensi dalam mencetak surplus menunjukkan bahwa sektor halal tidak hanya menjadi andalan dalam kinerja ekspor nasional, tetapi juga berperan strategis dalam menjaga keseimbangan neraca perdagangan.

Keberlanjutan surplus ini memberikan dampak positif, antara lain memperkuat cadangan devisa negara, menjaga kestabilan nilai tukar dan kebijakan moneter. Capaian ini juga menjadi bukti bahwa Indonesia mampu memanfaatkan keunggulan komparatif dalam industri halal untuk bersaing secara global. Surplus dari sektor halal turut mendukung stabilitas ekonomi

eksternal dan mengurangi ketergantungan terhadap pembiayaan dari luar negeri.

b. Peluang

1) Kesempatan untuk melakukan penjualan ke luar negeri kini semakin lebar, mencakup baik negara-negara yang tergabung dalam Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) maupun negara-negara lainnya di seluruh dunia (Rahmawati, dkk, 2022). Meluasnya cakupan pasar internasional menghadirkan prospek cerah bagi pertumbuhan ekonomi melalui kegiatan ekspor. Peluang ini tidak hanya terbatas pada negara-negara anggota Organisasi Kerja Sama Islam (OKI), tetapi juga terbuka lebar bagi negara-negara di luar keanggotaan OKI. Diversifikasi tujuan ekspor ini menjanjikan potensi peningkatan volume perdagangan, memperkuat neraca pembayaran, serta mendorong perkembangan sektor-sektor produksi dalam negeri agar mampu bersaing di kancah global. India menjadi salah satu contoh nyata negara di luar OKI yang menjadi destinasi ekspor yang menjanjikan bagi produk-produk halal asal Indonesia. Pemanfaatan secara optimal kesempatan ekspor ke berbagai penjuru dunia, baik negara OKI yang mayoritas penduduknya muslim maupun negara non-OKI seperti India yang memiliki permintaan produk halal yang terus meningkat, menjadi langkah strategis untuk

mewujudkan kemajuan ekonomi Indonesia yang berkelanjutan melalui penguatan ekosistem halal.

2) Adanya upaya pemerintah untuk mengurangi ketergantungan pada produk luar negeri melalui penggantian dengan produksi dalam negeri (Rahmawati, dkk, 2022). Ketika pemerintah memfokuskan pada penguatan produksi lokal, industri halal dalam negeri memiliki kesempatan emas untuk tumbuh dan menghasilkan produk-produk berkualitas tinggi yang tidak hanya mencukupi permintaan pasar dalam negeri, tetapi juga berpotensi besar untuk dipasarkan secara global. Dengan adanya dukungan dari pemerintah terhadap peningkatan daya saing produk lokal yang dimana termasuk termasuk produk halal, Indonesia dapat memperluas jangkauan ekspornya ke berbagai negara dengan memanfaatkan permintaan global yang terus meningkat terhadap produk-produk halal yang terjamin kualitas dan kehalalannya. Kebijakan substitusi impor ini dapat menjadi faktor yang kuat untuk mendorong industri halal Indonesia menjadi penguasa di pasar ekspor internasional.
3) Terbentuknya badan bernama Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) (Maulana & Zulfahmi, 2022). Pembentukan Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) secara nyata berkontribusi dalam memicu

peluang ekspor produk halal dari Indonesia. Sebagai lembaga yang secara khusus menangani pengembangan sektor ekonomi dan keuangan syariah di tingkat nasional, KNEKS memberikan panduan strategis serta dukungan regulasi yang substansial bagi kemajuan industri halal, termasuk aktivitas ekspornya. Dengan adanya koordinasi antar berbagai sektor dan penyusunan kebijakan yang menyeluruh, KNEKS berpotensi untuk memperkuat dan memperkokoh keseluruhan sistem halal di Indonesia, dari proses produksi hingga distribusi. Kondisi ini akan meningkatkan kemampuan bersaing produk halal Indonesia di pasar internasional, memperluas jangkauan pasar ekspor, dan membentuk reputasi Indonesia sebagai negara penghasil dan pengekspor produk halal yang kredibel. Oleh Peran aktif KNEKS menjadi elemen fundamental dalam mengoptimalkan potensi ekspor produk halal Indonesia.

4) Faktor Penerimaan Secara Global (Herianti, dkk, 2023). Penerimaan produk halal Indonesia di pasar internasional menjadi kunci utama dalam membuka dan memperluas jangkauan ekspor. Semakin tinggi tingkat kepercayaan dan pengakuan terhadap standar halal Indonesia di berbagai negara, semakin besar pula potensi produk halal Indonesia untuk diterima dan dikonsumsi oleh masyarakat dunia, baik

muslim maupun non-muslim yang mencari produk terjamin kualitas dan kebersihannya. Pengakuan global ini tidak hanya terbatas pada sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh lembaga berwenang di Indonesia, tetapi juga mencakup reputasi produk Indonesia secara keseluruhan, termasuk kualitas, keamanan, dan etika produksinya. Ketika produk halal Indonesia mampu memenuhi standar internasional dan mendapatkan validasi dari berbagai lembaga dan konsumen di berbagai belahan dunia, hal ini akan menghilangkan keraguan dan hambatan perdagangan. Hal ini membuat produsen Indonesia akan lebih mudah menembus pasar-pasar baru dan meningkatkan volume ekspor mereka.

c. Tantangan

1) Kenaikan permintaan dari konsumen Muslim dan non-Muslim mengindikasikan adanya pergeseran penting dalam pilihan belanja masyarakat (Ernayani & Firman, 2024). Kenaikan permintaan produk halal dari konsumen Muslim dan non-Muslim ini menghadirkan tantangan sekaligus peluang bagi kegiatan ekspor produk halal Indonesia. Indonesia perlu memperhatikan kemampuan kapasitas produksi dalam negeri memenuhi lonjakan permintaan tersebut, baik dari segi volume maupun kualitas. Peningkatan permintaan juga menuntut adanya standarisasi dan sertifikasi halal yang diakui secara

internasional agar produk Indonesia dapat diterima di berbagai pasar dengan lancar. Negara-negara lain juga menyadari potensi besar pasar halal dan berlomba-lomba untuk meningkatkan ekspor produk halal mereka. Tantangan ini dapat diatasi apabila Indonesia dapat memanfaatkan dan memaksimalkan peluang Penerimaan produk halal Indonesia di pasar internasional

2) Terhambatnya penetapan status BLU untuk BPJPH yang disebabkan oleh belum adanya Peraturan Menteri Keuangan (PMK) yang mengatur tarif layanan mereka (Rahmawati, dkk, 2022). BPJPH memiliki peran penting dalam mengeluarkan sertifikasi halal yang diakui secara nasional, yang menjadi salah satu hal penting bagi produk Indonesia untuk dapat bersaing dan diterima di pasar global. Tanpa kejelasan status BLU dan tarif layanan, operasional BPJPH menjadi tidak optimal dalam hal efisiensi proses sertifikasi halal. Proses sertifikasi halal bagi produk ekspor Indonesia dapat tertunda atau menjadi lebih rumit dan mahal jika BPJPH belum dapat beroperasi secara maksimal karena isu tarif dan status BLU. Hal ini akan mengurangi daya saing produk halal Indonesia di pasar internasional, terutama dalam menghadapi negara-negara lain yang memiliki sistem sertifikasi halal yang lebih mapan dan efisien. Ketidakpastian mengenai tarif layanan

BPJPH juga dapat menimbulkan biaya tambahan atau ketidakpastian biaya bagi pelaku usaha, termasuk eksportir produk halal. Hal ini dapat menghambat perencanaan biaya ekspor dan mengurangi margin keuntungan. Tantangan ini dapat diredam dengan memaksimalkan keunggulan komparataif ekspor produk halal Indonesia yang mulai menggunakan teknologi seperti IoT dan Blockchain untuk memeberikan transparansi serta efisiensi pada validasi kehalalan suatu produknya.

3) Pemahaman tentang persaingan di kalangan masyarakat Indonesia masih belum tinggi (Herianti, dkk, 2023). Pemahaman yang kurang mendalam mengenai persaingan global dapat menyebabkan kurangnya inovasi dan adaptasi produk halal Indonesia terhadap preferensi konsumen internasional yang beragam. Jika produsen dan masyarakat umum tidak menyadari tren produk halal di negara lain, standar kualitas yang ditetapkan kompetitor, atau strategi pemasaran yang efektif digunakan oleh pesaing, maka produk Indonesia berpotensi tertinggal dan kurang menarik di mata konsumen global. Kurangnya pemahaman tentang persaingan juga dapat menghambat upaya penetrasi pasar ekspor yang efektif. Pengetahuan tentang regulasi perdagangan internasional, preferensi budaya konsumen di negara tujuan

ekspor, serta strategi pemasaran yang tepat sasaran sangat dibutuhkan untuk menembus pasar global. Jika masyarakat Indonesia tidak memiliki pemahaman yang memadai tentang dinamika persaingan di pasar ekspor maka upaya untuk mengembangkan pasar ekspor produk halal Indonesia bisa menjadi kurang terarah dan tidak efektif. Untuk mengatasi rendahnya pemahaman masyarakat Indonesia tentang persaingan dalam konteks ekspor produk halal maka diperlukan upaya edukasi dan sosialisasi yang berkelanjutan dan menyasar berbagai lapisan masyarakat. Dimulai dengan pengadaan program-program penyuluhan, seminar, dan lokakarya oleh pemerintah yang bekerja sama dengan kementerian dan lembaga terkait, dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai pentingnya daya saing global, tren pasar halal internasional, standar kualitas yang berlaku, serta strategi pemasaran yang efektif. Media massa dan platform digital juga dapat dimanfaatkan secara optimal untuk menyebarkan informasi dan kisah sukses eksportir Indonesia agar dapat menginspirasi pelaku usaha lainnya.

4) Kinerja Sistem Informasi Halal dalam menunjang pelayanan Jaminan Produk Halal (JPH) belum mencapai potensi penuhnya. (Rahmawati, dkk, 2022). Belum optimalnya kinerja Sistem Informasi Halal (SIHALAL) dalam menunjang

pelayanan Jaminan Produk Halal (JPH) menjadi sebuah tantangan signifikan bagi kegiatan ekspor produk halal Indonesia. SIHALAL seharusnya menjadi tulang punggung dalam memfasilitasi proses sertifikasi halal yang melalui proses pendaftaran, pengajuan dokumen, hingga penerbitan sertifikat. Jika sistem ini belum berfungsi secara maksimal, akan timbul berbagai masalah yang menghambat kelancaran dan kecepatan proses sertifikasi. Eksportir produk halal seringkali dihadapkan pada tenggat waktu pengiriman dan persyaratan sertifikasi dari negara tujuan. Jika SIHALAL tidak berjalan dengan lancar, proses sertifikasi bisa memakan waktu lebih lama, menyebabkan penundaan pengiriman, hilangnya peluang pasar, bahkan potensi pembatalan pesanan. Hal ini tentu merugikan eksportir dan citra produk halal Indonesia di mata pembeli internasional. Peningkatan kinerja Sistem Informasi Halal (SIHALAL) dapat dilakukan dengan pelaksanaan audit menyeluruh terhadap infrastruktur teknologi yang ada, mencari dan memperbaiki penyebab utama kelambatan dan gangguan sistem (*bottleneck* dan perangkat usang), serta meningkatkan kemampuan sistem (kapasitas server dan basis data) agar lebih cepat dan stabil dalam merespons permintaan pengguna.

Indonesia memiliki potensi ekspor produk halal yang sangat besar, hal ini dapat dilihat dari kinerja neraca perdagangan yang menunjukkan surplus signifikan sepanjang tahun 2022 hingga 2024. Ekspor produk halal memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap surplus neraca perdagangan Indonesia dibandingkan dengan sektor non-halal karena karakter industri halal yang cenderung lebih efisien dan berbasis pada sumber daya lokal. Produk-produk seperti makanan dan minuman halal, busana muslim, farmasi, serta kosmetik umumnya menggunakan bahan baku dalam negeri, seperti kelapa sawit, hasil laut, rempah-rempah, tekstil lokal, dan tanaman herbal. Kondisi ini menyebabkan ketergantungan terhadap bahan impor menjadi sangat rendah, sehingga biaya produksi dapat ditekan dan defisit perdagangan pun minim. Di sisi lain, permintaan internasional terhadap produk halal terus tumbuh, terutama dari negara-negara dengan populasi muslim yang besar. Oleh karena itu, meskipun nilai ekspor sektor halal secara keseluruhan masih lebih kecil dibandingkan sektor non-halal, namun surplus perdagangan yang dihasilkan justru lebih besar secara proporsional.

Sebaliknya, sektor non-halal (khususnya non-migas) meskipun mencatatkan nilai ekspor yang tinggi, tetap dibarengi dengan volume impor yang besar, terutama untuk bahan baku, mesin, dan barang modal dari luar negeri. Industri seperti pertambangan, otomotif, elektronik, dan baja memiliki ketergantungan tinggi terhadap teknologi serta komponen asing, sehingga kontribusi nilai tambah dalam negeri menjadi lebih rendah. Akibatnya, kinerja neraca

perdagangan sektor ini tidak sekuat sektor halal. Karena memiliki efisiensi yang lebih tinggi dan memanfaatkan kandungan lokal secara maksimal, ekspor dari sektor halal secara bersih memberikan keuntungan yang lebih besar bagi perekonomian nasional dibandingkan dengan sektor lainnya.