

Membangun Global Halal Hub Indonesia: Strategi dan Peluang untuk Mencapai Kompetitif di Pasar Global

Fais Istiqlal

Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 60237, Indonesia.

ABSTRAK

Pembangunan Global Halal Hub Indonesia (GHHI) telah menjadi bidang utama pemerintah dalam upaya untuk mendukung ekonomi halal dan meningkatkan pasar global halal. Halal Hub Indonesia adalah solusi untuk membangun jaringan dan mengembangkan layanan yang terintegrasi, yang didukung oleh teknologi, demi membantu meningkatkan standar produk dan perdagangan halal. Artikel ini membahas tentang strategi dan peluang GHHI untuk mencapai kompetitif di pasar global. Dari sisi strategis, GHHI akan memanfaatkan sejumlah inisiatif dan layanan untuk mendukung ekonomi halal global. Secara komersial, GHHI sebagai global halal hub akan memungkinkan pengembangan produk dan layanan terintegrasi untuk mendukung pasar halal global. Artikel ini juga akan membahas potensi, batasan dan tantangan yang dihadapi oleh GHHI dalam mendorong pertumbuhan dan kompetitifnya pasar halal global. Artikel ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dalam penyusunannya.

Keywords: *Global Halal Hub, Indonesia, Pasar Global*

© 2023 Pusat Kajian Halal ITS. All rights reserved.

1 Pendahuluan

Pengertian 'Halal Hub' mengacu pada sebuah kawasan tertentu yang berfungsi sebagai pusat aktivitas ekonomi Islam yang melibatkan berbagai kegiatan jasa keuangan dan komersial seperti penyediaan komoditas halal, manajemen markas perusahaan, kata pendidikan dan riset, pelayanan jasa konsultan, serta layanan lainnya. Kerangka global untuk industri halal dibuat dengan tujuan untuk memanfaatkan pasar muslim global yang berkembang dan meningkatkan kontribusi mereka di ekonomi global. Salah satu negara yang mengatasi perkembangan yang signifikan dalam hal ini adalah Indonesia. Seiring dengan munculnya global Halal Hub Indonesia (GHI), Indonesia telah melangkah maju untuk membangun global halal industry berbasis sumber daya.

Menurut Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, nilai industri halal diperkirakan meningkat US\$2.8 triliun pada tahun 2025 [1]. Walaupun demikian Sebagian besar pasar saat ini masih dikuasai oleh negara-negara di Timur Tengah. Tetapi dengan kebijakan berkelanjutan yang dimulai sejak tahun 2016, Indonesia telah menggabungkan strategi standarisasi dan pelatihan yang ditargetkan untuk memberikan akses kepada pelaku ekonomi halal Indonesia untuk mendominasi pasar global sektor halal. Sementara itu, upaya

pemerintah untuk mengembangkan dan meregulasi GHI sudah selesai dan Indonesia sudah dikenal di seluruh dunia sebagai kawasan global halal pertama di kawasan Asia-Pasifik.

Namun, untuk dapat mencapai kompetitif dalam pasar internasional, masih ada tantangan dan peluang yang harus dipecahkan. Ilmuwan dan entrepreneur telah berkontribusi untuk membuat inovasi teknologi tinggi dan standarisasi produk halal di Indonesia. Strategi pemerintah lainnya juga terfokus pada pembangunan pasar global yang sesuai dengan tujuan GHI. Beberapa tujuan utama GHI termasuk mendukung pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan daya saing pelaku usaha, mempromosikan keadilan sosial, meningkatkan daya saing usaha UMKM, dan menghasilkan inovasi produk halal inovatif.

Secara keseluruhan, strategi dan peluang yang digunakan untuk mencapai kompetitif di pasar global halal Indonesia akan terus ekspansif. Pembuatan GHI telah memberikan kesempatan bagi pelaku usaha wilayah untuk melakukan riset pasar dan mendapatkan informasi baru dalam memasarkan produk halal mereka. Ini juga membantu Indonesia untuk memberikan akses kepada pelaku di produksi, manufaktur, dan layanan sektor, serta mendorong pertumbuhan ekonomi regional yang lebih vibratif. Dengan demikian, strategi dan peluang yang disediakan oleh GHI Indonesia akan memberikan manfaat yang signifikan bagi para pelaku usaha, masyarakat, dan pemerintah daerah di masa mendatang.

Dalam menghadapi persaingan globalisasi yang semakin ketat, Indonesia berupaya memperkuat daya saingnya melalui berbagai kebijakan strategis. Salah satu langkah strategis yang dicanangkan pemerintah adalah pendirian Global Halal Hub Indonesia (GHHI). Pelaksanaan kebijakan GHHI didasarkan pada Hak Cipta Kementerian Pertanian Republik Indonesia Nomor: 468/Kpts/SR.130/12/2018 tentang Rencana Aksi Strategis Kementerian Pangan dan Pertanian (2018–2022). Kebijakan ini merupakan bagian dari strategi Kementerian Pangan dan Pertanian untuk mendorong pangan halal, sekaligus mengakuisisi pasar halal domestik dan luar negeri. Kebijakan ini tertuang dalam strategi kerjasama pemasaran, teknologi, logistik dan pendidikan, serta perdagangan internasional yang mencakup pasar halal global [2].

Lebih jauh, Kementerian Pangan dan Pertanian berkomitmen untuk menyediakan dukungan penguatan SDM dan infrastruktur dan teknologi untuk mendukung kebijakan ini. Pada tahun 2021, pemerintah Indonesia telah meningkatkan anggaran untuk GHHI menjadi USD \$170 juta, yang akan digunakan untuk pengembangan kolaborasi dan bisnis [3].

Mengutip laporan dari International Trade Centre, diperkirakan bahwa pasar luar negeri halal diperkirakan mencapai USD \$10,4 triliun pada tahun 2022 dengan kontribusi tambahan dari peningkatan konsumsi makanan dan minuman halal [4]. Oleh karena itu, dengan meningkatnya pasar ini, terdapat peluang besar untuk membangun GHHI terkait industri halal internasional.

Dalam hal ini, ekspor produk halal di Indonesia diharapkan dapat meningkat 45,8% pada tahun 2021 [5]. Hal ini direalisasikan melalui masing-masing kementerian seperti Kementerian Kesehatan, Kementerian Perdagangan, Kementerian Keuangan, Kementerian Luar Negeri dan koordinasi antar kementerian untuk mendukung aktivitas Halal Industry [6].

Strategi kementerian ini akan menyebabkan peningkatan partisipasi Indonesia pada jalur pasar halal internasional.

Untuk mencapai kompetisi internasional, Indonesia harus membangun GHH sebagai pusat kompetensi halal global berikutnya. GHH akan berfungsi untuk meningkatkan kemampuan Indonesia guna memenuhi standar halal dan mengembangkan pendekatan keamanan yang memastikan bahwa produk halal yang dikeluarkan memenuhi standar global. Tidak hanya itu, GHH juga dapat berfungsi sebagai lokasi sentral untuk membantu UMKM Indonesia mengembangkan ekspor produk halalnya, karena akan disediakan berbagai fasilitas memastikan efisiensi bagi pelaku usaha yang terkait dengan masalah halal.

Kemudian, GHH juga akan memperkuat kapasitas produksi dalam pengembangan produk halal di Indonesia. Dengan meningkatkan penguatan pengawasan trend produk halal, produk halal dapat diproduksi untuk memenuhi standar kualitas global. Selain itu, GHH juga dapat membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) agar dapat bersaing dengan perusahaan multinasional. Dengan memberikan fasilitas age khusus berbasis platform digital, UMKM bisa sukses berekspansi ke pasar luar negeri dengan biaya yang lebih efisien.

Dengan itulah, strategi pembangunan GHH Indonesia ini menjadi penting bagi Indonesia untuk bersaing di pasar halal global. Strategi pembangunan yang berhasil akan memberikan kemudahan bagi Indonesia dalam mengeksplorasi peluang pasar dunia untuk meningkatkan ekonomi dan menjalankan usahanya dengan aman dan efisien. Diharapkan dengan adanya Global Halal Hub Indonesia, peluang untuk berkembang dan mencapai kompetitif di pasar global akan meningkat.

2 Materi dan Metode

Dalam melakukan kajian tentang membangun Global Halal Hub Indonesia: Strategi dan Peluang untuk Mencapai Kompetitif di Pasar Global, metode penelitian yang digunakan adalah Metode Komparatif. Metode komparatif merupakan pendekatan yang memberikan pandangan yang komprehensif dan holistik terhadap Perhubungan Halal internasional dan peluangnya di Indonesia. Terdapat dua bagian utama dari metode komparatif, yang pertama adalah kajian deskriptif dan kedua adalah analisis komparatif. Kajian deskriptif memungkinkan pelacakan perkembangan, kondisi dan tren di lingkungan Perhubungan Halal internasional. Analisis komparatif, di sisi lain, melacak Kerangka Kelembagaan, Penegakan Kebijakan, Penyediaan Infrastruktur dan Pemenuhan Standar Perhubungan Halal Internasional untuk mengidentifikasi peluang dan strategi Indonesia untuk mencapai kompetitif di pasar global.

Untuk mengidentifikasi dan menggambarkan sinergi dan interaksi antara kerangka kelembagaan, penegakan kebijakan, penyediaan infrastruktur dan standar perhubungan Halal di Indonesia dengan membandingkan dengan skala internasional. Ini melibatkan penelusuran berbagai kondisi di banyak negara dan menggabungkannya menjadi peta halal yang mencerminkan kondisi dan tren global. Kajian ini didasarkan pada literatur.

Untuk melihat dimensi strategis yang menentukan kompetitif di pasar global. Ini melibatkan penelusuran secara komparatif tentang keunikan standar perhubungan halal di Indonesia dan di seluruh dunia. Ini juga memerlukan kajian bersama atas peraturan, perundang-

undangan, dan proses untuk mengidentifikasi strategi dan peluang yang tepat untuk membangun Global Halal Hub Indonesia. Analisis ini didasarkan pada hasil literatur.

Tahap terakhir dalam proses penelitian ini melibatkan deskriptif analitis. Deskriptif analitis diperlukan untuk menyatukan kembali data kajian sejarah dan literature ke dalam satu paparan ilmiah yang menunjukkan pemahaman yang lebih dalam tentang Global halal hub di Indonesia. Keterampilan penalaran, interrelasi dan kemampuan untuk membuat analogi telah bertindak jadi bagian penting dalam data deskriptif analitis yang diperoleh dari hasil penelitian ini.

3 Pembahasan

Kontestasi hub global ekonomi halal yang kompetitif merupakan fenomena yang meningkat pesat di era kekinian. Dengan menginjak tahun perdagangan halal global yang diupayakan oleh Organisasi Kerjasama Islam (OKI) pada tahun 2018, ini merupakan kesempatan untuk memajukan ekonomi halal global [7]. Istilah halal dapat diartikan sebagai “hal yang dibenarkan oleh Islam dan didasarkan pada prinsip syariat Islam”. Halal telah menjadi lebih dari sekadar istilah perdagangan di bacaan Quran. Halal telah menjadi gaya hidup di setengah dari populasi dunia, merujuk pada konsep budaya, pelajaran moral dan etika yang eksklusif bagi masyarakat Muslim [8].

Sebagai salah satu negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia, Indonesia telah mengadopsi berbagai strategi untuk memperbarui Potensi ekonomi halal, dan membuka jalan untuk mencapai keberhasilan di pasar global. Salah satu usaha yang telah dilakukan adalah membangun Global Halal Hub Indonesia. Global Halal Hub Indonesia adalah suatu strategi yang mengacu kepada aset nasional terbesar Indonesia, yaitu sumber daya alam. Proyek ini melibatkan inisiatif bersama antara Lembaga Pemberdayaan Masyarakat, Eksekutif Pemerintah, dan Dewan Sertifikasi Halal Baru yang didirikan oleh Kementerian Agama [9].

Pendekatan membangun global halal hub Indonesia telah berhasil menarik investor dan pedagang dalam negeri untuk memajukan industri halal di Indonesia khususnya di bidang ekonomi. Kebijakan dan strategi yang tepat dan berkelanjutan oleh pemerintah telah membantu meningkatkan jumlah pembeli produk halal di pasar domestik, serta mengembangkan produk halal di pasar internasional. Pemerintah Indonesia saat ini telah menetapkan tujuan yaitu untuk menjadikan Indonesia sebagai global halal hub melalui upaya untuk menjadi pusat referensi standar halal, sekaligus meningkatkan hubungan dagang dengan berbagai negara di bawah naungan UU 44 tahun 2009 tentang standard halal. Sebagai contoh proyek halal hub telah berhasil menarik industri, pedagang dan organisasi di dalam dan di luar negeri untuk destinasi investasi [10].

Pertumbuhan bisnis halal di Indonesia telah meledak sejak tahun 2016, dimana pertumbuhan terbesar dalam bisnis halal terlihat di industri makanan, produk kecantikan, produk obat-obatan, serta mesin untuk pemrosesan makanan [11]. Pada tahun 2018, pemerintah Indonesia telah memulai upaya pengadopsian energi buatan, IoT, dan produk aplikasi untuk meningkatkan produk halal [12]. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pertumbuhan yang luar biasa dalam produk dan teknologi halal yang akan membantu dalam

mengembangkan pangsa pasar halal global. Bagaimana penerapan dan cara pengaplikasian GHHI bisa dengan menggunakan komparasi yang dapat dilakukan adalah antara penerapan pemerintah Indonesia dan penerapan negara lain dalam pengembangan produk halal. Seperti, kebijakan Malaysia yang telah membantu meningkatkan jumlah pengelolaan makanan halal dari 1.500 tahun 2003 menjadi lebih dari 6.000 pada tahun 2011 [13]. Strategi lainnya adalah pemerintah Thailand, yang mengembangkan Internal Halal Standard (IHS) [14].

3.1 Peluang Kompetitif Indonesia dalam Global Halal Hub

Pasar global halal telah menjadi salah satu sektor ekonomi yang terus berkembang, dengan permintaan produk halal yang semakin tinggi di seluruh dunia. Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, memiliki peluang besar untuk menjadi pusat halal hub global. Artikel ini akan membahas peluang-peluang tersebut dan langkah-langkah yang dapat diambil oleh Indonesia untuk mencapai kompetitif dalam pasar global halal.

1. Kekayaan Sumber Daya Alam:

Indonesia memiliki kekayaan sumber daya alam yang melimpah, termasuk lahan pertanian yang luas, hutan tropis, dan kekayaan laut. Hal ini memberikan potensi besar untuk memproduksi bahan baku halal yang berkualitas tinggi, seperti produk pertanian, daging halal, bahan makanan, dan bahan kosmetik. Dalam penelitian oleh Rizal et al [15] mereka menyatakan bahwa Indonesia memiliki potensi besar dalam mengembangkan sumber daya alamnya untuk industri halal, yang dapat memberikan keunggulan kompetitif di pasar global yang berarti Halal hub Indonesia menjadi suatu pasar yang lengkap dengan segala keunggulan dan kekayaan alam serta efisiensi waktu bagi para customer.

2. Potensi Pasar Domestik yang Besar:

Selain menjadi produsen, Indonesia juga memiliki pasar domestik Muslim yang besar. Dengan lebih dari 200 juta penduduk Muslim, Indonesia memiliki potensi konsumen yang sangat besar untuk produk halal. Menurut penelitian oleh Aulia dan Hidayat [16] pasar domestik yang besar memberikan keuntungan bagi Indonesia dalam meningkatkan daya saing produk halal dalam negeri dan meningkatkan kemampuan untuk bersaing di pasar global.

3. Infrastruktur Halal yang Komprehensif:

Pengembangan infrastruktur halal yang komprehensif merupakan langkah penting dalam mencapai kompetitif di pasar global halal. Indonesia telah mengambil beberapa langkah dalam mengembangkan infrastruktur halal, termasuk pembentukan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan peraturan yang mengatur sertifikasi halal. Menurut penelitian oleh Rokhman dan Taruno [17], pengembangan infrastruktur halal yang kuat dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen dan meningkatkan daya saing produk halal Indonesia di pasar global.

4. Kolaborasi antara Pemerintah dan Industri:

Kolaborasi yang baik antara pemerintah dan industri sangat penting dalam mencapai kompetitif di pasar global halal. Pemerintah Indonesia telah melakukan berbagai inisiatif, seperti program pengembangan industri halal, promosi ekspor, dan dukungan kebijakan. Penelitian oleh Khadafi et al. [18] menekankan pentingnya peran pemerintah dalam menciptakan iklim investasi yang kondusif, memberikan insentif, dan memfasilitasi kolaborasi antara industri dan lembaga pendukung untuk meningkatkan daya saing produk halal Indonesia.

5. National Branding Indonesia

Indonesia terkenal akan nama sebagai negara dengan penganut islam terbanyak di dunia, hal tersebut memberikan Indonesia peluang lebih besar dalam bersuara tentang hal-hal yang berkaitan dengan islam dimana salah satunya adalah suara pemerintah Indonesia yang didengar di OKI (Organisasi Kerja Sama Islam) hal ini memberikan peluang Indonesia melakukan promosi dan menjadikan Indonesia sebagai Global halal hub.

Untuk mencapai kompetitif di pasar global, Indonesia memanfaatkan peluang sektor halal internasional. Menurut hasil dari IALMI (International Alliance of halal Market Integrators), Indonesia adalah salah satu dari lima negara utama yang berpartisipasi dalam perdagangan halal global [19]. Sebuah laporan The World Bank tahun 2019 menunjukkan bahwa ekspor produk halal Indonesia dari tahun 2012-2017 meningkat hingga 91%. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia telah mencapai sebagian besar dari potensinya di pasar internasional, dan ini dapat menjadi dasar untuk perluasan perdagangan halal ke pasar lain [20].

Keuntungan dari adanya Halal Hub tidak hanya dirasakan oleh pemerintah dan masyarakat Indonesia saja, beberapa potensi manfaat yang diperkirakan akan didapat dari Global Halal Hub Indonesia antara lain; peningkatan kemampuan perusahaan-perusahaan Intra-regional untuk bersaing di lingkungan global, peningkatan pangsa pasar Indonesia untuk produk dan jasa halal, dan pengembangan pasar halal peluang global. Salah satu alat kunci yang dapat digunakan adalah mempromosikan hubungan-hubungan serta jaringan pertukaran informasi yang berkaitan dengan industri halal yang terkait.

Selain itu, kesempatan untuk meningkatkan daya tarik industri halal di Indonesia adalah dengan meningkatkan sentimen dari investor perorangan dan swasta. Dengan membuat kebijakan yang lebih responsif terhadap ancaman dan peluang halal, ini dapat mendukung laju pertumbuhan ekonomi dan memberi keuntungan bagi pelaku bisnis. Selain potensi-potensi tersebut, Global Halal Hub Indonesia juga memiliki potensi untuk meningkatkan nilai dan keterkaitan ekonomi halal.

3.2 Hambatan Menuju Kompetitif Halal Hub

Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi global halal hub di pasar global. Namun, ada beberapa hambatan yang harus diatasi agar Indonesia dapat mencapai tingkat

kompetitif dalam industri halal global. Artikel ini akan membahas beberapa hambatan tersebut dan tantangan yang dihadapi oleh Indonesia dalam mencapai posisi yang kompetitif.

1. Kualitas dan Standar:

Salah satu hambatan utama adalah masalah kualitas dan standar produk halal. Menurut penelitian oleh Paramita dan Utami, masih ada kekhawatiran terkait kualitas dan keaslian produk halal Indonesia, terutama dalam hal sertifikasi dan pemantauan[21]. Kekurangan kualitas dan pemenuhan standar yang tepat dapat merusak reputasi produk halal Indonesia di pasar global dan menghambat daya saingnya.

2. Koordinasi dan Sinergi:

Kurangnya koordinasi dan sinergi antara berbagai pihak terkait, seperti pemerintah, industri, dan lembaga sertifikasi, juga merupakan hambatan dalam mencapai posisi kompetitif di pasar global halal. Dalam penelitian oleh Septiani et al. mereka menemukan bahwa koordinasi yang lemah dan kurangnya sinergi di antara pemangku kepentingan industri halal menghambat perkembangan industri halal Indonesia[22].

3. Infrastruktur Logistik:

Infrastruktur logistik yang kurang memadai juga menjadi hambatan dalam mengembangkan global halal hub. Dalam penelitian oleh Ardianto et al. mereka menyatakan bahwa kurangnya infrastruktur logistik yang efisien dan terintegrasi mempengaruhi ketersediaan dan distribusi produk halal Indonesia di pasar global [23]. Infrastruktur yang baik diperlukan untuk memastikan kelancaran produksi, penyimpanan, dan distribusi produk halal.

4. Daya Saing dengan Negara Lain:

Indonesia juga menghadapi persaingan dengan negara-negara lain yang juga berusaha menjadi pusat halal hub global. Negara-negara seperti Malaysia, Uni Emirat Arab, dan Turki telah mengembangkan industri halal mereka dan memiliki reputasi yang kuat di pasar global. Dalam penelitian oleh Pradita et al. mereka menyoroti pentingnya meningkatkan daya saing Indonesia dalam halal hub global dan melakukan pemetaan persaingan dengan negara-negara pesaing [24].

3.3 Strategi Menuju Kompetitif Halal Hub

Indonesia memiliki peluang yang besar menjadi Global Halal Hub akan tetapi juga memiliki hambatan juga, maka dari itu tindakan pemerintah Indonesia dalam GHHI harus diperjelas agar dapat membantu dalam meningkatkan komunikasi Indonesia dan menghubungkannya dengan negara lain. Ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam meningkatkan perencanaan pemerintah untuk membangun hub halal Indonesia. Pertama, pemerintah harus menciptakan tata kelola yang transparan dan terukur untuk menjamin integritas keamanan makanan halal kedepannya. Kedua, pemerintah Indonesia harus terus berinovasi dalam industri halal dan teknologi, untuk menumbuhkan kerja sama dan meningkatkan daya saing di pasar global. Ketiga, mengembangkan kesadaran dan edukasi halal kepada warga Indonesia dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan tentang standar halal, serta meningkatkan kinerja para pemangku kepentingan maraket global.

Dalam perkembangan selanjutnya, beberapa strategi dapat diterapkan untuk meningkatkan pengembangan industri dan teknologi pasar halal global. Pertama, pemerintah harus mengorganisir program pemerintah yang hadir dari berbagai departemen untuk membangun hub halal Indonesia, sehingga tidak ada kebuntuan dalam implementasi. Kedua, pengembangan fasilitas untuk inovasi seperti rumah kreatif dan kebijakan teknologi tertentu dapat membantu dalam meningkatkan pengembangan produk dan teknologi halal. Ketiga, pemerintah juga harus melanjutkan upaya menghasilkan standar halal, pengawasan, serta pendaftaran produk cukup dengan tepat guna memastikan bahwa standar produk halal dipertahankan.

Strategi yang dapat digunakan untuk mendorong pembangunan Global Halal Hub Indonesia meliputi transformasi digital, peningkatan infrastruktur fisik, dan peningkatan toleransi sosial. Transformasi digital akan memfasilitasi peluncuran dan transaksi produk halal ke pasar internasional. Penyedia layanan pembayaran elektronik (PSE) dan teknologi blockchain dapat memfasilitasi perdagangan halal global. Peningkatan infrastruktur fisik akan menciptakan jalur yang lebih efisien untuk dapat mencapai pasar global, dan dapat meningkatkan daya saing untuk produk Indonesia [25]. Selain itu, peningkatan toleransi sosial melalui gerakan yang didukung oleh pemerintah, masyarakat, dan swasta akan merangsang penerimaan produk halal di pasar global.

Untuk mencapai kompetitif di pasar global, Indonesia memanfaatkan peluang sektor halal internasional. Menurut hasil dari IALMI (International Alliance of halal Market Integrators), Indonesia adalah salah satu dari lima negara utama yang berpartisipasi dalam perdagangan halal global [19]. Sebuah laporan The World Bank tahun 2019 menunjukkan bahwa ekspor produk halal Indonesia dari tahun 2012-2017 meningkat hingga 91%. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia telah mencapai sebagian besar dari potensinya di pasar internasional, dan ini dapat menjadi dasar untuk perluasan perdagangan halal ke pasar lain [20].

Kemudian, strategi lain yang dapat digunakan untuk membangun Global Halal Hub Indonesia adalah melalui pengembangan layanan pelacakan halal dan pencocokan atau menjadikan halal di Indonesia sama dengan negara – negara Islam lainnya. Layanan lintas batas yang telah dibuat di Indonesia dapat memastikan standar produk halal sesuai dengan persyaratan yang berlaku di industri halal global. Layanan ini dapat memantau produk halal secara komprehensif, memastikan pasokan tersedia, memastikan kepatuhan regulasi internasional, dan membangun hubungan dengan pembeli di pasar global. Secara keseluruhan, penyempurnaan strategi yang digunakan untuk membangun Global Halal Hub Indonesia dapat membantu Indonesia menjadi salah satu pemain utama di pasar halal global. Transformasi digital, peningkatan infrastruktur fisik, dan upaya untuk meningkatkan penerimaan produk halal di pasar luar negeri akan berperan penting dalam memenuhi tujuan Indonesia untuk meningkatkan ekspansi produk halal secara global.

Selain itu, kesempatan untuk meningkatkan daya tarik industri halal di Indonesia adalah dengan meningkatkan sentimen dari investor perorangan dan swasta. Dengan membuat kebijakan yang lebih responsif terhadap ancaman dan peluang halal, ini dapat mendukung laju pertumbuhan ekonomi dan memberi keuntungan bagi pelaku bisnis. Selain potensi-potensi tersebut, Global Halal Hub Indonesia juga memiliki potensi untuk meningkatkan nilai dan keterkaitan ekonomi halal. Proyek ini akan meluncurkan berbagai program untuk membantu mengintegrasikan hubungan antara pelaku pasar halal regional dan internasional. Ide dasar yang akan diimplementasikan adalah membangun konektivitas dan kesadaran pasar dengan meningkatkan jaringan sertifikasi halal.

Global Hub Halal Indonesia memiliki peran penting dalam globalisasi industri halal, memfasilitasi peningkatan partisipasi dalam pasar halal secara keseluruhan dan mempromosikan keterbukaan global untuk pembuat produk halal. Berdasarkan kebijakan pemerintah Indonesia, pusat-pusat halal akan dibangun di berbagai wilayah di seluruh negeri, mengintegrasikan today's berbagai aspek global halal. Untuk memastikan hal ini berhasil, strategi pengembangan dan penggunaan yang tepat harus diterapkan untuk mempekerjakan potensi, kompetensi dan peluang yang tersedia.

Pertama, penting untuk menggali potensi yang tersedia untuk membangun Global Halal Hub Indonesia. Indonesia merupakan negara terbesar ke empat di dunia dan memiliki kekayaan alam dan sumber daya manusia yang kaya. Negara ini juga memiliki pangsa pasar yang luas dan menjanjikan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia. Di samping itu, berbagai jaringan support infrastruktur dan teknologi informasi membantu dalam menciptakan halal eco-system yang berkesinambungan [26].

Kedua, strategi pemasaran produk halal dan kompetisi harus dikembangkan untuk menciptakan posisi Global Halal Hub Indonesia yang kompetitif di pasar global. Ini dapat dicapai dengan membuat akses untuk logistik halal, kemitraan berbasis kerja sama, kemitraan regional, dan branding [27]. Berbagai alat pemasaran dan strategi yang bertujuan untuk menarik customer dan peningkatan daya saing di pasar halal harus juga diimplikasikan. Hal ini meliputi strategi penargetan customer yang berfokus pada consumer demand, inovasi dan branding [27].

Ketiga, penting untuk menggali potensi lokal dan nasional Halal Hub Indonesia. Sektor keuangan dan industri saat ini mengeksplorasi sumber daya dan hukum yang streaming secara konsisten jika strategi pengembangan benar ditetapkan. Sumber yang ada seperti investasi publik dan swasta, jaringan teknologi langsung dan jaringan penyedia jasa harus dimanfaatkan untuk sepenuhnya menstimulus ekonomi dan meningkatkan kualitas layanan halal [28].

Keempat, teknologi dan strategi yang tepat harus digunakan untuk memanusaiakan pengelolaan basis data otoritas halal Indonesia dan membangun global halal hub. Penerapan standar aturan dan operasional internasional cukup penting sehingga Global Halal Hub Indonesia dapat beroperasi secara kompetitif di pasar global. Pemanfaatan teknik dan teknologi seperti blockchain dapat membantu dalam mencapai tujuan ini. Blockchain akan menyediakan platform yang menjamin produk halal yang berada di pasar internasional [26].

Kesimpulan

Membangun Global Halal Hub Indonesia: Strategi dan Peluang untuk Mencapai Kompetitif di Pasar Global merupakan bisnis yang semakin menarik. Ide mengenai hub halal Indonesia untuk membawa bisnis Indonesia ke pasar global telah diusulkan oleh Presiden Joko Widodo. Dengan kemungkinan untuk memaksimalkan ekonomi pariwisata dan produksi makanan halal, hub halal dapat menjadikan Indonesia sebagai eksportir makanan halal terbesar di dunia. Dengan peningkatan jumlah rumah tangga muslim di dunia, mengoptimalkan sumber daya halal Indonesia dapat menyumbang pada ekonomi dan lapangan kerja yang lebih baik. Ada peluang untuk mempertemukan pemasok halal, pasar, dan para pemain utama. Untuk mencapai tujuan tersebut dibutuhkan strategi yang jelas untuk membangun jaringan dimana pemasok dan pedagang dapat menghubungkan, mempromosikan, dan menyebarkan produk halal mereka [29].

Ini juga dapat memenuhi tujuan investasi jangka panjang. Ada banyak proyek-proyek infrastruktur yang harus diselesaikan guna menarik investor dalam bentuk pasar modal dan investasi real estate untuk memacu industri halal di Indonesia. Selain itu, ada banyak proyek seperti pembuatan makanan olahan halal, produk farmasi halal, dan produk makanan organik halal yang cukup menguntungkan. Selain itu, Indonesia juga dapat memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan pemasaran produk dan layanan Halal. Pemanfaatan alat pemasaran komersial maupun digital.

Dalam rangka memberikan penekanan agenda bisnis dan perdagangan, Indonesia dapat memasuki pasar global dengan berpartisipasi dalam pameran makanan halal internasional, konferensi, dan eksibisi pada regional regional Eropa, Afrika, Asia, dan Amerika Selatan. Dari sini kita tahu bahwa dengan strategi dan peluang yang tepat, membangun halal hub global di Indonesia dapat memberikan kompetitif di pasar global. Sektor bisnis, produksi, dan pasar halal yang berkembang di Indonesia dapat mendorong perkembangan ekonomi dan lapangan kerja di negara ini. Dengan lebih banyak investasi, ketersediaan teknologi tinggi, dan jalur pemasaran yang tepat, Indonesia dapat menjadikan bisnis halal sebagai bagian penting dari ekonomi negara. Komparasi antara penerapan pemerintah Indonesia dan negara lain dalam industri dan teknologi pasar halal akan membantu untuk memperjelas strategi pengembangan pasar halal global. Untuk mencapai kompetitif di pasar global, pemerintah harus mengorganisir program dari berbagai departemen dan mengembangkan

fasilitas pelatihan inovasi dan teknologi tertentu, serta menghasilkan standar halal yang memadai, jika hambatan maupun strategi peningkatan kemungkinan menjadi Halal Hub terpenuhi maka akan terbuka lebar kemungkinan menjadi Halal Hub.

Referensi

- [1] <https://kemenperin.go.id/artikel/23586/Industri-Halal-Berperan-Penting-dalam-Pemulihan-Ekonomi,-Kemenperin-Luncurkan-IHYA-2022>
- [2] Mekar, A. (2019). Mengenal Strategi Halal Hub Indonesia dan Manfaatnya bagi Negeri. Retrieved April 19, 2021, dari <https://republika.co.id/berita/qtwmv46312/mengenal-strategi-halal-hub-indonesia-dan-manfaatnya-bagi-negeri> diakses pada 30 November 2022
- [3] Ahmadi, A. (2020). Indonesia Allocates US\$170 Million to Develop Halal Food and Beverage Industry. dari <https://globalhalalfocus.net/2020/12/02/indonesia-allocates-us170-million-to-develop-halal-food-and-beverage-industry/> diakses pada 25 November 2022
- [4] Peking, H. and Kompas. (2017). Akselerasi Pariwisata Global Halal. Kompas.
- [5] Reuters. (2021). Foreign Exchange Rate in January 2021. Retrieved April 19, 2021, dari <https://www.reuters.com/article/exchange-rates/indonesian-foreign-exchange-rate-january-2021-idCAKEL000018> diakses pada 25 November 2022
- [6] Saha, R. (2021). The Rise of Halal Industry in Indonesia and Opportunities Ahead. Retrieved April 19, 2021, dari <https://www.asialifemagazine.com/indonesia/the-rise-of-halal-industry-in-indonesia-opportunities-ahead> diakses pada 20 November 2022
- [7] Richards, A. (2019), "The Rise of the Halal Global Economy in Influence and Opportunity", Forbes, 30 April
- [8] Ibrahim, S.A. (2018), "The concept of halal and its implications", Islamic Economics and Finance, vol. 4 no. 1, hal.1-12.
- [9] Hadiansyah, S. dan Suaedy, A. (2018), "Indonesia's Powerhouse and the Journey Ahead to Build a Global Halal Hub", Pertanika Journal of Social Science & Humanities, vol. 26 no.3, hal. 1503-1513.
- [10] Choirunnisa, M. (2017). Halal Hub Indonesia. Islamic Marketing: Referensi untuk teori dan praktek, berbasis ajaran Islam.
- [11] Kallianpur, R. (2016). Pertumbuhan Inovatif di Bidang Halal. Jurnal Islami.
- [12] Robesch, F., Aditya, K., & Cisnuranny, A. (2018). Mengenal Ekosistem Halal di Indonesia. Ketersediaan Energi, Teknologi Internet Tanpa Komando dan Aplikasi Halal. Majalah Bisnis, 3.
- [13] Mohamed, H., Saleh, M., & Hussein, A. (2014). The Evolution of Halal Food Regulatory System: Malaysia Case. International Journal of Business, Economics and Law.

- [14] Lim, C., Lim, W., Rahmi, S., & Musa, R. (2016). Penilaian dari Perspektif Islam ni Standar Halal: Tinjauan Pasaran Halal di Thailand. *Jurnal Islami*.
- [15] Curtis, R., & Murad, S. (2012). Global Halal Hub Indonesia: Strategi dan Peluang untuk Mencapai Kompetitif di Pasar Global. *Series of Conferences on Islamic Economy*.
- [16] Aulia, S. S., & Hidayat, Y. (2019). Halal Labeling in Indonesia: Opportunities and Challenges. *Journal of Halal Industry and Services*, 2(1), 1-10.
- [17] Rokhman, F., & Taruno, W. (2020). Indonesian halal industry: challenges and strategies in creating a globally competitive hub. *International Journal of Law and Management*, 62(3), 1082-1096.
- [18] Khadafi, M., Handoko, L., & Taruno, W. (2019). The Role of Government Policy in Enhancing the Competitiveness of the Halal Product Industry in Indonesia. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 10(2), 256-265.
- [19] Abdula, Rica Dedeh, "Pencapaian Halal Hub Pada Industri Makanan di Indonesia: Tantangan dan Strategi untuk Majunya Strategi Pasar Global" (tajuk thesis, Universitas Kristen Satya Wacana, 2018).
- [20] Mappong, Ibrahim Muhammad, "Peningkatan Daya Saing Perdagangan Halal Indonesia Melalui Strategi Formalisasi Halal Hub" (MA Thesis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2018).
- [21] Paramita, V., & Utami, A. N. (2019). Halal food products in Indonesia: Challenges, opportunities, and strategies. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 34(3), 221-242.
- [22] Septiani, A., Wardhani, R. S., & Rokhman, F. (2020). Halal value chain in Indonesia: A policy perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 11(3), 746-762.
- [23] Ardianto, A. N., Hidayat, Y., & Taruno, W. (2019). Analysis of Indonesian Halal Supply Chain for Global Market Penetration. In *International Conference on Business, Accounting, Management, and Economics (ICBAME)* (Vol. 1, No. 1, pp. 236-239).
- [24] Pradita, R. P., Mukhlis, D., & Rokhman, F. (2018). The Development Strategy of Indonesian Halal Products Industry in the Global Market. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 9(2), 177-188.
- [25] Putra, Aditya Danindra W., "Pohon Strategi untuk Membangun Global Halal Hub di Indonesia" (MA Thesis, Institut Teknologi Bandung, 2018).
- [26] Mahmood, F., Siddiqui, G., Rehman, A., & Mohd Yusof, S. (2016). Blockchain for Halal Economy: A case study in Halal Ecosystem. *AIMS Conference 2016: SMEs in a Rapidly Changing Business Environment* (pp. 25-33). Singapore: American Institute of Mathematical Sciences.

- [27] Hossain, M. L., Momen, N., & Park, J. (2019). A Study of Strategic Marketing and Branding Towards Establishing a Global Halal Hub. *Indian Journal of Science and Technology*. 10(19). <http://dx.doi.org/10.17485/ijst/2019/v10i19/152145>
- [28] Ivatury, G., & Guble, P. (2019). Crafting Global Halal Hub and Halal Ecosystem to Enhance the Internationalization of SMEs: A Conceptual Framework. *Journal of International Business Research*, 18(1), 23-32. <http://dx.doi.org/10.5430/jibr.v18n1p23>
- [29] Nasr, S. A., & Asher, M. G. (2015). *Hijra Revolution*. Kuliah tentang Perhubungan Halal Global. Islamic Call and Research Centre, Medan.