

Diskusi Publik

Penguatan Industri Makanan & Minuman Halal sebagai Motor Ekonomi Syariah

A. Hakam Naja

Penasehat Center for Sharia Economic Development INDEF

Jakarta, 8 Juni 2026



Top 15 Negara Skor SGIE 2025/2026

		GIEI	HALAL FOOD	ISLAMIC FINANCE	MUSLIM-FRIENDLY TRAVEL	MODEST FASHION	HALAL PHARMA AND COSMETICS	MEDIA AND RECREATION
1	Malaysia	186.1	128.6	356.2	103.6	79.1	117.5	106.6
2	United Arab Emirates	137.5	108.6	174.5	115.8	85.7	116.6	207.2
3	Saudi Arabia	107.9	63.5	218.8	111.5	32.6	47.7	40.0
4	Indonesia	96.0	83.9	113.9	92.6	113.9	72.8	87.8
5	Bahrain	76.0	52.0	133.8	143.1	20.3	13.5	25.6
6	Türkiye	69.1	62.9	80.9	101.7	84.9	48.8	23.9
7	Pakistan	64.7	66.7	109.1	42.2	22.0	44.2	11.0
8	Iran	63.5	32.6	149.4	43.4	12.5	15.6	17.1
9	Kuwait	55.8	35.3	120.0	30.3	15.8	24.4	21.3
10	Jordan	52.0	40.0	85.5	69.7	21.6	29.8	22.1
11	Singapore	50.8	57.9	15.0	65.9	66.0	74.5	83.2
12	Oman	50.2	43.2	87.4	46.0	19.1	24.9	20.6
13	Qatar	48.3	39.5	76.8	52.3	21.6	25.5	34.5
14	Maldives	46.4	40.6	73.8	86.2	5.5	17.3	12.0
15	Bangladesh	45.0	42.1	56.6	40.3	59.3	42.2	12.2

Sumber: DinarStandard, 2026, State of the Global Islamic Economy Report 2025/2026

Ekosistem Ekonomi Islam Terkemuka

Negara-negara terkemuka dalam Indikator Ekonomi Islam Global tahun ini terus menunjukkan pentingnya pengembangan ekosistem yang terkoordinasi di seluruh:

- regulasi,
- investasi,
- perdagangan
- infrastruktur industri.

Meskipun setiap pasar menunjukkan kekuatan yang berbeda, negara-negara peringkat tertinggi memiliki:

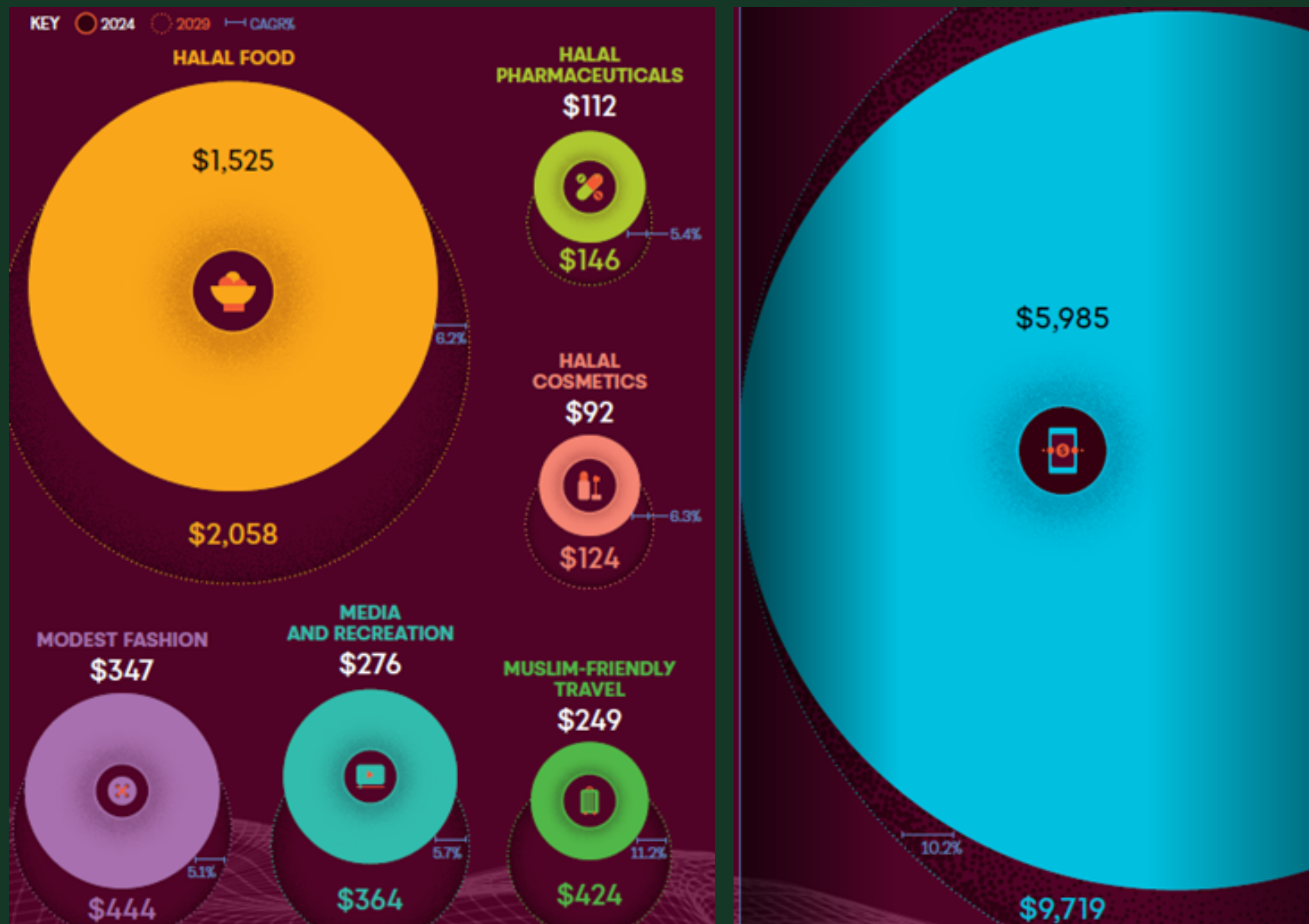
- Dukungan kelembagaan yang kuat,
- Partisipasi sektor swasta yang aktif, dan
- Peningkatan integrasi sektor ekonomi Islam ke dalam strategi pembangunan nasional yang lebih luas.

Di seluruh peringkat teratas, pertumbuhan diperkuat oleh:

- permintaan domestik,
- kemitraan internasional,
- transformasi digital,
- aktivitas investasi,
- perluasan konektivitas perdagangan halal.

Kemampuan Konsumen

Pengeluaran konsumen sebesar \$2,6 triliun oleh 2 miliar umat Muslim di enam sektor ekonomi riil (2024). Pertumbuhan tahunan 2023-2024 sebesar 7%, mencapai \$3,56 triliun pada tahun 2029 (6,5% CAGR). Aset Keuangan Islam Senilai \$5,99 triliun (estimasi tahun 2024).

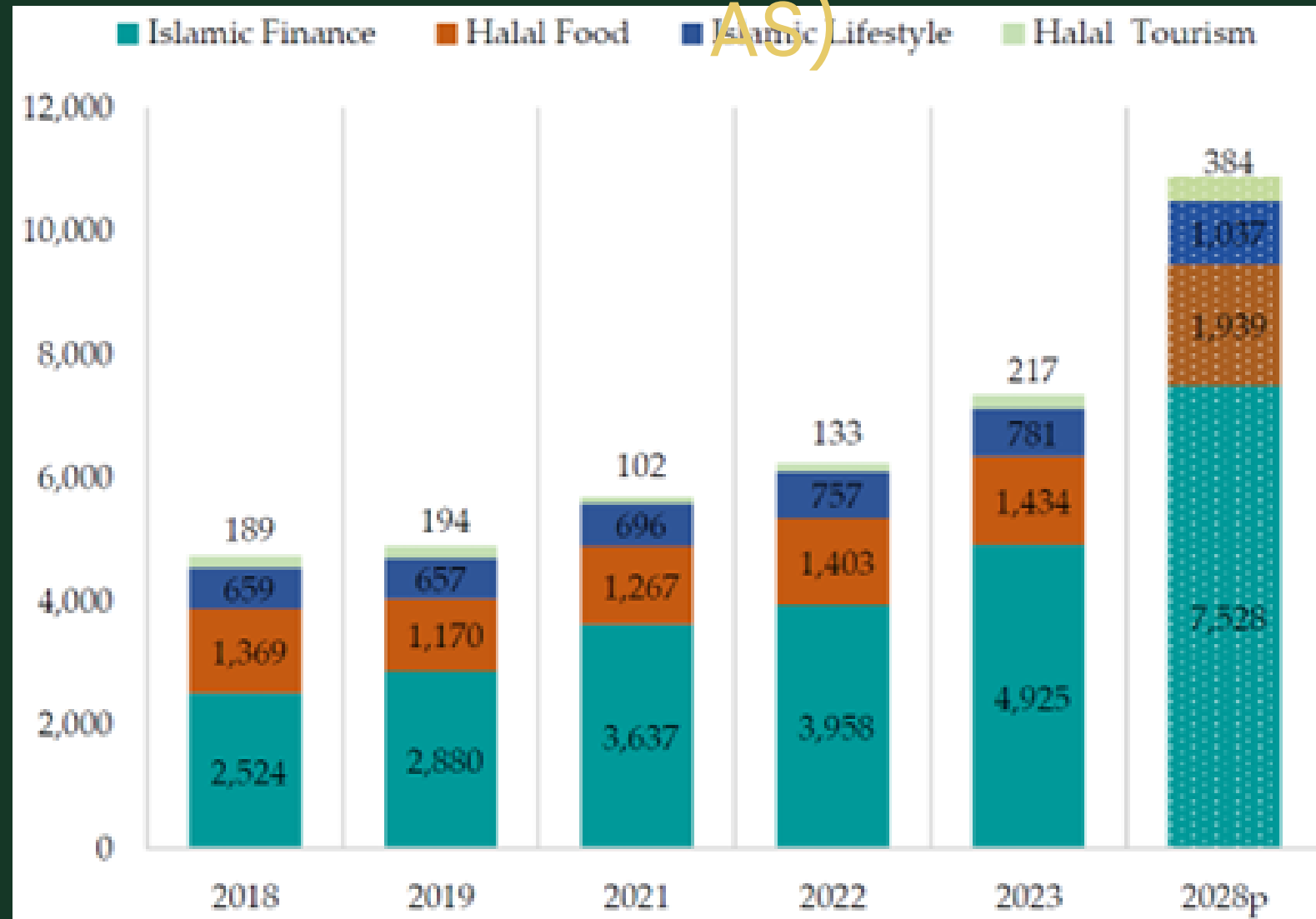


Indonesia menempati peringkat ke-4 secara keseluruhan, berada di peringkat 10 besar untuk semua sektor, peringkat ke-1 dalam busana muslimah, dan peringkat ke-3 dalam makanan halal serta media dan rekreasi.

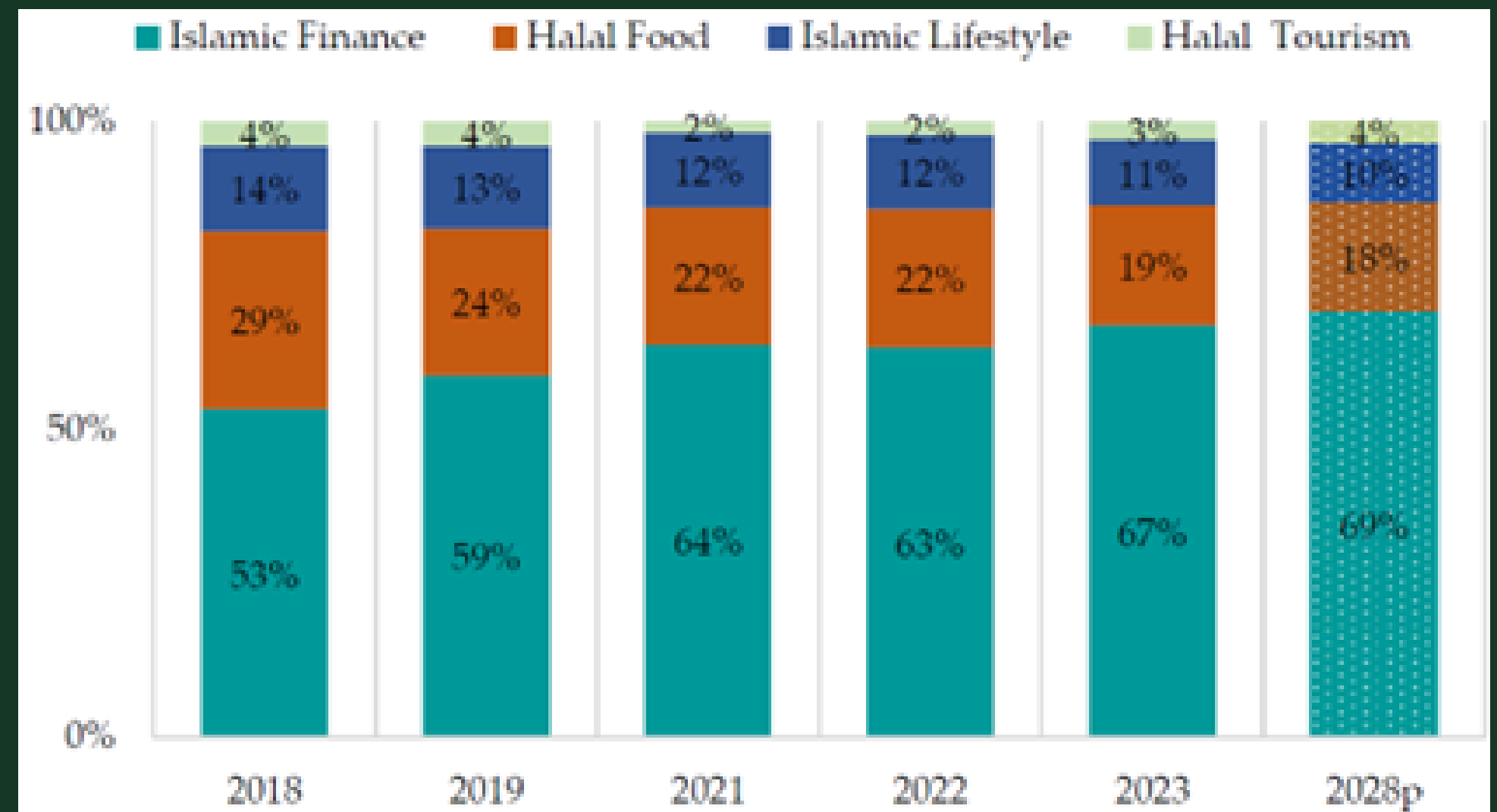
Perkembangan penting adalah :

- Peningkatan dan restrukturisasi formal Badan Penyelenggara Penjaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai otoritas setingkat kabinet yang berada langsung di bawah Presiden, yang memberikan mandat penuh atas kebijakan sertifikasi halal, akreditasi, dan fasilitasi ekspor.
- Ekonomi syariah dalam Rencana Pembangunan Nasional Jangka Panjang (2025-2045) dan Jangka Menengah (2025-2029) Indonesia.
- Indonesia telah memperluas konektivitas halalnya melalui 92 perjanjian pengakuan timbal balik di 24 negara, termasuk kerja sama formal dengan Amerika Serikat dan Taiwan, sambil memperkuat pengawasan terhadap impor bersertifikat halal untuk menjaga integritas standar.

Rincian Sektoral Industri Halal (Miliar Dolar AS)



Pangsa Pasar Sektor Halal



Sumber: SESRIC, 2026, Halal Industry in OIC Member Countries Challenges and Prospects

Top Ekspotir ke Negara-Negara OKI

	(US\$ BILLION)		
	2023	2024	GROWTH
Brazil	27.03	33.33	18.89%
China	27.34	32.59	16.11%
India	28.75	28.73	-0.08%
United States	20.37	20.99	2.95%
Türkiye	17.27	18.71	7.69%
Russia	20.70	18.50	-11.89%
United Arab Emirates	15.97	17.33	7.83%
France	15.08	16.06	6.07%
Indonesia	11.93	12.51	4.61%
Germany	12.57	12.47	-0.80%

Top Importir di Negara-Negara OKI

	(US\$ BILLION)		
	2023	2024	GROWTH
Saudi Arabia	43.06	46.86	8.83%
United Arab Emirates	41.26	43.72	5.97%
Türkiye	33.92	32.94	-2.90%
Indonesia	29.64	31.52	6.33%
Malaysia	26.84	30.64	14.17%
Egypt	22.41	23.21	3.59%
Iraq	19.09	19.23	0.74%
Iran	18.51	17.53	-5.29%
Algeria	13.15	13.59	3.35%
Morocco	12.05	12.64	4.93%

Dalam perdagangan, Indonesia menempati peringkat kesembilan sebagai eksportir terbesar ke pasar OKI, dengan ekspor meningkat 4,61% dari tahun ke tahun, dan merupakan penerima FDI terbesar ketiga dengan nilai US\$ 24,2 miliar.

Tren Dominasi Negara-Negara Pemasok Baru (Produk Berbasis Hewan)

EXPORTER TO OIC	2014 (US\$ BILLION)	2024 (US\$ BILLION)	ABSOLUTE CHANGE (US\$ BILLION)	% CHANGE
Brazil	4.70	6.88	2.18	46.30
India	2.90	3.80	0.90	31.04
Spain	0.50	1.12	0.63	126.20
Poland	0.61	1.10	0.49	81.28
Russia	0.39	1.00	0.61	155.18
Thailand	0.23	0.63	0.41	178.22
Uruguay	0.16	0.62	0.46	297.08

Tren Penurunan Eksporir Tradisional Negara-Negara Barat (Produk Berbasis Hewan)

EXPORTER TO OIC	2014 (US\$ BILLION)	2024 (US\$ BILLION)	ABSOLUTE CHANGE (US\$ BILLION)	% CHANGE
United States	2.39	1.66	-0.73	-30.51
Netherlands	2.26	1.68	-0.58	-25.87
France	1.98	1.53	-0.45	-22.55
Germany	0.99	0.87	-0.12	-11.72
Denmark	0.70	0.60	-0.10	-14.18
Belgium	0.59	0.62	0.04	6.73
Australia	3.47	2.96	-0.51	-14.72
New Zealand	4.23	4.19	-0.04	-1.04

Sumber: DinarStandard, 2026, State of the Global Islamic Economy Report 2025/2026

HALAL FOOD

		Score
1	Malaysia	128.6
2	United Arab Emirates	108.6
3	Indonesia	83.9
4	Thailand	78.1
5	Brazil	71.8
6	Pakistan	66.7
7	Saudi Arabia	63.5
8	Australia	63.1
9	Türkiye	62.9
10	Egypt	59.6

Logo Halal Beberapa Negara



Sumber: DinarStandard, 2026, State of the Global Islamic Economy Report 2025/2026

Makanan Halal

Sektor makanan halal sedang mengalami penataan ulang struktural pada tahun 2025/26, didorong oleh:

- Sentimen geopolitik,
- Modal negara,
- Perluasan pasar konsumen Muslim.
- Boikot merek-merek Barat atas kekerasan militer Israel dan agresi di wilayah Palestina telah mempercepat munculnya alternatif lokal, mengalihkan kepercayaan dan pangsa pasar ke arah merek-merek yang dianggap selaras secara budaya dan etis.

Pertumbuhan pendapatan didorong oleh komitmen modal skala besar dari investor negara dan institusional, menandakan pergeseran dari partisipasi oportunistik ke pembangunan platform strategis.

- Pembentukan Sadia Halal—usaha patungan senilai US\$ 2,07 miliar antara MBRF Brasil dan PIF Arab Saudi—menandai ekspresi yang paling jelas, menghasilkan perusahaan ayam halal terbesar di dunia.
- Rencana lima tahun Almarai senilai US\$4,8 miliar dan ekspansi JBS di Arab Saudi senilai US\$85 juta semakin mencerminkan bagaimana daging merah, unggas, dan makanan laut dikonsolidasikan di bawah platform terintegrasi vertikal dan berlabuh regional.

Mengapa Indonesia tertinggal dibandingkan Malaysia dan UEA:

- **Kapasitas Produksi dan Ekspor Rendah:** Indonesia merupakan pasar konsumen makanan halal terbesar di dunia, namun masih sangat bergantung pada bahan baku impor (misalnya, daging dan bahan tambahan makanan). Sebaliknya, Malaysia dan UEA telah membangun kapasitas sebagai produsen dan pusat distribusi (hub) global yang kuat dengan ekspor bernilai miliaran dolar.
- **Harmonisasi Regulasi dan Standardisasi:** Malaysia memiliki *Halal Industry Development Corporation* yang didukung penuh pemerintah dengan standar sertifikasi halal yang diakui dan terintegrasi secara internasional, memudahkan penetrasi pasar ekspor. Indonesia masih membenahi harmonisasi regulasi sertifikasi dan infrastruktur rantai pasok agar lebih efisien.
- **Teknologi dan Inovasi Industri:** SGIE Report menekankan pentingnya ekosistem yang terdigitalisasi, seperti blockchain untuk pelacakan dan sertifikasi berbasis AI. Malaysia meluncurkan MYeHalal sistem sertifikasi halal yang sepenuhnya digital. UEA dan Malaysia bergerak lebih cepat dalam mengadopsi teknologi canggih ini untuk membangun kepercayaan global.
- **Investasi dan Diplomasi Halal:** UEA memanfaatkan posisinya sebagai pusat logistik dan perdagangan internasional, sedangkan Malaysia aktif melakukan diplomasi halal global dan menarik investasi asing langsung (Foreign Direct Investment) ke sektor ini

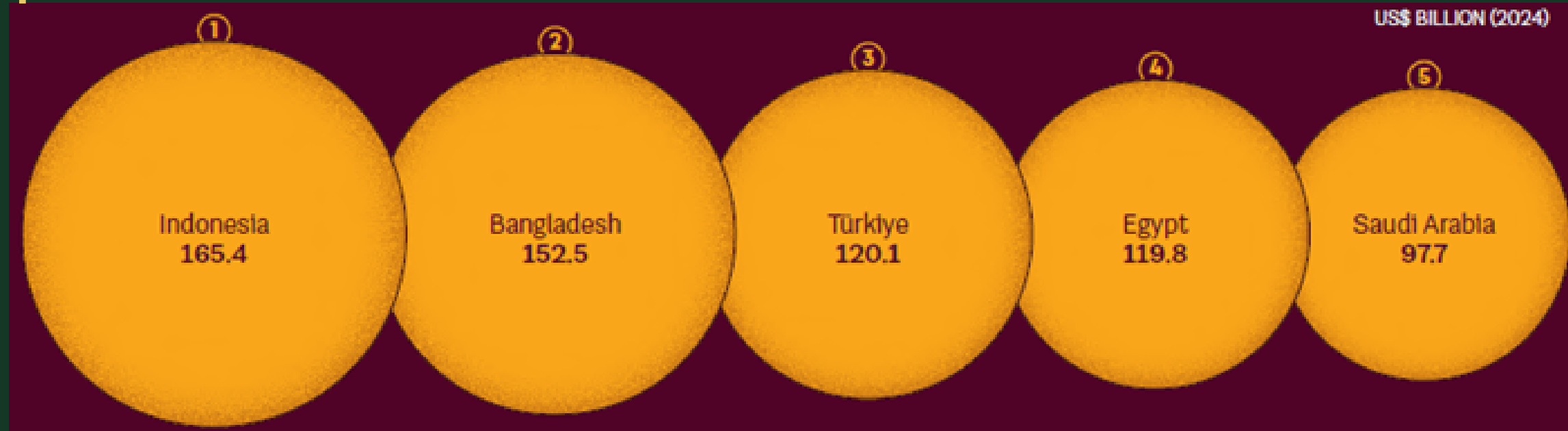
Top 5 Negara dengan Jumlah Transaksi Investasi Makanan Halal Tertinggi



Sumber: DinarStandard, 2026, State of the Global Islamic Economy Report 2025/2026

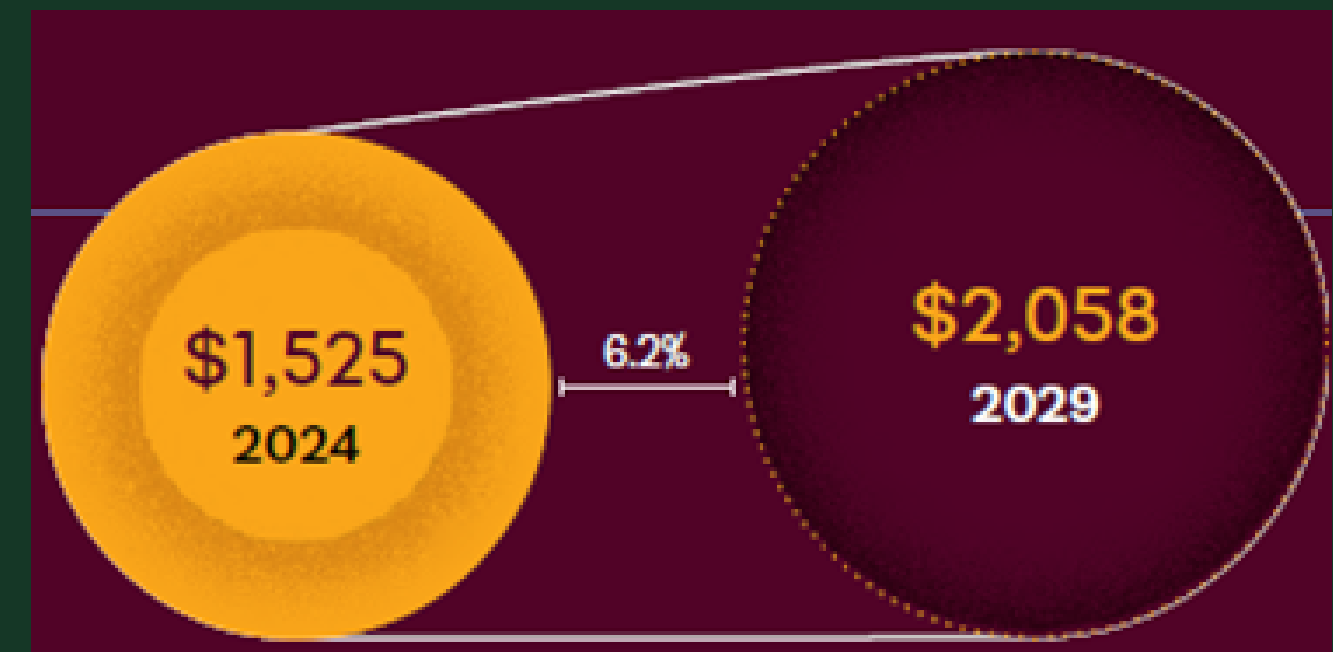
Secara geografis, aktivitas transaksi terkonsentrasi di Uni Emirat Arab (10 transaksi), Indonesia (9), Nigeria (7), Arab Saudi (6), dan Turki (6).

Top 5 Pasar Konsumen Makanan Halal Terbesar



Top 5 Pasar Konsumen Makanan Halal Terbesar

Sumber: DinarStandard, 2026, State of the Global Islamic Economy Report 2025/2026



Pengeluaran konsumen sebesar \$1,53 triliun oleh 2 miliar Muslim untuk makanan dan minuman (2024). Pertumbuhan tahunan 2023–24 sebesar 6,3%, mencapai \$2,06 triliun pada tahun 2029 (6,2% CAGR).

Top 5 Negara Eksporir Terbesar ke Negara-Negara OKI



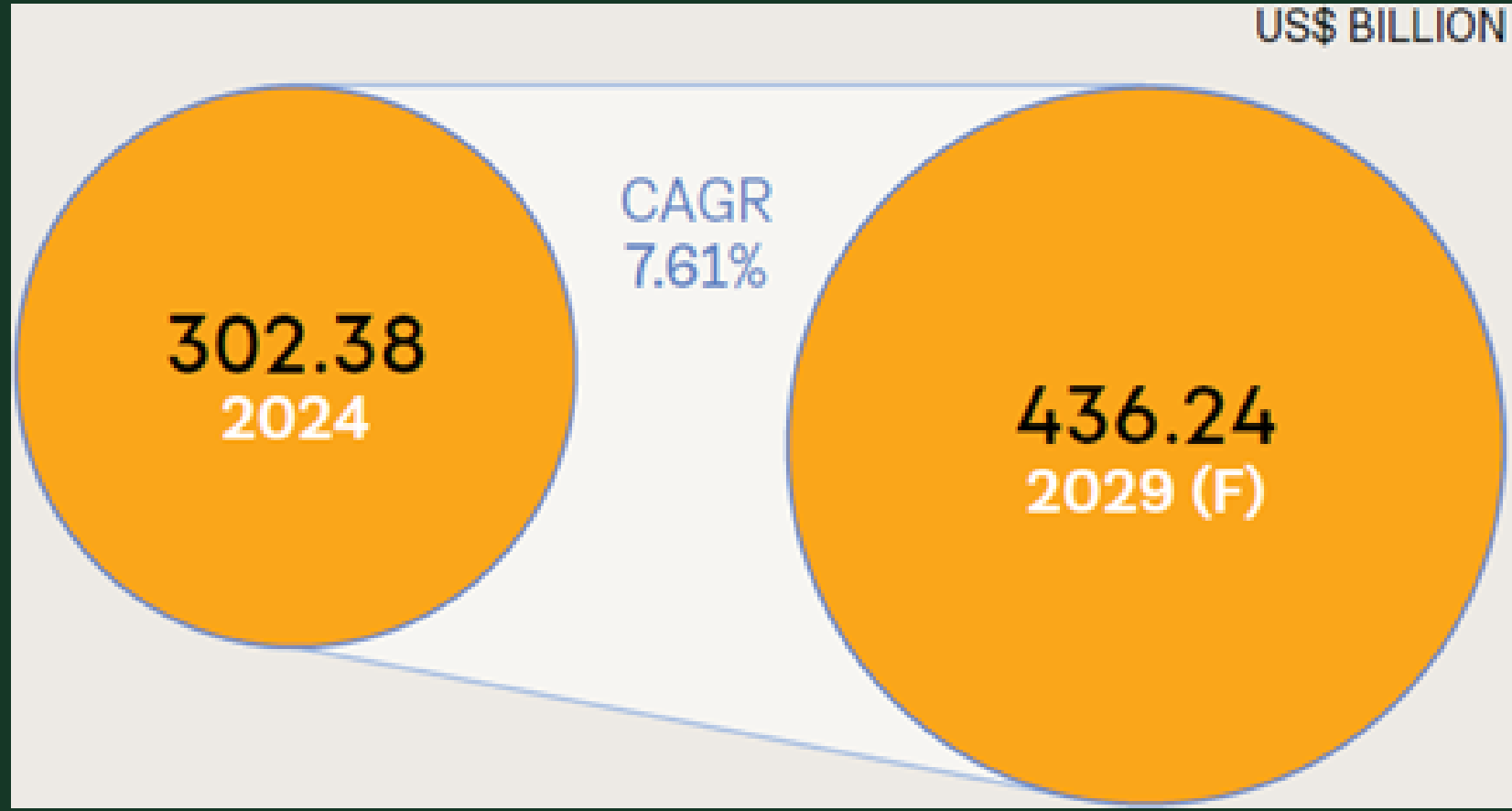
Sumber: DinarStandard, 2026, State of the Global Islamic Economy Report 2025/2026

Total Impor Makanan dan Minuman oleh Negara-Negara OKI: \$302,38 miliar

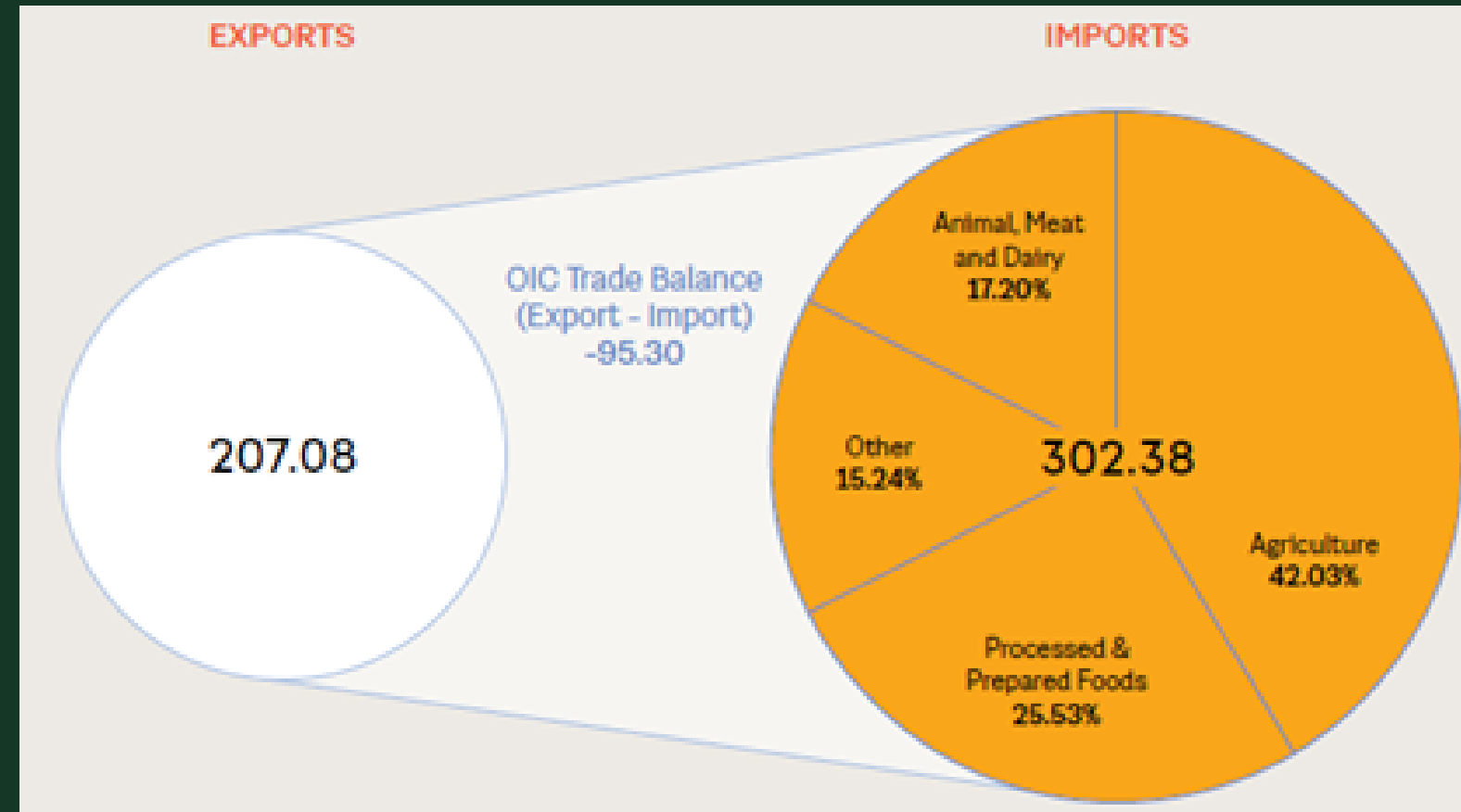
Pengeluaran konsumen Muslim untuk makanan mencapai US\$ 1,5 triliun pada tahun 2024, mencerminkan pertumbuhan 6,3% dari tahun 2023, dan diproyeksikan mencapai US\$ 2,1 triliun pada tahun 2029, mewakili CAGR 6,2% selama periode perkiraan.

Secara keseluruhan, konsumen Muslim menghabiskan 17,4% dari pengeluaran pasar global untuk makanan. Indonesia tetap menjadi pasar konsumsi makanan Muslim terbesar secara global, diikuti oleh Bangladesh dan Turki, dengan Turki menggantikan Mesir sebagai pasar terbesar ketiga tahun ini.

Impor dan Pertumbuhan Makanan Halal Negara-Negara OKI (2024-2029)



Perdagangan Makanan Halal Negara-Negara OKI



Sumber: DinarStandard, 2026, State of the Global Islamic Economy Report 2025/2026

Total impor pangan OKI mencapai US\$ 302,38 miliar pada tahun 2024, naik 2,17% dari US\$ 295,96 miliar pada tahun 2023. Didorong oleh pertumbuhan penduduk, produksi domestik yang terbatas, dan meningkatnya permintaan di pasar-pasar utama, impor diproyeksikan mencapai US\$ 436,24 miliar pada tahun 2029, mencerminkan CAGR sebesar 7,61%.

Pendorong utama pada tahun 2024 adalah lonjakan tajam harga kakao, dengan rata-rata bulanan naik dari US\$ 4.250 per ton pada tahun 2023 hingga setinggi US\$ 10.353 per ton pada akhir tahun 2024. Hal ini secara signifikan meningkatkan nilai impor di pasar OKI yang bergantung pada kakao, khususnya Malaysia, Indonesia, dan Turki. Malaysia sendiri mengalami lonjakan impor biji kakao dari US\$ 1,49 miliar menjadi US\$ 3,30 miliar. Dari sisi penawaran, ekspor dari Pantai Gading dan Nigeria juga meningkat secara signifikan.

Top 10 Eksportir ke Negara-Negara OKI

	US\$ BILLION (2024)
Brazil	32.96
India	21.25
Russia	17.39
United Arab Emirates	13.62
United States of America	13.51
Türkiye	13.24
China	13.24
Indonesia	11.36
Argentina	8.81
Australia	8.71

Top 10 Importir di Negara-Negara OKI

	US\$ BILLION (2024)
Saudi Arabia	29.63
Indonesia	27.03
Malaysia	23.81
United Arab Emirates	22.71
Türkiye	20.06
Egypt	18.99
Iran	15.77
Iraq	13.92
Algeria	10.52
Morocco	10.18

Industri Halal Global

Industri Halal global semakin menjadi pilar strategis pembangunan berkelanjutan dan pertumbuhan inklusif. Di luar fondasi keagamaannya, industri ini kini merupakan ekosistem ekonomi komprehensif yang mencakup sektor keuangan, pangan, pariwisata, dan gaya hidup. Dengan nilai sekitar US\$7,36 triliun pada tahun 2023 dan diproyeksikan mencapai hampir US\$10,89 triliun pada tahun 2028, industri ini didorong oleh meningkatnya permintaan konsumen, koordinasi kebijakan, dan inovasi teknologi.

Namun, terlepas dari pertumbuhan yang pesat ini, sektor ini menghadapi tantangan sistemik yang membatasi potensi penuhnya yaitu:

- Kerangka peraturan yang terfragmentasi,
- Sistem akreditasi dan sertifikasi yang tidak konsisten,
- Akses terbatas terhadap pembiayaan dan teknologi Halal,
- Kapasitas kelembagaan yang tidak merata,
- Kesenjangan data, dan
- Defisit perdagangan antar-OIC.

Mengatasi tantangan ini sangat penting untuk:

- Memperkuat tata kelola,
- Meningkatkan daya saing, dan
- Memastikan bahwa rantai nilai Halal berkontribusi secara efektif terhadap pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Kondisi Industri Halal

Ekspansi industri Halal terutama didorong oleh:

- Permintaan yang kuat di seluruh negara-negara OKI.
- Pertumbuhan populasi yang pesat,
- Peningkatan pendapatan, dan
- Basis demografis yang muda terus memperluas pasar konsumen untuk produk dan layanan Halal. Populasi Muslim global mencapai 2,1 miliar pada tahun 2024 dan diproyeksikan mendekati 3 miliar pada tahun 2060, yang menggarisbawahi permintaan yang berkelanjutan.

Meningkatnya daya beli dan konsumsi berbasis agama yang lebih kuat, khususnya di kalangan kaum muda, semakin memperkuat tren ini. Digitalisasi dan e-commerce mempercepat akses ke barang-barang Halal, dengan penjualan online yang melonjak di Indonesia, Malaysia, dan negara-negara GCC. Selain itu, meningkatnya minat pada konsumsi yang etis dan berkelanjutan menempatkan produk Halal sebagai produk yang sesuai secara agama dan bertanggung jawab secara sosial.

Tren ini menyiratkan meningkatnya tekanan pada negara-negara OKI untuk:

- Memperkuat intelijen pasar,
- Meningkatkan keterlibatan konsumen, dan
- Memastikan sistem sertifikasi Halal berkembang seiring dengan pergeseran global dalam perdagangan digital dan keberlanjutan.

Tren Industri Halal

Industri Halal telah berkembang menjadi ekosistem global bernilai triliunan dolar yang mencakup sektor keuangan, makanan, pariwisata, dan gaya hidup. Pada tahun 2024, pengeluaran konsumen Muslim global di sektor-sektor terkait Halal melebihi US\$2,4 triliun, dengan proyeksi yang menunjukkan ekspansi berkelanjutan yang didorong oleh:

- Pertumbuhan demografis,
- Peningkatan pendapatan kelas menengah, dan
- Tren konsumsi etis.

Kapasitas negara-negara OKI, harmonisasi sertifikasi, dan integrasi perdagangan intra-OKI terus membatasi potensi ekonomi penuh industri ini.

Isu dan Tantangan Industri Halal

Industri Halal merupakan penggerak utama perdagangan, lapangan kerja, dan investasi di negara-negara OKI, namun pertumbuhannya dibatasi oleh:

- Fragmentasi regulasi,
- Biaya sertifikasi yang tinggi,
- Inovasi yang terbatas,
- Sistem data yang lemah, dan
- Kekurangan sumber daya manusia.

Makanan halal mengalami kendala berupa:

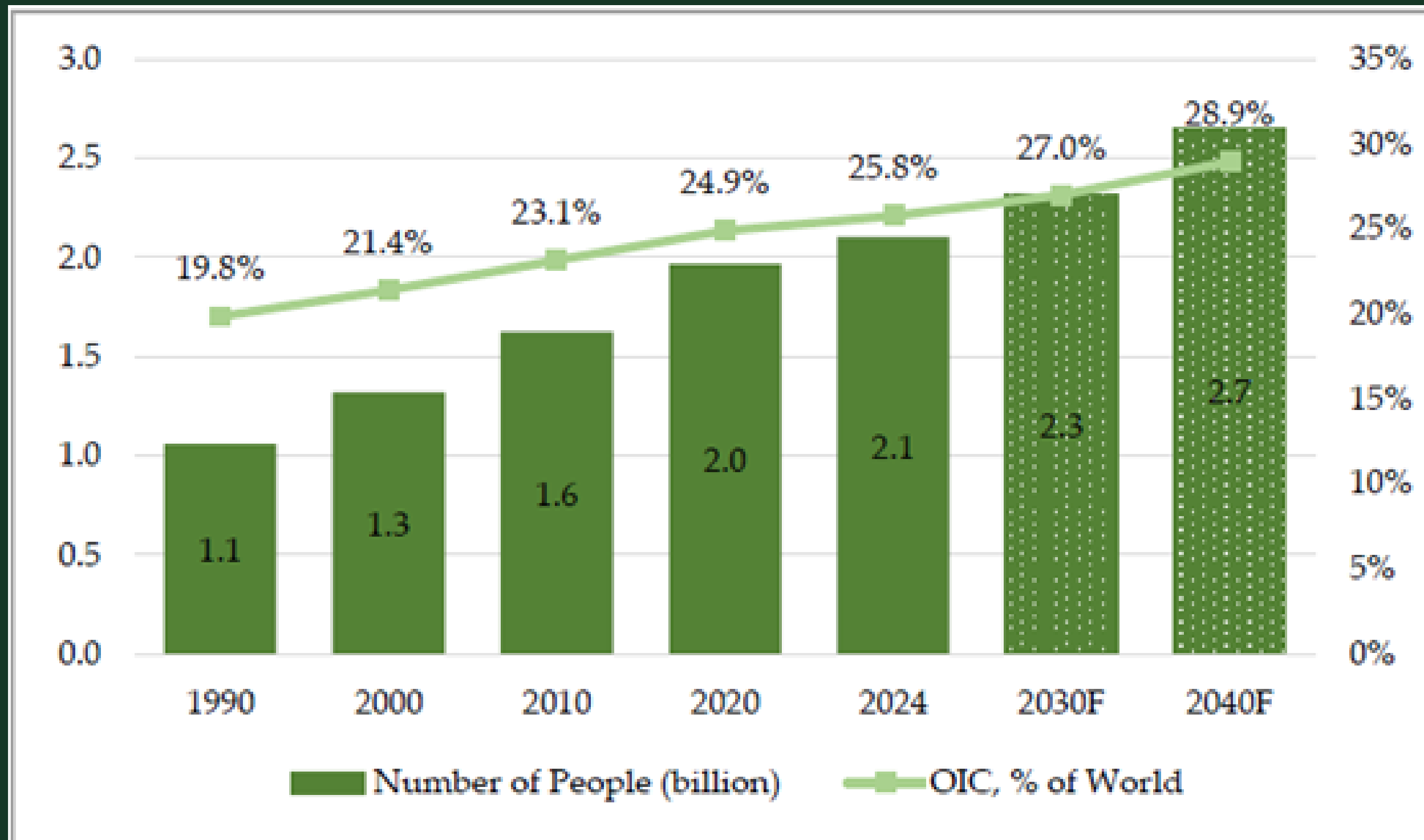
- Sertifikasi yang terfragmentasi,
- Biaya kepatuhan yang tinggi,
- Kapasitas laboratorium yang terbatas, dan
- Logistik yang lemah,

sehingga membatasi daya saing dan perdagangan.

Mengubah kekuatan konsumsi menjadi kapasitas produktif melalui:

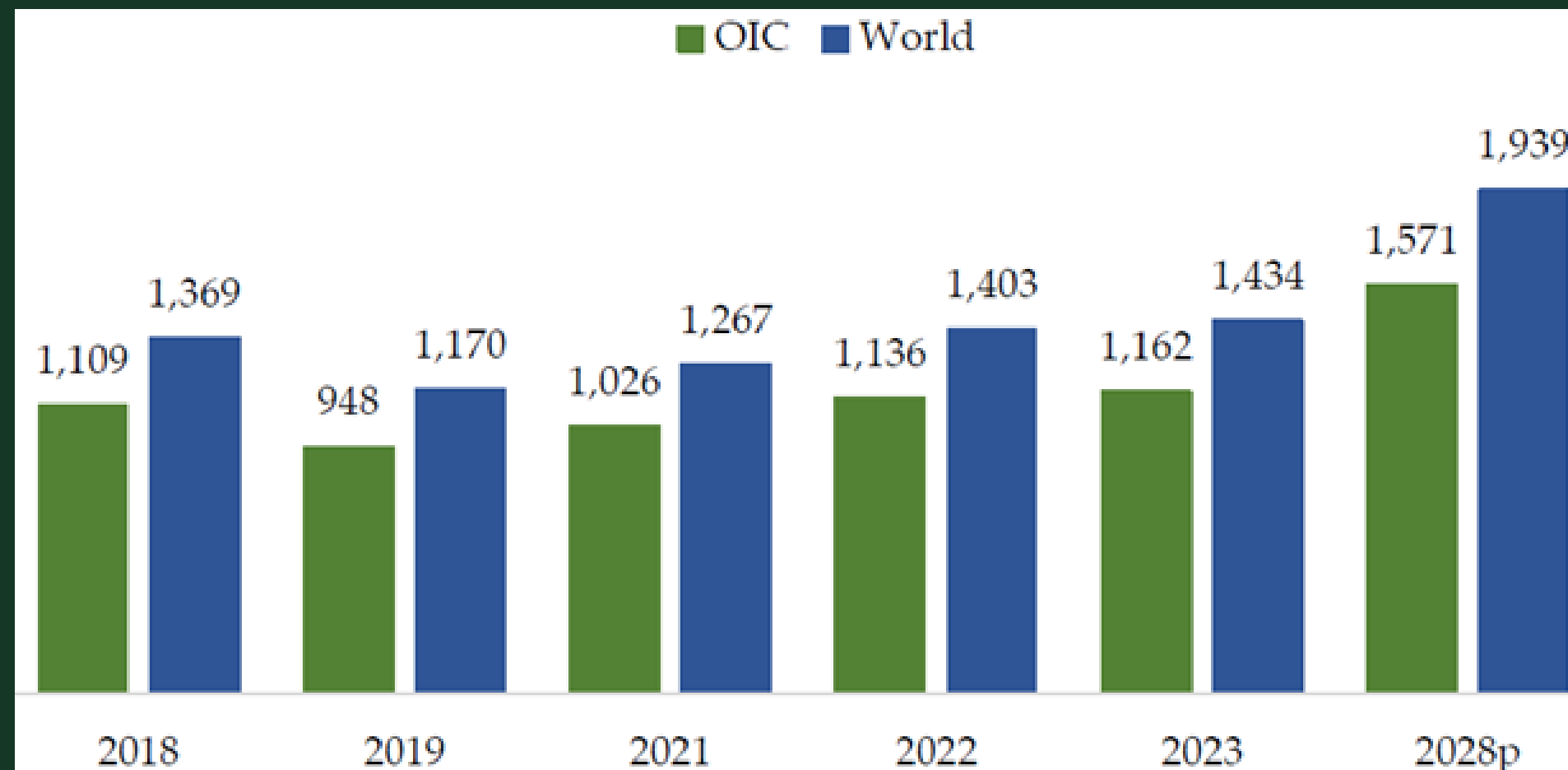
- Standar OIC yang terpadu,
- ketertelusuran digital, dan
- Kesadaran konsumen. (SESRIC, 2026, Halal Industry in OIC Member Countries Challenges and Prospects)

Populasi Negara-negara Anggota Organisasi Kerja Sama Islam dan Pangsa di Dunia



Sumber: SESRIC, 2026, Halal Industry in OIC Member Countries Challenges and Prospects

Ukuran Pasar Makanan Halal Negara-Negara OKI dan Dunia (miliar US\$)



Ukuran Pasar Industri Halal (miliar US\$)



Sumber: SGIE Report 2019-2024 dalam SESRIC, 2026, Halal Industry in OIC Member Countries Challenges and Prospects.

Tantangan Industri Makanan Halal

Terlepas dari pertumbuhan pasar yang pesat, industri makanan Halal terus menghadapi kendala struktural dan operasional, terutama sistem sertifikasi yang terfragmentasi, biaya kepatuhan yang tinggi, infrastruktur laboratorium dan logistik yang tidak memadai, intelijen pasar yang lemah, kesenjangan teknologi, dan kesadaran konsumen yang tidak merata di seluruh negara-negara OKI.

- Rezim sertifikasi Halal yang tidak terharmonisasi
- Kapasitas infrastruktur dan rantai pasokan
- Tidak adanya data yang terstandardisasi dan dapat diandalkan.
- Ketidakseimbangan penawaran dan permintaan serta hambatan perdagangan
- Adopsi teknologi digital
- Kesadaran konsumen

Tantangan Industri Makanan Halal

- **Kerangka Kerja Terpadu untuk Menyelaraskan Sertifikasi:** Negara-negara OKI harus mengadopsi standar OKI/SMIIC sebagai kerangka kerja terpadu untuk menyelaraskan sertifikasi, mengurangi hambatan teknis, dan memperkuat pengakuan timbal balik antar otoritas nasional.
- **Meningkatkan Perdagangan Antar Negara-Negara OKI:** Meningkatkan perdagangan antar-OKI melalui penyederhanaan prosedur bea cukai, pengurangan hambatan non-tarif, dan promosi pengaturan perdagangan preferensial akan sangat penting untuk mempersempit defisit perdagangan makanan Halal. Klaster regional dan aliansi antara produsen, penyedia logistik, dan badan sertifikasi dapat meningkatkan efisiensi rantai pasokan dan memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Halal.
- **Berinvestasi dalam Industrialisasi dan Infrastruktur Pangan Pertanian:** Negara-negara anggota juga harus berinvestasi dalam industrialisasi pangan pertanian, logistik, dan infrastruktur berkualitas untuk memperluas produksi bernilai tambah.
- **Meningkatkan Kerja Sama dan Kolaborasi:** Selain itu, partisipasi dalam pameran Halal internasional, festival makanan, dan pameran dagang dapat membantu produsen OKI memperluas visibilitas global dan jangkauan pasar. Dengan menyelaraskan strategi ketahanan pangan dengan pengembangan industri Halal, negara-negara anggota dapat memperkuat ketahanan dan mencapai swasembada yang lebih besar.

Penguatan Industri Makanan & Minuman Halal sebagai Motor Ekonomi Syariah

- **Pemenuhan kebutuhan produk makanan halal domestik dari produksi dalam negeri dengan mengurangi semaksimal mungkin impor makanan dan hilirisasi secara masif hasil pertanian, perikanan, peternakan sehingga mempunyai nilai tambah pada industri makanan halal**
- **Penguatan ekosistem rantai pasok makanan halal dengan meningkatkan peran Kawasan Industri Halal sebagai salah satu motor penggerak dan pusat produksi dan perdagangan makanan halal berorientasi ekspor**
- **Pemberdayaan UMKM produsen makanan halal berperan lebih besar dan masuk pada pasar makanan halal global**
- **Pemerintah perlu mengambil peran lebih besar dengan ada pendelegasian dari Presiden kepada salah satu Menko sebagai dirijen dalam mengorkestrasi Ekonomi Syariah di Indonesia dengan mensinkronkan kebijakan.**
- **Presiden dan DPR RI penting untuk segera merumuskan RUU Ekonomi Syariah sebagai bagian dari integrasi dan sinkronisasi peraturan yang sebagian belum sinergi dan mendorong kemajuan pengembangan Ekonomi Syariah**

Terima Kasih

