

Menuju Kedaulatan Industri Farmasi & Kosmetik Halal

Center for Sharia Economic Development (CSED)
September 2026



Menuju Kedaulatan Industri Farmasi & Kosmetik Halal

Prof. Nur Hidayah
Head of Center

Lintang Titian Purbasari
Researcher

Rochmatulloh Alaika
Research Assistant

Raditya Akhdan Nirwasita
Research Assistant

Highlight

1

**Pasar Besar,
Belum Jadi
Kekuatan
Industri
Domestik**

- Pasar farmasi-kosmetik halal global diproyeksikan mencapai US\$270 miliar pada 2029, dengan Indonesia sebagai salah satu pasar terbesar. Namun, besarnya permintaan ini belum sepenuhnya menjadi kekuatan produksi, tercermin dari peringkat GIEI yang turun dari posisi 2 (2024) ke 4 (2025) serta lemahnya subindikator *Social* dan *Financial*. Artinya, kesenjangan terjadi bukan pada permintaan, tapi kapasitas ekosistem untuk mengkonversi permintaan ke nilai tambah domestik.

2

**Investasi
Melaju, Tenaga
Kerja Melemah,
Sinyal *Jobless
Growth***

- Investasi pada bahan kimia melonjak dua kali lipat menjadi Rp65,8 triliun pada 2024, tapi penyerapan tenaga kerja mikro-kecil di subsektor ini justru fluktuatif dan sempat anjlok tajam pada 2023. Ditambah defisit dagang bahan kimia-farmasi yang melebar dari US\$5,76 miliar ke US\$8,73 miliar, ini menunjukkan bahwa industri masih bertumpu pada input impor, bukan produksi bernilai tambah lokal.

3

**Sertifikasi Halal
Timpang:
Kosmetik
Melesat, Farmasi
Tertinggal**

- Total produk bersertifikat halal naik menjadi hampir 50.000 produk pada 2025, tapi komposisinya timpang, kosmetik 39.728 produk sedangkan obat hanya 10.268 produk. Sertifikasi juga didominasi jalur reguler dan pelaku usaha besar, serta terkonsentrasi di koridor Jawa-Bali (Jawa Barat sendiri menyumbang hampir 28% dari total nasional). Ini pola aglomerasi klasik, dimana infrastruktur sertifikasi yang terpusat membuat wilayah timur Indonesia tertinggal jauh dalam akses.

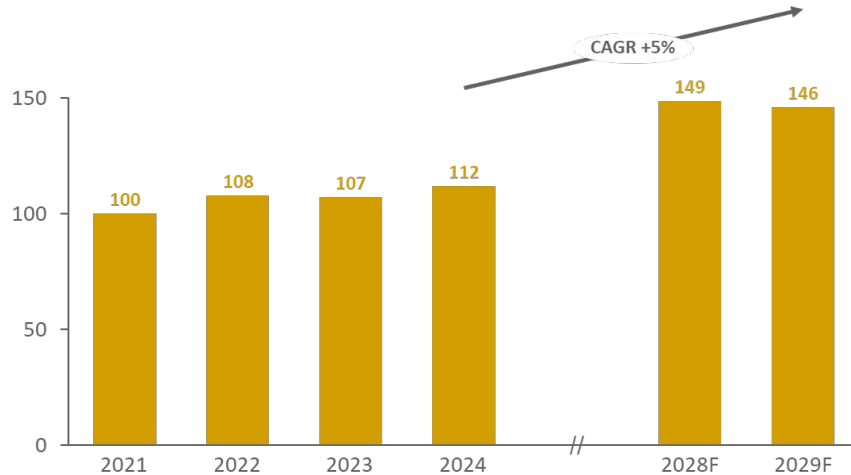
4

**Tenggat Wajib
Halal Oktober
2026 Berpotensi
Jadi Titik Rawan
*Bottleneck***

- Kewajiban sertifikasi kosmetik-farmasi dan produk makanan-minuman UMK jatuh bersamaan pada 17 Oktober 2026, berpotensi adanya lonjakan permintaan sertifikasi yang tidak sebanding dengan kapasitas lembaga (126 LPH, 2.217 auditor per September 2026). Di sisi lain, preferensi konsumen sendiri masih menempatkan keamanan produk (BPOM) dan kandungan bahan di atas label halal sebagai penentu utama pembelian.

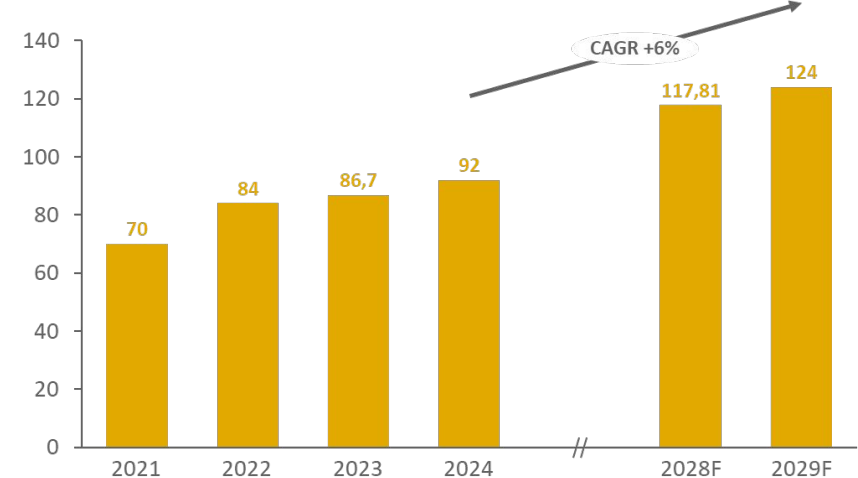
Pasar Farmasi dan Kosmetik Halal Global Capai US\$270 Miliar pada 2029

Pengeluaran Konsumen Muslim Global untuk Sektor Farmasi Halal 2021-2029F (Miliar US\$)



Sektor farmasi halal memiliki nilai pasar absolut yang lebih besar dengan CAGR 5%. Sebagai industri yang sangat teregulasi (*highly regulated*), pengembangannya membutuhkan pendekatan kebijakan yang berorientasi pada kemandirian struktural jangka panjang, melalui penguatan R&D, ketersediaan bahan baku obat (BBO) halal, serta harmonisasi standar global untuk memperkuat ketahanan dan kemandirian kesehatan nasional.

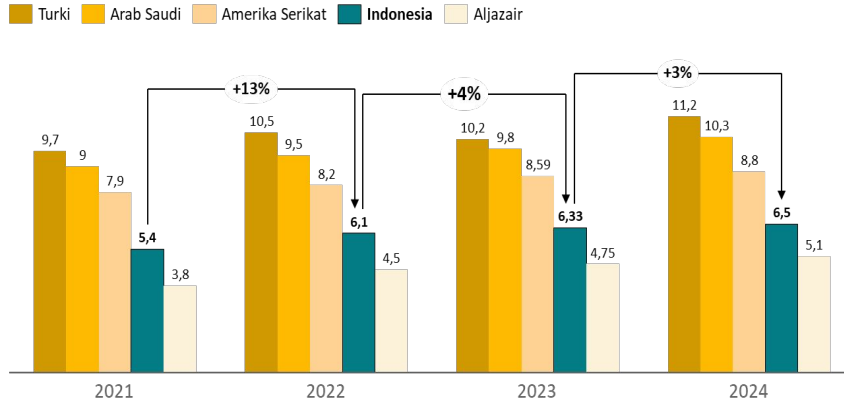
Pengeluaran Konsumen Muslim Global untuk Sektor Kosmetik Halal 2021-2029F (Miliar US\$)



Pengeluaran konsumen Muslim global untuk kosmetik halal tumbuh progresif dengan CAGR 6%, mencerminkan menguatnya tren gaya hidup halal dan besarnya peluang pasar. Momentum ini perlu didukung kebijakan yang adaptif, melalui percepatan inovasi produk, respons terhadap tren kecantikan global, dan kemudahan sertifikasi agar industri domestik mampu menangkap peluang pasar secara optimal.

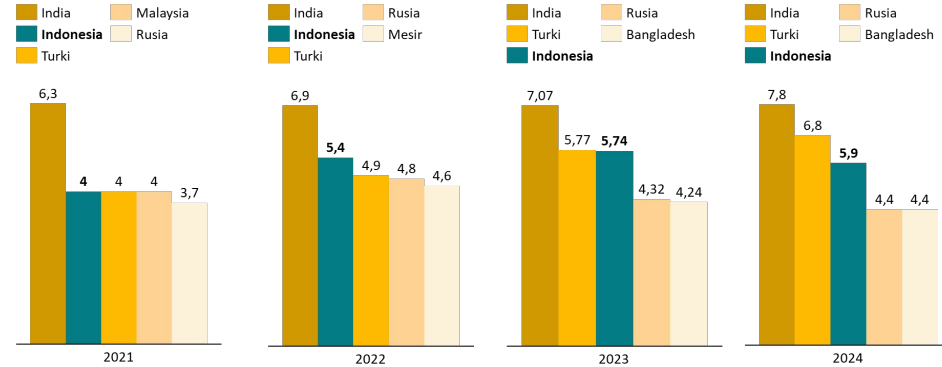
Konsumsi Farmasi dan Kosmetik Halal Indonesia Tembus US\$12,4 Miliar pada 2024

**Top 5 Negara Konsumen Farmasi Halal 2021–2024
(Miliar US\$)**



Di sektor farmasi halal, tingginya konsumsi menempatkan Indonesia di peringkat keempat dunia, mencerminkan besarnya kebutuhan terhadap produk kesehatan yang terjamin kehalalannya. Potensi ini perlu direspons melalui penguatan kolaborasi riset, pengembangan bahan baku obat halal, dan peningkatan kapasitas industri domestik untuk membangun ekosistem farmasi halal yang terintegrasi dan mengurangi ketergantungan pada impor.

**Top 5 Negara Konsumen Kosmetik Halal 2021–2024
(Miliar US\$)**



Pengeluaran masyarakat Indonesia untuk kosmetik halal mencapai US\$5,9 miliar pada 2024, meski posisi Indonesia turun ke peringkat ketiga global setelah disalip Turki. Besarnya pasar domestik ini menjadi peluang strategis untuk mendorong inovasi dan peningkatan kualitas produk lokal, sehingga Indonesia dapat bertransformasi dari pasar konsumen menjadi basis produksi kosmetik halal yang berdaya saing global.

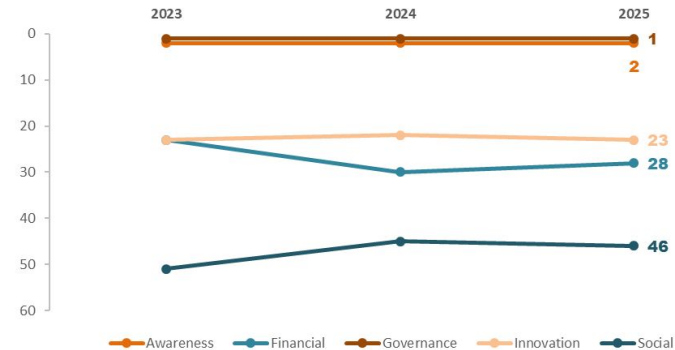
Peringkat Global Naik, Fundamental Industri Halal Nasional Belum Kuat

Top 5 *Sovereign Index* Global Islamic Economy Indicator (GIEI) di Sektor Farmasi dan Kosmetik Halal (2021–2025)

Rank	2021	2022	2023	2024	2025
1	Singapura	Singapura	Singapura	Malaysia	Malaysia
2	Malaysia	Malaysia	Malaysia	Indonesia	UAE
3	Belanda	Belanda	Belgia	UAE	Singapura
4	Belgia	Belgia	Prancis	Singapura	Indonesia
5	Prancis	Prancis	Indonesia	Turki	Prancis

GIEI mengukur kemampuan suatu negara dalam membangun ekosistem yang mampu mengubah permintaan pasar menjadi kekuatan ekonomi yang berkelanjutan. Pada sektor farmasi dan kosmetik halal, Indonesia berhasil masuk lima besar sejak 2023 dan mencapai peringkat ke-2 dunia pada 2024, sebelum turun ke peringkat ke-4 pada 2025. Koreksi ini mengindikasikan masih adanya tantangan struktural, terutama kesenjangan antara besarnya permintaan domestik dengan kapasitas produksi, tingginya ketergantungan pada bahan baku impor, serta belum optimalnya integrasi industri halal dengan pembiayaan syariah.

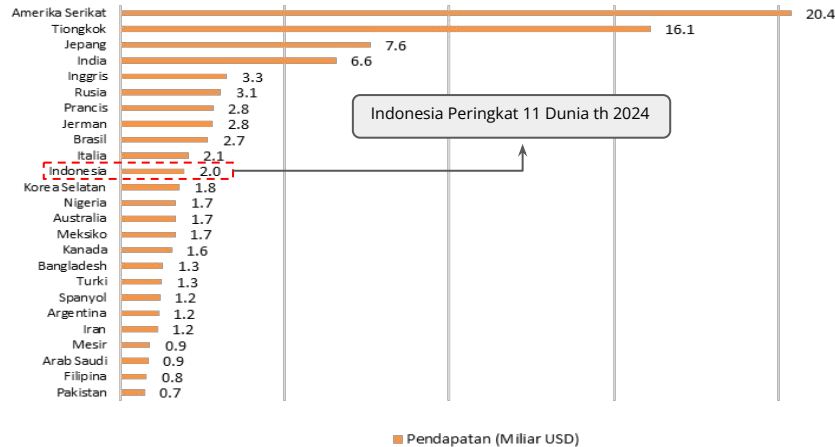
Tren Peringkat Indonesia pada Kelima Sub-Indikator GIEI di Sektor Farmasi dan Kosmetik (2023–2025)



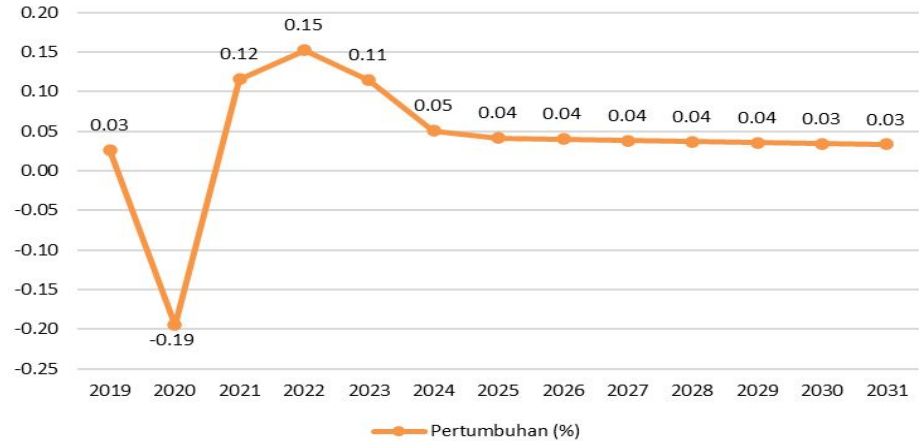
Tren sub-indikator GIEI menunjukkan masih adanya aspek yang perlu diperkuat. Sub-indikator *Social* yang konsisten rendah mencerminkan belum optimalnya dampak sosial-ekonomi industri, terutama dalam penciptaan lapangan kerja, ZISWAF, ESG, dan UN SDGs. Sementara itu, *Financial* yang belum pulih ke posisi 2023 menunjukkan masih terbatasnya investasi, perdagangan, dan skala pasar riil. Kondisi ini menunjukkan bahwa pertumbuhan industri belum diimbangi oleh ekosistem pembiayaan dan penciptaan dampak sosial yang kuat dan berkelanjutan.

Pertumbuhan Industri Kosmetik Diproyeksi Melandai ke 3%

Peringkat Pendapatan Industri Kosmetik Dunia Menurut Negara, 2024



Proyeksi Pertumbuhan Pendapatan Industri Kosmetik Dunia Menurut Negara, 2019-2031

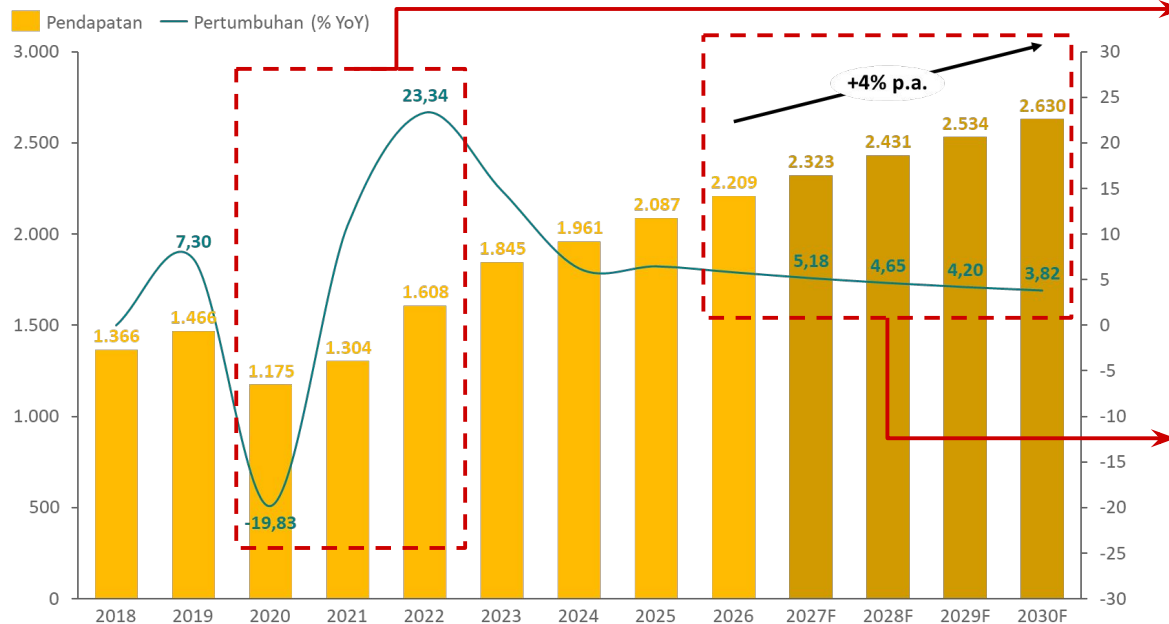


Dengan pendapatan sekitar US\$2 miliar pada 2024, Indonesia menjadi pasar kosmetik terbesar ke-11 dunia dan berpotensi menjadi *launching pad* industri kosmetik halal nasional. Tantangannya adalah mengubah besarnya permintaan menjadi produksi, inovasi, dan nilai tambah domestik. Karena itu, kebijakan perlu diarahkan pada penguatan R&D, bahan baku lokal, UMKM, dan ekspor agar Indonesia tumbuh sebagai produsen kosmetik halal berdaya saing global.

Setelah *rebound* pascapandemi, pertumbuhan industri kosmetik diproyeksikan melandai ke kisaran 3–5%, menandakan pasar yang semakin matang dan kompetitif. Kondisi ini menuntut industri kosmetik halal beralih dari mengandalkan konsumsi domestik menuju penguatan daya saing dan ekspor, melalui inovasi dan penguatan rantai pasok halal. Dengan demikian, halal perlu menjadi keunggulan kompetitif dan sumber nilai tambah industri nasional.

Pasar Kosmetik Menuju US\$2,63 Miliar, Tumbuh Stabil ~4% per Tahun

Perkembangan Pendapatan dan Laju Pertumbuhan Industri Kosmetik Indonesia 2018–2030F (Miliar US\$)

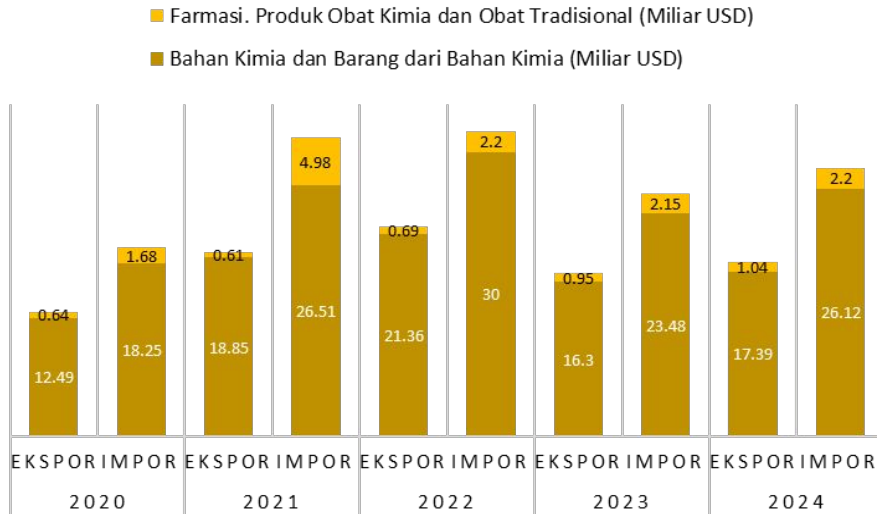


Rebound tinggi industri kosmetik setelah kontraksi pandemi tidak semata-mata akibat *low-base effect*, terlihat bahwa pendapatan berhasil melampaui level pra-pandemi. Perkembangan ini didorong oleh percepatan penetrasi digital dan munculnya gelombang brand lokal baru yang memperluas basis pasar sekaligus mendorong bertambahnya jumlah pelaku usaha kosmetik nasional. Dengan demikian, efek pandemi pada industri kosmetik di Indonesia mempercepat perubahan struktur industri menuju kanal digital dan basis pasar yang lebih luas.

Laju industri diproyeksikan mulai melandai seiring semakin besarnya pendapatan dan masuknya industri ke fase yang lebih matang (*mature*). Proyeksi pertumbuhan domestik kian mendekati tren pertumbuhan industri kosmetik global. Kondisi ini menunjukkan bahwa momentum ekspansi kini bergerak menuju pertumbuhan yang lebih organik dan normal, setelah sebelumnya ditopang oleh efek pascapandemi dan ekspansi pelaku usaha yang sangat cepat.

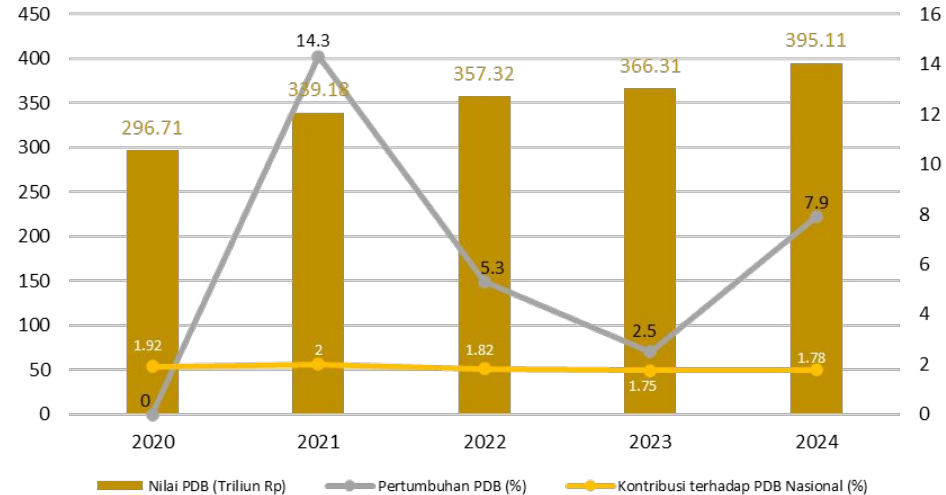
Defisit Produk Bahan Kimia dan Farmasi Melebar, Nilai Tambah Domestik Masih Terbatas

Nilai Ekspor dan Impor Subsektor Bahan dan Barang dari Bahan Kimia serta Farmasi, Produk Obat Kimia dan Obat Tradisional



Defisit perdagangan bahan kimia melebar dari US\$5,76 miliar pada 2020 menjadi US\$8,73 miliar pada 2024. Pada saat yang sama, perdagangan produk farmasi juga masih mencatat defisit sebesar US\$1,16 miliar pada 2024. Kondisi ini menunjukkan bahwa tantangan kemandirian farmasi halal tidak hanya berada pada produk akhir, tetapi juga pada penguatan bahan baku dan kapasitas industri hulu.

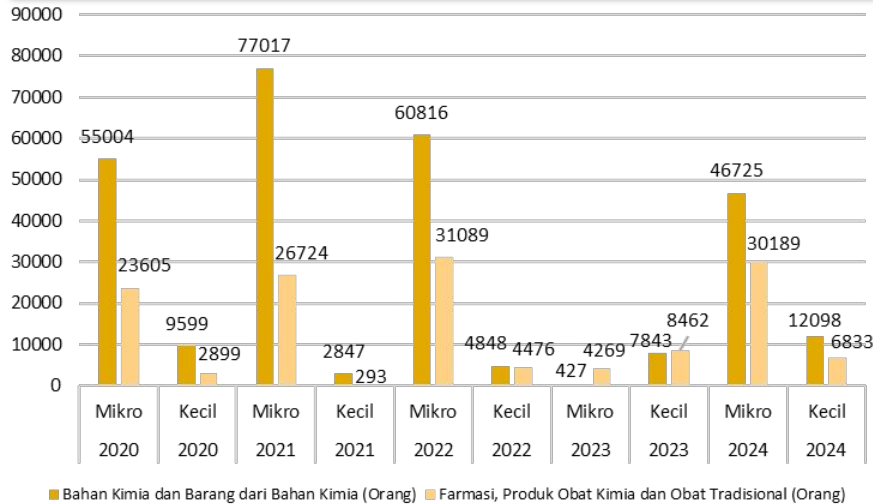
Pertumbuhan PDB Industri Farmasi, Obat Kimia, dan Obat Tradisional dan Kontribusi Terhadap PDB Nasional



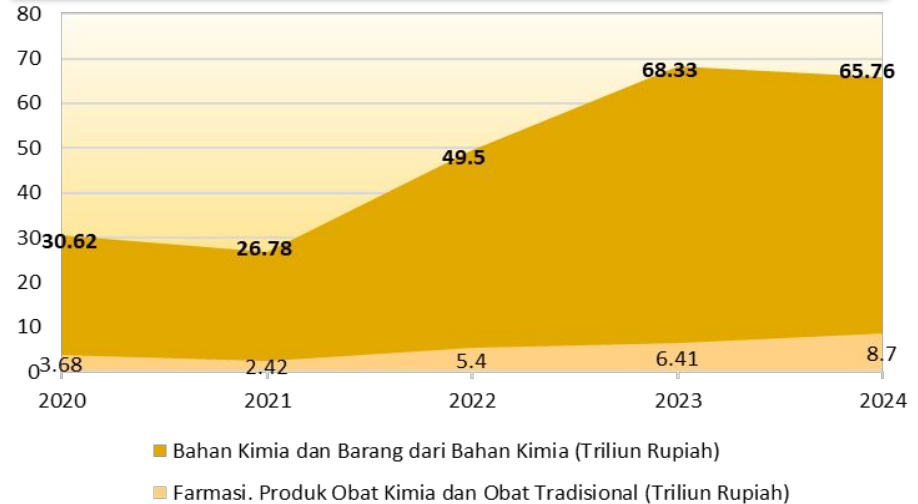
Pertumbuhan industri farmasi masih fluktuatif, dari 14,3% pada 2021, turun menjadi 2,5% pada 2023, lalu kembali tumbuh 7,9% pada 2024, sementara kontribusinya terhadap PDB stagnan di kisaran 1,75–2%. Kondisi ini menegaskan perlunya penguatan bahan baku, inovasi, rantai pasok halal, dan pembiayaan syariah untuk meningkatkan nilai tambah dan kemandirian industri.

Investasi Naik 2x Lipat, Serapan Tenaga Kerja Belum Menguat

Tren Tenaga Kerja pada Subsektor Barang dan Bahan Farmasi, Obat Kimia, dan Obat Tradisional



Tren Investasi pada Subsektor Barang dan Bahan Farmasi, Obat Kimia, dan Obat Tradisional

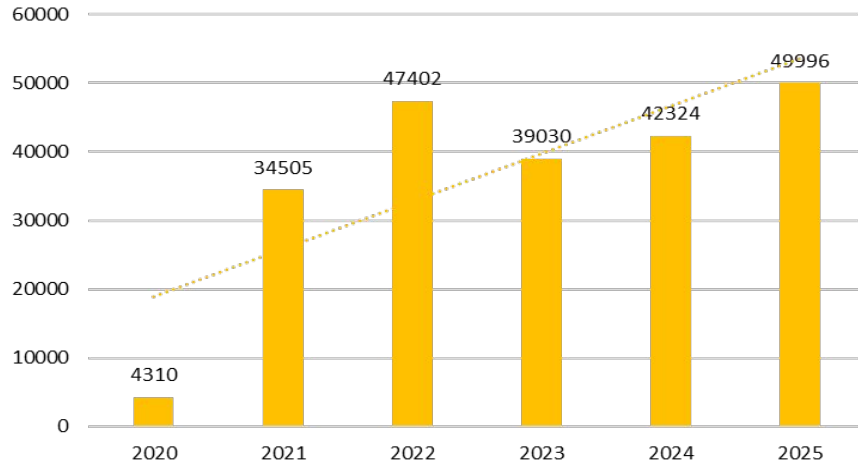


Lonjakan pekerja 2021–2022 diikuti kontraksi tajam pada 2023 dan pemulihan terbatas pada 2024, menunjukkan elastisitas kesempatan kerja terhadap output yang rendah dan rapuh. Pola ini menunjukkan bahwa ekspansi subsektor bahan kimia dan farmasi pada skala mikro dan kecil belum sepenuhnya ditopang oleh penciptaan lapangan kerja yang stabil.

Investasi bahan kimia melonjak lebih dari dua kali lipat, dari Rp30,6 triliun (2020) menjadi Rp65,76 triliun (2024), sementara investasi farmasi tetap landai di bawah Rp9 triliun. Lonjakan investasi yang tidak sebanding dengan serapan tenaga kerja ini adalah ciri *capital-biased technical change*, dimana modal mengalir deras ke arah penggunaan teknologi dan mesin, bukan padat karya.

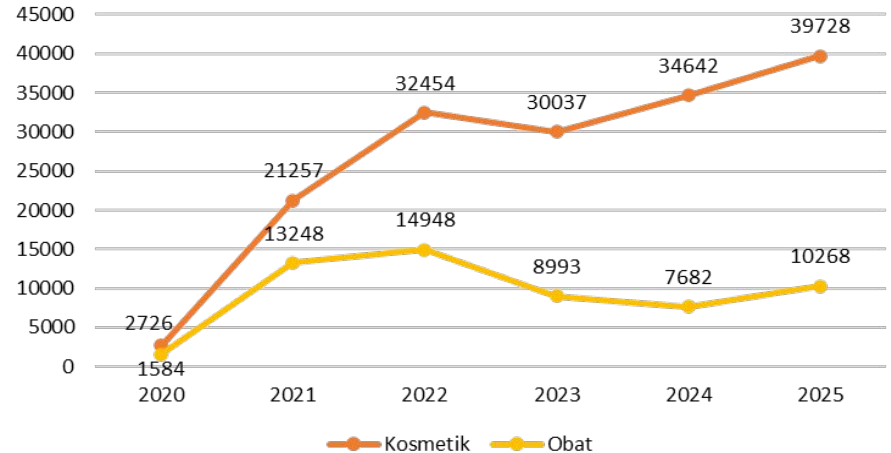
Sertifikasi Halal Melonjak, Kesenjangan Kosmetik-Obat Melebar

Total Jumlah Produk Farmasi dan Obat-Obatan Bersertifikat Halal per Tahun



Total produk farmasi dan obat bersertifikat halal tumbuh signifikan, dari 4.310 (2020) menjadi hampir 50.000 produk (2025). Lonjakan sertifikasi halal terutama didorong oleh akselerasi industri menghadapi wajib halal 2026, didukung kemudahan layanan sertifikasi dan meningkatnya nilai strategis halal untuk kepercayaan konsumen serta akses pasar.

Tren Jumlah Produk Bersertifikasi Halal: Kosmetik vs Obat per Tahun

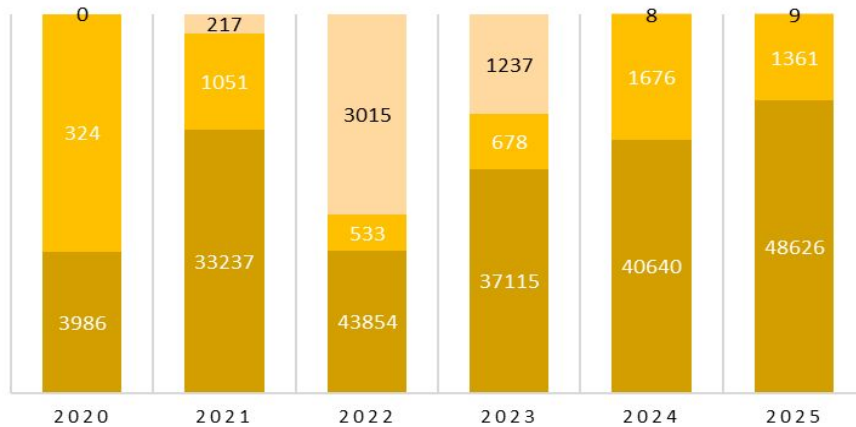


Pertumbuhan sertifikasi halal masih timpang. Produk kosmetik melonjak menjadi 39.728 pada 2025, sementara obat-obatan baru mencapai 10.268 produk dan sempat menurun pada 2023–2024. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa sertifikasi obat menghadapi proses yang lebih kompleks, terutama karena rantai pasok dan ketergantungan pada bahan baku impor yang membuat penelusuran status kehalalan lebih sulit.

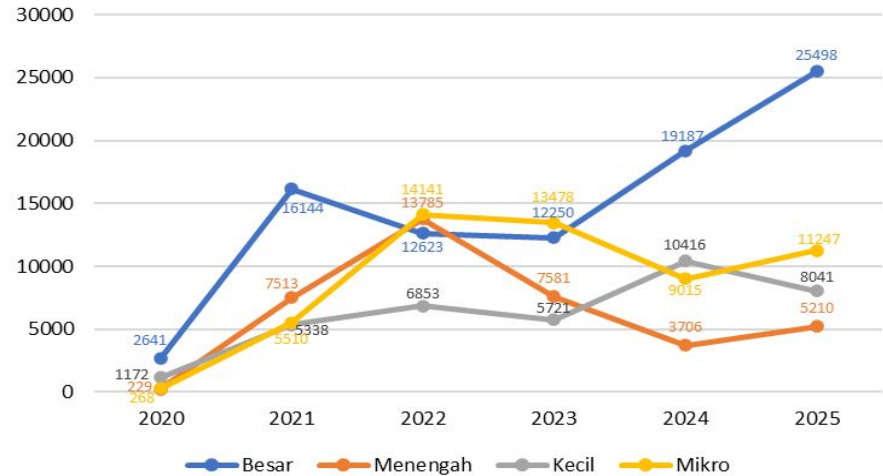
Jalur Reguler Capai 48,6 Ribu Produk, Didominasi Usaha Besar

Jalur Pendaftaran Sertifikasi Halal Produk Farmasi dan Obat-Obatan per Tahun

■ Reguler ■ Fasilitas ■ Self Declare



Skala Usaha Produk Farmasi dan Obat-Obatan Bersertifikat Halal per Tahun

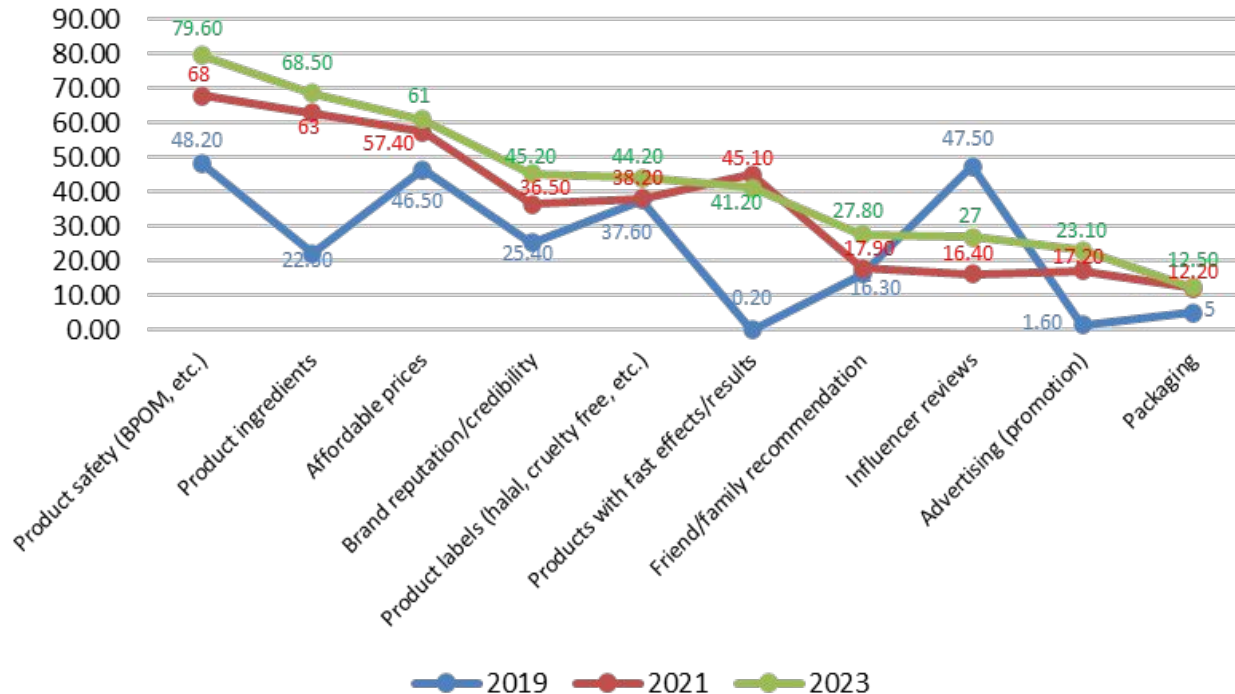


Jalur reguler mendominasi sertifikasi halal produk farmasi dan obat-obatan, meningkat dari 3.986 produk pada 2020 menjadi 48.626 produk pada 2025. Dominasi ini mencerminkan kompleksitas produk yang membutuhkan verifikasi bahan, keamanan, dan kepatuhan standar secara ketat. Sertifikasi halal sekaligus berperan dalam memperkuat kepercayaan konsumen, integritas rantai pasok, dan daya saing industri.

Pada 2025, produk bersertifikat halal dari usaha besar mencapai 25.498 produk, jauh melampaui skala usaha lainnya. Dominasi ini mencerminkan karakter industri farmasi yang padat modal, teknologi, dan riset. Tantangannya adalah memastikan investasi tersebut mampu memperkuat produksi nasional, mendorong inovasi bahan baku halal, dan meningkatkan kemandirian industri, sekaligus menghasilkan produk halal yang aman, berkualitas, dan terjangkau.

79,6% Konsumen Utamakan Keamanan Produk

Preferensi Utama Konsumen dalam Memilih Produk Kecantikan di Indonesia dari Tahun 2019 hingga 2023



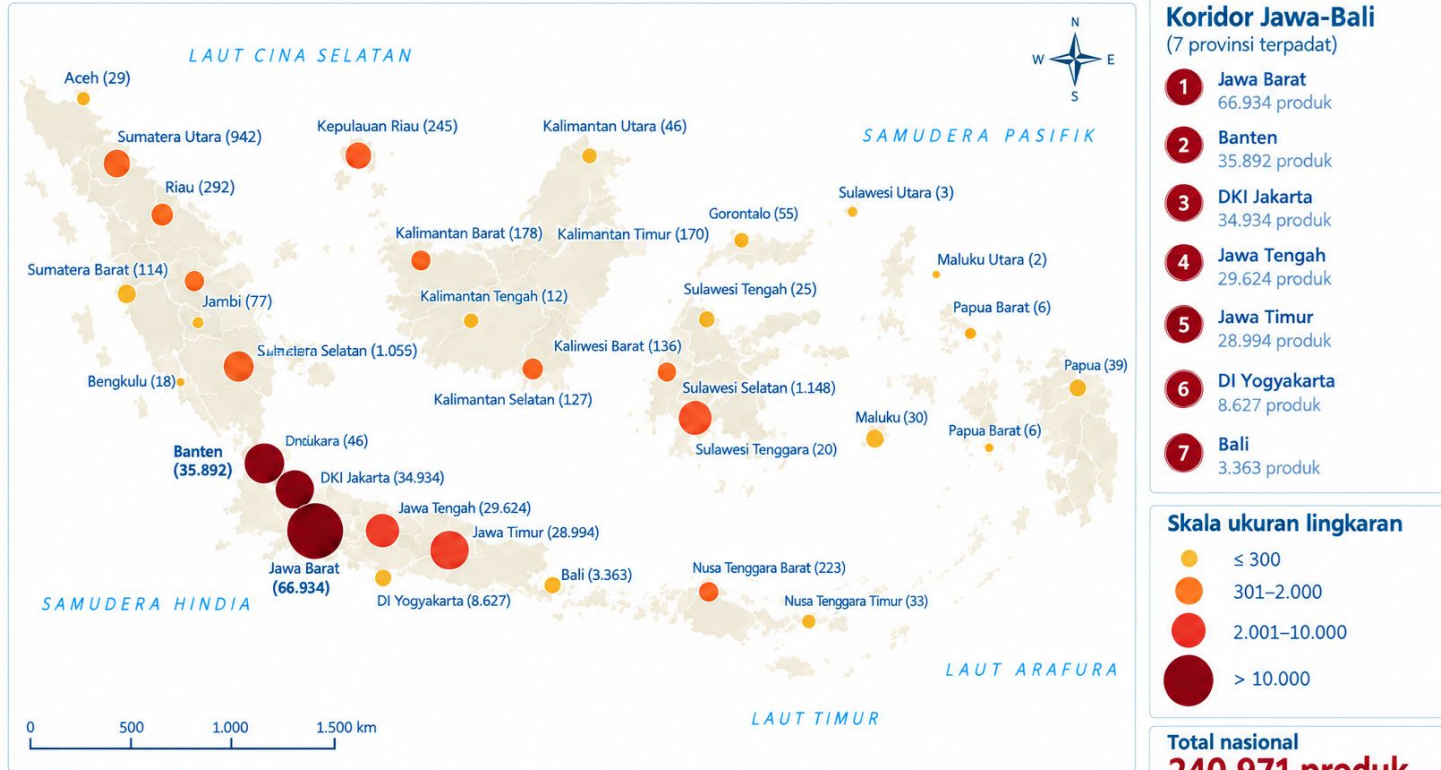
Pergeseran preferensi konsumen dari faktor harga menuju kualitas, keamanan, dan kredibilitas produk. Pada 2023, keamanan produk menjadi pertimbangan tertinggi (79,6%), diikuti kandungan bahan (68,5%) dan harga terjangkau (61%). Tren ini membuka peluang bagi kosmetik halal karena sertifikasi dapat menjadi jaminan tambahan atas bahan dan proses produksi.

Kondisi ini semakin relevan karena BPOM pada 2025–2026 memperketat pengawasan kosmetik ilegal dan produk viral di media sosial karena masih ditemukan produk tanpa izin edar maupun mengandung bahan berbahaya.

Teori *signaling* menyebutkan bahwa label halal berfungsi sebagai sinyal kualitas, namun baru efektif bila dibingkai bersama sinyal keamanan dan transparansi bahan, bukan berdiri sendiri sebagai satu-satunya nilai jual.

Sertifikasi Halal Obat-Kosmetik Menumpuk di Koridor Jawa-Bali

Akumulasi jumlah produk terdaftar per provinsi, 2020–2026. Ukuran & warna lingkaran mencerminkan jumlah produk.



Dari 240.971 produk terdaftar (2020–2026), tujuh provinsi koridor Jawa-Bali menampung mayoritas pendaftar, Jawa Barat sendiri menyumbang hampir 28%. Konsentrasi ini mencerminkan pola aglomerasi ekonomi, dimana infrastruktur sertifikasi yang terpusat di Jawa membuat wilayah timur Indonesia tertinggal jauh dalam akses sertifikasi halal.

Catatan: "Luar Negeri" (pendaftar dari luar Indonesia) berjumlah 26.519 produk (peringkat ke-6 nasional) — tidak ditampilkan di peta karena bukan wilayah administratif.

Sumber: Data pengguna, diolah, Posisi titik berdasarkan koordinat resmi wilayah provinsi (Google Places).

Menuju Ketentuan Wajib Halal pada 17 Oktober 2026

Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal

Pasal 161

- (1) Penahapan kewajiban bersertifikat halal bagi selain Produk sebagaimana dimaksud dalam Pasal 159 ayat (2), meliputi:
 - a. obat bahan alam, obat kuasi, dan suplemen kesehatan dimulai dari tanggal 17 Oktober 2021 sampai dengan tanggal 17 Oktober 2026;
 - b. obat bebas dan obat bebas terbatas dimulai dari tanggal 17 Oktober 2021 sampai dengan tanggal 17 Oktober 2029;
 - c. obat keras dikecualikan psikotropika dimulai dari tanggal 17 Oktober 2021 sampai dengan tanggal 17 Oktober 2034;
 - d. kosmetik, produk kimiawi, dan produk rekayasa genetik dimulai dari tanggal 17 Oktober 2021 sampai dengan tanggal 17 Oktober 2026;

Pasal 160

- (1) Bagi Pelaku Usaha menengah dan besar, penahapan kewajiban bersertifikat halal untuk Produk makanan, minuman, hasil sembelihan, dan jasa penyembelihan dimulai dari tanggal 17 Oktober 2019 sampai dengan tanggal 17 Oktober 2024.
- (2) Bagi Pelaku Usaha mikro dan kecil, penahapan kewajiban bersertifikat halal untuk Produk makanan, minuman, hasil sembelihan, dan jasa penyembelihan dimulai dari tanggal 17 Oktober 2019 sampai dengan tanggal 17 Oktober 2026.
- (3) Kewajiban bersertifikat halal untuk Produk makanan, minuman, hasil sembelihan, dan jasa penyembelihan yang berasal dari luar negeri ditetapkan oleh Menteri paling lambat tanggal 17 Oktober 2026 setelah mempertimbangkan penyelesaian kerja sama saling pengakuan Sertifikat Halal.
- (4) Penetapan kewajiban bersertifikat halal sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dilaksanakan setelah berkoordinasi dengan kementerian/lembaga terkait.

Oktober 2026 menjadi krusial bagi ekosistem JPH karena kewajiban sertifikasi halal produk kosmetik, farmasi, dan kategori terkait serta produk makanan-minuman dari pelaku usaha mikro dan kecil jatuh pada periode yang sama. Kondisi ini berpotensi menciptakan lonjakan permintaan sertifikasi yang besar, terutama karena jumlah pelaku usaha makanan-minuman jauh lebih banyak. Risiko menjelang tenggat 2026 bukan hanya kekurangan jumlah lembaga, tetapi ketidakseimbangan antara volume permintaan dan kapasitas lembaga. Jika kapasitas tidak bertambah sebelum lonjakan permintaan terjadi, antrean dapat terkonsentrasi pada lembaga dan wilayah yang sudah dominan sehingga memperbesar risiko keterlambatan sertifikasi di wilayah lain.

Kesiapan Ekosistem Jaminan Produk Halal (JPH) Nasional

Lembaga Pemeriksa Halal (LPH)

126 Lembaga per September 2026

Lembaga Pendamping Proses Produk Halal (LP3H)

432 Lembaga per September 2026

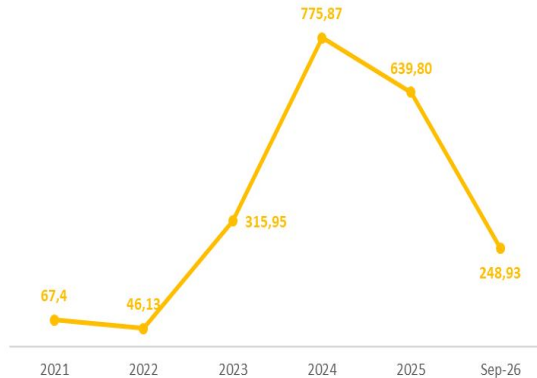
Auditor Halal

2217 Personil per September 2026

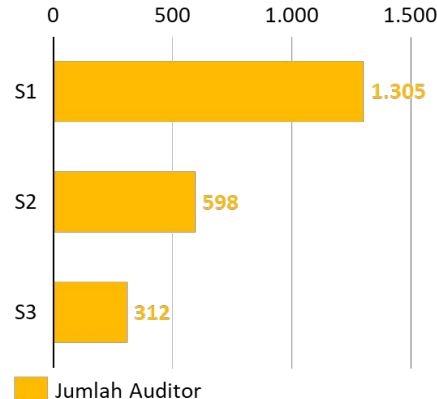
Pendamping Proses Produk Halal (P3H)

131447 Personil per September 2026

Rasio P3H/LP3H per Tahun, 2021–2026



Auditor Halal Teregistrasi per Jenjang Pendidikan (2026)



Produktivitas LP3H dalam menghasilkan P3H meningkat seiring pematangan ekosistem sertifikasi halal. Setelah relatif terbatas pada 2022–2023, produktivitas meningkat tajam sejalan dengan optimalisasi kapasitas pelatihan. Penurunan pada periode berikutnya dipengaruhi oleh bertambahnya LP3H baru yang masih dalam tahap penguatan kapasitas. Sementara itu, auditor halal masih didominasi lulusan sarjana, menunjukkan perlunya penguatan kapasitas teknis dan riset, khususnya untuk menangani produk kompleks seperti kosmetik dan farmasi.

Pasar Halal Besar, tetapi Konversi ke Kapasitas Industri Masih Terhambat

Permintaan domestik dan global untuk farmasi dan kosmetik halal terus meningkat, namun kapasitas industri nasional belum optimal sehingga diperlukan percepatan *industrial upgrading*.



Daftar Pustaka

1. Acemoglu, D. (2003). Labor- and capital-augmenting technical change. *Journal of the European Economic Association*, 1(1), 1–37. <https://doi.org/10.1162/154247603322256756> OUP Academic
2. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2026). *Satu data halal*. <https://satudata.halal.go.id/dataset>
3. Balai Besar Standardisasi dan Pelayanan Jasa Industri Kimia, Farmasi, dan Tekstil (BBSPJIKFK). (2025). *Data industri kimia, farmasi, dan tekstil (IKFT)*. Kementerian Perindustrian RI
4. DinarStandard. (2022). *State of the global Islamic economy report 2022/23*. DinarStandard.
5. DinarStandard. (2023). *State of the global Islamic economy report 2023/24*. DinarStandard.
6. DinarStandard. (2024). *State of the global Islamic economy report 2024/25*. DinarStandard.
7. DinarStandard. (2025). *State of the global Islamic economy report 2025/26*. DinarStandard.
8. International Labour Organization. (2018). *World employment and social outlook 2018: Greening with jobs*. International Labour Office. [Research Repository](#)
9. Krugman, P. (1991). Increasing returns and economic geography. *Journal of Political Economy*, 99(3), 483–499. <https://doi.org/10.1086/261763> RCNi Company Limited
10. Spence, M. (1973). Job market signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355–374. <https://doi.org/10.2307/1882010> DOI
11. Statista. (2026). *Cosmetics—Indonesia*. Statista Market Forecast. <https://www.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal-care/cosmetics/indonesia/> Statista
12. Williamson, O. E. (1985). *The economic institutions of capitalism: Firms, markets, relational contracting*. Free Press. [Epoka University Library](#)
13. Wright, T. P. (1936). Factors affecting the cost of airplanes. *Journal of the Aeronautical Sciences*, 3(4), 122–128. <https://doi.org/10.2514/8.155>

CSED INDEF

Center for Sharia Economic Development



indef_official



@indefeconomics



indefofficial



<https://indef.or.id>