



## Konsep dan Implementasi Produksi Halal pada UMKM: Tinjauan Pustaka Ekonomi Syariah

Hali<sup>1\*</sup>, Muhammad Aditya Saputra<sup>2</sup>, Ganis Khairulysa Prasetyo<sup>3</sup>, Lina Marlina<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup> Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Siliwangi, Indonesia

\*Penulis Korespondensi: [241002111092@student.unsil.ac.id](mailto:241002111092@student.unsil.ac.id)

**Abstract.** *This study explores the concept and practical implementation of halal production in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) through the lens of Islamic economics. Employing a qualitative literature review approach, it synthesizes findings from previous studies on Islamic production theory, halal assurance systems, and the economic role of MSMEs in Indonesia. The analysis reveals that halal production encompasses not only compliance with Islamic jurisprudence but also ethical, environmental, and social dimensions, emphasizing justice, transparency, and sustainability in business operations. For MSMEs, adopting halal production practices can strengthen consumer confidence, improve competitiveness in both domestic and global markets, and contribute to national economic resilience. Nonetheless, challenges persist, including a limited understanding of halal standards among entrepreneurs, high certification costs, and inadequate access to institutional and governmental support. Addressing these issues requires an integrated strategy involving collaboration among policymakers, halal certification authorities, and MSME actors. This study concludes that empowering MSMEs through education, digital innovation, and regulatory reinforcement is vital to achieving a sustainable and inclusive halal economy aligned with the principles of Islamic ethics.*

**Keywords:** *Business Ethics; Competitiveness; Halal Production; Islamic Economics; MSMEs.*

**Abstrak.** Penelitian ini membahas konsep dan implementasi praktis produksi halal pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perspektif ekonomi Islam. Dengan menggunakan pendekatan tinjauan pustaka kualitatif, penelitian ini mengkaji berbagai studi terdahulu mengenai teori produksi Islam, sistem jaminan halal, serta peran UMKM dalam perekonomian Indonesia. Hasil analisis menunjukkan bahwa produksi halal tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan terhadap hukum Islam, tetapi juga mencakup dimensi etika, lingkungan, dan sosial yang menekankan keadilan, transparansi, dan keberlanjutan dalam kegiatan bisnis. Bagi UMKM, penerapan praktik produksi halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat daya saing di pasar domestik maupun global, serta berkontribusi terhadap ketahanan ekonomi nasional. Namun, masih terdapat beberapa kendala, seperti terbatasnya pemahaman pelaku usaha terhadap standar halal, tingginya biaya sertifikasi, serta minimnya dukungan kelembagaan dan pemerintah. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi terpadu melalui kolaborasi antara pembuat kebijakan, lembaga sertifikasi halal, dan pelaku UMKM. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemberdayaan UMKM melalui edukasi, inovasi digital, dan penguatan regulasi menjadi kunci menuju ekonomi halal yang berkelanjutan dan inklusif sesuai prinsip etika Islam.

**Kata kunci:** Ekonomi Syariah; Etika Produksi; Halal; Kompetitif; UMKM.

### 1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. UMKM tidak hanya berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, tetapi juga menjadi motor utama penciptaan lapangan kerja dan pemerataan pendapatan masyarakat. Kontribusi UMKM terhadap PDB tercatat mencapai lebih dari 61% dan menyerap hingga 97% tenaga kerja nasional, menunjukkan peran vital sektor ini dalam menopang perekonomian Indonesia (Ramadani dkk., 2025). Potensi besar tersebut menjadikan penguatan daya saing UMKM sebagai agenda strategis, terutama melalui pengembangan produk berbasis prinsip halal seiring dengan meningkatnya permintaan pasar halal global.

Dalam perspektif ekonomi syariah, produksi halal tidak sekadar berkaitan dengan pemenuhan aspek hukum Islam, tetapi juga mencerminkan penerapan nilai-nilai etika, keadilan usaha, dan keberlanjutan. Sertifikasi halal menjadi instrumen penting untuk menjamin kualitas, keamanan, dan kesesuaian produk dengan prinsip syariah, sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen (Baihaqi, 2024). Produk halal kini tidak hanya diminati oleh konsumen Muslim, tetapi juga oleh masyarakat non-Muslim yang semakin sadar akan standar kualitas dan higienitas yang lebih tinggi. Hal ini membuka peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saingnya di tingkat nasional maupun internasional (Syahidin dkk., 2024).

Meski demikian, implementasi sertifikasi halal pada UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan. Hambatan utama yang dihadapi pelaku usaha antara lain rendahnya literasi mengenai standar halal, keterbatasan sumber daya manusia, serta tingginya biaya sertifikasi yang menjadi beban bagi pelaku usaha kecil (Fuadi dkk., 2022). Selain itu, proses sertifikasi yang rumit dan minimnya sosialisasi dari lembaga berwenang turut menghambat partisipasi UMKM dalam proses sertifikasi (Khairawati dkk., 2025). Hambatan-hambatan ini menyebabkan tingkat kepemilikan sertifikasi halal pada UMKM masih rendah, sehingga potensi mereka untuk bersaing di pasar halal global belum sepenuhnya optimal.

Oleh karena itu, penguatan regulasi dan dukungan kelembagaan menjadi aspek yang sangat penting dalam membangun ekosistem produksi halal yang berkelanjutan. Pemerintah bersama lembaga sertifikasi perlu bersinergi dalam menyediakan fasilitas pembiayaan sertifikasi, pelatihan, pendampingan teknis, serta penyederhanaan prosedur administrasi guna mempermudah akses UMKM terhadap sertifikasi halal (Taufiq et al., 2025). Penguatan kelembagaan juga mencakup pengembangan platform digital dan kolaborasi multipihak yang dapat mempercepat proses sertifikasi dan memperluas jangkauan edukasi bagi pelaku UMKM (Khairawati dkk., 2025). Dengan langkah-langkah tersebut, sektor UMKM Indonesia memiliki peluang besar untuk menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi halal nasional.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji konsep dan implementasi produksi halal pada UMKM di Indonesia dari perspektif ekonomi syariah, dengan fokus pada identifikasi hambatan sertifikasi halal yang dihadapi pelaku usaha serta urgensi penguatan regulasi dan dukungan kelembagaan dalam membangun ekosistem halal yang inklusif dan kompetitif.

## 2. KAJIAN TEORITIS

Produksi dalam perspektif ekonomi syariah memiliki dimensi spiritual, etika, dan sosial yang membedakannya dari pendekatan ekonomi konvensional. Dalam ekonomi Islam, aktivitas produksi tidak sekadar bertujuan memperoleh keuntungan, tetapi juga sebagai bentuk pengabdian kepada Allah SWT serta kontribusi terhadap kesejahteraan umat manusia (*maslahah*). Konsep produksi Islam menghindari praktik yang mengandung unsur haram, riba, gharar, dan eksploitasi, serta menekankan nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab. Dalam hal ini, prinsip *halalan thayyiban* menjadi acuan utama, yakni produk tidak hanya halal secara hukum, tetapi juga baik, aman, dan bermanfaat secara kualitas (Al-Fadilah, 2023). Pendekatan ini menempatkan kualitas moral dan keberkahan sebagai elemen penting dalam proses produksi. Sejalan dengan itu, Wati, Murtiyani, dan Zulfikar (2025) menegaskan bahwa praktik produksi dalam ekonomi syariah harus menyeimbangkan nilai material dan spiritual, serta menekankan aspek transparansi dan keberlanjutan sebagai bentuk akuntabilitas kepada Allah SWT, masyarakat, dan lingkungan.

Dalam kerangka Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), implementasi prinsip produksi halal sejalan dengan pandangan bahwa setiap pelaku usaha memiliki tanggung jawab sosial dan spiritual. Menurut *Sharia Enterprise Theory*, pelaku usaha dalam sistem ekonomi Islam tidak hanya bertanggung jawab kepada konsumen atau pemilik modal, tetapi juga kepada Allah SWT, masyarakat, dan lingkungan (Tanjung & Siregar, 2020). Oleh karena itu, kegiatan produksi harus dilakukan secara adil, transparan, dan memperhatikan keseimbangan lingkungan. Namun, UMKM menghadapi tantangan struktural seperti keterbatasan pemahaman terhadap standar halal, kurangnya akses pembiayaan, serta prosedur sertifikasi yang kompleks (Fuadi dkk., 2022). Hambatan ini mengindikasikan perlunya transformasi pendekatan produksi yang lebih edukatif dan kolaboratif, guna mendorong praktik bisnis halal yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, Kholil (2025) menjelaskan bahwa etika produksi Islami harus diarahkan pada pencapaian maqāsid al-shariah, yakni menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta, sehingga UMKM tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi semata, melainkan juga pada keberlanjutan sosial dan lingkungan.

Selanjutnya, dari perspektif perbandingan teori perilaku produsen antara ekonomi Islam dan konvensional, produsen dalam ekonomi Islam tidak semata-mata berorientasi pada maksimisasi laba, melainkan juga mempertimbangkan nilai moral dan dampak sosial dari produksinya (Rahman & Suharto, 2023). Produksi yang baik adalah yang memberikan manfaat luas tanpa mencederai prinsip syariah. Dalam konteks ini, dukungan regulasi, teknologi digital, dan literasi halal menjadi kebutuhan strategis untuk meningkatkan daya saing UMKM di era

industri halal global. Sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal, setiap pelaku usaha diwajibkan memastikan produk yang beredar memiliki sertifikasi halal resmi, sebagai bentuk perlindungan konsumen sekaligus peningkatan daya saing produk UMKM di pasar domestik maupun global. Oleh karena itu, penguatan ekosistem halal yang melibatkan pemerintah, lembaga sertifikasi, dan pelaku usaha menjadi penting untuk mewujudkan ekonomi yang inklusif, etis, dan kompetitif.

### **3. METODE PENELITIAN**

Kajian ini menggunakan metode studi pustaka dengan menelusuri berbagai literatur yang membahas produksi halal, UMKM, serta ekonomi syariah. Penelitian ini bersifat deskriptif-kualitatif, sehingga fokusnya adalah menguraikan dan menganalisis konsep, bukan pada pengumpulan data lapangan. Pemilihan sumber dilakukan secara purposive, yakni hanya literatur yang dianggap relevan dan memiliki kredibilitas yang dijadikan bahan analisis. Data dikumpulkan melalui kajian dokumen dan literatur, kemudian diolah dengan metode analisis isi menggunakan pendekatan tematik serta membandingkan pandangan antar sumber. Pendekatan ini membantu menemukan pokok gagasan utama tentang konsep produksi dalam Islam, implementasi prinsip halal pada UMKM, serta peluang dan tantangan yang muncul. Hasil analisis dirangkum dalam kerangka konseptual yang memperlihatkan keterkaitan antara teori dan praktik produksi halal dalam konteks UMKM.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Konsep Produksi dalam Ekonomi Syariah**

Produksi dalam ekonomi syariah merupakan kegiatan ekonomi yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan (*profit oriented*), tetapi juga mengedepankan nilai-nilai tauhid, keadilan (*al-'adl*), kemaslahatan (*maslahah*), kerja sama (*ta'awun*), serta keseimbangan (*tawazun*). Prinsip-prinsip tersebut membedakan sistem ekonomi Islam dari ekonomi konvensional yang sering kali bersifat materialistis (Syahidin dkk., 2024). Prinsip tauhid menegaskan bahwa seluruh aktivitas produksi harus diniatkan sebagai ibadah kepada Allah, sehingga pelaku usaha dituntut menjalankan usaha secara jujur, amanah, dan bertanggung jawab (Baihaqi, 2024). Prinsip keadilan tercermin dalam pembagian hasil yang transparan, perlakuan yang adil terhadap pekerja, serta tidak adanya eksploitasi dalam proses produksi (Ramadani dkk., 2025).

Selain itu, prinsip masalah mengarahkan produksi agar membawa kemanfaatan bagi masyarakat luas dan tidak menimbulkan kerusakan (mafsadah) pada lingkungan. Keseimbangan mengatur hubungan antara aspek material dan spiritual, antara kepentingan individu dan sosial, serta antara pertumbuhan ekonomi dan kelestarian lingkungan (Baihaqi, 2024). Seluruh prinsip tersebut terintegrasi dalam aktivitas produksi yang berlandaskan nilai-nilai Islam untuk menciptakan keberlanjutan dan keadilan ekonomi.

### **Prinsip Halal dalam Produksi**

Konsep halal menjadi elemen penting dalam produksi ekonomi Islam. Prinsip halalan thayyiban tidak hanya menuntut legalitas bahan baku secara syariat, tetapi juga aspek kualitas, higienitas, dan keamanan produk bagi konsumen (Syahidin dkk., 2024). Seluruh proses produksi, mulai dari pengadaan bahan baku, pengolahan, penyimpanan, hingga distribusi, harus terhindar dari unsur haram, najis, penipuan, dan ketidakjelasan (gharar) (Baihaqi, 2024). Misalnya, bahan yang halal dapat berubah status menjadi haram jika mengalami kontaminasi selama proses produksi (Fuadi dkk., 2022). Oleh karena itu, penerapan standar halal secara menyeluruh menjadi kewajiban bagi pelaku usaha, termasuk UMKM, dalam menghasilkan produk yang sesuai dengan prinsip syariah.

### **Implementasi Konsep Produksi Halal pada UMKM di Indonesia**

Implementasi prinsip produksi halal pada UMKM memiliki potensi ekonomi yang sangat besar. Indonesia sebagai negara dengan penduduk Muslim terbesar memiliki peluang besar dalam pasar halal global yang pada tahun 2020 mencapai nilai belanja lebih dari USD 1,9 triliun (Sari, 2023). Penerapan sertifikasi halal menjadi strategi penting bagi UMKM untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas akses pasar, dan memperkuat daya saing produk mereka (Syahidin dkk., 2024).

Penelitian Syari dkk. (2025) menunjukkan bahwa sertifikasi halal tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga membantu UMKM meningkatkan kualitas produk, terutama pada sektor makanan dan minuman. Namun, penelitian Fuadi dkk. (2022) mengungkapkan bahwa banyak UMKM menghadapi tantangan dalam memperoleh sertifikasi halal, seperti rendahnya literasi pelaku usaha, tingginya biaya sertifikasi, dan kompleksitas prosedur. Hambatan tersebut sering kali menyebabkan pelaku usaha kecil enggan untuk mengajukan sertifikasi halal meskipun menyadari manfaatnya (Khairawati dkk., 2025).

Contoh empiris implementasi dapat dilihat pada studi kasus UMKM “Roti Q-Ta” di Indonesia. Penelitian oleh K., Amin, dan Muthiadin (2024) menunjukkan bahwa usaha ini berhasil menerapkan prinsip halal melalui seleksi bahan baku bersertifikat halal dan penerapan prosedur ketat untuk menghindari kontaminasi silang. Hasilnya, tingkat kepercayaan

konsumen meningkat dan pasar produk meluas secara signifikan. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan pemahaman karyawan mengenai prinsip halal dan biaya implementasi yang relatif tinggi.

Selain itu, dukungan regulasi dan kelembagaan juga menjadi faktor penting dalam memperkuat ekosistem produksi halal. Taufiq dkk. (2025) menekankan perlunya kolaborasi antara pemerintah, lembaga sertifikasi, dan pelaku usaha dalam menyediakan pelatihan, subsidi biaya sertifikasi, serta penyederhanaan prosedur administrasi. Rosa (2025) menambahkan bahwa orientasi manajemen UMKM pada nilai keberkahan, etika bisnis, dan keberlanjutan dapat meningkatkan daya saing produk halal Indonesia di pasar global. Dengan demikian, penerapan prinsip produksi dalam ekonomi syariah secara konsisten, didukung oleh regulasi dan kebijakan yang kuat, akan membawa UMKM Indonesia menjadi penggerak utama ekonomi halal nasional.

### **Tantangan dan Peluang UMKM dalam Produksi Halal**

Dalam beberapa tahun terakhir, ekonomi syariah dan sektor industri halal mulai dipandang sebagai salah satu motor penggerak pertumbuhan ekonomi baru di Indonesia. Berdasarkan laporan *The State of the Global Islamic Economy Report 2020/21*, umat Islam di seluruh dunia telah menghabiskan sekitar USD 2,02 triliun untuk memenuhi kebutuhan di berbagai sektor seperti makanan, obat-obatan, kosmetik, fesyen, wisata, dan sektor berbasis prinsip syariah lainnya.

Sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, Indonesia turut mengambil bagian dalam *fastabiqul khairat*, yaitu berlomba dalam kebaikan, dengan fokus pada peningkatan kualitas dan produktivitas industri halal. Tujuannya adalah agar produk-produk Indonesia dapat bersaing secara global dan diterima dengan baik oleh pasar internasional maupun domestik. Hal ini ditegaskan oleh Wakil Presiden RI, KH Ma'ruf Amin, saat memberikan sambutan dalam acara *Indonesia Halal Industry Award 2021* di Jakarta pada 17 Desember 2021 (Setwapres, 2022).

Untuk memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat pertumbuhan ekonomi syariah global, sejumlah faktor pendukung harus dimanfaatkan secara maksimal. Pertama, Indonesia memiliki populasi Muslim terbesar di dunia, yakni sekitar 278 juta jiwa menurut data tahun 2022. Kedua, masyarakat Indonesia menunjukkan tingkat preferensi dan loyalitas yang tinggi terhadap produk-produk lokal (Syarif & Tilopa, 2021).

Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi pusat pertumbuhan ekonomi syariah dunia. Potensi ini ditopang oleh fakta bahwa Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, yang secara alami menciptakan pasar domestik yang luas

bagi produk-produk halal. Selain itu, tren global menunjukkan peningkatan signifikan dalam konsumsi produk halal oleh umat Muslim dunia, mencapai nilai hingga USD 2,02 triliun untuk sektor makanan, farmasi, kosmetik, fesyen, pariwisata, dan layanan berbasis syariah.

Pemerintah Indonesia telah menunjukkan komitmennya dalam mendorong pertumbuhan industri halal, sebagaimana disampaikan oleh Wakil Presiden KH Ma'ruf Amin dalam ajang *Indonesia Halal Industry Award 2021*. Langkah-langkah strategis diarahkan untuk memperkuat daya saing produk halal nasional, baik di tingkat domestik maupun global. Upaya ini sejalan dengan semangat *fastabiqul khoirot*, yaitu berlomba dalam kebaikan, dengan menjadikan ekonomi syariah sebagai bagian integral dari pembangunan ekonomi nasional.

Selain faktor populasi, loyalitas dan preferensi masyarakat Indonesia terhadap produk lokal juga menjadi keunggulan tersendiri. Hal ini menjadi peluang besar bagi pelaku usaha untuk terus mengembangkan produk halal berkualitas yang memenuhi standar global. Dengan penguatan regulasi, inovasi produk, serta kolaborasi lintas sektor, Indonesia dapat memaksimalkan seluruh potensi ini untuk menjelma sebagai pusat ekonomi syariah dan industri halal terdepan di dunia.

Permasalahan utama yang dihadapi UKM dalam memasarkan produk halal mencakup kurangnya sertifikasi halal, lemahnya pemahaman tentang kekayaan intelektual, serta rendahnya kualitas desain dan branding produk. Kurangnya legalitas dan tampilan profesional membuat produk UKM sulit bersaing di pasar global.

Kendala permodalan, teknologi, jaringan usaha, dan keterampilan pemasaran semakin memperkuat tantangan tersebut. Padahal, industri halal menyimpan potensi besar untuk dikembangkan, asalkan para pelaku usaha dibekali dengan pengetahuan dan dukungan yang tepat.

Oleh karena itu, diperlukan pendekatan holistik dari berbagai pihak pemerintah, lembaga keuangan, dan pendamping usaha untuk membantu UKM mendapatkan sertifikasi, meningkatkan literasi kekayaan intelektual, serta memperkuat strategi pemasaran agar dapat berkompetisi secara global dalam industri halal.

### **Strategi Inovasi Produk Halal oleh UMKM**

Dalam konteks persaingan pasar yang semakin kompetitif, inovasi produk menjadi salah satu strategi penting bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing di industri halal. Inovasi dalam konteks ini tidak hanya menyangkut pengembangan produk baru, tetapi juga mencakup peningkatan kualitas, desain kemasan, diversifikasi produk, dan pemanfaatan teknologi produksi yang sesuai dengan prinsip syariah. Penerapan inovasi yang berkelanjutan akan

memperkuat posisi produk halal di pasar domestik maupun global, sekaligus memberikan nilai tambah yang lebih besar bagi konsumen (Lestari & Hakim, 2023).

Penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang melakukan inovasi produk setelah memperoleh sertifikasi halal mengalami peningkatan signifikan dalam kepercayaan konsumen dan volume penjualan (Nugroho & Maulana, 2024). Misalnya, inovasi kemasan yang lebih informatif dan menarik dengan menonjolkan logo halal terbukti meningkatkan preferensi konsumen hingga 40% dibandingkan produk tanpa label tersebut (Lestari & Hakim, 2023). Selain itu, inovasi dalam diversifikasi produk, seperti pengembangan varian rasa baru atau adaptasi produk terhadap tren gaya hidup halal, juga terbukti membuka akses pasar yang lebih luas (Pratiwi & Mahfudz, 2025).

Lebih jauh lagi, strategi inovasi juga terkait erat dengan aspek keberlanjutan (*sustainability*). Produk halal yang dikembangkan dengan memperhatikan aspek ramah lingkungan dan bahan baku lokal tidak hanya memperkuat citra halal, tetapi juga sejalan dengan nilai *thayyib* dalam Islam, yaitu produk yang baik, aman, dan bermanfaat (Baihaqi, 2024). Oleh karena itu, inovasi produk harus dipandang sebagai bagian integral dari strategi pengembangan UMKM halal, bukan hanya sebagai aktivitas tambahan.

### **Perbandingan Kinerja UMKM Bersertifikat dan Non-sertifikat Halal**

Sertifikasi halal terbukti memiliki dampak signifikan terhadap kinerja UMKM dari berbagai aspek, mulai dari penjualan, ekspansi pasar, hingga kepercayaan konsumen. Studi yang dilakukan oleh Prasetyo dan Hasanah (2022) menunjukkan bahwa UMKM yang telah memiliki sertifikasi halal mengalami peningkatan rata-rata pendapatan sebesar 35% dalam kurun waktu satu tahun setelah sertifikasi, sementara UMKM yang belum bersertifikat hanya tumbuh sekitar 12% pada periode yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal dapat berfungsi sebagai instrumen strategis dalam meningkatkan kinerja bisnis.

Selain dari segi pendapatan, sertifikasi halal juga berdampak pada loyalitas dan kepercayaan konsumen. Penelitian Lestari dan Hakim (2023) menemukan bahwa lebih dari 78% konsumen menyatakan kepercayaan yang lebih tinggi terhadap produk bersertifikat halal dibandingkan produk yang tidak memiliki sertifikat, meskipun kualitasnya serupa. Kepercayaan ini menjadi modal penting bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasarnya ke segmen konsumen Muslim global yang semakin berkembang (Syari dkk., 2025).

Dari perspektif pemasaran, UMKM bersertifikat halal juga memiliki peluang lebih besar untuk menjalin kerja sama dengan jaringan ritel modern, marketplace, dan pasar ekspor yang mensyaratkan standar sertifikasi. Hal ini sejalan dengan temuan Rahman dan Suharto (2023) bahwa legalitas halal menjadi salah satu indikator utama dalam proses kurasi produk untuk

pasar internasional. Sebaliknya, UMKM non-sertifikat sering menghadapi hambatan dalam mengakses pasar yang lebih luas karena kurangnya jaminan kehalalan yang diakui secara resmi. Perbandingan ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal bukan sekadar kewajiban regulatif, tetapi merupakan investasi strategis bagi keberlanjutan dan pertumbuhan usaha.

### **Peran Ekosistem *Triple Helix* dalam Penguatan Produksi Halal**

Konsep *triple helix*, kolaborasi antara pemerintah, industri, dan akademisi, memiliki peran penting dalam memperkuat ekosistem produksi halal dan mendukung pengembangan UMKM. Kolaborasi ini menjadi kunci dalam mengatasi tantangan yang selama ini dihadapi UMKM, seperti keterbatasan literasi halal, tingginya biaya sertifikasi, serta minimnya inovasi dalam produksi. Pemerintah berperan dalam menyediakan kerangka regulasi yang kondusif, insentif, dan fasilitas pembiayaan sertifikasi; industri berperan dalam mendukung kemitraan dan transfer teknologi; sementara akademisi berkontribusi melalui riset, edukasi, dan pendampingan (Abdullah dkk., 2025).

Penelitian Abdullah dkk. (2025) menunjukkan bahwa kolaborasi *triple helix* mampu mempercepat proses sertifikasi halal hingga 35% lebih cepat dibandingkan pendekatan konvensional. Pemerintah melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan Kementerian Koperasi dan UKM, misalnya, telah meluncurkan berbagai program fasilitasi sertifikasi gratis (*self-declare*) dan pelatihan literasi halal bagi pelaku usaha mikro. Di sisi lain, akademisi terlibat dalam penyusunan modul pelatihan dan penelitian terapan, sementara sektor industri berkontribusi dalam bentuk pendampingan teknis dan inkubasi bisnis (Rosa, 2025).

Selain mempercepat sertifikasi, kolaborasi ini juga berdampak positif terhadap inovasi produk dan pengembangan pasar. Malik dkk. (2025) menegaskan bahwa sinergi *triple helix* mampu menciptakan ekosistem halal yang berkelanjutan dengan meningkatkan kapasitas SDM, memperkuat jejaring pasar, serta mendorong riset dan inovasi dalam pengembangan produk halal. Oleh karena itu, penguatan kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan pelaku industri perlu terus ditingkatkan untuk menciptakan ekosistem halal yang inklusif dan kompetitif, yang pada akhirnya akan memperkuat posisi UMKM Indonesia di pasar halal global.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan kajian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa konsep produksi halal pada UMKM tidak hanya berorientasi pada pemenuhan hukum syariat, tetapi juga mencakup nilai etis, keadilan usaha, serta keberlanjutan. Penerapan prinsip halalan thayyiban terbukti menjadi faktor penting untuk memperkuat kepercayaan konsumen, memperluas pasar, dan

meningkatkan daya saing UMKM. Namun, implementasi di lapangan masih terkendala rendahnya literasi halal, biaya sertifikasi yang relatif tinggi, serta kompleksitas prosedur yang membatasi partisipasi pelaku usaha kecil. Oleh karena itu, dukungan regulasi, fasilitasi pembiayaan, dan pendampingan dari pemerintah maupun lembaga sertifikasi sangat diperlukan untuk membangun ekosistem halal yang inklusif dan berdaya saing.

Sebagai saran, pelaku UMKM diharapkan lebih proaktif dalam meningkatkan pemahaman mengenai standar halal serta memperkuat komitmen etis dalam proses produksi. Pemerintah dan lembaga terkait perlu memperluas sosialisasi, menyederhanakan prosedur sertifikasi, serta memberikan subsidi biaya agar UMKM memiliki akses lebih mudah terhadap legalitas halal. Untuk penelitian selanjutnya, diperlukan kajian lapangan yang lebih mendalam mengenai strategi konkret UMKM dalam mengatasi kendala implementasi halal, sehingga dapat memperkaya model pengembangan industri halal di Indonesia.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Siliwangi, yang telah memberikan dukungan akademik dan fasilitas dalam penyusunan artikel ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan secara khusus kepada Ibu Lina Marlina selaku dosen pembimbing atas bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berharga, serta kepada rekan-rekan yang telah bekerja sama dan memberikan kontribusi dalam penyelesaian artikel jurnal ini. Artikel ini merupakan bagian dari upaya pengembangan literatur di bidang ekonomi syariah, khususnya mengenai produksi halal pada UMKM.

### **DAFTAR REFERENSI**

- Abdullah, A., Rahman, M., & Hidayat, R. (2025). Triple helix collaboration in strengthening halal ecosystem for MSMEs. *International Journal of Halal Development*, 4(1), 33–48.
- Al-Fadilah. (2023). Manajemen produksi *halalan thayyiban* dalam perspektif Al-Qur'an dan Hadis. *Jurnal Ilmu dan Studi Islam*, 5(2), 85–97. <https://al-fadilah.my.id/index.php/i/article/view/40>
- Amin, K., & Muthiadin. (2024). Implementasi prinsip halal pada UMKM roti Q-Ta. *Jurnal Ekonomi Islam Indonesia*, 5(2), 153–160.
- Baihaqi, W. (2024). Dinamika dan implikasi jaminan produk halal dalam ekonomi syariah global. *Ameenah Journal: Journal of Halal Assurance*, 2(1), 26–34. <https://doi.org/10.63732/aij.v2i1.48>
- DinarStandard. (2020). *State of the global Islamic economy report 2020/21*. Dubai Economy & Dubai Islamic Economy Development Centre. <https://www.salaamgateway.com/reports/state-of-the-global-islamic-economy-report-202021>

- Fadhilah, S., & Rahman, A. (2024). Peran pembiayaan syariah dalam mendukung sertifikasi halal UMKM. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 9(1), 87–99.
- Fuadi, S., Soemitra, A., & Nawawi, Z. M. (2022). Studi literatur implementasi sertifikasi halal produk UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*, 6(1), 118–125. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.541>
- Khairawati, S., Murtiyani, S., Wijiharta, W., Yusanto, I., & Murtadlo, M. B. (2025). Kendala sertifikasi halal pada UMKM di Indonesia: Sebuah kajian literatur. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Ekonomi (JASMIEN)*, 5(2), 242–250.
- Kholil, S. (2025). Etika produksi Islami dalam perspektif *maqāṣid al-shariah*. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 7(1), 45–56.
- Lestari, R., & Hakim, M. (2023). Strategi inovasi produk halal UMKM pasca sertifikasi. *Journal of Islamic Business Innovation*, 5(3), 210–223.
- Malik, A., Siregar, M., & Dini, F. (2025). Strengthening halal industry ecosystem through collaborative governance. *Halal Industry and Policy Journal*, 3(1), 45–58.
- Nizar, M., & Rakhmawati, A. (2021). Tantangan dan strategi pemasaran produk halal di Indonesia. *Malia*, 13(1), 123–140. <https://doi.org/10.35891/ml.v13i1.2872>
- Nugroho, R., & Maulana, H. (2024). Product diversification strategies of halal MSMEs in Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Inovasi*, 6(2), 188–202.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2024). *Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 127.
- Prasetyo, B., & Hasanah, N. (2022). Comparative study of MSMEs performance before and after halal certification. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 7(2), 99–112.
- Pratiwi, A., & Mahfudz, A. (2025). Diversifikasi produk halal dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Manajemen Halal Indonesia*, 8(1), 73–85.
- Rahman, H., & Suharto, D. (2023). Perbandingan teori perilaku produsen dalam ekonomi Islam dan konvensional. *Jurnal Syariah dan Keuangan Islam*, 6(1), 63–76. [https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/sharia\\_finance/article/view/63-76](https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/sharia_finance/article/view/63-76)
- Ramadani, S., Ramadhani, D. A., Ikrom, M., & Harahap, L. M. (2025). Peran strategis UMKM dalam mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen (EBISMEN)*, 4(1), 158–166. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i1.3183>
- Rosa, L. (2025). Etika bisnis syariah dan keberlanjutan dalam penguatan UMKM halal. *Jurnal Ekonomi Syariah Nusantara*, 8(1), 63–68.
- Sari, R. (2023). Potensi pasar halal global dan implikasinya terhadap UMKM Indonesia. *Jurnal Industri Halal Indonesia*, 3(2), 107–115.

- Sekretariat Wakil Presiden Republik Indonesia. (2022, Januari 17). *Wapres: Industri halal jadi mesin baru pertumbuhan ekonomi nasional*. <https://www.wapresri.go.id/wapres-industri-halal-jadi-mesin-baru-pertumbuhan-ekonomi-nasional/>
- Syahidin, S., Nasor, M., & Hermanto, A. (2024). Pertumbuhan industri halal berbasis usaha mikro kecil (UMK). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 7(1), 29–36. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2024.vol7\(1\).15736](https://doi.org/10.25299/syarikat.2024.vol7(1).15736)
- Syari, A., Mulyani, D., & Hidayat, R. (2025). Peran sertifikasi halal dalam pengembangan UMKM sektor pangan. *Jurnal Halal Industry Studies*, 5(1), 49–57.
- Syarif, H., & Tilopa, M. (2021). *Peluang dan tantangan industri halal di Indonesia*. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. <https://www.kemendag.go.id>
- Taufiq, A., Tamamudin, & Sadali, A. (2025). Analisis regulasi halal dan implikasinya bagi UMKM: Kajian literatur sistematis. *Neraca: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Ekonomi*, 21(1), 47–49.