

Digital Halal Entrepreneurship : Memaksimalkan Potensi Bisnis Halal Di Indonesia

¹Andi Amma Ruhmah, ²Diana Eravia, ³Neri Aslina

^{1,3}Prodi Mu`amalah/Hukum Ekonomi Syariah

²Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, UIN Suska Riau

e-mail: ¹aaruhmah@gmail.com, ²dianaeravia@yahoo.co.id, ³neriaslina@yahoo.co.id

Abstrak

Tulisan ini membahas Digital Halal Entrepreneurship dengan tujuan memberikan pemahaman tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan Halalpreneur dalam memaksimalkan potensi bisnis halal di era digital. Melalui pemahaman ini, langkah-langkah strategis dapat diambil untuk memanfaatkan kekuatan, mengatasi kelemahan, mengejar peluang, dan menghadapi ancaman dalam konteks bisnis halal digital yang tersaji melalui Matriks SWOT yang dapat dijadikan sebagai strategi dalam memilih dan menentukan pengembangan bisnis halal digital.

Kata kunci— Halalpreneur, Bisnis Digital, Strategi, Matriks SWOT

Abstract

This writing discusses Digital Halal Entrepreneurship with the aim of providing an understanding of the factors that can influence the success of Halalpreneurs in maximizing the potential of the halal business in the digital era. Through this understanding, strategic steps can be taken to leverage strengths, address weaknesses, pursue opportunities, and confront threats in the context of digital halal business, which is presented through a SWOT Matrix that can be used as a strategy for selecting and determining digital halal business development

Keywords— Halalpreneur, Digital Business, Strategy, SWOT Matrix

PENDAHULUAN

Sejarah *cyber Physical System* dan *Internet of Things and service (Iot dan IoS)* pada proses industri yaitu logistik, manufaktur, serta proses industri lainnya di mana CPS adalah teknologi untuk mensignifikasikan antara dunia nyata dengan dunia maya. Merupakan satu kesatuan dari revolusi masa ke 4, yang dikenal dengan Industri 4.0 (Baharun dan Niswa, 2019). Era tersebut berkembang terlihat di sektor ekonomi, lihat saja bagaimana sektor jasa transportasi dari kehadiran taksi dan ojek *daring* (dalam jaringan). Indonesia akan berfokus pada lima sector utama untuk penerapan awal dari teknologi ini yaitu makanan dan minuman, tekstil dan pakaian, otomotif, kimia dan elektronik. (Prsetyo dan Trisyanti, 2018).

Di era digital saat ini, teknologi telah mengubah cara manusia menjalankan bisnis. Hal yang sama juga berlaku dalam industri halal di Indonesia. Konsumen semakin sadar akan kebutuhan dan permintaan produk halal yang tinggi, yang mencakup makanan, minuman, kosmetik, farmasi, dan sektor lainnya (Al-Atabi dan Saleh, 2018). Selain itu, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menciptakan peluang baru untuk meningkatkan efisiensi, visibilitas, dan aksesibilitas bisnis halal (Rahman dan Ali, 2020)

Dalam beberapa tahun terakhir, terjadi peningkatan signifikan dalam kesadaran dan permintaan produk halal di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh faktor seperti pertumbuhan populasi Muslim, meningkatnya pemahaman akan nilai-nilai halal, serta peningkatan kebutuhan konsumen akan produk halal yang berkualitas. Di sisi lain, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah membuka pintu bagi inovasi dalam sektor bisnis halal. (Al-Kodmany dan Ali, 2019)

Dalam era digital yang terus berkembang, teknologi telah memainkan peran kunci dalam transformasi berbagai sektor industri, termasuk industri halal. Konsumen kini semakin terhubung dan terbiasa dengan penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari mereka. Oleh karena itu, pelaku bisnis halal perlu memanfaatkan teknologi sebagai alat strategis untuk memaksimalkan potensi bisnis mereka. (Magableh et al, 2020). Dalam konteks ini, teknologi dapat memberikan peluang yang luas bagi bisnis halal, seperti pemasaran digital yang efektif, penggunaan *big data* untuk memahami perilaku konsumen, kehadiran *online* melalui *platform e-commerce*, dan penggunaan aplikasi mobile untuk memperkuat keterlibatan pelanggan. Selain itu, teknologi juga dapat membantu dalam pemantauan dan penegakan standar halal, meningkatkan efisiensi operasional, dan memfasilitasi rantai pasok yang transparan dan terpercaya. Pemakaian teknologi merujuk pada berbagai inovasi seperti *e-commerce*, aplikasi *mobile*, *big data*, kecerdasan buatan, dan teknologi lainnya yang dapat digunakan untuk memperluas pasar, memperkuat merek, meningkatkan efisiensi operasional, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik dalam industri halal di Indonesia. Dengan memahami bagaimana teknologi dapat digunakan dalam bisnis halal, pelaku usaha dapat meningkatkan daya saing mereka, menghadapi tantangan, dan mengoptimalkan potensi di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam peluang bisnis halal di era digital dengan pendekatan teknologi. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan wawasan yang berguna bagi pelaku bisnis halal untuk meningkatkan kehadiran dan efektivitas mereka dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen yang semakin terhubung secara digital di Indonesia. (Ismail dan Rahman, 2019)

Saat ini berkembang bisnis halal yang berbasis digital dibidang fashion, wisata, perhotelan dan kuliner. Melihat banyaknya aplikasi digital yang sudah diberlakukan di Indonesia, tentunya besar harapan bagi pemakai digital *Halalpreneur* untuk memberikan peluang bagi mereka selaku pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis yang lebih luas baik lokal maupun mancanegara dengan memanfaatkan teknologi digital. Begitu juga dengan mereka yang memiliki keterbatasan dalam mempergunakan digital *Halalpreneur*, tentunya diharapkan untuk memberikan solusi bagi mereka untuk mampu bersaing dengan kemajuan saat ini yang semakin canggih. Bisnis yang dikelola harus dikembangkan baik dalam wilayah Indonesia maupun mancanegara. Diharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan dan rekomendasi praktis bagi pelaku bisnis halal untuk memaksimalkan potensi mereka dalam menghadapi tantangan dan peluang yang ada di era digital. (Kurniawan dan Rahardjo, 2019)

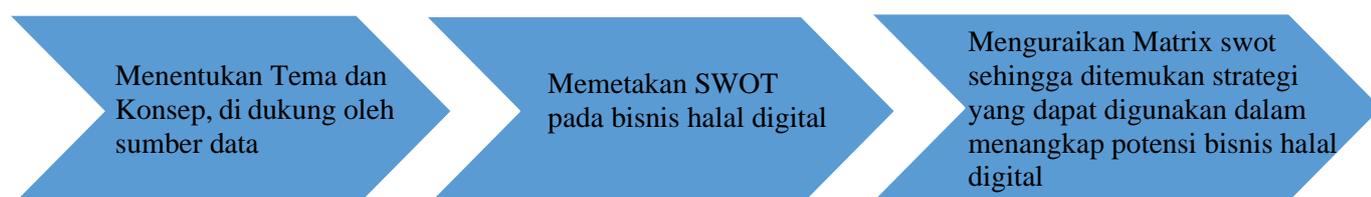
Dampak transformasi digital terhadap cara berbisnis di seluruh dunia tidak dapat diabaikan. Namun, era ekonomi digital Islam masih dalam masa pertumbuhan dan tantangan yang dihadapinya masih belum terselesaikan. Namun demikian, ada peluang inovatif yang signifikan bagi pengusaha Halal dalam konteks ekonomi digital. Kewirausahaan halal adalah topik penting penelitian ekonomi, karena budaya dan agama memainkan peran penting dalam membangun hubungan bisnis. Kewirausahaan budaya telah menjadi sarana menggunakan budaya dan seni untuk membawa perubahan dalam masyarakat. Bab ini mengidentifikasi beberapa peluang baru dalam ekonomi digital yang dapat dimanfaatkan oleh pengusaha halal. Usaha ini termasuk *Internet of Things (IoT)*, pencetakan 3D, komputasi awan, otomatisasi, robotika dan kecerdasan buatan, analitik data, platform digital, dan teknologi blockchain. Bab ini memberikan kontribusi teoretis dan praktis untuk Kewirausahaan Halal dan Ekonomi Digital Islam. Peluang yang diidentifikasi dalam bab ini akan membantu pengusaha halal dan pembuat kebijakan untuk membawa produk, layanan, dan kebijakan mereka ke pasar untuk memfasilitasi pertumbuhan ekonomi digital Islam. (Salaheldeen, 2022)

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian adalah Bagaimana analisa SWOT Digital *Halal Entrepreneurshi* memanfaatkan potensi bisnis halal di Indonesia ?. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisa SWOT Digital *Halal Entrepreneurship* memanfaatkan potensi bisnis halal melalui teknologi. Adapun fokus penelitian ini adalah mengidentifikasi inovasi teknologi yang relevan dalam konteks bisnis halal, mengeksplorasi bagaimana teknologi tersebut dapat digunakan untuk memperluas pangsa pasar,

meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan transparansi dalam rantai pasok produk halal.

METODE PENELITIAN

Artikel ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan *literature research*. Dalam hal ini menggunakan dan memanfaatkan data pustaka dari berbagai informasi kepustakaan, seperti buku, jurnal, web serta artikel. Metode ini digunakan bertujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan berbagai kondisi. Kejadian atau fenomena realita yang terjadi di masyarakat dan di uraikan berdasarkan literatur-literatur yang berkaitan dengan tema bisnis Halal dan pengembangannya, khususnya di Indonesia. (Akhyar dan Abdulla, 2020) Beriku ini diagram Alur Penelitian



HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Halalpreneurship

Halalpreneurship disebut juga dengan Kewirausahaan yang bergerak dibidang bisnis halal. Ruang lingkup halalpreneurship ada di dalam syariah (Aqidah Fiqih, Akhlak) yang memastikan bahwa kegiatannya tidak menyimpang dari tuntunan serta memberi kontribusi pada kemakmuran Masyarakat, dunia dan kemanusiaan. (Azizuddin dan Ainulyaqin, 2022).

Istilah halal pada bidang halalpreneur secara umum menghasilkan produk dari bahan yang halal yang terkaontaminasi dengan bahan haram/Najis. Penilaian kesesuaian ini merupakan persyaratan bagi halalpreneur dalam memperoleh jaminan halal. Berikut ini merupakan kriteria sistem jaminan halal yang wajib diterapkan dalam indutri halal antara lain Kriteria Kebijakan Halal , Kriteria Tim Manajemen Halal, Kriteria Pelatihan dan Edukasi, Kriteria Bahan, Kriteria Produk Kriteria Fasilitas, Kriteria Prosedur Tertulis untuk Aktifitas Kritis, Kriteria Kemampuan Telusur , Kriteria Penangan PRodu yang tidak memenuhi Kriteria, Kriteria Audit Internal, dan Kriteria Kaji Ulang Manajemen. (Jumiono dan Rahmawati, 2020)

Studi Literatur

Studi literatur pada tulisan ini terdiri beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan halalpreneurship khususnya di di bidang industry halal.

1. Imam Azizuddin et.al (2022), dengan judul “Industri Pariwisata Halal : Pendorong Inovasi Untuk Halalpreneurs”, dalam tulisan tersebut memaparkan tentang pariwisata halal dengan inovasi produk melalui praktik yang sudah dijalankan , diantaranya melalui Layanan ramah Wanita muslim.
2. Aji Jumiono et. al (2020) , dengan judul “Kriteria Sertifikasi Halal Barang Gunaan di Indonesia” dalam tulisan ini mengemukakan kriteria system jaminan halal yang harus memenuhi standar dan konsistensi kehalalan produk.
3. Md. Siddique et.al (2020) dengan judul “Global Halal Industry : Realites and Opposrtunities”. (Temuannya antara laini faktor utama yang mendorong pasar halal global yang berkembang pesat. Adalah masyarakat Muslim yang cukup besar dan berkembang populasi sebesar 1,8 persen per tahun, Kedua, pembangunan ekonomi yang tumbuh dan karenanya meningkatkan pembelian kekuasaan di kalangan umat Islam. Terakhir adalah munculnya potensi pasar halal di negara non muslim dan halalpemain industri. Sebagai

saran , para pelaku industri perlu memperdalam pengetahuan dan pemahaman tentang Pasar Muslim (pola dan perilaku), memperbarui data secara teratur, dan juga mengeksploitasi ceruk pasar yang belum dimanfaatkan penjualan dan promosi produk.

Dari penelitian tersebut, terdapat perbedaan penelitian, dalam tulisan ini secara khusus membahas membahas potensi digital halal entrepreneurship di Indonesia dengan menggunakan analisis swot.

Analisis SWOT

Dalam tulisan ini menggunakan analisis SWOT sebagai rangkaian yang terorganisir sebagai sumber informasi yang dapat memperbaiki kualitas pilihan dan keputusan untuk mengembangkan bisnis halal digital. (Pearce dan Robinson, 2022).

1. Strength (Kekuatan)

Besarnya pasar produk halal didalam dan diluar negeri merupakan potensi besar yang dapat mendorong berkembangnya industry produk halal dalam negeri. Indonesia dengan mayoritas pendudukan muslim merupakan kekuatan tersendiri dalam membangkitkan industry produk halal. Apalagi adanya kehidupan beragama yang moderat dan kerukunan umat Bergama yang baik, menjadikan pergerakan perdagangan produk di Indonesia akan saling menguatkan. (Yulia, 2015).

2. Weakness (Kekurangan)

Indonesia adalah negara dengan pertumbuhan ekonomi digital tersebar di Asia tenggara. Pada 2025, digital ekonomi Indonesia bernilai 133 miliar dolar amerika, namun pertumbuhan ekonomi digital yang pesat tidak diimbangi dengan sumber daya disektor ekonomi digital (Republika, 2021). Era digitalisasi Indonesia masih kekurangan Sumber Daya Manusia yang ahli, pada konteks Indonesia, dalam hal ini Komite Nasional Ekonomi Keuangan Syariah melalui masterplan memiliki strategi Pembangunan SDM untuk mewujudkan ekosistem ekonomi syariah di Indonesia terutama Industri Halal.

3. Opportunity (Peluang)

Dukungan Pemerintah dan perkembangan teknologi menjadi peluang bagi pelaku usaha (halalpreneur). Dukungan pemerintah antara lain melalui kementerian coordinator bidang perekonomian Republik Indonesi mendorong sinergi program antara kementerian, pemerintah dan platform digital untuk mengakselerasi UMKM halal go-digital. (Publikasi Kementerian Koordinator Bidang Perkonomian RI, 2021).

4. Treath (Ancaman)

Tidak adanya tata kelola digital yang baik dapat meningkatkan Resiko keamanan data dan serangan siber yang dapat menjadi ancaman bagi pelaku halalpreneur dalam bisnis digital. Antara lain adanya kebocoran data, pemalsuan transaksi dan kasus lainnya yang dapat merugikan pelaku usah dan juga konsumen. (Hukum Online, 2023).

Matrix SWOT

Matriks ini dapat digunakan untuk menggambarkan segala jenis peluang dan ancaman dari factor eksternal dan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki bisnis halal digital. (Istiqomah dan Adriyanto, 2019).

IFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
EFAS	- Potensi Produk Halal yang didukung didukung oleh mayoritas Penduduk Muslim di Indonesia	- SDM belum memenuhi dalam penguasaan Teknologi

<p>OPPORTUNITY (O) Dukungan Pemerintah (Kementerian dan Lembaga) dan berkembangnya teknologi</p>	<p>Memanfaatkan Potensi Produk Halal didukung oleh mayoritas Penduduk Muslim di Indonesia untuk meraih dukungan pemerintah.</p>	<p>Mengatasi SDM yang belum terpenuhi khususnya peningkatan SDM yang ahli dibidang teknologi dan digital</p>
<p>TREATH (T) Resiko Kebocoran data Serangan Siber</p>	<p>Memanfaatkan pangsa pasar produk hala melalui literasi digital untuk keamanan bertransaksi pada bisnis halal digital</p>	<p>Kecakapan SDM ditingkatkan melalui Kerjasama dengan pemerintah untuk keamanan system para pelaku usaha digital</p>

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan penelitian tersebut , maka hasil kesimpulan penelitian ini adalah;
Diperlukannya komptensi , afiliasi, edukasi serta tata Kelola bisnis digital yang baik untuk mengembangkan serta memanfaatkan potensi pasar bisnis halal di Indonesia.

SARAN

Diharapkan penelitian ini dapat dilanjutkan pada kekhususan bidang usaha kecil menengah (UMKM) di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal/e-jurnal dan Buku / e-book

- Al-Atabi, M., & Saleh, A. S. (2018). A Conceptual Model of Halalpreneurship (Halal Entrepreneurship). In Proceedings of the International Conference on Halal Innovation in Products and Services.
- Al-Kodmany, K., & Ali, I. (2019). The Role of Digital Technology in Halal Tourism Development. In Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future.
- Banu Prasetyo dan Umi Trisyanti “Revolusi Industri 4.0 dan tantangan Perubahan Sosial ” IPTEK : Jurnal Proceeding Series , 2018 : H.22
<http://www.iptek.its.ac.id/index.php/jps/article/view/4417>
- Hasan Baharun dan Harisatun Niswa, Syariah Brandig: Komodifikasi Agama dalam Bisnis Waralaa di Era Revolusi Industri 4.0. INFERENSI Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan Vol 13, No.1 , Juni (2019).
- Ismail, I., & Rahman, A. A. (2019). Digital Marketing Strategies for Halal Products: A Literature Review. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 9(1).
- Istiqomah dan Irsad Andriyanto “Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi Pada Sentra Jenang Di Desa Wisata Kaliputu Kudus) (2019) Link akses :
https://www.researchgate.net/publication/332571834_ANALISIS_SWOT_DALAM_PEN_GEMBANGAN_BISNIS_Studi_pada_Sentra_Jenang_di_Desa_Wisata_Kaliputu_Kudus
- John A. Pearce, Richard B. Robinson, Manajemen Strategis Formulasi, Implementasi dan Pengendalian, (Jakarta: Salemba Empat, 2008)202.
- Kurniawan, E., & Rahardjo, S. (2019). Exploring Opportunities in Halal Tourism: A Review of Digital Strategies and Technologies. Journal of Islamic Marketing, 10 (2).
- Lady Yulia, Halal Products Industry Development Strategy. Jurnal Bimas Islam (Kementerian Agama: 2015) diakses pada :

- <https://jurnalbimasislam.kemenag.go.id/jbi/article/download/171/118/527>
- Magableh, M. O., Yahya, S. B., & Al-Azzam, A. A. (2020). Adoption and Utilization of E-commerce Among HalalSMEs: A Conceptual Framework. *Journal of Islamic Marketing*, 11(5).
- Mohamed Salaheldeen, *Opportunities For Halal EntrepreneursIn The Islamic Digital Economy: FutureAnd Trends From A Cultural Entrepreneurship Perspective*, (Malaysia: Universiti Sains Islam Malaysia, 2022).
- Muhammad Khozin Ahyar, Agung Abdullah “Membangun Bisnis dengan Ekosistem Halal” *Jurnal Pasar Modal dan Bisnis The Indonesia Capital Market Institute*.
- Rahman, A., & Ali, S. (2020). Digital Entrepreneurship in Islamic Finance. In *Islamic Fintech: Growth, Opportunities, and Challenges* (pp. 133-148). Palgrave Macmillan.
- Azizuddin, Imam dan Ainulyaqin, Muhammad Hamdan “Industri Pariwisata Halal: Pendorong Inovasi Untuk Halalpreneurs”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* (2022).
- Jumion, Aji dan Rahmawati, Siti Irman ,”Kriteria Sertifikasi Halal Barang Gunaan di Indonesia”. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*. (2021).
- Md. Siddique et.al “Global Halal Industry : Realites and Opposrtunities”. (2020). <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/ijibe/article/view/8058/3879>

Halaman Berita

- Kementerian Industri, Making Indonesia 4.0 <https://www.kemenperin.go.id/download/18384>
- Indonesia masih disebut kekurangan SDM Ekonomi Digital” <https://tekno.republika.co.id/berita/r324t5456/indonesia-disebut-masih-kekurangan-sdm-ekonomi-digital>
- UMKM Halal Go-Digital untuk Tingkatkan Perekonomian Nasional dan Kesejahteraan Masyarakat <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3430/umkm-halal-go-digital-%09untuk-tingkatkan-perekonomian-nasional-dan-kesejahteraan-masyarakat>
- Hukum Online <https://www.hukumonline.com/berita/a/risiko-kebocoran-data-hingga-serangan-siber--ijk-diminta-perkuat-digital-governance-lt63c7bae30e367/>