

Kesadaran Global terhadap Ekonomi Halal di Indonesia pada Era Revolusi Industri 4.0

Hisam Ahyani*, **Haris Maiza Putra²**, **Muharrir Muharrir³**, **Naeli Mutmainah⁴**
Armelia Prakasa⁵

Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Indonesia¹
Sekolah Tinggi Agama Islam AL-Falah Cicalengka, Bandung Indonesia²
Sekolah Tinggi Agama Islam Miftahul Huda Al-Azhar Banjar Jawa Barat
Indonesia^{3,4}

Univesitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia⁵

Korespondensi: hisamahyani@gmail.com

Received: 05/10/2023

Revised: 21/11/2023

Accepted: 05/12/2023

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesadaran global terhadap ekonomi halal di Indonesia pada era revolusi industri 4.0, yang mana hal tersebut dewasa ini menjadi kebutuhan yang nyata yang disebabkan oleh kebutuhan pasar pada sektor industri halal di Indonesia seperti makanan dan minuman halal, dan perilaku konsumen atau masyarakat non muslim dalam mengkonsumsi produk-produk halal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kepustakaan, yang mana sumber primer dan sekunder diperoleh dari berbagai literasi seperti buku, jurnal dan internet. Hasil penelitian membuktikan bahwa kesadaran global terhadap ekonomi halal di Indonesia pada era revolusi industri 4.0 memiliki relevansi dengan : 1) program sertifikasi halal sebagaimana dicanangkan oleh Kementerian Agama melalui BPJPH, dimana manfaatnya adalah menjadikan produk yang sudah tersertifikasi halal agar mampu bersaing secara global; 2) Perkembangan ekonomi halal di Indonesia pada era Revolusi Industri 4.0 membutuhkan kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, dan sektor bisnis untuk memastikan adopsi teknologi, kepatuhan regulasi, dan peningkatan kesadaran yang seimbang.

Kata Kunci: Keadasaran Produk Halal, Ekonomi Masyarakat Indonesia, Revolusi Industri 4.0

Abstract

This research aims to analyze global awareness of the halal economy in Indonesia in the industrial revolution 4.0 era, where this has now become a real need caused by market needs in the halal industrial sector in Indonesia such as halal food and drinks, and consumer or community behavior. non-Muslims in consuming halal products. This research uses a library approach, where primary and secondary sources are obtained from various literacies such as books, journals and the internet. The research results prove that global awareness of the halal economy in Indonesia in the industrial revolution 4.0 era is relevant to: 1) the halal certification program as launched by the Ministry of Religion through BPJPH, where the benefit is to make products that have been certified halal so they



can compete globally; 2) The development of the halal economy in Indonesia in the Industrial Revolution 4.0 era requires collaboration between the government, society and the business sector to ensure balanced technology adoption, regulatory compliance and increased awareness.

Keywords: Halal Product Basics, Indonesian Community Economy, Industrial Revolution 4.0

PENDAHULUAN

Kesadaran global akan produk halal di Indonesia dewasa ini sangatlah penting, hal ini dikarenakan Indonesia berpeluang menjadi ekonomi syariah terbesar di Dunia. Salah satu indikator pentingnya Kesadaran global akan produk halal di Indonesia adalah perilaku konsumen terhadap produk halal oleh non muslim. Selanjutnya konsumen juga mempertimbangkan kehalalan makanan, meskipun mereka menempatkannya di urutan kedua setelah rasa pada makanan yang di belinya. Dalam hal Menjembatani Literasi Halal di Indonesia tidaklah serta merta pada makanan halal namun juga pada Keuangan Islam dan Literasi Halal hal ini diperuntukkan guna menjamin eksistensi produk-produk halal yang beredar di Indonesia. Riset yang dicanangkan oleh (Antara dkk., 2016) bahwa Bisnis halal bukan hanya tentang bahan dan produksi halal semata. Selain fokus pada produksi halal, pelaku usaha halal yang tepat juga harus berkonsentrasi dalam mengadopsi pembiayaan halal yang disebut pembiayaan syariah. Namun, penilaian tingkat kesadaran, pengetahuan dan keterampilan pembiayaan halal dan syariah di kalangan pelaku usaha harus disiapkan. Dalam rangka untuk menjembatani Halal Literacy dan *Islamic Financial Literacy* pada sikap produsen bisnis Halal terhadap adopsi pembiayaan syariah (Abdurohman & Ahyani, 2022; Ahyani, Mahfud, Waluyo, dkk., 2021a; Mutmainah dkk., 2022),

Hal ini sebagaimana riset oleh (Mahbubi dkk., 2019) bahwa terdapat Perilaku konsumen Indonesia yang telah berubah selama beberapa dekade terakhir, dan karenanya meninjau nilai konsumen sangat penting untuk industri halal (daging sapi halal). Mengacu pada survei terhadap konsumen daging yang dilakukan melalui wawancara tatap muka terhadap 440 rumah tangga Muslim kelas menengah di sepuluh kota besar Indonesia membuktikan bahwa Atribut penting daging sapi halal dalam urutan prioritas adalah warna merah, nol residu, produksi terbaru, posisi label jaminan halal untuk setiap cluster, bersih, empuk, dan rasa ($p\text{-value} = 0,000$). Sehingga Konsumen daging sapi terdiri dari empat klaster yang terdiri dari kesucian, kejernihan, kualitas, dan keamanan. Hal ini berdasarkan karakteristik demografi lokasi sapi dipelihara.

Riset lainnya oleh (Suryawan dkk., 2019) Pertumbuhan pesat di pasar halal global dalam beberapa tahun terakhir telah mengundang para sarjana untuk memperhatikan perkembangan standar halal. Namun, proses aktual di balik perumusan kriteria yang ditentukan dalam standar halal masih belum dieksplorasi. Argumen serta narasi yang bersaing di balik perumusan aturan

halal tentang penyembelihan pra-sembelih dan penyembelihan mekanis dalam standar halal baru yang dipimpin negara di Indonesia. Berdasarkan gagasan 'politik di belakang panggung', hasilnya menunjukkan bahwa kriteria dalam standar halal tidak lagi ditentukan secara eksklusif oleh hukum diet Islam yang menjelaskannya. Dimasukkannya berbagai aktor dalam perumusan standar halal telah membuka jalan bagi masalah non-agama, yaitu kekurangan produksi daging dan perlindungan pada sektor unggas. Alhasil standar halal tidak hanya beroperasi sebagai alat untuk pembangunan ekonomi dan fasilitasi perdagangan internasional, tetapi juga berfungsi sebagai perlindungan untuk mengatasi masalah keamanan pangan dan mekanisme untuk melindungi ekonomi nasional dari konsekuensi buruk dari pasar global.

Pendapat (Briliana & Mursito, 2017) menjelaskan bahwa Agama merupakan faktor budaya yang penting untuk dipelajari, karena merupakan salah satu institusi sosial yang paling universal dan berpengaruh yang memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap, nilai dan perilaku masyarakat, baik pada tingkat individu maupun masyarakat. Muslim Indonesia yang hidup dalam masyarakat multireligius dianggap lebih sadar akan produk yang diperbolehkan atau halal, sehingga pasar kosmetik halal menjadi penting baik bagi produsen maupun konsumen. Literatur yang ada berfokus pada produk makanan halal, dan hanya sedikit penelitian tentang produk kosmetik halal. Bukti empiris dari wawancara mendalam dan data yang dikumpulkan dari 350 survei diintegrasikan ke dalam model konseptual bahwa sikap terhadap produk kosmetik halal merupakan anteseden penting dari niat untuk membeli produk kosmetik halal dan dimediasi pengaruh pengetahuan, religiusitas dan norma subjektif. Sehingga tentang strategi untuk mendorong pemasar mengadopsi produk kosmetik halal di masa mendatang. Adapun kontribusi dengan memberikan kerangka komprehensif anteseden dan konsekuensi dari sikap terhadap produk kosmetik halal pada niat beli.

Hal lainnya bahwa makanan khas daerah dapat berpotensi menjadi makanan halal dalam rangka meningkatkan perekonomian masyarakat, seperti riset yang dicanangkan oleh (Ahyani, Mahfud, Waluyo, dkk., 2021b) di salah satu Provinsi Jawa Barat dan Jawa Tengah meliputi Kecamatan Lakbok, Kecamatan Kedungreja, dan Kecamatan Wangon. Di bidang makanan halal atau pangan halal di Indonesia khususnya di Era Revolusi Industri 4.0 seperti sekarang ini menjadi sebuah kebutuhan. Dimana Industri 4.0 merupakan fenomena yang mengubah paradigma industri dengan menggabungkan teknologi digital dan fisik untuk menciptakan sistem produksi yang lebih efisien, fleksibel, dan terhubung. Meskipun memberikan peluang besar, perkembangan industri 4.0 juga membawa berbagai tantangan yang perlu diatasi. Alhasil makanan halal di ketiga kecamatan tersebut mampu mendongkrak perekonomian masyarakat di daerah tersebut, seperti dibuktikan dengan cukupnya kebutuhan sehari-hari yang dibutuhkan masyarakat di ketiga kecamatan tersebut. Aneka makanan yang bisa dijadikan makanan halal

di tiga kecamatan ini beragam, termasuk keripik singkong, Tape, Cimplung atau Kulub dan Ciu, dari bahan kedelai termasuk Sule dan Tempe Mendoan, dari bahan legen (air kelapa) bisa dibuat menjadi gula jawa/gula merah dan bisa juga digunakan sebagai campuran untuk membuat apem/ makanan kue. Namun, dari potensi makanan halal, beberapa sudah berlabel halal dan beberapa tidak berlabel halal. Inilah yang membuat makanan halal di tiga kecamatan ini le ss menarik bagi konsumen. Riset lainnya membuktikan bahwa Halal food (makanan yang berlabel halal) mampu mendogkrak perekonomian di wilayah daerah tertentu semisal di Kabupaten Banyumas, Cilacap, dan Ciamis, pelebelan halal tersebut meliputi aneka makanan yang sudah berlabel halal maupun belum berlabel halal (Ahyani, Mahfud, Rohmat, dkk., 2021).

Adapun terkait Alat baru untuk kontrol kualitas untuk memantau kontaminasi yang terdapat dalam daging non-halal di industri makanan dapat dilakukan dengan multiplex high resolution melting analysis (HRMA) (Denyinghot dkk., 2021). Industri pangan secara luas dianggap sebagai sektor yang efektif karena kontribusinya terhadap perekonomian nasional, penciptaan lapangan kerja, dan kesejahteraan rakyat. Dicontohkan negara Malaysia sebagai salah satu negara yang efektif dalam industri makanan dan negara terkemuka dalam merek makanan halal menekankan pentingnya kualitas makanan baik dalam operasi dan rantai pasokan. Terlepas dari pentingnya industri makanan halal bagi perekonomian negara-negara termasuk Malaysia, industri ini menghadapi banyak tantangan. Selain itu, literatur makanan halal masih dalam tahap awal meskipun pertumbuhan pesat industri penting ini. Oleh karena itu, studi tinjauan ini bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan yang mengelilingi industri halal di seluruh dunia pada umumnya dan perusahaan Malaysia pada khususnya. Alhasil solusi potensial untuk mengatasi tantangan makanan halal diantaranya adalah dengan cara mempelajari tantangan yang mengelilingi industri makanan halal dalam proses operasi, pemasaran, dan sertifikasi serta meningkatkan efisiensi industri halal dikancah ASIA dimana Indonesia sudah masuk dalam kategori Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) (Al-shami & Abdullah, 2021).

Dari latar belakang di atas maka peneliti bermaksud menguak serta menggali tentang bagaimana relevansi kesadaran global terhadap produk halal hubungannya dengan perilaku ekonomi masyarakat Indonesia di era revolusi industri 4.0.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kepustakaan (*library research*), yang mana sumber primer dan sekunder diperoleh dari berbagai literasi seperti buku, jurnal dan internet.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Perkembangan Ekosistem Produk-Produk Halal

Pengembangan *Safe Halal Food Management System* atau SHFMS dapat digunakan untuk melabeli makanan yang dianggap diperbolehkan menurut hukum Islam. Aliansi dari pandangan Hukum Islam tentang Diet dan nilai-nilai HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) pada hal-hal seperti makanan higienis, halal dan aman telah menjadi semakin penting dalam sistem pasokan makanan global. Dengan demikian potensi penerapan dan penerapan kriteria diet Islami sesuai dengan prinsip-prinsip HACCP (Titik Kendali Kritis Analisis Bahaya) untuk keamanan pangan dan untuk membuatnya bekerja dalam praktik, terutama mengingat kebutuhan saat ini sebagai kebutuhan akan kepraktisan yang dibutuhkan oleh produsen makanan. Jika metode tersebut mampu menyelaraskan keamanan pangan dan Pengendalian Produksi Makanan Halal dengan HACCP, ini dapat mengarah pada penerimaan dan pengembangan lingkungan pertukaran yang kompleks untuk pengenalan, kepatuhan, dan penegakan standar produk halal (Kohilavani dkk., 2021). Dengan demikian banyak sekali potensi produk-produk halal yang ada di Indonesia, hal ini disinggung sebagaimana diundangkan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal sebagaimana termaktub dalam Pasal 1 Point 1, bahwa yang dinamakan Produk adalah barang dan/atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat. Lebih lanjut dalam Point 2 bahwa Produk Halal adalah Produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam. Kemudian pada Pasal 1 Point 3, bahwa Proses Produk Halal yang selanjutnya disingkat (PPH) adalah rangkaian kegiatan untuk menjamin kehalalan Produk mencakup penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian Produk.

Ikon pariwisata halal (halal tourism) makin dikenal publik Indonesia. Sektor ini tak hanya menawarkan rekreasi atau lokasi wisata, tapi juga kuliner, penyediaan hotel ramah muslim (moslem friendly), layanan keuangan syariah, kebutuhan barang gunaan, fasilitas ibadah, hingga ekonomi sektor riil (Ahyani & Solehudin, 2024). Meski sempat terganggu pandemi Covid-19, sektor ini masih dipercaya memperkuat pertumbuhan industri halal di Indonesia. Animo dan minat masyarakat menyelenggarakan haji dan umrah atau wisata religi mendorong industri pariwisata halal di tanah air. Perbaikan regulasi, pengawasan, pembiayaan, dan pelayanan yang dilaksanakan Kementerian Agama berimplikasi positif bagi pembenahan industri yang memadukan unsur religi dan wisata ini. Jamaah haji Indonesia sebanyak 231.000 (tahun 2019) adalah jumlah

terbesar jamaah haji dunia. Secara industri, haji merupakan bisnis yang besar. Bisnis umrah tak kalah menggiurkan. Jamaah umrah tercatat tak kurang 1,2 juta per tahun. Penyelenggara perjalanan ibadah umrah dan haji khusus (PPIU/PIHK) biasanya memadukan perjalanan suci ini dengan berbagai fasilitas tambahan, seperti makanan halal atau paket wisata ke negara lain (Turki, Mesir, atau Palestina). Paket wisata religi di tanah air, misalnya, ziarah Wali Sanga masih tetap digemari masyarakat muslim Jawa dan Kalimantan. Ziarah seperti ini melibatkan sektor-sektor bisnis yang krusial. Seperti travel agent, ticketing, transportasi, edukasi, kuliner, layanan syariah, pembimbing ziarah, dan ekonomi sektor riil di masyarakat sekitar lokasi ziarah. Masjid-masjid bersejarah dan berarsitektur indah di berbagai kota menjadi incaran pelancong yang ingin memuaskan dahaga spiritual. Kuburan atau makam para wali dan penyebar Islam tak pernah sepi dari ziarah setiap hari. Artefak kebudayaan, termasuk di dalamnya museum, tak luput dari jepretan wisman yang segera mengunggah via media sosial. Berkelindan dengan itu, market moslem fashion terus menanjak. Saat ini Indonesia jadi kiblat islamic fashion dunia (Mastuki, 2021).

Desainer-desainer busana muslim Indonesia memiliki market cukup besar di Asia, bahkan dunia, termasuk Uni Emirat Arab. Menurut laporan State of the Islamic Economy Report 2019-2020, di sektor ini Indonesia sebagai negara kedua tertinggi setelah Uni Emirat Arab. Satu sektor lagi yang tengah digenjot pemerintah adalah kawasan industri halal (KIH). Kawasan ini peduli rantai pasok halal yang melibatkan pelaku usaha untuk berbagai produk makanan dan minuman, obat, kosmetik, ekonomi kreatif, serta garmen. Selaras dengan model ini, pada 2019 lalu Presiden Jokowi meresmikan Halal Park sebagai embrio proyek Halal District di kompleks Gelora Bung Karno (GBK), Jakarta. Halal District ini rencananya menjadi pusat gaya hidup halal di Indonesia, selain ekosistem bagi para pelaku bisnis yang bergerak di industri halal. Industri yang dilibatkan dalam proyek ini mulai dari mode, makanan dan minuman, pariwisata, perbankan, hingga financial technology (fintech) syariah. Dari sisi produktivitas, inisiasi Halal Park maupun KIH memberi jalan lempang hilirisasi berbagai produk halal yang sudah ada segmennya masing-masing. Ekosistem yang dibangun tuntas dari hulu ke hilir. Stimulus ke pelaku usaha dilakukan melalui halal supply chain management yang adekuat. Sisi hilir melibatkan multi-stakeholders halal melalui pembangunan berbagai sarana, seperti Halal District dan semacamnya. Kalau kita berhasil memadukan konsep ini, optimistis semua kekuatan untuk mengangkat industri halal Indonesia ke tingkat dunia akan terlaksana. Dengan begitu, ekosistem halal diharapkan menjadi motor pertumbuhan ekonomi, ladang kreativitas dan produktivitas, serta mengangkat industri halal sebagai sumber kesejahteraan umat (Mastuki, 2021). Begitupun dengan adanya

Obyek wisata religi di Indonesia yang merupakan destinasi yang unik dan menarik serta memiliki potensi untuk dikembangkan secara maksimal sedini mungkin (Abdulahanaa, 2021).

B. Kesadaran Global Produk Halal bagi Masyarakat Indonesia

Jika kita analisis bahwa Kerangka Konseptual Peningkatan Integritas Rantai Pasokan Makanan Halal khususnya di Indonesia menjadikan bahwa kesadaran akan produk-produk halal yang ada di Indonesia ini sangat diperlukan. Hal ini dibuktikan bahwa Konsumen makanan halal sekarang lebih sadar dan peduli tentang integritas status Halal dan juga ingin tahu tentang semua aktivitas yang terlibat di sepanjang rantai pasokan apakah produk yang mereka beli benar-benar Halal. Meskipun masalah integritas Halal telah banyak disorot dalam publikasi industri Halal yang ada, faktor-faktor yang mempengaruhi integritas rantai pasokan makanan halal yang meliputi sertifikasi halal, standar halal, keterlacakan halal, aset khusus halal, kepercayaan di antara anggota rantai pasokan, komitmen anggota rantai pasokan; dan peran pemerintah, dalam meningkatkan integritas rantai pasokan makanan halal dalam skenario perdagangan makanan yang kompleks saat ini. Untuk itu perlu sekali kajian mendalam tentang pentingnya melindungi integritas Halal dari produk makanan (Zulfakar dkk., 2014).

Kemudian jika kita bandingkan makanan Kosher (Yahudi) dengan Halal (Islam) dapat disimpulkan bahwa Peraturan makanan halal dan halal mengatur persyaratan makanan bagi orang Yahudi dan Muslim yang taat. Undang-undang ini mengharuskan perusahaan makanan dan penyedia layanan makanan yang ingin melayani pasar ini juga memenuhi peraturan ini. Sebagai imbalannya, sebagian besar berusaha untuk mendapatkan sertifikasi yang memungkinkan mereka untuk mengiklankan produk dan layanan yang telah memenuhi persyaratan yang relevan dari pemberi sertifikasi (MUI). Meskipun dalam beberapa kasus sertifikasi memerlukan cakupan fasilitas yang lengkap dan berkelanjutan, sebagian besar sertifikasi dilakukan dengan sistem inspeksi kunjungan acak. Dengan demikian, mengingat kompleksitas pasokan makanan global dan potensi penipuan ketika inspektur tidak hadir, akan bermanfaat untuk melakukan tes kimia analitik untuk menentukan potensi masalah kepatuhan halal (Regenstein, 2019).

Di Negara Malaysia dan Singapura tentang Makanan halal, sertifikasi dan wisata halal sebagaimana riset oleh (Henderson, 2016) telah membuktikan bahwa masalah makanan halal dan perannya dalam pariwisata halal dengan referensi khusus ke Malaysia dan Singapura yang masing-masing memiliki populasi Muslim mayoritas dan minoritas. Bagian yang dikhususkan untuk pasar wisata halal dan sifat makanan halal secara umum, yang memasukkan hal-hal regulasi, diikuti dengan penjelasan

tentang kondisi yang berkaitan dengan makanan halal dan sertifikasi di dua tujuan. Perhatian yang diberikan pada ketersediaan makanan halal dalam promosi pariwisata negara-negara tersebut kemudian dipertimbangkan, mengungkapkan minat bersama serta beberapa perbedaan terkait dengan keadaan yang lebih luas. Sehingga Kesadaran Global Akan Produk Halal Di Indonesia pun perlu dikembangkan salah satunya dengan mensosialisasikan akan pentingnya pelebelan halal, khususnya di daerah yang masih minim akan pemahaman pelebelan halal.

Sekilas tentang sistem pengawasan makanan halal di Malaysia bahwa Kesadaran akan kompleksitas rantai makanan secara global yang dikombinasikan dengan beberapa masalah dan skandal makanan halal maka ini adalah ahal yang utama, merupakan dorongan untuk perubahan besar dalam sistem kontrol makanan halal di Malaysia. Malaysia menempati posisi khusus di pasar halal global sebagai negara pertama yang menugaskan lembaga pemerintah untuk mengatur masalah dan sertifikasi halalnya. Dengan demikian membahas tentang sistem kontrol makanan halal di Malaysia yang dibingkai oleh lima komponen penting untuk sistem kontrol makanan nasional yang efektif yang meliputi undang-undang makanan halal; pengendalian pengelolaan makanan halal; inspeksi; laboratorium; dan pendidikan, komunikasi, dan pelatihan (Ahmad dkk., 2018). Maka Indonesia yang notabene mayoritas berpenduduk muslim tetapi bukan negara islam perlu juga mencontoh negara lainnya dalam mengembangkan ekonomi syariah khususnya bidang makanan halal sebagai sumbangsih keilmuan yang nyata.

Hal ini dicontohkan oleh (Karahalil, 2020) bahwa Prinsip-prinsip fermentasi yang memenuhi syarat halal: Alternatif mikroba untuk industri makanan halal dapat dilakukan melalui Agama dan gaya hidup seorang muslim yang merupakan faktor penentu dalam preferensi konsumsi makanan masyarakat yang berbeda. Orang yang menganut agama atau falsafah hidup, seperti Islam, menanyakan tentang kandungan mikroba dari makanan yang mereka konsumsi. Untuk masyarakat Muslim, yang mengikuti Islam, sangat penting bahwa produk mikroba sesuai dengan kriteria diet Islam. Oleh karena itu, mereka memerlukan beberapa prinsip dasar yang harus diikuti dalam produksi bioproduk.

Sebuah riset ditemukan bahwa terdapat Pengaruh risiko umum terhadap kepercayaan, kepuasan, dan niat rekomendasi untuk makanan halal yakni risiko umum yang memiliki efek signifikan dan positif pada kepercayaan, kepuasan, dan niat untuk merekomendasikan makanan halal. Selain itu, hasil uji perbedaan rata-rata menunjukkan bahwa kepuasan dan niat untuk merekomendasikan makanan halal berbeda secara signifikan antara pelanggan pria dan wanita dan kepercayaan bervariasi secara signifikan di antara pelanggan halal dengan latar belakang pendidikan dan status perkawinan yang berbeda. Studi ini menambahkan kontribusi

berharga untuk literatur konsumsi makanan halal saat ini dengan melakukan serangkaian pendekatan analitis simetris untuk menilai tanggapan yang diinginkan dari pelanggan makanan halal (Al-Ansi dkk., 2019).

Terkait Desain yang cukup optimal untuk jaringan logistik makanan halal dapat diketahui melalui lokasi yang digunakan secara optimal dan alokasi jaringan logistik makanan halal, yang meliputi peternakan, toko daging, dan pabrik makanan yang mengikuti peraturan makanan Islami yang ketat. Sebuah model matematis dikembangkan dengan mencerminkan efek berantai dari fasilitas Haram dan prosedur solusi, yang menggunakan CPLEX dan algoritma genetika hibrida, disarankan untuk mendapatkan desain yang optimal untuk jaringan logistik makanan halal. Riset yang dilakukan oleh (Kwag & Ko, 2019) membuktikan bahwa Eksperimen numerik menunjukkan bahwa keseluruhan jaringan logistik makanan halal berkembang dengan baik sesuai dengan peraturan halal. Sehingga ketika diamati bersama bahwa efek berantai dari fasilitas Haram lebih intensif ketika jarak yang diizinkan diperpanjang. Oleh sebab itu Kesadaran Global Akan Produk Halal Di Indonesia dewasa ini sangat mudah dalam menyebarkan (mensosialisasikan) tentang pentingnya produk-produk yang dikleuarkan oleh Indonesia agar dapat menunjang terhapat standarisasi makanan halal terutama di daerah terpencil.

Riset lainnya oleh (Amir dkk., 2021) membuktikan bahwa Analisis mesin pencari basis data komparatif pada spektrum massa tandem masif produk makanan berbasis daging babi untuk proteomik halal sangatlah penting karena analisis kehalalan seringkali menggunakan sampel daging komersial yang telah mengalami berbagai pemrosesan, yang semakin memperumit analisisnya. Riset oleh (Mostafa, 2020) tentang Tinjauan visualisasi domain pengetahuan dari penelitian makanan halal selama tiga puluh tahun membuktikan bahwa secara visual bidang penelitian makanan halal dan aliran pemikirannya yang berbeda (yang disebut 'perguruan tinggi tak terlihat') menyebabkan produktivitas dalam makanan halal dapat diperiksa dengan baik. Untuk itu selain membangun kesadaran bagi masyarakat tentang pentingnya makanan halal juga diperlukan penelitian atau riset ilmiah lanjutan yang sifatnya terus menerus. Selain itu puja untuk menverifikasi halal semisal yang dilakukan dengan menggunakan Penentuan dari bahan etanol dalam makanan dan minuman juga dapat dimanfaatkan untuk kepentingan standarisasi produk halal (Mansur dkk. 2022). Dalam hal lainnya semisal dalam rangka Mengubah hambatan menjadi daya tarik oleh pemasok tentang makanan halal di destinasi non-Islam adalah hal yang sangat berharga sebagai wawasan tambaha untuk mengubah halangan agama dari pada menjadikan makanan halal sebaga daya tarik bagi wisatawan non muslim untuk mengkonsusmsi makanan halal (Jia & Chaozhi, 2021).

C. Perilaku Ekonomi Masyarakat tentang Kesadaran Global terhadap Ekonomi Halal di Indonesia pada Era Revolusi Industri 4.0

Perilaku ekonomi masyarakat terkait kesadaran global terhadap ekonomi halal di Indonesia pada era Revolusi Industri 4.0 dapat mencakup sejumlah aspek yang mempengaruhi bagaimana mereka berinteraksi dengan produk dan layanan halal. Beberapa elemen perilaku ekonomi masyarakat yang relevan adalah : Konsumsi Produk Halal, Kepercayaan dan Kesadaran Merek, Akses Informasi Melalui Teknologi, Peningkatan Transaksi Online, Keinginan untuk Inovasi, Pentingnya Pendidikan Halal, Partisipasi dalam Ekosistem Ekonomi Halal, Pertimbangan Ekonomi Sosial dan Lingkungan, dan Peran Media Sosial.

1. Konsumsi Produk Halal, dalam hal ini berkaitan dengan peningkatan permintaan yang menjadikan kesadaran global terhadap kehalalan produk dapat mengarah pada peningkatan permintaan terhadap produk halal di antara masyarakat Indonesia. Konsumen lebih cenderung memilih produk yang memiliki sertifikasi halal.
2. Pemilihan Brand dan Produk, yakni kepercayaan dan kesadaran merek, dimana kesadaran global terhadap ekonomi halal dapat membentuk preferensi konsumen terhadap merek dan produk tertentu yang dianggap lebih mengutamakan standar halal.
3. Penggunaan Teknologi untuk Informasi, dimana akses informasi melalui teknologi menjadikan masyarakat dapat menggunakan teknologi, seperti ponsel pintar dan aplikasi, untuk memperoleh informasi terkini tentang status halal produk dan layanan sebelum membuat keputusan pembelian.
4. Pertumbuhan Bisnis Online dan E-Commerce, hal ini bahwa peningkatan transaksi online di era yang serba digital (Era Revolusi Industri 4.0) telah menciptakan platform e-commerce yang memudahkan konsumen untuk membeli produk halal secara online, memberikan akses yang lebih luas ke pasar halal.
5. Respons Terhadap Inovasi Produk. Maksudnya adalah keinginan untuk inovasi, yang mana hal ini menjadikan konsumen yang sadar ekonomi halal mungkin lebih responsif terhadap inovasi produk yang memadukan teknologi canggih dengan prinsip-prinsip halal.
6. Pendidikan dan Kesadaran. Pentingnya pendidikan halal akan menjadikan masyarakat yang sadar ekonomi halal cenderung lebih peduli terhadap pendidikan dan informasi tentang aspek-aspek halal dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam konteks keuangan dan investasi.
7. Partisipasi dalam Ekosistem Ekonomi Halal, yakni menjadikan keterlibatan dalam industri halal, sehingga kesadaran global dapat mendorong masyarakat untuk lebih aktif terlibat dalam berbagai aspek industri halal, baik sebagai konsumen, produsen, atau pengusaha.

8. Kesadaran Lingkungan dan Sosial, maksudnya adalah pertimbangan ekonomi sosial dan lingkungan oleh masyarakat yang sadar akan ekonomi halal mungkin juga lebih cenderung mempertimbangkan aspek-aspek sosial dan lingkungan dalam keputusan pembelian mereka.
9. Pengaruh Media Sosial, hal ini menjadikan manusia/masyarakat/SDM di Indonesia harus mampu memerankan media sosial dengan baik dan inovatif, yang mana media sosial dapat menjadi platform penting untuk menyebarkan informasi terkait ekonomi halal. Kesadaran global dapat meningkat melalui kampanye-kampanye dan informasi yang disebar di media sosial.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa perilaku ekonomi masyarakat terhadap kesadaran global terhadap ekonomi halal di Indonesia mencerminkan pergeseran tren konsumen yang semakin menghargai prinsip-prinsip halal dalam kehidupan sehari-hari mereka, dan hal ini sejalan dengan perkembangan teknologi dan informasi, khususnya pada era Revolusi Industri 4.0 seperti sekarang ini.

D. Analisis tentang Kesadaran Global terhadap Ekonomi Halal di Indonesia pada Era Revolusi Industri 4.0

Analisis tentang kesadaran global terhadap ekonomi halal di Indonesia pada era revolusi industri 4.0 memiliki relevansi dengan :

1. Program sertifikasi halal sebagaimana dicanangkan oleh Kementerian Agama melalui BPJPH, dimana manfaatnya adalah menjadikan produk yang sudah tersertifikasi halal agar mampu bersaing secara global.

Program sertifikasi halal di Indonesia memiliki sejumlah manfaat yang signifikan, tidak hanya untuk produsen dan bisnis tetapi juga untuk konsumen, pemerintah, dan ekonomi nasional secara keseluruhan. Berikut adalah beberapa manfaat utama dari program sertifikasi halal di Indonesia: 1) Pemenuhan Kebutuhan Konsumen, 2) Peningkatan Kepercayaan Konsumen, 3) Akses ke Pasar Global. 4) Keunggulan untuk Bersaing, 5) Kepatuhan Terhadap Peraturan Pemerintah, 6) Pengembangan Industri Halal, 7) Penciptaan Lapangan Kerja, 8) Penguatan Citra Negara, 9) Peluang Investasi dan Kemitraan, 10) Kesejahteraan Masyarakat. Sehingga sebagai masukan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih tepat dalam program sertifikasi halal tersebut, perlu didukung oleh kesadaran halal generasi milenial muslim (Juniwati & Maghribi, 2022).

Seperti halnya riset yang dilakukan oleh (Alfarizi & Ngatindriatun, 2022) bahwa penguatan infrastruktur ekonomi halal seperti sistem FinTech Syariah dapat menjadikan peningkatan nilai layanan keuangan bagi UMKM Halal di Indonesia. Dengan mengintegrasikan ekonomi halal seperti FinTech Syariah dalam operasional bisnis juga dapat meningkatkan brand image dan meningkatkan kapasitas bisnis yang

berkelanjutan bagi UMKM Halal. Wawasan ini dapat membantu mengembangkan strategi yang efektif untuk inovasi FinTech Islam.

Sehingga pasokan halal di industri makanan halal Indonesia harus mampu menghadapi persaingan untuk kebutuhan makanan halal lebih tinggi dari luar negeri, oleh karena itu perusahaan makanan halal harus mempertahankan produksinya, seperti dengan memanfaatkan aplikasi dan perusahaan teknologi lainnya untuk merespon konsumen lebih cepat (Peristiwa, 2019).

2. Perkembangan ekonomi halal di Indonesia pada era Revolusi Industri 4.0 membutuhkan kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, dan sektor bisnis untuk memastikan adopsi teknologi, kepatuhan regulasi, dan peningkatan kesadaran yang seimbang.

Hal ini sebagaimana pendapat (Jubaedah dkk., 2023), dalam risetnya bahwa untuk mempercepat dan meningkatkan efisiensi dalam sertifikasi halal, dan untuk menjamin kepastian hukum dan menumbuhkan kepercayaan konsumen muslim terhadap produk halal maka perlu adanya sinergi pentahelix yakni kerjasama yang massif antara pemerintah, akademisi, badan dan atau pelaku usaha, masyarakat atau komunitas, dan media massa berkolaborasi serta berkomitmen untuk mencapai tujuan yang sama dalam mensukseskan program sertifikasi halal sebagaimana dicanangkan oleh pemerintah Indonesia dalam hal ini BPJPH Kementerian Agama RI. Terlebih di era Industri 4.0 seperti sekarang ini bahwa bisnis online sudah menjadi keniscayaan (Jubaedah dkk., 2022). Sehingga memerlukan keterampilan khusus bagi SDM yang akan menjalankan roda bisnis secara unggul dan berkelanjutan (Putra dkk., 2023; Putra & Ahyani, 2022). Sementara pendapat (Ahyani, Slamet, & Tobroni, 2021) & (Novita dkk., 2022) dalam risetnya bahwa ekonomi syariah akan maju di Indonesia ketika mengedepankan nilai-nilai rahmatan lil 'alamin dalam praktik bisnisnya.

Dari pembahasan diatas relevansi tersebut menunjukkan bahwa kesadaran global terhadap ekonomi halal di Indonesia tidak hanya menjadi isu lokal, tetapi juga memiliki dampak yang meluas pada tingkat internasional, terutama dalam konteks Revolusi Industri 4.0 yang membawa perubahan signifikan dalam cara bisnis dan ekonomi beroperasi.

SIMPULAN

Dari pembahasan tentang kesadaran global terhadap ekonomi halal di Indonesia pada era revolusi industri 4.0 memiliki relevansi dengan *Pertama*: Program sertifikasi halal sebagaimana dicanangkan oleh Kementerian Agama melalui BPJPH, dimana manfaatnya adalah menjadikan produk yang sudah tersertifikasi halal agar mampu bersaing secara global; *Kedua*: Perkembangan ekonomi halal di Indonesia pada era Revolusi Industri 4.0 membutuhkan

kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, dan sektor bisnis untuk memastikan adopsi teknologi, kepatuhan regulasi, dan peningkatan kesadaran yang seimbang. Relevansi ini menunjukkan bahwa kesadaran global terhadap ekonomi halal di Indonesia tidak hanya menjadi isu lokal, tetapi juga memiliki dampak yang meluas pada tingkat internasional, terutama dalam konteks Revolusi Industri 4.0 yang membawa perubahan signifikan dalam cara bisnis dan ekonomi beroperasi. Selain itu manfaat dari kesadaran global terhadap produk halal bagi masyarakat Indonesia sangatlah penting, mengingat mayoritas penduduk Indonesia adalah beragama Islam. Selain itu dengan suksesnya kesadaran global terhadap produk halal bagi masyarakat Indonesia, menjadikan ekonomi negara secara keseluruhan akan mampu bersaing dengan pangsa pasar tingkat mancanegara.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penelitian ini merupakan penelitian kerjasama kolaborasi antar perguruan tinggi yakni STAI Miftahul Huda Al Azhar (STAIMA) Banjar, STAI AL Falah Cicalengka Bandung dan Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung. Penulis penelitian ini mengucapkan terima kasih kepada tim STAIMA Banjar atas datanya, tim STAIMA Bandung dan UPI Bandung atas kontribusinya yang luas. Terima kasih juga kepada Direktur Utama “Ombo Haris” Bandung (Dr. Haris Maiza Putra), dan Direktur Utama Averroes Media Ciamis” (Dr. Hisam Ahyani) yang banyak memberikan bantuan penelitian. Dan kepada pengelola jurnal ADZKIYA: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung yang telah membantu dalam penerbitan jurnal.

KONTRIBUSI PENULIS

Artikel penelitian ini disumbangkan oleh penulis dari 3 Perguruan Tinggi, dan dari 2 daerah berbeda. Penulis pertama berkontribusi dalam konsepsi atau desain karya, Penulis kedua berkontribusi dalam pengumpulan data, penulisan ketiga berkontribusi dalam analisis dan interpretasi data: Penulis keempat berkontribusi dalam menyusun artikel; Penulis kelima berkontribusi dalam Revisi kritis artikel. Secara bersama-sama, kelima penulis berkontribusi dalam persetujuan akhir dari revisi yang akan diterbitkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulahanaa, A. (2021). A Review of Islamic Economic Law on Religious Tourism Arrangements in South Sulawesi. *Samarah: Jurnal Hukum Keluarga Dan Hukum Islam*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.22373/sjhc.v5i1.9088>
- Abdurohman, D., & Ahyani, H. (2022). Global Awareness of Halal Products in Indonesia in Dealing with the Era of Society 5.0. *ICOBBA_2021*, 416–422. <https://doi.org/10.51773/icobba.v1i2.112>
- Ahmad, A. N., Ungku Zainal Abidin, U. F., Othman, M., & Abdul Rahman, R. (2018). Overview of the halal food control system in Malaysia. *Food Control*, 90, 352–363. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2018.02.035>
- Ahyani, H., Mahfud, M., Rohmat, W., Widadatul, U., & Muharir. (2021). The Potential Of Halal Food On The Economy Of The Community In The Era Of Industrial Revolution 4.0. *Indonesia Journal of Halal*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.14710/halal.v3i2.10244>
- Ahyani, H., Mahfud, M., Waluyo, R., Ulya, W., & Muharir, M. (2021a). The Potential of Halal Food as A Driver of the Economic Development in Regional Community. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 4(2), 163–182. <https://doi.org/10.22146/jpt.63771>
- Ahyani, H., Mahfud, M., Waluyo, R., Ulya, W., & Muharir, M. (2021b). The Potential of Halal Food as A Driver of the Economic Development in Regional Community. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.22146/jpt.63771>
- Ahyani, H., Slamet, M., & Tobroni. (2021). Building the Values of Rahmatan Lil 'Alamin for Indonesian Economic Development at 4.0 Era from the Perspective of Philosophy and Islamic Economic Law. *AL-IHKAM: Jurnal Hukum & Pranata Sosial*, 16(1), Article 1. <https://doi.org/10.19105/al-lhkam.v16i1.4550>
- Ahyani, H., & Solehudin, E. (2024). Study on Sharia Compliance Principles in Halal Tourism Business in Bandung Regency: An Implementation of Islamic Business Ethics Principles (Professional Ethics). *Millah: Journal of Religious Studies*. <https://journal.uii.ac.id/Millah/article/view/30239>
- Al-Ansi, A., Olya, H. G. T., & Han, H. (2019). Effect of general risk on trust, satisfaction, and recommendation intention for halal food. *International Journal of Hospitality Management*, 83, 210–219. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.10.017>
- Alfarizi, M., & Ngatindriatun, N. (2022). Indonesian Halal Msme Open Innovation with Islamic Fintech Adoption. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 19(2). <https://doi.org/10.21002/jaki.2022.11>
- Al-shami, H. A., & Abdullah, S. (2021). Halal food industry certification and operation challenges and manufacturing execution system opportunities. A review study from Malaysia. *Materials Today: Proceedings*. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.07.331>

- Amir, S. H., Yuswan, M. H., Aizat, W. M., Mansor, M. K., Desa, M. N. M., Yusof, Y. A., Song, L. K., & Mustafa, S. (2021). Comparative database search engine analysis on massive tandem mass spectra of pork-based food products for halal proteomics. *Journal of Proteomics*, *241*, 104240. <https://doi.org/10.1016/j.jprot.2021.104240>
- Antara, P. M., Musa, R., & Hassan, F. (2016). Bridging Islamic Financial Literacy and Halal Literacy: The Way Forward in Halal Ecosystem. *Procedia Economics and Finance*, *37*, 196–202. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30113-7](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30113-7)
- Briliana, V., & Mursito, N. (2017). Exploring antecedents and consequences of Indonesian Muslim youths' attitude towards halal cosmetic products: A case study in Jakarta. *Asia Pacific Management Review*, *22*(4), 176–184. <https://doi.org/10.1016/j.apmrv.2017.07.012>
- Denyingyhot, A., Phraephaisarn, C., Vesaratchavest, M., Dahlan, W., & Keeratipibul, S. (2021). A new tool for quality control to monitor contamination of six non-halal meats in food industry by multiplex high-resolution melting analysis (HRMA). *NFS Journal*, *25*, 31–40. <https://doi.org/10.1016/j.nfs.2021.09.002>
- Henderson, J. C. (2016). Halal food, certification and halal tourism: Insights from Malaysia and Singapore. *Tourism Management Perspectives*, *19*, 160–164. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.006>
- Jia, X., & Chaozhi, Z. (2021). Turning impediment into attraction: A supplier perspective on Halal food in non-Islamic destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, *19*, 100517. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100517>
- Jubaedah, D., Ahyani, H., Putra, H. M., Prakasa, A., & Mutmainah, N. (2022). Legal Analysis of Crypto Investment in Era 4.0 View from Credo Theory. *Diponegoro Law Review*, *7*(2), 262–278. <https://doi.org/10.14710/dilrev.7.2.2022.262-278>
- Jubaedah, D., Nor, M. R. M., Taeali, A., Putra, H. M., Jauhari, M. A., & Aniq, A. F. (2023). Halal Certification in Indonesia: Study of Law Number 6 of 2023 on Job Creation. *Jurisdictie: Jurnal Hukum Dan Syariah*, *14*(1), Article 1. <https://doi.org/10.18860/j.v14i1.19948>
- Juniwati, J., & Maghribi, R. (2022). The Effect of Halal Awareness and Perceived Quality on the Decision to Purchase Snacks with Brand Image as a Mediation Variable. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, *11*(1), 116–130. <https://doi.org/10.26418/jebik.v11i1.51179>
- Karahalil, E. (2020). Principles of halal-compliant fermentations: Microbial alternatives for the halal food industry. *Trends in Food Science & Technology*, *98*, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2020.01.031>
- Kohilavani, Wan Abdullah, W. N., Yang, T. A., Sifat, S. A., & Zzaman, W. (2021). Development of Safe Halal Food Management System (SHFMS). *Food Control*, *127*, 108137. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2021.108137>

- Kwag, S. I., & Ko, Y. D. (2019). Optimal design for the Halal food logistics network. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 128, 212–228. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2019.06.005>
- Mahbubi, A., Uchiyama, T., & Hatanaka, K. (2019). Capturing consumer value and clustering customer preferences in the Indonesian halal beef market. *Meat Science*, 156, 23–32. <https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2019.05.012>
- Mastuki, M. (2021). *Ekosistem Halal, Tren yang Menjanjikan*. <http://halal.go.id/artikel/15>
- Mostafa, M. M. (2020). A knowledge domain visualization review of thirty years of halal food research: Themes, trends and knowledge structure. *Trends in Food Science & Technology*, 99, 660–677. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2020.03.022>
- Mutmainah, N., Ramdhani, M. A., Nuryadin, B. W., Muharir, M., & Ahyani, H. (2022). Global Awareness Of Halal Products In Indonesia In Era 4.0. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 14(1), Article 1. <https://doi.org/10.24235/amwal.v14i1.9657>
- Novita, D., El-Falahi, L., & Putra, H. M. (2022). Khiyar in Buying and Selling Online Based on the Fiqh Perspective. *Al-Istinbath: Jurnal Hukum Islam*, 7(2 November), Article 2 November. <https://doi.org/10.29240/jhi.v7i2.5232>
- Peristiwa, H. (2019). Indonesian Halal Food Industry: Development, Opportunities and Challenges on Halal Supply Chains. *Journal of Islamic Studies and Humanities*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.21580/jish.42.5228>
- Putra, H. M., & Ahyani, H. (2022). Internalization in Islamic Law Progressive in Criminal Law Changes in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah*, 20(1), Article 1. <https://doi.org/10.30984/jis.v20i1.1861>
- Putra, H. M., Ahyani, H., Naisabur, N., Muharir, & Naisabur, C. A. P. (2023). Reconstruction of the Practice of Siyasa Syar'iyah During the Islamic Empire's Relevance to the Practice of Sharia Financing CWLS Retail in Indonesia. *Al-Istinbath: Jurnal Hukum Islam*, 8(2). <https://doi.org/10.29240/jhi.v8i1.5253>
- Regenstein, J. M. (2019). Food Chemistry and Analysis for the Purpose of Kosher and Halal. Dalam L. Melton, F. Shahidi, & P. Varelis (Ed.), *Encyclopedia of Food Chemistry* (hlm. 679–684). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-100596-5.22409-8>
- Suryawan, A. S., Hisano, S., & Jongerden, J. (2019). Negotiating halal: The role of non-religious concerns in shaping halal standards in Indonesia. *Journal of Rural Studies*. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2019.09.013>
- Zulfakar, M. H., Anuar, M. M., & Talib, M. S. A. (2014). Conceptual Framework on Halal Food Supply Chain Integrity Enhancement. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 121, 58–67. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1108>