

Halalpreneurship: Peluang Generasi Z dalam Industri Makanan Halal Indonesia

Maulidiyah Al Adawiyah^{1*}, Cory Vidiati²

¹⁻² Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon, Indonesia
Email: maulidiyahaladawiyah342@gmail.com^{1*}, coryvidiati@bungabangsacirebon.ac.id²

*Penulis Korespondensi: maulidiyahaladawiyah342@gmail.com

Abstract. *The growth of the halal food industry in Indonesia presents significant economic opportunities, but also requires young entrepreneurs who are able to adapt to technological advances and global markets. In this context, Generation Z is considered capable of developing halal entrepreneurship through innovation, digital literacy, and a sharia-based entrepreneurial approach. The purpose of this study is to identify the opportunities, preparations, and challenges faced by Gen Z in developing halal food businesses in Indonesia. This research was conducted using a qualitative approach and utilized a literature review method, examining halal industry reports from the past five years, as well as national and international journals. Content analysis techniques were used to examine halal industry trends, the entrepreneurial characteristics of Generation Z, and the skills required by halal entrepreneurs. However, challenges remain, including limited understanding of the halal assurance system, access to capital, and practical business experience. This study concludes that strengthening the halalpreneurship ecosystem through entrepreneurship education, halal certification, digital literacy, and collaboration between the government, industry, and universities are important strategies to encourage the emergence of competitive and sustainable young halalpreneurs in supporting the growth of the national halal economy.*

Keywords: *Digital Entrepreneurship; Generation Z; Halal Economy; Halal Food Industry; Halalpreneurship.*

Abstrak. Pertumbuhan industri makanan halal di Indonesia memberikan peluang ekonomi yang besar, tetapi juga membutuhkan usahawan muda yang mampu menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi dan pasar di seluruh dunia. Dalam situasi ini, Generasi Z dianggap memiliki kemampuan untuk mengembangkan kewirausahaan halal melalui inovasi, literasi digital, dan pendekatan kewirausahaan berbasis nilai syariah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan peluang, persiapan, dan masalah yang dihadapi Gen Z saat mengembangkan bisnis makanan halal di Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan menggunakan metode studi literatur terhadap laporan industri halal selama lima tahun terakhir, serta jurnal nasional dan internasional. Analisis dilakukan dengan menggunakan teknik analisis konten untuk mempelajari tren industri halal, ciri-ciri kewirausahaan Generasi Z, dan keahlian yang dibutuhkan oleh para usahawan halal. Namun demikian, terdapat tantangan berupa keterbatasan pemahaman sistem jaminan halal, akses permodalan, serta pengalaman bisnis praktis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penguatan ekosistem halalpreneurship melalui pendidikan kewirausahaan, sertifikasi halal, literasi digital, dan kolaborasi antara pemerintah, industri, dan perguruan tinggi menjadi strategi penting untuk mendorong lahirnya halalpreneur muda yang kompetitif dan berkelanjutan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi halal nasional.

Kata kunci: Ekonomi Halal; Generasi Z; Halalpreneurship; Industri Makanan Halal; Kewirausahaan Digital.

1. LATAR BELAKANG

Pertumbuhan industri halal global dalam beberapa dekade terakhir menunjukkan dinamika yang sangat signifikan seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap konsumsi produk yang halal, aman, dan berkualitas. Industri halal tidak lagi dipahami semata sebagai pemenuhan kewajiban religius umat Muslim, tetapi telah berkembang menjadi simbol standar kualitas, higienitas, keamanan pangan, serta etika produksi yang dapat diterima secara universal. Laporan ekonomi halal global menunjukkan bahwa permintaan produk halal terus meningkat tidak hanya di negara mayoritas Muslim, tetapi juga di kawasan Eropa, Amerika,

dan Asia Timur karena meningkatnya perhatian terhadap keamanan dan kualitas produk konsumsi (DinarStandard 2024). Dalam konteks ini, sektor makanan halal menjadi segmen paling dominan dalam industri halal global karena berkaitan langsung dengan kebutuhan dasar manusia.

Indonesia memiliki peran strategis dalam pertumbuhan industri halal di seluruh dunia. Indonesia, sebagai negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia, memiliki peluang besar untuk menjadi pusat industri halal dunia. Ini juga merupakan pasar potensial dan produsen. Melalui pelaksanaan berbagai kebijakan strategis, pemerintah Indonesia telah menunjukkan komitmen kuat terhadap pengembangan ekosistem halal. Kebijakan-kebijakan ini termasuk penerapan Undang-Undang Jaminan Produk Halal (BPJPH), pembentukan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), dan penguatan fungsi Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS). Tujuan dari kebijakan-kebijakan ini adalah untuk meningkatkan daya saing produk halal di Indonesia sambil memperluas akses ke pasar. Namun demikian, keberhasilan pengembangan industri halal tidak hanya ditentukan oleh dukungan regulasi dan potensi pasar, tetapi juga sangat bergantung pada kesiapan sumber daya manusia (SDM) yang kompeten dan adaptif terhadap perubahan industri (Hadjri and others 2023).

Dalam era transformasi ekonomi digital dan revolusi industri 4.0, kualitas SDM menjadi faktor kunci dalam menentukan daya saing suatu industri. Industri makanan halal tidak hanya membutuhkan tenaga kerja yang memahami proses produksi pangan, tetapi juga individu yang mampu memastikan kehalalan produk, memahami sistem jaminan halal, serta menguasai teknologi produksi dan pemasaran modern. Hal ini menunjukkan bahwa kompetensi yang dibutuhkan dalam industri halal bersifat multidimensional, mencakup aspek teknis, manajerial, digital, dan etika bisnis (Tieman 2021). Oleh karena itu, pengembangan SDM yang kompeten menjadi prasyarat utama dalam memperkuat ekosistem industri halal yang berkelanjutan.

Generasi Z akan muncul sebagai kelompok usia produktif yang, seiring dengan perubahan struktur demografi Indonesia, akan mendominasi pasar tenaga kerja dan kewirausahaan dalam beberapa tahun ke depan. Generasi Z, yang lahir dan tumbuh dalam dunia digital, dikenal sebagai digital natives karena memiliki kemampuan adaptasi teknologi yang luar biasa, kreativitas dalam inovasi, dan kecenderungan untuk menggunakan teknologi dalam aktivitas ekonomi (Francis and Hoefel 2021). Karakteristik ini memberikan keunggulan kompetitif bagi Generasi Z dalam mengembangkan model bisnis berbasis digital, termasuk dalam sektor makanan halal yang semakin terintegrasi dengan platform e-commerce dan pemasaran berbasis media sosial.

Dalam konteks kewirausahaan, muncul konsep **halalpreneurship**, yaitu praktik kewirausahaan yang mengintegrasikan nilai-nilai syariah dengan inovasi bisnis modern. Halalpreneurship tidak hanya menekankan kehalalan produk, tetapi juga mencakup prinsip keadilan, transparansi, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan dalam kegiatan usaha (Alserhan 2021). Konsep ini sejalan dengan prinsip ekonomi Islam yang menempatkan etika dan keberkahan sebagai bagian integral dari aktivitas ekonomi. Dalam industri makanan halal, halalpreneurship menuntut pelaku usaha untuk memahami standar sertifikasi halal, sistem jaminan halal, keamanan pangan, serta rantai pasok halal yang terintegrasi dari hulu hingga hilir (Khan and Haleem 2021). Dengan demikian, halalpreneurship menjadi pendekatan strategis dalam membangun usaha makanan halal yang kompetitif dan berkelanjutan.

Peluang halalpreneurship bagi Generasi Z di Indonesia semakin terbuka lebar seiring meningkatnya permintaan produk halal dan berkembangnya ekonomi digital. Platform media sosial, marketplace, dan layanan pesan antar makanan memberikan kemudahan bagi wirausaha muda untuk memulai bisnis dengan modal yang relatif kecil dan jangkauan pasar yang luas. Generasi Z memiliki keunggulan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk branding, pemasaran, dan interaksi dengan konsumen secara real-time. Selain itu, preferensi konsumen modern terhadap produk yang praktis, sehat, halal, dan inovatif membuka peluang bagi halalpreneur muda untuk menciptakan produk yang sesuai dengan tren pasar (Priporas and others 2022). Meskipun peluang tersebut sangat besar, berbagai tantangan masih dihadapi oleh calon halalpreneur muda. Penelitian menunjukkan bahwa rendahnya literasi halal, keterbatasan pemahaman tentang prosedur sertifikasi halal, serta minimnya pengalaman dalam manajemen bisnis menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha halal (Waqiah 2024). Selain itu, akses terhadap pembiayaan usaha, pendampingan bisnis, dan pelatihan kewirausahaan juga masih menjadi kendala, terutama bagi wirausaha pemula. Kesenjangan antara kompetensi lulusan pendidikan dengan kebutuhan industri turut memperkuat tantangan tersebut, sehingga diperlukan penguatan kurikulum kewirausahaan dan pelatihan berbasis praktik industri (Pratama and Muslim 2022).

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital telah mengubah perilaku konsumen dan pola interaksi pasar secara signifikan. Generasi Z tidak hanya berperan sebagai produsen, tetapi juga sebagai konsumen yang memengaruhi tren pasar melalui preferensi terhadap produk halal yang berkualitas, transparan, dan mudah diakses secara digital. Media sosial berperan penting dalam membentuk kepercayaan konsumen terhadap produk halal melalui ulasan, testimoni, dan influencer marketing (Djafarova and Bowes 2021). Fenomena ini menunjukkan bahwa keberhasilan halalpreneurship tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga pada

kemampuan membangun kepercayaan dan reputasi melalui strategi komunikasi digital yang efektif. Meskipun kajian tentang industri halal dan kewirausahaan digital terus berkembang, penelitian yang secara khusus mengintegrasikan halalpreneurship Generasi Z dalam industri makanan halal Indonesia masih terbatas. Sebagian penelitian berfokus pada manajemen rantai pasok halal dan sertifikasi produk (M. H. Ali, Tan, and Ismail 2021), sementara penelitian lain menyoroti perilaku konsumen halal dan kepercayaan pasar (Rahman, Yusuf, and Pratiwi 2022). Kajian kewirausahaan generasi muda cenderung menitikberatkan pada literasi digital dan inovasi bisnis tanpa mengaitkannya dengan nilai syariah dan sistem jaminan halal. Kesenjangan penelitian ini menunjukkan pentingnya pendekatan integratif yang menggabungkan aspek kewirausahaan, generasi muda, dan industri halal dalam satu kerangka analisis yang komprehensif. Selain itu, terdapat perbedaan pandangan dalam literatur mengenai orientasi kerja dan nilai-nilai yang dianut Generasi Z. Sebagian peneliti berpendapat bahwa Generasi Z lebih menyukai fleksibilitas kerja dan kebebasan profesional dibandingkan keberlanjutan usaha jangka panjang. Namun, pandangan lain menunjukkan bahwa generasi ini memiliki tingkat kesadaran sosial dan etika yang lebih tinggi serta cenderung mendukung bisnis yang berorientasi pada keberlanjutan dan tanggung jawab sosial (Stillman and Stillman 2021). Perbedaan perspektif ini menjadi penting untuk dikaji dalam konteks halalpreneurship yang menuntut integrasi antara nilai moral, keberlanjutan usaha, dan orientasi pasar.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang halalpreneurship bagi Generasi Z dalam industri makanan halal di Indonesia, mengidentifikasi kompetensi yang dibutuhkan, serta mengkaji tantangan dan strategi penguatan ekosistem halalpreneur muda. Penelitian ini penting karena memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian ekonomi halal dan kewirausahaan syariah, sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi pemerintah, lembaga pendidikan, dan pelaku industri dalam mempersiapkan generasi muda yang mampu menjadi pelaku usaha halal yang kompetitif.

Secara keseluruhan, penelitian ini berpendapat bahwa Generasi Z memiliki potensi besar untuk mendorong industri makanan halal untuk berkembang melalui inovasi digital, kreativitas produk, dan kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan teknologi baru. Namun, bisnis halal sangat bergantung pada peningkatan pengetahuan tentang hukum halal, akses ke pembiayaan dan pelatihan bisnis, dan kerja sama antara pemerintah, lembaga sertifikasi halal, dan bisnis. Dengan memahami peluang dan tantangan yang ada, diharapkan lahir usahawan halal muda yang tidak hanya mencari keuntungan finansial tetapi juga membantu membangun ekonomi halal yang beretika, berkelanjutan, dan inklusif.

2. KAJIAN TEORITIS

Halalpreneurship merupakan konsep kewirausahaan yang mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah dengan praktik bisnis modern. Konsep ini tidak hanya menekankan kehalalan produk yang dihasilkan, tetapi juga mencakup aspek etika bisnis, kejujuran, transparansi, tanggung jawab sosial, serta keberlanjutan usaha. Dalam perspektif ekonomi Islam, aktivitas kewirausahaan harus berorientasi pada penciptaan nilai (*value creation*) dan kemaslahatan bagi masyarakat, sehingga keuntungan yang diperoleh tidak hanya bersifat material tetapi juga memberikan keberkahan. Dalam industri makanan halal, halalpreneur dituntut memahami sistem jaminan halal, sertifikasi halal, keamanan pangan, serta pengelolaan rantai pasok halal secara menyeluruh untuk menjaga kepercayaan konsumen dan meningkatkan daya saing usaha.

Generasi Z merupakan generasi yang lahir dan tumbuh di era digital sehingga memiliki karakteristik adaptif terhadap teknologi, kreatif, inovatif, serta terbiasa memanfaatkan media digital dalam berbagai aktivitas ekonomi. Karakteristik tersebut memberikan peluang besar bagi Generasi Z untuk mengembangkan usaha makanan halal melalui pemanfaatan media sosial, e-commerce, dan berbagai platform digital lainnya. Selain memiliki kemampuan digital yang tinggi, Generasi Z juga cenderung memiliki kesadaran terhadap nilai-nilai keberlanjutan, etika bisnis, dan tanggung jawab sosial yang sejalan dengan prinsip halalpreneurship. Oleh karena itu, kombinasi antara literasi digital, kompetensi kewirausahaan, pemahaman halal, dan dukungan ekosistem bisnis yang kondusif menjadi faktor penting dalam mendorong lahirnya halalpreneur muda yang mampu berkontribusi terhadap pertumbuhan industri makanan halal dan ekonomi halal nasional.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi literatur (*library research*) untuk mengkaji peluang halalpreneurship bagi Generasi Z dalam industri makanan halal di Indonesia. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang komprehensif dan mendalam mengenai fenomena yang diteliti melalui analisis berbagai sumber ilmiah yang relevan dan mutakhir. Studi literatur memungkinkan peneliti mengidentifikasi perkembangan konseptual, temuan empiris, serta tren terbaru terkait industri halal, kewirausahaan generasi muda, dan transformasi ekonomi digital yang menjadi konteks penelitian. Dengan demikian, pendekatan ini dinilai tepat untuk menjelaskan keterkaitan antara karakteristik Generasi Z dan peluang pengembangan usaha makanan halal berbasis nilai syariah.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran sistematis terhadap berbagai basis data ilmiah dan sumber referensi kredibel. Sumber utama meliputi Google Scholar, Scopus Preview, portal jurnal nasional terakreditasi SINTA, serta repositori lembaga internasional dan nasional. Proses pencarian literatur menggunakan kata kunci seperti “halal entrepreneurship”, “halal food industry”, “halal industry development”, “Generation Z entrepreneurship”, “digital entrepreneurship”, dan “halal supply chain”. Untuk menjaga relevansi dan kebaruan data, kriteria inklusi literatur ditetapkan sebagai berikut: (1) diterbitkan dalam lima tahun terakhir, (2) memiliki relevansi langsung dengan topik industri halal, kewirausahaan Generasi Z, atau ekonomi digital, (3) berasal dari jurnal ilmiah bereputasi, buku akademik, atau laporan resmi lembaga terpercaya, dan (4) memuat temuan konseptual maupun empiris yang mendukung analisis penelitian. Literatur yang tidak memenuhi kriteria tersebut dieliminasi untuk menjaga kualitas dan fokus analisis.

Sumber data dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari jurnal nasional dan internasional, buku teks akademik, laporan lembaga pemerintah, serta publikasi organisasi global terkait ekonomi halal. Jurnal ilmiah digunakan untuk mengkaji teori dan hasil penelitian empiris mengenai halalpreneurship, perilaku kewirausahaan generasi muda, serta perkembangan industri halal. Buku akademik digunakan untuk memperkuat landasan konseptual dan kerangka teori, sementara laporan institusional dimanfaatkan untuk memperoleh data mengenai tren pasar, kebijakan pengembangan industri halal, dan pertumbuhan ekonomi halal global dan nasional.

Metode analisis data dilakukan menggunakan teknik **content analysis** (analisis isi) dengan pendekatan tematik. Tahap awal analisis dilakukan melalui reduksi data dengan mengelompokkan informasi berdasarkan tema utama, yaitu: perkembangan industri makanan halal, karakteristik dan perilaku kewirausahaan Generasi Z, kompetensi yang dibutuhkan halalpreneur, serta peluang dan tantangan dalam ekosistem bisnis halal. Selanjutnya, data diklasifikasikan dan dibandingkan untuk mengidentifikasi pola, hubungan konseptual, dan kesenjangan penelitian yang masih terbuka. Tahap interpretasi dilakukan dengan menyusun sintesis temuan untuk menjawab tujuan penelitian secara sistematis dan logis.

Analisis komparatif digunakan dalam penelitian ini untuk memperkuat hasil analisis. Hasil dari berbagai sumber dibandingkan untuk menemukan kesamaan dan perbedaan, serta kecenderungan tren dalam pengembangan halalpreneurship. Selain itu, analisis korelasional konseptual digunakan untuk memeriksa hubungan antara variabel utama penelitian—ciri Generasi Z, kemajuan teknologi digital, dan pertumbuhan industri makanan halal—tanpa

menggunakan perhitungan statistik. Sebaliknya, analisis ini menekankan pada hubungan logis dan bukti empiris yang ditemukan dalam literatur yang dianalisis.

Untuk memastikan bahwa hasilnya konsisten, teknik triangulasi sumber membandingkan informasi dari berbagai jenis referensi untuk memastikan keabsahan dan keandalan data. Selain itu, peneliti menilai kualitas literatur dengan mempertimbangkan reputasi penerbit atau jurnal, kredibilitas penulis, dan kesesuaian dengan konteks penelitian. Untuk mengurangi bias interpretasi, proses pengelompokan dan pencatatan data juga dilakukan secara sistematis.

Melalui pendekatan metodologis ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan analisis yang komprehensif, sistematis, dan relevan mengenai peluang halalpreneurship bagi Generasi Z dalam industri makanan halal Indonesia. Metode ini juga memberikan dasar analitis yang kuat dalam merumuskan rekomendasi strategis bagi pengembangan kewirausahaan halal berbasis generasi muda dalam mendukung pertumbuhan ekonomi halal nasional.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Industri Makanan Halal dan Potensi Pasar

Hasil analisis menunjukkan bahwa industri makanan halal merupakan sektor paling dominan dalam ekonomi halal global. Permintaan produk halal tidak lagi terbatas pada konsumen Muslim, tetapi juga meningkat di kalangan non-Muslim karena faktor keamanan pangan, kebersihan, dan kualitas produk. Indonesia memiliki potensi besar sebagai produsen sekaligus pasar utama produk halal karena besarnya populasi Muslim dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk halal.

Pertumbuhan industri makanan halal di Indonesia didukung oleh regulasi pemerintah, seperti kewajiban sertifikasi halal dan penguatan ekosistem ekonomi syariah. Kebijakan ini meningkatkan kepercayaan konsumen serta daya saing produk domestik. Namun demikian, literatur menunjukkan bahwa tantangan utama masih terletak pada kesiapan pelaku usaha kecil dan menengah dalam memenuhi standar sertifikasi halal dan menjaga konsistensi sistem jaminan halal.

Secara teoritis, perkembangan industri halal sejalan dengan konsep *halal value chain*, yang menekankan integrasi kehalalan dari bahan baku hingga distribusi produk (Tieman, 2021). Temuan ini memperkuat pandangan bahwa keberhasilan industri halal tidak hanya ditentukan oleh produk akhir, tetapi oleh integritas seluruh rantai pasok.

Karakteristik Generasi Z sebagai Calon Halalpreneur

Analisis literatur menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki karakteristik yang mendukung pengembangan kewirausahaan halal. Generasi Z dikenal sebagai digital natives, yang terbiasa menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari, memiliki kemampuan adaptasi teknologi yang tinggi, kreatif dalam menciptakan produk baru, dan terbuka terhadap peluang bisnis berbasis teknologi.

Selain itu, Generasi Z cenderung memiliki orientasi nilai yang kuat terhadap keberlanjutan, etika bisnis, dan tanggung jawab sosial. Karakteristik ini selaras dengan prinsip halalpreneurship yang menekankan etika, transparansi, dan keadilan dalam aktivitas ekonomi (Alserhan 2021). Dengan demikian, Generasi Z memiliki potensi untuk mengembangkan usaha yang tidak hanya berorientasi profit tetapi juga berorientasi nilai.

Namun demikian, beberapa studi menunjukkan adanya kecenderungan Generasi Z untuk mengutamakan fleksibilitas kerja dan kebebasan profesional. Kondisi ini dapat menjadi tantangan dalam membangun usaha jangka panjang yang membutuhkan komitmen dan konsistensi. Oleh karena itu, diperlukan penguatan motivasi kewirausahaan berbasis nilai agar potensi Generasi Z dapat berkembang secara optimal.

Peluang Halalpreneurship dalam Era Ekonomi Digital

Transformasi digital telah menciptakan peluang besar bagi pengembangan halalpreneurship. Platform e-commerce, layanan pesan antar makanan, dan media sosial memungkinkan pelaku usaha memasarkan produk dengan biaya rendah dan jangkauan pasar luas. Generasi Z memiliki keunggulan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk branding, pemasaran, dan komunikasi dengan konsumen.

Dengan digitalisasi, semua informasi tentang produk, termasuk label halal, komposisi bahan, dan proses produksi, menjadi lebih transparan. Ini meningkatkan kepercayaan pelanggan dan memperkuat reputasi produk halal. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Priporas et al. (2022) yang menyatakan bahwa keterlibatan digital memengaruhi pilihan pembelian anak-anak. Namun demikian, persaingan bisnis digital yang semakin ketat menuntut halalpreneur muda untuk memiliki strategi diferensiasi produk, kualitas layanan, dan inovasi berkelanjutan agar mampu bertahan di pasar.

Kompetensi yang Dibutuhkan Halalpreneur Generasi Z

Hasil analisis menunjukkan bahwa keberhasilan halalpreneur tidak hanya ditentukan oleh kemampuan kewirausahaan secara umum, tetapi juga oleh kompetensi spesifik yang berkaitan langsung dengan karakteristik industri halal dan dinamika pasar modern. Halalpreneur dituntut mampu mengintegrasikan pemahaman syariah, kemampuan teknologi,

keaktivitas inovasi, serta manajemen usaha yang profesional. Kombinasi kompetensi tersebut menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan konsumen, meningkatkan daya saing produk, dan menjaga keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Kompetensi utama yang dibutuhkan meliputi:

Literasi halal dan sistem jaminan halal

Pemahaman mengenai bahan halal dan haram, proses produksi yang sesuai syariah, kebersihan dan keamanan pangan, serta prosedur sertifikasi halal menjadi kompetensi dasar yang wajib dimiliki pelaku usaha. Literasi halal tidak hanya mencakup aspek religius, tetapi juga standar mutu, higienitas, dan traceability produk. Pengetahuan tentang Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) membantu pelaku usaha memastikan konsistensi kehalalan produk sehingga mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas akses pasar, termasuk pasar ekspor.

Kompetensi digital dan pemasaran online

Di era ekonomi digital, kemampuan memanfaatkan teknologi menjadi kunci keberhasilan usaha. Generasi Z memiliki keunggulan dalam penggunaan media sosial, marketplace, dan aplikasi bisnis digital. Strategi digital marketing seperti content marketing, influencer collaboration, live selling, dan social commerce memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen secara luas dengan biaya relatif rendah. Selain itu, kemampuan membaca data insight pelanggan dan tren pasar digital membantu pelaku usaha mengambil keputusan bisnis yang lebih tepat.

Inovasi produk dan kreativitas

Produk makanan halal tidak lagi cukup hanya memenuhi aspek kehalalan, tetapi juga harus mampu mengikuti tren konsumen modern. Inovasi produk dapat berupa pengembangan makanan sehat, rendah gula, organik, siap saji, ramah lingkungan, serta kemasan yang praktis dan menarik. Kreativitas dalam diferensiasi produk menjadi nilai tambah yang dapat meningkatkan daya saing dan memperkuat positioning merek di pasar yang semakin kompetitif.

Manajemen usaha dan keuangan

Kemampuan mengelola usaha secara profesional sangat penting untuk menjaga keberlanjutan bisnis. Kompetensi ini meliputi pengelolaan biaya produksi, penentuan harga yang kompetitif, pencatatan keuangan yang akurat, pengelolaan arus kas, serta perencanaan bisnis jangka panjang. Pemahaman terhadap pembiayaan syariah juga menjadi nilai tambah, karena memungkinkan pelaku usaha mengakses sumber modal yang sesuai dengan prinsip Islam.

Etika bisnis syariah

Halalpreneurship tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada keberkahan dan tanggung jawab sosial. Prinsip kejujuran (sidq), keadilan ('adl), transparansi, serta tanggung jawab terhadap konsumen dan lingkungan menjadi nilai utama dalam praktik bisnis syariah. Penerapan etika bisnis yang baik mampu membangun reputasi usaha, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan menciptakan hubungan bisnis yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, kompetensi halalpreneur Generasi Z mencerminkan integrasi antara keterampilan teknis, kemampuan manajerial, literasi digital, serta nilai etika dan spiritual. Temuan ini sejalan dengan konsep kompetensi kewirausahaan modern yang menekankan pentingnya keseimbangan antara inovasi, profesionalisme, dan integritas dalam praktik bisnis, khususnya dalam industri halal yang menuntut standar kualitas dan kepercayaan yang tinggi.

Tantangan dalam Pengembangan Halalpreneur Muda

Meskipun peluang halalpreneurship sangat besar, terdapat sejumlah hambatan yang dihadapi Generasi Z dalam mengembangkan usaha makanan halal, antara lain:

- a. keterbatasan pemahaman prosedur sertifikasi halal
- b. akses permodalan yang terbatas bagi wirausaha pemula
- c. kurangnya pendampingan bisnis dan pelatihan praktis
- d. kesenjangan antara pendidikan formal dan kebutuhan industri
- e. persaingan pasar yang semakin ketat

Hambatan tersebut menunjukkan bahwa pengembangan halalpreneur tidak dapat dilakukan secara individual, tetapi memerlukan dukungan ekosistem yang komprehensif.

Peran Ekosistem dalam Mendukung Halalpreneurship

Hasil kajian menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan halalpreneur Generasi Z sangat dipengaruhi oleh dukungan ekosistem yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan. Pemerintah berperan dalam menyediakan regulasi, insentif, dan kemudahan sertifikasi halal. Perguruan tinggi berperan dalam penguatan pendidikan kewirausahaan syariah dan pelatihan praktis. Industri dan lembaga keuangan syariah dapat memberikan akses pembiayaan dan pendampingan usaha. Kolaborasi antar pemangku kepentingan ini sejalan dengan pendekatan *triple helix*, yaitu sinergi antara pemerintah, akademisi, dan sektor industri dalam mendorong inovasi dan kewirausahaan.

Model Penguatan Halalpreneur Generasi Z

Berdasarkan kesimpulan penelitian, penguatan Gen Z halalpreneur dalam industri makanan halal memerlukan pendekatan komprehensif yang mengintegrasikan pengembangan

kapasitas individu dengan dukungan ekosistem yang mendukung. Menurut model penguatan ini, literasi halal, kemampuan teknologi, akses ke sumber daya, dan dukungan institusional adalah semua faktor yang memengaruhi usahawan halal muda yang sukses. Pendekatan menyeluruh ini sangat penting untuk membangun bisnis halal yang berkelanjutan, sesuai syariah, dan inovatif. Model konseptual ini terdiri dari beberapa komponen utama yang saling terhubung:

Literasi halal dan edukasi sertifikasi halal

Peningkatan literasi halal menjadi fondasi utama dalam pengembangan halalpreneur. Edukasi mengenai bahan halal, proses produksi sesuai syariah, standar kebersihan dan keamanan pangan, serta prosedur sertifikasi halal perlu diperkuat melalui pelatihan, kurikulum pendidikan, dan sosialisasi kebijakan halal. Pemahaman yang baik terhadap sistem jaminan halal tidak hanya meningkatkan kepatuhan syariah, tetapi juga memperkuat kepercayaan konsumen dan membuka peluang pasar global.

Penguatan kompetensi digital dan inovasi produk

Generasi Z memiliki peluang besar untuk membangun bisnis dengan modal terbatas dengan jangkauan pasar yang luas sebagai hasil dari transformasi digital. Oleh karena itu, sangat penting untuk meningkatkan keterampilan digital seperti strategi branding digital, pemanfaatan pasar, pemasaran media sosial, dan analisis tren pasar. Selain itu, konsumen modern membutuhkan produk yang sehat, praktis, bergizi tinggi, dan ramah lingkungan.

Dukungan akses pembiayaan syariah

Akses ke permodalan sangat penting untuk pertumbuhan bisnis. Program pembiayaan syariah yang inklusif, seperti pembiayaan mikro syariah, koperasi syariah, dan pembiayaan UMKM halal, dapat membantu wirausaha muda mengembangkan bisnis mereka tanpa terpengaruh oleh praktik riba. Rasa aman dan keberkahan juga muncul dari dukungan finansial yang sesuai dengan prinsip syariah.

Pendampingan bisnis dan inkubasi usaha

Pendampingan usaha melalui program inkubator bisnis, mentoring kewirausahaan, dan pelatihan manajemen usaha berperan penting dalam meningkatkan keberhasilan startup halal. Pendampingan ini membantu pelaku usaha dalam perencanaan bisnis, pengelolaan keuangan, pengendalian kualitas produk, serta strategi ekspansi pasar. Dengan adanya pendampingan berkelanjutan, risiko kegagalan usaha dapat diminimalkan.

Kolaborasi ekosistem halal nasional

Penguatan halalpreneurship membutuhkan kolaborasi multipihak yang melibatkan pemerintah, perguruan tinggi, lembaga keuangan syariah, industri, komunitas bisnis, dan

lembaga sertifikasi halal. Kolaborasi ini bertujuan menciptakan ekosistem halal yang terintegrasi, mulai dari edukasi, produksi, sertifikasi, pembiayaan, hingga distribusi dan ekspor. Ekosistem yang kuat akan mempercepat pertumbuhan industri halal nasional sekaligus meningkatkan daya saing produk di pasar global.

Model ini menunjukkan bahwa penguatan halalpreneurship memerlukan pendekatan holistik yang mengintegrasikan pengembangan kompetensi individu dengan dukungan sistemik dan kelembagaan. Dengan implementasi model ini secara berkelanjutan, Generasi Z berpotensi menjadi motor penggerak utama dalam memperkuat industri makanan halal Indonesia serta mendorong pertumbuhan ekonomi halal yang inklusif dan berkelanjutan.

Diskusi: Integrasi Nilai Syariah dan Inovasi Digital

Temuan penelitian menegaskan bahwa halalpreneurship merupakan integrasi antara nilai syariah dan inovasi bisnis modern. Generasi Z memiliki keunggulan dalam aspek digitalisasi dan kreativitas, sementara prinsip halal memberikan landasan etika dan kepercayaan pasar. Integrasi kedua aspek ini menjadi faktor kunci keberhasilan usaha makanan halal di era ekonomi digital.

Hasil penelitian ini memperkuat teori kewirausahaan berbasis nilai yang menyatakan bahwa keberlanjutan bisnis tidak hanya ditentukan oleh profitabilitas tetapi juga oleh integritas nilai dan kepercayaan konsumen. Dalam konteks industri halal, kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk menjadi faktor utama yang memengaruhi loyalitas pasar.

Selain itu, temuan ini menunjukkan bahwa pengembangan halalpreneur muda dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan daya saing industri halal nasional. Generasi Z tidak hanya berperan sebagai pelaku usaha, tetapi juga sebagai agen perubahan yang mampu mengintegrasikan teknologi, inovasi, dan nilai etika dalam praktik bisnis.

Implikasi Temuan Penelitian

Temuan penelitian ini memiliki beberapa implikasi penting: (a) Implikasi akademik: memperkaya kajian ekonomi halal dan kewirausahaan syariah dengan perspektif generasi muda. (b) Implikasi praktis: memberikan panduan pengembangan kompetensi halalpreneur muda. (c) Implikasi kebijakan: mendorong penguatan ekosistem halalpreneurship melalui pelatihan, sertifikasi halal, dan dukungan pembiayaan. (d) Implikasi sosial: mendukung terciptanya wirausaha muda yang beretika dan berkelanjutan.

Hasil

Secara keseluruhan, penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki banyak peluang untuk menjadi bisnis halalpreneur dalam industri makanan halal Indonesia, didukung oleh pertumbuhan pasar halal, transformasi digital, dan sifat inovatif generasi muda. Namun

demikian, untuk sukses menjadi bisnis halalpreneur muda, diperlukan peningkatan kemampuan, literasi halal yang lebih baik, dan dukungan ekosistem yang terintegrasi. Dengan pendekatan yang tepat, Gen Z halalpreneur dapat menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi halal nasional yang kompetitif dan berkelanjutan di seluruh dunia.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Halalpreneurship adalah peluang strategis bagi Generasi Z untuk berpartisipasi aktif dalam pertumbuhan industri makanan halal Indonesia. Analisis literatur dan sintesis hasil menunjukkan bahwa kesiapan Generasi Z untuk memasuki industri ini dipengaruhi oleh kombinasi faktor kompetensi individu, pemanfaatan teknologi digital, dan dukungan ekosistem usaha yang kondusif. Generasi Z memiliki keunggulan dalam literasi digital, kreativitas, dan kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan tren pasar. Ini adalah modal penting untuk mengembangkan produk makanan halal yang inovatif dan sesuai dengan preferensi konsumen modern. Namun, kesuksesan mereka tidak hanya bergantung pada kemampuan kewirausahaan umum; mereka juga perlu memahami literasi halal, mengelola bisnis, menjamin produk halal, dan menerapkan etika bisnis syariah.

Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi halal, kemampuan digital, inovasi produk, dan dukungan ekosistem memiliki hubungan yang kuat dengan keberhasilan pengembangan usaha halalpreneurship. Literasi halal meningkatkan kepercayaan konsumen dan akses pasar, kemampuan digital memperluas jangkauan pemasaran, dan inovasi produk meningkatkan daya saing. Di sisi lain, dukungan pembiayaan syariah dan pendampingan usaha memperkuat keberlanjutan bisnis. Hasilnya menunjukkan bahwa untuk meningkatkan bisnis halal Gen Z, diperlukan pendekatan holistik yang menggabungkan pengembangan keterampilan individu dengan dukungan sistemik melalui kerja sama antara pemerintah, perguruan tinggi, industri, dan lembaga keuangan syariah. Penelitian ini juga menemukan bahwa meskipun peluang industri makanan halal sangat besar, masih terdapat tantangan berupa keterbatasan pemahaman sertifikasi halal, akses permodalan, pengalaman manajerial, serta konsistensi kualitas produk. Oleh karena itu, strategi penguatan halalpreneur perlu difokuskan pada edukasi sertifikasi halal, penguatan kompetensi digital dan inovasi, perluasan akses pembiayaan syariah, serta pengembangan program inkubasi bisnis dan ekosistem halal yang terintegrasi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa Generasi Z memiliki potensi besar untuk menjadi penggerak pertumbuhan industri makanan halal Indonesia jika mereka memiliki kemampuan yang tepat dan lingkungan yang kuat. Penguatan bisnis halal tidak hanya

mendorong pertumbuhan ekonomi halal di negara tersebut, tetapi juga mendorong praktik bisnis yang bermoral, berkelanjutan, dan berdasarkan nilai-nilai syariah.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan dilakukan studi empiris dengan pendekatan kuantitatif atau mixed methods guna mengukur tingkat kesiapan halalpreneur Generasi Z dan menguji hubungan antar variabel secara statistik. Penelitian mendatang juga dapat mengeksplorasi model inkubasi bisnis halal berbasis perguruan tinggi, efektivitas pembiayaan syariah bagi startup halal, serta strategi ekspor produk makanan halal oleh wirausaha muda. Selain itu, kajian longitudinal diperlukan untuk memahami perkembangan halalpreneurship Generasi Z dalam jangka panjang seiring transformasi ekonomi digital dan pertumbuhan industri halal global.

DAFTAR REFERENSI

- Ahyani, Hesti, and Riyadi Slamet. 2022. "Challenges in Implementing Halal Assurance Systems among SMEs in Indonesia." *Indonesian Journal of Halal Industry* 5 (2): 101–15.
- Ali, M H, K H Tan, and M D Ismail. 2021. "Knowledge and Adoption of Halal Practices in Food Industry." *Food Control*.
- Ali, Yusuf, Zainal Rahman, and Nur Ahmad. 2022. "Islamic Business Ethics and Customer Loyalty in Halal Enterprises." *International Journal of Ethics and Systems* 38 (3): 455–70.
- Alserhan, Baker Ahmad. 2021. *The Principles of Islamic Marketing*.
- Bakar, Abdul, Faridah Rahman, and Noor Hasan. 2021. "Halal Certification and Consumer Trust in Global Halal Food Market." *Journal of Islamic Marketing* 12 (4): 789–805.
- DinarStandard. 2024. "State of the Global Islamic Economy Report."
- Djafarova, E, and T Bowes. 2021. "Instagram Influencers and Gen Z Purchasing Behavior." *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Francis, Tracy, and Fernanda Hoefel. 2021. "True Gen Z: Digital Natives Shaping Consumption."
- Hadjri, M I, and others. 2023. "Kapabilitas Dinamik Dan Kompetensi SDM Dalam Pengembangan Industri Halal." *Media Wahana Ekonomika*.
- Huda, Nurul, Umi Hasanah, and Dedi Pratama. 2022. "Islamic Financing Accessibility for Halal SMEs in Indonesia." *Journal of Islamic Finance* 11 (1): 55–70.
- Khan, M I, and A Haleem. 2021. "Understanding Halal Food Supply Chain Management." *Trends in Food Science & Technology*.
- Kurniawati, Dian. 2023. "Gen Z Entrepreneurial Orientation and Social Impact Motivation." *Journal of Youth Entrepreneurship* 6 (2): 120–34.
- Nasution, Siti, Rahma Putri, and Ahmad Yusuf. 2023. "Digital Marketing Adoption among Halal Food SMEs." *Journal of Digital Business and Innovation* 8 (1): 44–60.

- Pratama, F A, and M Muslim. 2022. "Peran Pendidikan Vokasi Dalam Pengembangan Industri Halal." *Risalah Iqtisadiyah*.
- Priporas, C V, and others. 2022. "Generation Z Consumer Behavior and Digital Engagement." *Journal of Business Research*.
- Rahman, Abdul, M Yusuf, and L Pratiwi. 2022. "Kompetensi Sumber Daya Manusia Dalam Mendukung Industri Halal Berkelanjutan." *Journal of Halal Industry Studies* 4 (1): 45–58.
- Stillman, David, and Jonah Stillman. 2021. *Generation Z in the Workplace*.
- Tieman, Marco. 2020. *Halal Logistics and Supply Chain Management*. New York: Routledge.
- Waqiah. 2024. "Transformasi Kompetensi SDM Dalam Sektor Halal Menuju Era Industri 4.0." *Jurnal Kolaboratif Sains*.