



Pengaruh Digitalisasi terhadap Perkembangan Industri Halal di Indonesia

Cory Vidiati^{1*}, Nur Wulan Ramdhaniah²

¹⁻²Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon, Indonesia

Email: coryvidiati@bungabangsacirebon.ac.id¹, nurwulanramdhaniah@gmail.com²

*Penulis Korespondensi: coryvidiati@bungabangsacirebon.ac.id

Abstract. *Advances in digital technology have brought about significant changes in various economic sectors, including the halal industry. Digitalization plays a crucial role in increasing competitiveness, efficiency, and expanding the market for halal businesses in Indonesia. This study aims to analyze the impact of digitalization on the growth of the halal industry in Indonesia and identify the opportunities and challenges faced during the digital transformation process. The strategy employed in this study is a qualitative approach through library research. Information was obtained from various secondary sources, such as academic articles, books, scientific journals, and reports from relevant institutions discussing digitalization and the halal industry. Data analysis was conducted using a descriptive qualitative approach through the review and interpretation of various pieces of information related to the research issue. The research findings indicate that digitalization has a positive effect on the growth of the halal industry by opening market access, improving operational efficiency, strengthening information transparency, and increasing consumer trust in halal products. Digital technology also assists in the halal certification process and the development of halal MSMEs to be more competitive in the digital economy. However, the implementation of digitalization still faces several challenges, such as low digital literacy, a lack of technological infrastructure, and the need for skilled human resources. Therefore, synergy between the government, business actors, and various stakeholders is very important to optimize the use of digital technology in supporting the development of the halal industry in Indonesia.*

Keywords: *Digital Change; Digital Economy; Digitalization; Halal Sector; Halal SMEs.*

Abstrak. Kemajuan teknologi digital telah mengakibatkan perubahan besar dalam berbagai sektor ekonomi, termasuk industri halal. Digitalisasi berperan sebagai salah satu elemen krusial yang meningkatkan daya saing, efisiensi, dan memperluas pasar bagi para pelaku usaha halal di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak digitalisasi pada pertumbuhan industri halal di Indonesia serta mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi selama proses transformasi digital. Strategi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif melalui metode penelitian pustaka (library research). Informasi diperoleh dari berbagai sumber sekunder, seperti artikel akademik, buku, jurnal ilmiah, dan laporan institusi terkait yang membahas digitalisasi dan industri halal. Analisis data dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif melalui kajian dan interpretasi berbagai informasi yang berkaitan dengan isu penelitian. Temuan penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi memiliki efek positif pada pertumbuhan industri halal melalui pembukaan akses pasar, peningkatan efisiensi operasional, penguatan transparansi informasi, dan peningkatan kepercayaan konsumen terhadap produk halal. Teknologi digital juga membantu dalam proses sertifikasi halal dan pengembangan UMKM halal agar lebih bersaing di zaman ekonomi digital. Meskipun begitu, pelaksanaan digitalisasi tetap menghadapi sejumlah tantangan, seperti rendahnya kemampuan literasi digital, kurangnya infrastruktur teknologi, dan perlunya sumber daya manusia yang terampil. Karenanya, sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan berbagai pemangku kepentingan sangat penting untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi digital dalam mendukung perkembangan industri halal di Indonesia.

Kata Kunci: Digitalisasi; Ekonomi Digital; Perubahan Digital; Sektor Halal; UKM Halal.

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengakibatkan transformasi signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor ekonomi dan bisnis. Kemajuan teknologi digital memungkinkan proses produksi, pemasaran, distribusi, dan pelayanan kepada konsumen dilakukan dengan lebih cepat, efektif, serta efisien. Adanya internet, media sosial, marketplace, dan beragam aplikasi digital telah membuka kesempatan baru bagi para pebisnis untuk memperbesar jangkauan pasar dan meningkatkan kompetisi.

Maka dari itu, digitalisasi saat ini merupakan salah satu elemen kunci yang memengaruhi kemajuan dan evolusi berbagai sektor industri.

Di Indonesia, transformasi digital berkembang pesat seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna internet dan penerapan teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari. Bukan hanya perusahaan besar, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) juga mulai memanfaatkan platform digital untuk tujuan pemasaran dan pengembangan usaha. Penggunaan teknologi digital dapat mendukung pelaku usaha dalam menjalankan bisnis secara lebih modern, menekan biaya operasional, serta memperluas akses pada berbagai peluang ekonomi yang sebelumnya sulit diakses.

Salah satu bidang yang memiliki peluang besar untuk tumbuh melalui digitalisasi adalah industri halal. Industri halal adalah sektor ekonomi yang memproduksi barang dan jasa sesuai dengan ketentuan syariah Islam. Lingkup industri halal tidak hanya meliputi makanan dan minuman, tetapi juga mencakup kosmetik, obat-obatan, mode muslim, pariwisata halal, serta layanan keuangan syariah. Dengan populasi Muslim yang besar, Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk menjadi pusat pengembangan industri halal di tingkat regional dan global.

Sejalan dengan bertambahnya kesadaran masyarakat akan pentingnya produk halal, permintaan berbagai produk dan layanan halal juga semakin meningkat. Situasi ini mendorong pelaku bisnis untuk meningkatkan mutu produk, memperluas saluran distribusi, dan memperkuat strategi pemasaran. Dalam konteks ini, digitalisasi menjadi salah satu alternatif yang dapat mendorong percepatan pertumbuhan industri halal dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi.

2. KAJIAN TEORITIS

Teori Digitalisasi

Digitalisasi merupakan proses pemanfaatan teknologi digital untuk mengubah berbagai aktivitas yang sebelumnya dilakukan secara manual menjadi berbasis sistem teknologi informasi. Digitalisasi tidak hanya berkaitan dengan penggunaan perangkat digital, tetapi juga mencakup perubahan proses bisnis, model operasional, serta pola interaksi antara produsen dan konsumen. Dalam konteks bisnis modern, digitalisasi menjadi salah satu strategi penting untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan daya saing perusahaan di tengah perkembangan ekonomi digital (Radiansyah 2022). Pemanfaatan teknologi seperti internet, media sosial, e-commerce, big data, dan kecerdasan buatan memungkinkan perusahaan menjalankan aktivitas bisnis secara lebih efektif dan responsif terhadap kebutuhan pasar (Apriliyani dkk. 2025).

Dalam konsep transformasi digital, teknologi beroperasi tidak hanya sebagai alat bantu, tetapi juga sebagai elemen kunci yang mendorong perubahan dalam proses nilai penciptaan suatu organisasi. Sehingga, digitalisasi dianggap sebagai strategi penting dalam memperkuat kemampuan perusahaan agar bisa menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan bisnis yang terus berkembang (Suganda et al., 2025)

Teori Industri Halal

Industri halal adalah bidang ekonomi yang memproduksi barang dan layanan yang sejalan dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Konsep halal tidak hanya meliputi makanan dan minuman, tetapi juga mencakup industri kosmetik, farmasi, mode muslim, wisata halal, serta tata kelola keuangan syariah. Industri halal tumbuh sejalan dengan meningkatnya kesadaran publik akan pentingnya mengonsumsi produk yang terjamin kehalalannya (Fathoni 2020).

Di Indonesia, sektor halal memiliki peluang besar karena didukung oleh populasi Muslim yang mayoritas. Selain memenuhi permintaan pasar lokal, industri halal juga memiliki kesempatan untuk tumbuh di pasar global. Sertifikasi halal berperan sebagai alat penting untuk memastikan mutu dan kehalalan produk, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan (Ulfah dan Rizqina 2025).

Dalam pandangan ekonomi syariah, industri halal tidak semata-mata mencari profit, tetapi juga menjamin bahwa seluruh tahapan produksi, distribusi, dan konsumsi dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam seperti keadilan, keterbukaan, dan kebaikan bersama. (Suciati et al., 2025)

Teori Transformasi digital

Transformasi digital merupakan perubahan komprehensif di dalam organisasi dengan cara mengintegrasikan teknologi digital ke semua aspek operasional dan strategi bisnis. Transformasi digital bertujuan untuk memperbaiki efektivitas, efisiensi, inovasi, serta nilai tambah yang diperoleh oleh konsumen (Oktaviani dan Prakoso 2023).

Dalam sektor halal, digitalisasi dapat direalisasikan melalui pemanfaatan teknologi blockchain untuk pelacakan rantai pasokan halal, Internet of Things (IoT) untuk pengawasan proses produksi, dan Kecerdasan Buatan (AI) untuk analisis pasar serta perilaku konsumen. Penggunaan teknologi itu dapat meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan kepercayaan konsumen terhadap produk halal (Suganda et al., 2025).

Transformasi digital juga berkontribusi dalam mempercepat proses sertifikasi halal melalui sistem layanan elektronik yang mempermudah pelaku usaha dalam mengelola dokumen dan mendapatkan informasi terkait sertifikasi halal (Fadilah dkk. 2025)

Hubungan Digitalisasi dengan Perkembangan Industri Halal

Digitalisasi sangat terkait dengan kemajuan industri halal. Penggunaan teknologi digital memungkinkan pelaku usaha halal untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat kepercayaan konsumen. Lewat platform digital, produk halal dapat dipasarkan dengan lebih luas dan menjangkau konsumen di berbagai daerah bahkan antarnegara (Fathurrahman dan Prawiro 2025).

Penggunaan *e-commerce* syariah juga memberikan kesempatan bagi UMKM halal untuk meningkatkan daya saing dan memperluas akses ke pasar. Di samping itu, sertifikasi halal yang didigitalisasi lewat sistem elektronik dapat meningkatkan transparansi dan mempermudah pengawasan produk halal. Keadaan ini mengindikasikan bahwa digitalisasi menjadi salah satu elemen krusial yang mendukung perkembangan industri halal di zaman ekonomi digital (Fauziah dan Ardiansyah 2025). Dengan begitu, semakin meningkatnya adopsi teknologi digital oleh pelaku usaha halal, semakin besar peluang bagi perkembangan industri halal dari aspek pemasaran, efisiensi usaha, serta peningkatan kepercayaan konsumen (Khoirurrozikin et al., 2026)

3. METODE PENELITIAN

Studi ini mengaplikasikan pendekatan kualitatif melalui metode penelitian pustaka. Metode ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami dampak digitalisasi terhadap pertumbuhan industri halal di Indonesia dengan memanfaatkan berbagai sumber literatur yang relevan. Pendekatan kualitatif memberi kesempatan kepada peneliti untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang fenomena yang diteliti melalui analisis konsep, teori, dan temuan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan digitalisasi serta industri halal. Data yang dipakai dalam studi ini adalah data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber yang dapat dipercaya, seperti jurnal ilmiah, buku, artikel akademis, laporan pemerintah, publikasi Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), serta dokumen lain yang mendukung analisis penelitian.

Pemilihan sumber data dilakukan dengan memperhatikan relevansi, kepercayaan, dan kesesuaian dengan topik penelitian agar informasi yang didapat dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Pengumpulan data dilakukan dengan cara studi dokumentasi dan kajian literatur. Para peneliti mengumpulkan berbagai rujukan yang berkaitan dengan digitalisasi dan industri halal, lalu menganalisis isi sumber itu untuk mendapatkan informasi yang diperlukan. Selanjutnya, data yang telah dikumpulkan dikelompokkan menurut tema diskusi, seperti

konsep digitalisasi, pertumbuhan industri halal, keuntungan digitalisasi bagi industri halal, serta rintangan yang dihadapi dalam proses transformasi digital.

Data dianalisis dengan menerapkan analisis deskriptif kualitatif, yaitu melalui penguraian dan penjelasan data yang diperoleh dari beragam sumber secara terstruktur. Data yang telah dihimpun selanjutnya direduksi, diklasifikasikan, dan diinterpretasikan untuk memberikan gambaran yang jelas tentang hubungan antara digitalisasi dan perkembangan industri halal di Indonesia. Hasil analisis itu kemudian dimanfaatkan untuk menyimpulkan mengenai kontribusi digitalisasi dalam memperkuat daya saing, efisiensi, dan perkembangan industri halal di zaman ekonomi digital.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Digitalisasi dalam Industri Halal di Indonesia

Kemajuan teknologi digital telah menjadi salah satu penggerak utama yang mendorong perubahan di berbagai sektor ekonomi, termasuk industri halal. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital telah mengubah cara pelaku usaha melaksanakan aktivitas bisnis, mulai dari pemasaran, distribusi, layanan konsumen, hingga manajemen rantai pasok. Digitalisasi memberi kesempatan kepada pelaku industri halal untuk mencapai pasar yang lebih besar dengan biaya yang lebih efektif dibandingkan cara tradisional. Di samping itu, teknologi digital juga mempermudah penyebaran informasi mengenai produk halal, sehingga dapat meningkatkan kesadaran dan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dijual (Stafrezar 2024).

Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, memiliki potensi besar untuk mengembangkan industri halal yang berbasis teknologi digital. Pertumbuhan ekonomi digital yang kian pesat menawarkan peluang bagi pelaku usaha untuk memasukkan inovasi teknologi ke dalam proses bisnis mereka. Digitalisasi tidak hanya mendukung peningkatan efisiensi, tetapi juga membantu industri halal menghadapi persaingan global yang semakin ketat (Daulay et al., 2023).

Digitalisasi sebagai Sarana Perluasan Pasar Produk Halal

Salah satu temuan dalam penelitian ini adalah bahwa digitalisasi memiliki peran krusial dalam memperluas akses pasar untuk produk halal. Sebelum munculnya teknologi digital, pemasaran produk biasanya dilakukan secara tatap muka dan hanya di area tertentu. Namun, dengan menggunakan media sosial, marketplace, dan platform e-commerce, produk halal sekarang dapat dijual kepada pelanggan di berbagai wilayah bahkan sampai pasar internasional.

Bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), digitalisasi menawarkan kesempatan untuk memperkuat daya saing tanpa harus mengeluarkan modal promosi yang besar. Pemanfaatan digital marketing membantu UMKM halal menjalin kedekatan dengan konsumen, meningkatkan tampilan produk, serta memperluas jaringan pemasaran secara efisien. Dengan demikian, digitalisasi bisa berfungsi sebagai alat strategis untuk meningkatkan penjualan dan perkembangan bisnis halal di Indonesia (Muh. Ahsan Kamil dan Muhammad Rasyid Ridlo 2024).

Selain meningkatkan pasar, teknologi digital juga memudahkan konsumen untuk mendapatkan informasi tentang produk halal. Data mengenai komposisi produk, sertifikasi halal, dan review pelanggan dapat diakses dengan mudah, sehingga memudahkan konsumen dalam membuat keputusan untuk membeli. Situasi ini secara tidak langsung meningkatkan daya tarik dan nilai tambah produk halal di pasar online (Rahmawati et al., 2025)

Peningkatan Efisiensi Operasional Melalui Teknologi Digital

Hasil riset juga menunjukkan bahwa digitalisasi memberikan pengaruh positif terhadap efisiensi operasional sektor halal. Beragam teknologi seperti sistem informasi manajemen, aplikasi keuangan digital, dan perangkat lunak manajemen inventaris mendukung pelaku usaha dalam mengelola kegiatan bisnis dengan lebih efisien. Pemanfaatan teknologi itu mempermudah pencatatan, pengelolaan persediaan, dan transaksi secara otomatis yang dapat mengurangi kesalahan dan meningkatkan efisiensi kerja.

Di area industri halal, penggunaan teknologi seperti Kecerdasan Buatan (AI), Internet of Things (IoT), dan blockchain mulai diterapkan untuk meningkatkan pengelolaan kualitas rantai pasok halal. Teknologi itu memungkinkan pengawasan terhadap bahan mentah dan proses pembuatan dilakukan dengan lebih tepat dan jelas. Dengan cara ini, perusahaan dapat menjamin bahwa produk yang diproduksi tetap sesuai dengan standar halal yang telah ditentukan (Ulfah dan Rizqina 2025).

Efisiensi yang dicapai melalui pemanfaatan teknologi digital juga berpengaruh pada penurunan biaya operasional perusahaan. Proses bisnis yang dahulu memerlukan banyak waktu dan tenaga dapat diselesaikan lebih cepat dengan sistem digital. Ini memberi manfaat bagi perusahaan untuk meningkatkan produktivitas serta memperkuat daya saing bisnis di pasar (Apriliyani et al., 2025).

5. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis, dapat ditarik kesimpulan bahwa digitalisasi memberikan dampak yang besar terhadap kemajuan industri halal di Indonesia. Penggunaan teknologi digital telah memberikan banyak kemudahan bagi pelaku usaha dalam melaksanakan kegiatan bisnis, mulai dari promosi, manajemen operasional, distribusi barang, hingga pelayanan bagi pelanggan. Keberadaan platform digital seperti media sosial, marketplace, dan *e-commerce* memungkinkan produk halal meraih pasar yang lebih luas, baik di skala nasional maupun global.

Digitalisasi juga berperan dalam meningkatkan efisiensi operasional industri halal melalui penerapan sistem informasi dan teknologi digital yang dapat mempercepat proses bisnis serta menekan biaya operasional. Di samping itu, teknologi digital memperkuat transparansi informasi dan mempermudah proses sertifikasi halal, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal yang tersedia di pasaran. Meskipun demikian, penerapan digitalisasi dalam industri halal masih menghadapi berbagai tantangan, seperti rendahnya literasi digital sebagian pelaku usaha, keterbatasan infrastruktur teknologi, serta kebutuhan akan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi digital.

Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari pemerintah, pelaku usaha, akademisi, dan berbagai pihak terkait untuk memperkuat ekosistem digital yang mendukung perkembangan industri halal. Secara keseluruhan, digitalisasi dapat menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing, produktivitas, dan keberlanjutan industri halal di Indonesia. Dengan pemanfaatan teknologi yang optimal serta dukungan kebijakan yang tepat, industri halal Indonesia memiliki peluang besar untuk berkembang dan bersaing di pasar global.

DAFTAR REFERENSI

- Apriliyani, F., Ma'mur Munajat, Dewi Fatmasari, & Aan Jaelani. (2025). Digitalisasi dan transformasi teknologi dalam pengembangan industri halal di era ekonomi digital: Digitalisasi dan transformasi. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(2), 221–227. <https://doi.org/10.37968/jhesy.v4i2.1851>
- Daulay, A. S., Imsar, & Harahap, R. D. (2023). Strategi pengembangan pasar digital dalam mendukung industri fashion halal di Indonesia. *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam*, 5(1), 1035–1042. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v5i1.2918>
- Fadilah, R. A., Ramadhani, D., Amalia, R. N., & Marlina, L. (2025). Analisis peran dari digitalisasi sertifikasi halal terhadap kepercayaan konsumen dan pengembangan UMKM di Indonesia, 3(2).
- Fathoni, M. A. (2020). Potret industri halal Indonesia: Peluang dan tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428–435. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>

- Fathurrahman, H., & Prawiro, A. (2025). *Transformasi industri halal di era digital: Inovasi menuju pertumbuhan ekonomi Indonesia 4.0*, 4.
- Fauziah, Z., & Ardiansyah, H. (2025). *Optimalisasi e-commerce syariah dalam mendukung digitalisasi UMKM halal: Tinjauan literatur*, 9.
- Kamil, M. A., & Ridlo, M. R. (2024). Analisis potensi digital marketing pada UMKM industri halal. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 7(1), 166–177. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2024.vol7\(1\).13543](https://doi.org/10.25299/syarikat.2024.vol7(1).13543)
- Khoirurrozikin, M. L., Azahra, M. H. N., Niquyza, J. E., Rismawan, M. K. A., & Hidayati, A. N. (2026). Halal digital economy: Membangun ekosistem ekonomi Islam berbasis teknologi. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 3(4), 275–289. <https://doi.org/10.62421/jibema.v3i4.225>
- Oktaviani, E., & Prakoso, A. W. I. (2023). *Transformasi digital dan strategi manajemen*, 16.
- Radiansyah, E. (2022). Peran digitalisasi terhadap kewirausahaan digital: Tinjauan literatur dan arah penelitian masa depan, 9(2). <https://doi.org/10.52655/khg.v5i1.47>
- Rahmawati, F., Sadali, A., Ismanto, K., & Hermawan, H. (2025). *Contemporary Islamic economic trends: The halal industry amidst the digitalization wave in Indonesia*, 3(1).
- Stafrezar, B. (2024). Potensi dan tantangan digitalisasi dalam memajukan wisata halal di Indonesia: Solusi dan implementasi. *Journal of Economics*, 2(6). <https://doi.org/10.63200/jebmass.v2i6.157>
- Suciati, E. D., Muhimmah, H., Herdani, W. S., & Marlina, L. (2025). *Transformasi digital dalam industri halal global: Analisis kebutuhan, tantangan, dan strategi inovatif untuk peningkatan daya saing dan kepercayaan konsumen*, 3(2).
- Suganda, A. D., Amalia, E., Maksum, M., & Rohim, N. (2025). Digital transformation in Indonesian halal industrial zones. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 6(1), 187–204. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v6i1.10834>
- Ulfah, M., & Rizqina, A. Z. (2025). *Kontribusi industri halal terhadap perekonomian Indonesia di era ekonomi digital*, 3(2).