



Inovasi Produk Halal UMKM dalam Perspektif Manajemen Bisnis Syariah

Rosa Da'mai

UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon, Indonesia

Alamat: Jl. perjuangan, Sunyaragi, Kota Cirebon

Korespondensi penulis: Rosadamai025@gmail.com

Abstract. *The halal industry has experienced significant growth, encouraging Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to continuously innovate in order to compete globally. This study aims to examine the strategies of halal product innovation implemented by MSMEs from the perspective of Islamic business management, identify the key driving factors behind innovation in the global market, and analyze its influence on Muslim consumers preferences. This research adopts a literature review method using various scholarly journals and academic sources. The findings show that effective innovation strategies include collaboration between the government and industry, improvement of product quality and halal certification, digital technology utilization, and marketing approaches aligned with Islamic principles. The main drivers of innovation consist of product and process development, technology and digitalization, the high consumption value of halal products among Indonesian consumers, a comprehensive legal framework, import substitution policies, and stakeholder synergy. Halal product innovation has proven to positively influence Muslim consumers preferences, particularly in terms of trust, loyalty, and perceived value. This study highlights that Islamic business management, which emphasizes blessing, ethics, and sustainability, plays a crucial role in strengthening the global competitiveness of halal MSMEs.*

Keywords: *MSMEs, Halal product innovation, Sharia business management, Competitiveness, Globalization*

Abstrak. Industri halal mengalami pertumbuhan signifikan, mendorong UMKM untuk terus melakukan inovasi agar mampu bersaing secara global. Penelitian ini bertujuan mengkaji strategi inovasi produk halal UMKM dalam perspektif manajemen bisnis syariah, faktor utama yang mendorong inovasi di pasar global, serta pengaruhnya terhadap preferensi konsumen Muslim. Penelitian dilakukan menggunakan metode studi literatur dari berbagai jurnal dan sumber ilmiah. Hasil kajian menunjukkan bahwa strategi inovasi yang efektif mencakup kolaborasi antara pemerintah dan industri, peningkatan kualitas dan sertifikasi halal, pemanfaatan teknologi digital, serta pendekatan pemasaran yang sesuai prinsip syariah. Faktor pendorong utama inovasi meliputi pengembangan produk dan proses inovatif, teknologi dan digitalisasi, tingginya konsumsi produk halal masyarakat Indonesia, kelengkapan kerangka hukum, kebijakan substitusi impor, serta sinergi antar pemangku kepentingan. Inovasi produk halal terbukti berpengaruh positif terhadap preferensi konsumen Muslim, terutama dalam hal kepercayaan, loyalitas, dan persepsi nilai. Penelitian ini menegaskan bahwa manajemen bisnis syariah yang mengedepankan keberkahan, etika dan keberlanjutan menjadi kunci dalam memperkuat daya saing UMKM halal di pasar global.

Kata kunci: UMKM, inovasi produk halal, manajemen bisnis syariah, daya saing, globalisasi.

1. LATAR BELAKANG

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dituntut untuk terus berinovasi agar dapat bertahan dan berkembang. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah inovasi produk halal, mengingat permintaan terhadap produk halal terus meningkat, terutama dipasar global yang semakin sadar akan aspek kehalalan dan keberlanjutan. Inovasi produk halal tidak hanya menjadi kebutuhan bagi

konsumen Muslim, tetapi juga menarik minat konsumen non-Muslim yang semakin peduli terhadap standar kebersihan, keamanan, dan etika dalam konsumsi.

Faktor utama yang mendorong inovasi produk halal dalam UMKM mencakup perubahan regulasi, peningkatan kesadaran konsumen akan pentingnya produk halal, serta perkembangan teknologi seperti *blockchain* dan *internet of things* yang memungkinkan UMKM lebih mudah dalam memproduksi dan mendistribusikan produk halal. Selain itu tren halal *lifestyle* yang semakin berkembang secara global juga menjadi pendorong utama bagi UMKM untuk terus berinovasi dalam produknya agar lebih kompetitif di pasar internasional.

Inovasi produk halal yang dilakukan UMKM juga berperan dalam memengaruhi preferensi konsumen Muslim, konsumen cenderung memilih produk yang tidak hanya memiliki sertifikasi halal, tetapi juga memiliki keunggulan dalam kualitas, kemasan serta nilai tambah lainnya seperti aspek keberlanjutan dan ramah lingkungan. Oleh karena itu, pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen menjadi kunci dalam merancang strategi yang efektif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi inovasi produk halal yang dapat diterapkan oleh UMKM guna meningkatkan daya saing bisnis, mengidentifikasi faktor utama yang mendorong inovasi produk halal di pasar global, serta menjelaskan bagaimana inovasi tersebut dapat memengaruhi preferensi konsumen Muslim. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan wawasan bagi pelaku UMKM, pemangku kepentingan, serta akademisi mengenai pentingnya inovasi dalam industri halal untuk mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Diharapkan penelitian ini dapat membantu UMKM menerapkan strategi inovasi yang efektif, memanfaatkan peluang pasar halal, serta meningkatkan kesadaran konsumen terhadap pentingnya inovasi dalam produk halal. Dengan menggunakan metode studi literatur, penelitian ini diharapkan mampu memberikan dasar teoritis yang kuat serta menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya dalam bidang inovasi produk halal dan pengembangan UMKM.

2. KAJIAN TEORITIS

Strategi Inovasi Produk Halal UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing

Inovasi merupakan faktor kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM di era globalisasi. Menurut Schumpeter (1934), inovasi dapat berupa pengembangan produk baru, perbaikan proses produksi, hingga penerapan teknologi yang lebih efisien. Dalam konteks UMKM halal, inovasi tidak hanya terbatas pada aspek produk, tetapi juga mencakup inovasi

kemasan, pemasaran, dan distribusi yang sesuai dengan prinsip halal (Hussain et al., 2016). Strategi inovasi yang efektif dapat membantu UMKM menarik lebih banyak konsumen, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta memperluas jangkauan pasar baik domestik maupun global (Aisyah, 2020).

Faktor Utama yang Mendorong Inovasi Produk Halal di Pasar Global

Permintaan produk halal terus meningkat seiring dengan pertumbuhan populasi Muslim dunia dan meningkatnya kesadaran akan pentingnya produk halal yang aman dan berkualitas (Wilson & Liu, 2010). Faktor utama yang mendorong inovasi produk halal mencakup: 1.) Regulasi dan sertifikasi halal. 2.) Teknologi dan digitalisasi. 3.) Kesadaran Konsumen

Pengaruh Inovasi Produk Halal terhadap Preferensi Konsumen Muslim

Preferensi konsumen Muslim terhadap produk halal dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk sertifikasi halal, Kualitas Produk, harga, serta kemudahan akses (Rezai et al., 2012). Inovasi dalam produk halal, seperti peningkatan kualitas, penggunaan bahan baku alami, dan kemasan yang menarik, dapat meningkatkan minat beli konsumen (Nurhayati & Hendar, 2019). Selain itu, kepercayaan terhadap merek halal yang inovatif juga berperan penting dalam keputusan pembelian (Suki & Suki, 2019).

Berdasarkan berbagai studi literatur, dapat disimpulkan bahwa inovasi produk halal merupakan strategi yang efektif bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing di pasar global. Faktor regulasi, teknologi, dan perubahan preferensi konsumen menjadi pendorong utama dalam perkembangan industri halal. Oleh karena itu, pemahaman yang lebih mendalam mengenai inovasi produk halal sangat diperlukan untuk mendukung pertumbuhan UMKM dalam industri halal yang terus berkembang.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dengan mengkaji berbagai sumber referensi, seperti jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian, serta publikasi dari lembaga terkait yang relevan dengan inovasi produk halal UMKM. Data yang digunakan berasal dari jurnal akademik, buku, laporan resmi, serta artikel dari konferensi ilmiah yang membahas strategi inovasi produk halal, faktor pendorong inovasi di pasar global, dan pengaruh inovasi terhadap preferensi konsumen Muslim.

Pengumpulan data dilakukan dengan mengidentifikasi dan memilih literatur yang relevan berdasarkan kata kunci tertentu, kemudian mengklasifikasikannya berdasarkan tema

utama. Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu dengan mengidentifikasi pola dan tren dari hasil penelitian sebelumnya untuk memperoleh kesimpulan yang komprehensif mengenai strategi inovasi produk halal dalam meningkatkan daya saing UMKM.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Inovasi Produk Halal UMKM dalam Meningkatkan daya saing bisnis

Inovasi dan kolaborasi berperan penting dalam meningkatkan daya saing bisnis di sektor ekonomi halal. Inovasi tidak hanya berkaitan dengan pengembangan produk dan proses produksi, tetapi juga mencakup strategi pemasaran yang lebih efektif. Dalam aspek produk, inovasi bertujuan untuk menciptakan produk halal berkualitas tinggi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen global yang semakin sadar akan nilai-nilai halal. Sementara itu, inovasi dalam proses produksi bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan menekan biaya, sehingga UMKM dapat lebih baik dalam memposisikan diri untuk memanfaatkan peluang pasar baru dan tetap unggul dari pesaing.

Dalam strategi pemasaran, studi menyoroti pentingnya memahami preferensi konsumen global serta memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan termasuk pemerintah, lembaga riset, dan pelaku usaha di pandang sebagai faktor kunci dalam mendukung pertumbuhan sektor ekonomi halal. Berdasarkan analisis terhadap permasalahan dan kondisi faktual UMKM makanan halal di Indonesia, terdapat beberapa strategi yang diupayakan untuk membangun industri makanan halal yang berkelanjutan dan memiliki daya saing, antara lain:

1. Kolaborasi antara Pemerintah dan Industri.

Kerjasama yang efektif antara pemerintah dan sektor industri memainkan peran krusial dalam meningkatkan daya saing di pasar global. Pemerintah Indonesia telah meluncurkan berbagai program, seperti pengembangan industri halal, promosi ekspor, serta kebijakan pendukung. Penelitian oleh Khadafi et al, menyoroti peran strategis pemerintah dalam menciptakan lingkungan investasi yang kondusif, memberikan insentif, serta memfasilitasi kerja sama antara pelaku industri dan lembaga pendukung guna memperkuat daya saing produk halal.

2. Standarisasi Sertifikasi Halal

Standar sertifikasi halal memiliki peran penting bagi UMKM di industri makanan halal dalam membangun kredibilitas dan kepercayaan konsumen. Dengan

mengikuti standar ini, UMKM dapat menunjukkan komitmen mereka dalam menyediakan produk berkualitas tinggi yang memenuhi ketentuan halal, sesuai dengan harapan pasar. Kepatuhan terhadap sertifikasi halal juga dapat menjadi faktor pembeda dari pesaing, menjadikan sertifikasi halal sebagai pertimbangan utama dalam keputusan pembelian. Selain itu, memenuhi standar halal membuka peluang pasar baru, seperti kerja sama dengan pemasok dan distributor bersertifikat halal. Mengutamakan sertifikasi halal dapat menjadi strategi unggulan bagi UMKM untuk bersaing dalam industri makanan halal yang semakin kompetitif. Dengan secara aktif memperoleh dan mempertahankan sertifikasi halal, UMKM menunjukkan dedikasi terhadap kualitas dan integritas produk mereka. Hal ini membantu membangun kepercayaan konsumen yang menghargai transparansi dan keaslian dalam industri makanan. Di sisi lain, status sebagai bisnis bersertifikat halal memungkinkan UMKM menjangkau pasar konsumen Muslim yang terus berkembang. Pada akhirnya, investasi dalam sertifikasi halal tidak hanya mendukung ekspansi pasar dan meningkatkan loyalitas pelanggan, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

3. Kolaborasi dengan Pemangku Kepentingan Industri

Kolaborasi dengan pemangku kepentingan industri penting bagi UMKM halal untuk meningkatkan efisiensi, kualitas produk, dan inovasi. Kemitraan dengan pemasok, distributor, institusi pendidikan, dan ahli industri membantu UMKM mengakses pengetahuan serta teknologi terbaru guna menjaga daya saing. Investasi dalam pengembangan sumber daya manusia memastikan karyawan memiliki keterampilan yang relevan untuk beradaptasi dengan tren pasar. Tenaga kerja yang termotivasi dan terampil akan meningkatkan produktivitas serta membuka peluang ekspansi di industri halal yang terus berkembang.

4. Kemudahan dan Sosialisasi Sertifikasi Halal yang Berkelanjutan

Pemerintah sebagai regulator perlu menyederhanakan proses sertifikasi halal agar lebih efisien dan terjangkau bagi UMKM. Upaya ini dapat mencakup pembentukan badan sertifikasi terpusat atau penyederhanaan persyaratan dokumentasi. Sertifikasi halal memastikan bahwa produk diproduksi sesuai pedoman ketat dan bebas dari zat berbahaya, memberikan jaminan bagi konsumen. Selain itu, sosialisasi berkelanjutan tentang sertifikasi halal penting untuk meningkatkan kesadaran pelaku UMKM agar menerapkan praktik bisnis yang berkelanjutan, etis, dan sesuai kaidah Islam dalam proses produksinya.

5. Digitalisasi UMKM Makanan Halal

Digitalisasi memberikan berbagai manfaat, seperti kemudahan konsumen dalam mengakses produk, membangun jejaring, serta meningkatkan kesadaran merek. Selain itu, digitalisasi membantu produsen mencapai efisiensi dan efektivitas dalam produksi, sekaligus membuat harga produk lebih terjangkau. Oleh karena itu, pemerintah perlu mendukung dan memfasilitasi UMKM makanan halal melalui platform digital, baik untuk sertifikasi, promosi, maupun pemasaran. Program UMKM Go Digital mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan berbagai platform online. Selain itu, pemerintah juga perlu menyediakan akses permodalan bagi UMKM melalui pemanfaatan teknologi keuangan (financial technology).

Faktor yang Mendorong Inovasi Produk Halal di Pasar Global

Inovasi dalam perdagangan halal memiliki peran penting dalam menanggapi dinamika pasar yang semakin kompleks serta meningkatkan daya saing produk halal di tingkat global. Beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam pembahasan ini mencakup:

1. Pengembangan produk dan proses inovatif

Seiring dengan meningkatnya permintaan, inovasi dalam perdagangan halal menjadi faktor penting dalam pengembangan industri ini. Produsen terus mengembangkan produk baru yang memenuhi standar halal serta menyesuaikan dengan kebutuhan pasar yang beragam. Penerapan teknologi dan proses produksi modern juga dilakukan untuk meningkatkan kualitas, keamanan, dan keberlanjutan produk halal. Misalnya, penggunaan bahan-bahan alami serta metode produksi yang ramah lingkungan menjadi tren dalam industri halal, dan memastikan produk tidak hanya sesuai syariat, tetapi juga sehat dan berkelanjutan.

2. Teknologi dan Digitalisasi

Teknologi modern seperti Blockchain dapat dimanfaatkan dalam sertifikasi halal untuk meningkatkan transparansi dan memastikan keandalan informasi terkait produk halal. Dengan sistem ini, setiap tahap dalam proses sertifikasi dapat dicatat secara sama dan tidak dapat diubah, sehingga memberikan kepastian bagi konsumen mengenai status kehalalan suatu produk. Pemanfaatan teknologi sensor, Internet of Things (IoT), dan sistem pemantauan otomatis juga dapat memastikan bahwa setiap tahap dalam proses produksi memenuhi standar kehalalan. Dengan sistem ini, pengawasan dapat dilakukan secara real-time, sehingga dapat mendeteksi dan mencegah potensi penyimpangan dari ketentuan halal.

3. Tingginya Nilai Konsumsi produk halal masyarakat Indonesia

Masyarakat Indonesia membelanjakan sekitar USD 220 miliar di sektor industri halal, angka yang signifikan dan diperkirakan terus meningkat seiring dengan bertambahnya populasi Muslim serta meningkatnya kesadaran akan manfaat produk halal. Hal ini membuka peluang besar bagi Indonesia untuk menjadi pemimpin dalam pasar halal global jika dapat dimanfaatkan secara optimal. Salah satu sektor yang berkontribusi besar adalah industri makanan halal. Dengan fokus pada pengembangan industri ini, baik skala besar maupun UMKM, Indonesia memiliki potensi untuk bersaing di tingkat internasional. Apalagi, Indonesia kaya akan sumber daya alam di sektor pertanian, perikanan, peternakan dan perkebunan. Jika industri besar dan UMKM terdorong untuk memperoleh sertifikasi halal, maka peluang Indonesia untuk menjadi pusat industri halal dunia akan semakin besar.

4. Kelengkapan kerangka hukum

Undang-undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) merupakan wujud komitmen dan kesiapan pemerintah dalam mendukung serta memfasilitasi pertumbuhan industri halal di Indonesia. UU ini memberikan pedoman serta standar yang jelas bagi pelaku industri dalam memperoleh sertifikasi halal, sejalan dengan prinsip good governance. Regulasi ini bertujuan untuk memberikan kepastian hukum, transparansi bagi pelaku usaha maupun konsumen produk halal, serta mendorong pertumbuhan pasar industri halal di Indonesia. Selain itu, UU JPH juga dapat dijadikan sebagai referensi dalam menetapkan standar dan sertifikasi industri halal, sehingga seluruh proses operasional sertifikasi dapat berjalan sesuai dengan target utama, yaitu menjadikan Indonesia sebagai pusat industri halal global. Sejumlah kebijakan turut mendukung pengembangan industri halal, salah satunya adalah Peraturan Presiden No. 91 Tahun 2016 tentang Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS). KNKS berperan sebagai forum koordinasi, sinkronisasi, dan sinergi kebijakan strategis dalam pembangunan sektor keuangan syariah nasional. Dengan tugas utama untuk mempercepat, memperluas, dan memajukan sistem keuangan syariah, KNKS berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

5. Adanya kebijakan substitusi impor

Pemerintah mendorong penggunaan produk dalam negeri sebagai pengganti barang impor. Dengan bertambahnya populasi penduduk Indonesia, permintaan produk halal juga terus meningkat. Untuk mengurangi ketergantungan pada produk

dari luar negeri, pemerintah berupaya menggantikan produk halal impor dengan produksi dalam negeri.

6. Sinergi antar stakeholder

Berbagai lembaga berkontribusi dalam pengembangan industri halal di Indonesia. BPJPH Kemenag sebagai pemangku utama didukung oleh sejumlah kementerian dan lembaga melalui MoU tentang Penyelenggaraan Layanan Sertifikasi Halal (PLSH) pada 16 oktober 2019. Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) dan KNEKS menyusun strategi industri halal melalui MEKSI 2019-2024. Perguruan tinggi juga berperan dengan mendirikan pusat kajian halal, membuka program studi berbasis industri halal, dan menyesuaikan kurikulum sesuai dengan UU JPH.

Inovasi Produk Halal UMKM Memengaruhi Preferensi Konsumen Muslim

Penelitian ini membahas pengaruh perilaku konsumen terhadap produk halal. Penelitian ini juga mengeksplorasi hubungan antara perilaku konsumen Muslim dengan aspek religiulitas, kesadaran terhadap sertifikasi halal, serta kontribusinya terhadap perekonomian melalui peningkatan penjualan dan investasi di sektor ini.

Masalah utama yang dianalisis dalam penelitian ini adalah bagaimana keputusan konsumen Muslim dalam memilih produk halal mempengaruhi pertumbuhan ekonomi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen Muslim sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kesadaran agama, kepercayaan terhadap sertifikasi halal, ketersediaan produk halal di pasar, aspek kesehatan dan nutrisi, serta kualitas dan keamanan produk selain kehalalannya. Konsumen Muslim cenderung selektif dalam menentukan produk yang dikonsumsi, terutama yang memiliki kejelasan status kehalalannya.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa konsumen Muslim di berbagai negara lebih mengutamakan produk halal dan bahkan bersedia membayar harga lebih tinggi untuk produk yang mereka yakini memiliki kualitas serta kejelasan halal yang baik (Hanzee & Ramezani, 2011). Penelitian lain juga mengungkapkan bahwa selain faktor religiusitas, perilaku konsumen Muslim turut dipengaruhi oleh aspek eksternal seperti ketersediaan informasi tentang produk halal dan aksesibilitas produk di pasar (Alserhan, 2010). Dalam konteks ini, penelitian ini menyimpulkan bahwa perilaku konsumen Muslim berkontribusi signifikan terhadap perkembangan industri makanan halal. Produsen yang berfokus pada produk halal mengalami peningkatan penjualan yang stabil, yang pada

akhirnya mendorong pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan investasi dan penciptaan lapangan pekerjaan di sektor ini.

Beberapa faktor utama yang perlu diperhatikan dalam memahami preferensi konsumen terhadap produk halal meliputi aspek-aspek berikut:

1. kesadaran agama

kesadaran agama menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan konsumen Muslim dalam memilih produk halal, temuan ini selaras dengan riset yang dilakukan oleh Wilson dan Lui (2010), yang menyebutkan bahwa konsumen muslim sangat mempertimbangkan aturan syariat dalam menentukan produk yang mereka konsumsi. Kesadaran religius ini mendorong preferensi terhadap produk dengan sertifikasi halal, yang memberikan kepastian bahwa produk tersebut sesuai dengan prinsip islam

2. Sertifikasi Halal

Keberadaan sertifikasi halal sangat mempengaruhi keputusan mereka dalam membeli produk, hal ini menunjukkan bahwa konsumen Muslim membutuhkan jaminan dari lembaga yang berwenang untuk memastikan produk yang mereka konsumsi memenuhi standar yang mereka tetapkan. Selain itu, sertifikasi halal menjadi faktor penting yang dipertimbangkan oleh konsumen Muslim, dimana mereka menemukan bahwa kepercayaan terhadap sertifikasi halal memainkan peran penting dalam membentuk perilaku konsumsi produk halal di kalangan konsumen Muslim (Bonne & Verbeke, 2008).

3. Ketersediaan produk halal di pasar

Selain faktor religiusitas dan sertifikasi, ketersediaan produk halal di pasar berperan dalam memengaruhi perilaku konsumen, hal ini tercermin dari beberapa penduduk yang mengaku lebih cenderung memilih produk halal yang mudah dijangkau. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Shafie & Othman (2006), yang menyatakan bahwa aksesibilitas produk halal merupakan salah satu tantangan utama bagi konsumen Muslim di berbagai negara, terutama di wilayah dengan populasi Muslim minoritas.

4. Aspek kesehatan dan nutrisi

Pilihan konsumen terhadap produk halal sering kali dikaitkan dengan aspek dan kandungan nutrisi. Mereka cenderung memilih produk yang dianggap lebih menyehatkan dan bernilai gizi tinggi, sejalan dengan prinsip kesehatan dalam Islam (Hossain & Larbani, 2015).

5. Kualitas dan keamanan produk selain kehalalan

Konsumen juga mengutamakan kualitas dan keamanan dalam memilih produk halal. Mereka menginginkan produk yang tidak hanya memenuhi standar kehalalan, tetapi juga berkualitas tinggi, aman untuk dikonsumsi, serta bebas dari kontaminasi atau zat berbahaya (Rezai et al., 2012).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Strategi inovasi produk halal yang diterapkan oleh UMKM memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saing bisnis di tengah berkembangnya ekonomi halal global. Inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk dan proses produksi, tetapi juga mencakup strategi pemasaran digital, efisiensi operasional, serta pemenuhan standar halal yang diakui secara internasional. Dalam konteks ini, UMKM dituntut untuk lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan lebih peka terhadap preferensi konsumen Muslim yang mengutamakan nilai religiusitas, kualitas, keamanan, serta ketersediaan produk halal.

Untuk mendukung keberhasilan strategi ini, pemerintah perlu menyederhanakan proses sertifikasi halal, memperluas edukasi dan sosialisasi, serta menyediakan fasilitas pendukung seperti akses digital dan pembiayaan. Kolaborasi lintas sektor dengan lembaga riset, institusi pendidikan, dan pelaku industri juga harus diperkuat guna mempercepat transfer pengetahuan dan inovasi. Dengan penguatan ekosistem halal yang inklusif dan berkelanjutan, UMKM halal Indonesia memiliki peluang besar untuk menjadi pilar utama dalam mewujudkan visi Indonesia sebagai pusat industri halal dunia.

6. DAFTAR REFERENSI

- Hariani, D. (2024). Peningkatan Produktivitas dan Daya Saing UMKM Halal Food Indonesia. *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 5(2), 374-390.
- Ningtyas, D. W., & Toyibah, A. (2024). Dinamika Perdagangan Halal (Mekanisme Pasar Sebagai Mesin Inovasi). *Musyarakah: Journal of Sharia Economic (MJSE)*, 4(1), 70-77.
- Aji, G., Prasetyo, A. D., Rakhman, K. F., & Vanessa, G. A. (2023). Pemberdayaan UMKM Halal melalui Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Pekalongan: Meraih Daya Saing Global Melalui Inovasi dan Kolaborasi. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(4), 412-420.
- Istiqlal, F. (2023). Membangun Global Halal Hub Indonesia: Strategi dan Peluang untuk Mencapai Kompetitif di Pasar Global. *Halal Research Journal*, 3(2), 72-85.
- Maulana, N. (2022). Potensi pengembangan industri Halal Indonesia di tengah persaingan halal global. *Jurnal Iqtisaduna*, 8(2), 136-150.
- Pujiono, A., Setyawati, R. F., & Idris, I. (2018). Strategi pengembangan umkm halal di jawa tengah dalam menghadapi persaingan global. *Indonesia Journal of Halal*, 1(1), 1-7.
- Hariani, D., & Sutrisno, S. (2023). Potensi dan Strategi Pengembangan UMKM Halal di Indonesia. *Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 4(1), 76-91.

- Adha, D. A., Madalina, R., & Hendra, J. (2024). Pengaruh Perilaku Konsumen Muslim dalam Memilih Produk Halal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi (Studi Kasus Pada Industri Makanan dan Minuman). *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(3), 268-292.
- N. Ahmad and S. Haron, "Perceptions of Malaysoan Consumers Towards Halal Food Certification," *British Food Journal* 104, No. 8 (2002)