

KOLABORASI DAN INOVASI: STRATEGI MENUJU EKOSISTEM INDUSTRI HALAL YANG BERDAYA SAING GLOBAL

¹Raja Sakti Putra Harahap*, ²Zainal Abidin Pakpahan, ³Safaruddin Munthe

¹Dosen Program Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau

²Dosen Program Magister Hukum Universitas Labuhanbatu

³Dosen Program Studi Perbankan syariah Institut Syekh Abdul halim Hasan Binjai

email :

raja.sakti.putra.harahap@uin-suska.ac.id; zainalpakpahan@gmail.com;
safaruddinmunthr@ishlahiyah.ac.id

Corresponding author :

raja.sakti.putra.harahap@uin-suska.ac.id

ABSTRAK

Ekosistem industri halal Indonesia menghadapi tantangan kompleks yang menghambat daya saing global, terutama pada level Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Artikel ini membahas hasil pengabdian masyarakat yang berfokus pada identifikasi masalah mendasar meliputi keterbatasan modal, tingginya biaya produksi, kesulitan pengembangan usaha, beban utang, rendahnya inovasi dan literasi, lambatnya adopsi digital, serta kompleksitas regulasi sertifikasi halal dan menawarkan solusi strategis berbasis kolaborasi multidisiplin. Melalui kegiatan sosialisasi dan pendampingan, diterapkan solusi integratif berupa pengelolaan keuangan yang sehat, adopsi teknologi dan Go Digital, peningkatan kreativitas dalam promosi, serta diversifikasi layanan yang didukung pelatihan berkelanjutan. Hasil evaluasi menunjukkan 90% peserta mampu menerapkan ilmu, mengindikasikan efektivitas pendekatan kolaboratif-inovatif. Disimpulkan bahwa sinergi antara akademisi, pemerintah, pelaku usaha, dan mitra internasional merupakan kunci untuk membangun fondasi industri halal yang tangguh dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Ekosistem Industri Halal, Kolaborasi, Inovasi, UMKM, Sertifikasi Halal, Digitalisasi, Literasi Keuangan, Daya Saing Global.

ABSTRACT

Indonesia's halal industrial ecosystem faces complex challenges that hamper global competitiveness, especially at the Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) level. This article discusses the results of community service which focuses on identifying fundamental problems including limited capital, high production costs, difficulties in business development, debt burden, low innovation and literacy, slow digital adoption, as well as the complexity of halal certification regulations and offers strategic solutions based on multidisciplinary collaboration. Through outreach and mentoring activities, integrative solutions are implemented in the form of healthy financial management, adoption of technology and Go Digital, increased creativity in promotions, as well as

diversification of services supported by continuous training. The evaluation results showed that 90% of participants were able to apply knowledge, indicating the effectiveness of the collaborative-innovative approach. It was concluded that synergy between academics, government, business actors and international partners is the key to building the foundation of a strong and sustainable halal industry.

Keywords: Halal Industrial Ecosystem, Collaboration, Innovation, MSMEs, Halal Certification, Digitalization, Financial Literacy, Global Competitiveness.

PENDAHULUAN

Industri halal telah menjadi arus utama ekonomi global, melampaui batas-batas geografis dan religius (Al-Qardawi & Arifin, 2022). Indonesia, dengan potensi pasar domestik yang besar dan sumber daya melimpah, memiliki peluang strategis untuk menjadi pemain utama (Syaltout & Ali, 2023). Namun, potensi ini belum termanifestasi secara optimal dalam daya saing global yang nyata (Siregar & Harahap, 2021). Tantangan terbesar justru terletak pada fondasi industri, yakni para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Rahayu & Setiawan, 2022). UMKM halal kerap terjebak dalam siklus usaha subsisten, sulit untuk melakukan ekspansi dan penetrasi pasar yang lebih luas. Berbagai kendala klasik masih menjadi tembok penghalang yang kokoh (Wahyuni & Firdaus, 2022).

Permasalahan modal menjadi titik awal yang krusial (Maulana & Susanto, 2021). Keterbatasan akses terhadap sumber pembiayaan formal menyebabkan ketergantungan pada modal sendiri yang kecil atau pinjaman informal dengan bunga tinggi. Hal ini berimbas langsung pada harga dan biaya produksi yang tidak kompetitif, karena ketidakmampuan mencapai skala ekonomi dan efisiensi (Dewi & Kurniawan, 2023). Kondisi finansial yang terbatas dan margin keuntungan yang tipis pada akhirnya menyebabkan sulitnya perkembangan usaha (Handayani & Pratama, 2023). Pertumbuhan mandek, dan dalam banyak kasus, justru berujung pada akumulasi hutang yang tidak terkelola (Maulana & Susanto, 2021). Siklus ini memperparah kondisi dan menjauahkan pelaku usaha dari kemampuan berinovasi (Handayani & Pratama, 2023).

Aspek inovasi dan kreativitas dalam pengembangan produk, kemasan, dan pemasaran sering terabaikan (Handayani & Pratama, 2023). Penyebabnya tidak hanya keterbatasan dana, tetapi juga rendahnya literasi bisnis dan digital (Dewi & Kurniawan,

2023). Banyak pelaku UMKM belum sepenuhnya memahami pentingnya digitalisasi dalam operasi dan pemasaran di era modern (Aisyah & Hidayat, 2023). Di atas semua itu, ada tantangan spesifik industri halal: regulasi dan standardisasi sertifikat halal (Halim & Bashir, 2021). Proses sertifikasi yang dipersepsikan rumit, berbiaya tinggi, dan berbelit-belit menjadi penghalang psikologis dan administratif bagi banyak UMKM untuk secara resmi masuk dalam ekosistem halal yang terverifikasi (Siregar & Harahap, 2021).

Untuk memecahkan kebuntuan multidimensioal ini, diperlukan pendekatan yang tidak parsial. Artikel ini berargumen bahwa strategi kolaborasi antar pemangku kepentingan (akademisi, pemerintah, praktisi, mitra internasional) dan dorongan inovasi dalam praktik bisnis merupakan jalan keluar utama (Nurhayati & Alamsyah, 2023). Melalui kegiatan pengabdian masyarakat yang terstruktur, strategi ini diujiterapkan untuk mengubah tantangan menjadi peluang konkret bagi peningkatan daya saing.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan dengan tema “Pemberdayaan UMKM Halal melalui Pendekatan Kolaboratif dan Inovasi Digital.” Bentuk Kegiatan: Sosialisasi, Workshop Interaktif, dan Pendampingan Kelompok.

Waktu: Selasa, 30 September 2025.

Tempat : Aula Kantor Kecamatan Tuah Madani, Kota Pekanbaru. Alamat: Jl. H.R. Subrantas KM. 14, Pekanbaru, Riau. Kolaborasi Pelaksana :

1. UIN Sultan Syarif Kasim Riau (Tim Ahli Ekonomi Syariah dan Komunikasi).
2. Universitas Islam Tazkia (Tim Ahli Keuangan Syariah dan Manajemen Bisnis).
3. International Islamic University Malaysia (IIUM) (Tim Ahli Standarisasi Halal dan Pemasaran Global).

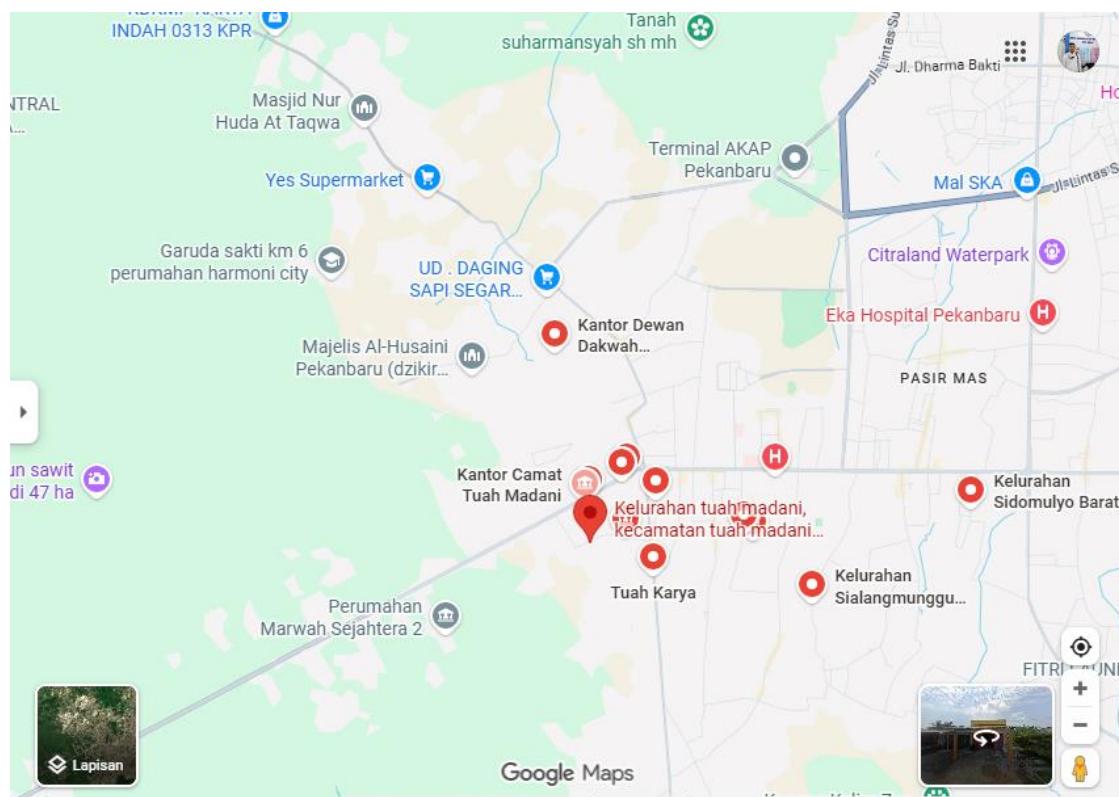
Peserta: 50 orang pelaku UMKM halal se-Kecamatan Tuah Madani, yang bergerak di bidang pangan olahan, kue basah/kering, dan kerajinan. Tolak Ukur Ketercapaian Tujuan: Keberhasilan kegiatan ini diukur berdasarkan data kuantitatif dan kualitatif berikut:

1. Kehadiran : 85% undangan (42 dari 50 orang) menghadiri kegiatan PKM dari awal hingga akhir.
2. Pelaksanaan Kegiatan : 90% materi sosialisasi dan workshop yang direncanakan dapat terlaksana dengan baik dan interaktif.

3. Tingkat Kepuasan Peserta : Berdasarkan angket feedback, 80% peserta menyatakan sangat puas dan puas dengan materi, metode penyampaian, dan fasilitas.

4. Kemampuan Penerapan : Pada sesi evaluasi praktik dan rencana aksi, 90% peserta (38 orang) mampu menyusun langkah konkret untuk menerapkan minimal satu ilmu yang didapat (misal: membuat pembukuan sederhana, membuka toko online, atau merencanakan pendaftaran sertifikasi halal).

Letak geografis lokasi pengabdian





PEMBAHASAN DAN HASIL

Kegiatan PKM berhasil mengidentifikasi akar masalah dan bersama-sama merumuskan solusi praktis bagi UMKM halal peserta. Pembahasan terperinci adalah sebagai berikut:

1. Masalah Modal dan Hutang vs. Solusi Pengelolaan Keuangan: Mayoritas UMKM mengaku tidak memiliki pembukuan yang terpisah antara keuangan pribadi dan usaha. Hutang berputar digunakan untuk menutupi kebutuhan sehari-hari (Maulana & Susanto, 2021). Solusinya, diperkenalkan sistem pencatatan keuangan sederhana (buku kas masuk/keluar) menggunakan aplikasi dasar seperti Excel atau Google Sheets (Dewi & Kurniawan, 2023). Peserta diajak memahami pentingnya memisahkan modal, menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) secara akurat, dan strategi menabung untuk modal reinvestasi, sehingga mengurangi ketergantungan pada hutang baru.
2. Masalah Harga dan Biaya Tinggi vs. Solusi Diversifikasi Layanan dan Efisiensi: Biaya bahan baku fluktuatif dan kemasan yang mahal menjadi keluhan utama (Rahayu & Setiawan, 2022). Solusi kreatif yang ditawarkan adalah diversifikasi layanan, seperti menyediakan paket ready-to-cook di samping produk jadi, atau membuat kemasan dari

bahan lokal yang lebih murah tetapi didesain menarik. Pelatihan menghitung margin profit yang realistik juga diberikan agar harga jual dapat menutupi biaya dan memberi keuntungan tanpa kehilangan daya saing (Dewi & Kurniawan, 2023).

3. Masalah Sulit Berkembang vs. Solusi Go Digital dan Teknologi : Keterbatasan pasar fisik (hanya dijual tetangga atau pasar tradisional) menjadi hambatan perkembangan (Aisyah & Hidayat, 2023). Solusi transformatif adalah migrasi ke dunia digital. Peserta dilatih langkah demi langkah membuat akun bisnis di Instagram/Facebook, memotret produk dengan baik menggunakan smartphone, dan membuka toko di marketplace level pemula seperti Shopee atau Tokopedia. Teknologi dijadikan jembatan untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

4. Masalah Inovasi dan Kreativitas vs. Solusi Kreativitas dan Promosi: Produk yang ditawarkan cenderung monoton dan kemasan sederhana (Handayani & Pratama, 2023). Solusinya, diadakan sesi brainstorming untuk inovasi rasa, varian ukuran, atau bundling produk. Peserta juga diajarkan teknik promosi sederhana seperti storytelling tentang kehalalan dan keunggulan produk, membuat konten video proses pembuatan, dan memanfaatkan fitur live streaming untuk engagemen langsung dengan calon pembeli.

5. Masalah Literasi Terbatas vs. Solusi Pelatihan Berjenjang: Rendahnya pemahaman tentang manajemen bisnis, digital, dan prosedur halal menjadi kendala. Solusi fundamental yang diusung adalah komitmen untuk pelatihan berkelanjutan. Selain workshop ini, dibentuk grup WhatsApp sebagai media konsultasi berkelanjutan dan rencana pelatihan lanjutan tentang digital marketing dan sertifikasi halal dengan pendampingan intensif (Wahyuni & Firdaus, 2022).

6. Masalah Digitalisasi vs. Solusi Integrasi Teknologi: Ketakutan akan kerumitan dan biaya menjadi halangan digitalisasi (Fadilah & Sari, 2022). Solusi pendampingan diberikan dengan menunjukkan aplikasi gratis dan mudah seperti Canva untuk desain, Bookkee untuk pembukuan, dan fitur bisnis di media sosial. Narasumber mendemokan prosesnya secara langsung sehingga peserta melihat bahwa langkah awalnya tidak serumit yang dibayangkan (Wahyuni & Firdaus, 2022).

7. Masalah Regulasi dan Sertifikasi Halal vs. Solusi Sosialisasi dan Pendampingan Prosedur: Persepsi bahwa sertifikasi halal itu mahal dan sulit sangat kuat (Siregar & Harahap, 2021). Solusi klarifikasi datang dari pakar IIUM dan tim UIN Suska Riau yang

memaparkan skema Pendaftaran Sertifikat Halal (PSH) secara elektronik, termasuk skema swakelola untuk UMKM dengan biaya yang sangat terjangkau. Peserta diberi alur jelas dan didorong untuk mendaftar secara kolektif untuk efisiensi (Wahyuni & Firdaus, 2022).

Hasil yang dicapai sangat menggembirakan. Pada akhir sesi, 90% peserta (38 orang) berhasil menyusun Rencana Tindak Lanjut (RTL). Contoh RTL termasuk: “Minggu ini saya akan memisahkan uang kas usaha,” “Bulan depan saya akan aktivasi Fitur Bisnis Instagram,” dan “Saya akan mengumpulkan dokumen untuk daftar sertifikasi halal bersama kelompok.” Tingkat partisipasi dan antusiasme yang tinggi (80% kepuasan) menunjukkan bahwa materi yang diberikan relevan dan aplikatif. Pendekatan kolaborasi tiga institusi dari dua negara ini terbukti memberikan perspektif yang komprehensif, dari tataran lokal hingga standar global.

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan pengabdian masyarakat, dapat disimpulkan bahwa tantangan yang dihadapi UMKM halal bersifat multidimensi dan saling terkait. Masalah modal, biaya, perkembangan, hutang, inovasi, literasi, digitalisasi, dan regulasi tidak dapat diselesaikan dengan pendekatan sepotong-sepotong. Kolaborasi yang sinergis antara akademisi (sebagai penghasil dan penyebar ilmu), pemerintah daerah (sebagai fasilitator ruang dan kebijakan), dan mitra internasional (sebagai pembawa perspektif global) terbukti efektif dalam menciptakan intervensi yang komprehensif. Di sisi lain, dorongan untuk berinovasi baik dalam pengelolaan keuangan, adopsi teknologi digital, kreativitas promosi, maupun diversifikasi layanan merupakan katalisator penting untuk membebaskan UMKM dari siklus usaha yang stagnan. Solusi-solusi praktis yang diberikan, seperti pembukuan sederhana, pemanfaatan media sosial, dan penyederhanaan prosedur halal, langsung dapat diimplementasikan untuk menciptakan nilai tambah dan efisiensi. Oleh karena itu, strategi menuju ekosistem industri halal yang berdaya saing global harus dibangun dari fondasi yang kuat di tingkat UMKM. Fondasi ini hanya dapat diperkuat melalui komitmen berkelanjutan untuk kolaborasi multipihak dan diseminasi inovasi yang aplikatif. Dengan replikasi model pemberdayaan semacam ini secara lebih luas dan berkelanjutan, potensi Indonesia sebagai pusat industri halal dunia bukan sekadar wacana, tetapi suatu capaian yang realistik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., & Hidayat, R. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan UMKM di Era Society 5.0. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 45–56.
- Al-Qardawi, Y., & Arifin, S. (2022). Sertifikasi Halal sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing Produk UMKM di Pasar Global. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah*, 8(2), 112–125.
- Amin, M., & Fauzi, A. (2021). Analisis Faktor Penghambat Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Sektor Industri Halal. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(2), 88–102.
- Dewi, R., & Kurniawan, B. (2023). Literasi Keuangan Syariah dan Pengelolaan Modal Kerja pada UMKM Halal. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Syariah*, 5(1), 77–92.
- Fadilah, N., & Sari, P. (2022). Peran Teknologi Informasi dalam Efisiensi Operasional dan Pemasaran UMKM Makanan Halal. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 12(3), 210–225.
- Halim, A., & Bashir, M. (2021). Standardisasi Halal: Tantangan dan Peluang bagi UMKM dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(2), 155–170.
- Handayani, T., & Pratama, I. (2023). Strategi Kreativitas Inovasi Produk dalam Meningkatkan Nilai Jual UMKM Kerajinan Halal. *Jurnal Creativity and Innovation Management*, 7(1), 33–48.
- Maulana, H., & Susanto, D. (2021). Analisis Permasalahan Utang dan Solusi Pembiayaan Syariah Bagi UMKM. *Jurnal Ekonomi Islam Indonesia*, 3(2), 67–84.
- Nurhayati, S., & Alamsyah, A. (2023). Model Kolaborasi Triple Helix dalam Pengembangan Ekosistem Industri Halal Berkelanjutan. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 6(1), 45–62.
- Rahayu, R., & Setiawan, D. (2022). Diversifikasi Produk dan Layanan sebagai Strategi Bertahan UMKM Halal di Masa Krisis. *Jurnal Strategi Bisnis Dan Inovasi*, 9(3), 178–195.

Siregar, M., & Harahap, I. (2021). Pengaruh Regulasi Pemerintah terhadap Percepatan

Sertifikasi Halal pada Pelaku UMKM. *Jurnal Kebijakan Publik*, 14(1), 23–38.

Syaltout, M., & Ali, M. (2023). Comparative Study of Halal Certification Standards:

Indonesia, Malaysia, and GCC Countries. *Jurnal Studi Halal Internasional*, 2(1), 1–18.

Wahyuni, D., & Firdaus, M. (2022). Pendampingan Berkelanjutan: Kunci Keberhasilan

Pemberdayaan UMKM Halal Berbasis Komunitas. *Jurnal Pengabdian*

Masyarakat tatkad Ilmiah, 5(2), 89–104.