



# PEMETAAN POTENSI INDONESIA SEBAGAI PUSAT INDUSTRI HALAL DUNIA

**Oktoviana Banda Saputri**

Program Studi Kajian Timur Tengah dan Islam, Universitas Indonesia, Jakarta

oktoviana.banda@ui.ac.id

## **Abstrak**

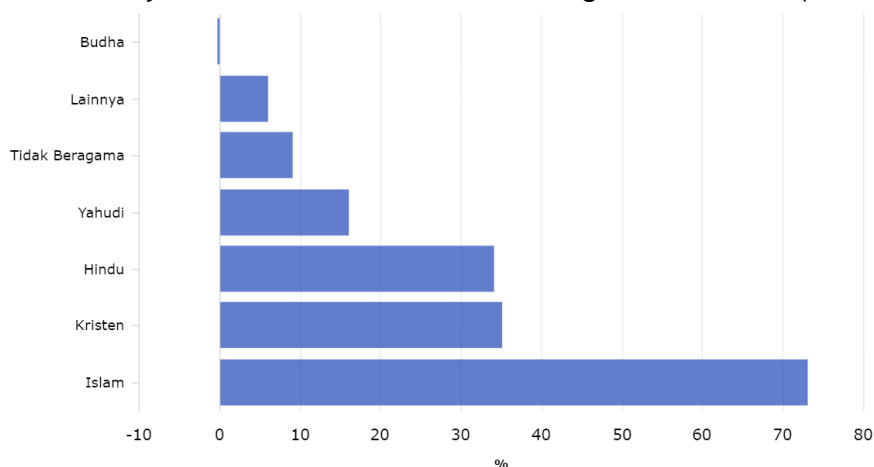
Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi yang dimiliki Indonesia sebagai negara berpenduduk muslim terbesar di dunia dalam hal berperan sebagai produsen industri halal kelas dunia. Terdapat empat industri halal yang dinilai memiliki potensi tinggi untuk dikembangkan secara nasional maupun internasional yaitu yaitu industri pariwisata, industri makanan, industri *fashion* dan industri keuangan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yaitu melakukan analisis terhadap sumber-sumber informasi melalui berbagai literatur yang kemudian dilakukan analisis untuk disusun dalam sebuah kerangka pembahasan dan diakhiri dengan menarik kesimpulan. Membangun ekosistem halal melalui manajemen rantai nilai halal dan mengembangkan gaya hidup halal menjadi dukungan dalam proses pengembangan industri halal tanah air sehingga memiliki aspek nilai tambah dengan tetap mempertahankan nilai-nilai kebudayaan Indonesia. Selain itu, peran aspek sosial sebagai penyokong utama aktivitas bisnis halal akan sangat diperlukan. Selain dapat meningkatkan nilai bisnis karena adanya efek *multiplier* yang ditimbulkan, juga adanya nilai keberkahan dari transaksi bisnis yang dilakukan.

**Kata Kunci** : *Industri Halal, Ekosistem Halal, Rantai Nilai Halal, Gaya Hidup Halal*

## 1. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia menjadi modal awal bagi Indonesia sebagai pusat industri halal dunia. Menurut *globalreligiousfutures* tahun 2018, pada tahun 2010 penduduk muslim Indonesia menempati urutan pertama jumlah penduduk muslim terbesar dunia yaitu mencapai 209,12 juta jiwa atau sekitar 87% dari total populasi Indonesia, jumlah ini diperkirakan akan mencapai 229,62 juta jiwa pada tahun 2020 [1]. Potensi ini juga tercemin dari jumlah penduduk muslim dunia pada tahun 2010 yang mencapai 1,6 miliar jiwa atau sekitar 23% dari total populasi penduduk dunia. Berdasarkan *Pew Research Center: 2016* [2], proyeksi pertumbuhan muslim sangat pesat dengan dinilai sebagai kelompok agama dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Riset tersebut menyebutkan bahwa hingga tahun 2050, diprediksikan populasi umat muslim akan terus tumbuh hingga mencapai 75%, angka ini diperkirakan dua kali lipat dibandingkan pertumbuhan penduduk dunia secara agregat yang diprediksikan hanya mencapai 35%.

Gambar 1. Proyeksi Pertumbuhan Umat Beragama di Dunia (2010 – 2050)



Sumber : *Pew Research Center* : 2016

Kondisi ini menjadikan posisi Indonesia sangat menguntungkan, terutama sebagai pasar terbesar dunia dalam hal konsumsi terhadap industri halal, seperti produk *fashion*, kosmetik, obat-obatan, dan sektor pariwisata. Dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia tentunya menjadi peluang bagi produsen dunia untuk memperluas jalur distribusinya ke negara Indonesia. Peluang perkembangan industri halal tentunya sudah menjadi mimpi besar bagi Indonesia, dengan segala kekayaan alam yang dimiliki dan keanekaragaman budaya yang dimiliki, Indonesia seharusnya mampu menyaingi kualitas industri dari negara-negara pengeksport industri halal di negara lain.

Menurut *Global Islamic Economy Report* [3], pada akhir 2023 industri makanan halal akan bernilai USD 1,8 triliun, industri pariwisata halal akan bernilai USD 274 miliar, dan industri mode halal akan bernilai USD 361 miliar. Potensi tersebut perlu didukung dengan teknologi dan proses digitalisasi secara global, dukungan dari lembaga keuangan syariah, konvergensi internasional dan formulasi regulasi yang tepat mampu mengakselerasi peluang berkembangnya industri halal. Usaha tersebut tentunya perlu dukungan seluruh pihak agar mimpi tersebut dapat menjadi kenyataan sehingga posisi Indonesia tidak jauh tertinggal dibandingkan dengan negara lain.

Berdasarkan pemetaan awal, wilayah timur Indonesia secara khusus memiliki banyak potensi yang dapat dikembangkan, seperti penerapan sistem pertanian terintegrasi (*integrated farming*), pengembangan kain tenun dan produk kerajinan daerah, serta pengembangan pariwisata halal. Begitu pula dengan Indonesia wilayah Sumatera yang kaya akan potensi alamnya yang dapat diprioritaskan untuk pengembangan wisata halal dan pengembangan produk lokal. Hal ini tentunya berbeda dengan potensi yang dimiliki oleh kawasan pulau Jawa yang didominasi oleh pengembangan ekonomi dan keuangan syariah serta memiliki ragam regional industri. Pemetaan ini merupakan langkah awal untuk mengidentifikasi kelebihan dari masing-masing wilayah di Nusantara untuk lebih mengefektifkan proses pengembangan yang paling sesuai dengan karakteristik daerahnya. Tentunya hal ini perlu didukung oleh penguatan ekosistem rantai nilai halal (*halal value chain*) sebagai modal awal pengembangan industri halal di Indonesia. Diperlukan skema *business matching* untuk mendorong terhubungnya sisi penawaran produk usaha syariah dengan sisi permintaan dari pasar domestik, regional, maupun pasar global. Selain itu, prospek perkembangan industri halal memerlukan adanya dukungan penguatan infrastruktur usaha halal, dari sisi hulu hingga hilir serta dukungan kebijakan yang sesuai (*mix policy*) dari Pemerintah dan lembaga yang terkait untuk mempercepat penetrasi pasar global.

Pada tahun 2018, Indonesia berhasil naik ke peringkat 10 dunia sebagai pelaku ekonomi syariah, setelah setahun sebelumnya berada di peringkat 11. Kenaikan posisi Indonesia ini utamanya didukung oleh peringkat kinerja Indonesia dalam mendorong industri *halal food*. Bank Indonesia mendukung gagasan ini dan bersama Pemerintah menyusun model bisnis *halal value chain*. Bank Indonesia tidak hanya mendorong terjalinnya hubungan antara *local value chain* dari pengembangan usaha syariah di domestik, namun juga ke tingkat yang lebih tinggi dalam lingkup global dengan tujuan meningkatkan ekspor, serta menghadirkan alternatif produk untuk substitusi impor. Dengan besarnya potensi yang dimiliki oleh Indonesia terhadap pengembangan industri halal ini, peneliti ingin melakukan pemetaan dan proses identifikasi terhadap potensi yang dimiliki oleh Indonesia untuk menjadi pusat industri halal dunia.

Penelitian ini merupakan kelanjutan dari penelitian-penelitian yang telah ada sebelumnya terkait dengan pengembangan industri halal. Adapun berikut beberapa jurnal penelitian yang menjadi rujukan dalam penulisan penelitian ini.

Tabel 1. *Review* Peneliti Sebelumnya

<i>Peneliti</i>	<i>Judul Jurnal</i>	<i>Kesimpulan</i>
Annisa Ilmi Faried (2019) [4]	Implementasi Model Pengembangan Industri Halal <i>Fashion</i> di Indonesia	Total penduduk muslim dunia yang diprediksi meningkat menjadi 2,2 miliar jiwa di tahun 2030, menjadi mesin pendorong bagi industri produk halal dunia, karena permintaan produk halal berbanding lurus dengan peningkatan jumlah penduduk muslim.
Raden Bagus Faizal Irary Sidharta (2017) [5]	Optimalisasi Peran Perbankan Syariah dalam Mendukung Wisata Halal	Perbankan syariah belum optimal dalam mendukung pengembangan wisata halal di Indonesia diharapkan ke depan peran perbankan syariah dapat lebih efektif dalam mendukung para pelaku industri wisata halal.
Hendri Hermawan Adinugraha, dkk (2018) [6]	Desa Wisata Halal: Konsep dan Implementasinya di Indonesia	Desa wisata halal menjadi salah satu bukti fleksibilitas syariah Islam dalam tataran praktis gaya hidup masa kini melalui integrasi nilai halal dan <i>thoyyib</i> dalam sektor pariwisata untuk menunjang perekonomian daerah yang barokah.

Sumber: Olahan Peneliti, 2020

## 2. Landasan Teori

### 2.1. Pengertian Halal

Kata halal berasal dari Bahasa Arab yang berarti melepaskan dan tidak terikat, secara etimologi halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya [7]. Pengertian produk halal sesuai Undang-Undang No. 33 tahun 2014 [8] adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam, sedangkan pelaku usaha halal adalah orang perseorangan atau badan usaha berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang menyelenggarakan kegiatan usaha halal di Indonesia. Dalam UU tersebut diatur bahwa Pemerintah bertanggung jawab terhadap penyelenggaraan jaminan produk halal. Untuk menjalankan kegiatan tersebut, Pemerintah membentuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) bekerja sama dengan kementerian dan/atau lembaga terkait, lembaga Pemeriksa Halal (LPH) dan MUI.

Kawasan industri halal menurut Kementerian Perindustrian (Kemenperin) adalah kawasan industri yang di dalamnya semua industri menerapkan atau sesuai dengan standar Islam mulai dari hulu sampai hilir. Konsep ini dibangun dengan bekerja sama Kamar Dagang dan Industri (Kadin) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) dengan fokus produk utama yang akan dikembangkan adalah

produksi makanan minuman, kosmetika, obat-obatan, dan fashion yang menggunakan standarisasi halal.

## 2.2. Konsep *Halal Value Chain*

Manajemen rantai pasok halal (*halal value chain*) adalah keseluruhan kegiatan entitas yang terlibat dalam proses di sepanjang rantai pasok dari hulu ke hilir menerapkan konsep yang sesuai syariat Islam, dimulai dari pemilihan pemasok, proses produksi, penyimpanan, sampai dengan distribusi agar terhindar dari kontaminasi unsur yang non halal. Dengan menerapkan manajemen rantai pasok, Pemerintah memiliki konsep yang jelas untuk dapat mewujudkan mimpi sebagai kiblat produsen industri halal global. Penyusunan konsep manajemen *halal value chain* perlu sokongan dari berbagai pihak yang terlibat, Pemerintah sebagai otoritas tertinggi perlu menyusun komitmen dengan para pelaku industri dari hulu ke hilir, dukungan lembaga keuangan syariah sebagai penggerak perekonomian sangat mutlak diperlukan.

Manajemen rantai pasok ini mencakup empat sektor industri, yakni industri pariwisata halal, kosmetik dan obat-obatan halal, industri makanan halal dan industri keuangan halal yang dimulai dari hulu sampai ke hilir. Selain itu, peningkatan percepatan pengembangan industri halal dapat dilakukan dengan meningkatkan edukasi dan literasi masyarakat terutama dalam menerapkan gaya hidup halal (*halal life style*) yang menjadi peran dakwah juga mampu media promosi syariah di tengah masyarakat yang pluralistik.

## 3. Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif, melalui ilustrasi industri halal dan pemetaan terhadap potensi-potensi pengembangannya di Indonesia yang diperoleh dari penelitian-penelitian terdahulu dan studi pustaka. Tujuan penelitian ini adalah menyajikan penelitian yang komprehensif yang menjadi dasar penelitian selanjutnya dan rekomendasi bagi pihak-pihak yang terlibat dalam pelaku industri halal di Indonesia.

Penelitian dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu pertama, menyajikan pendahuluan yang menjelaskan latar belakang penelitian dan observasi awal untuk mengidentifikasi permasalahan dan fenomena yang terjadi di Indonesia berkaitan dengan kondisi awal industri halal. Kedua, menyusun kerangka konseptual sebagai dasar pembahasan dan menyusun fokus pembahasan terutama pada pemetaan potensi-potensi yang dimiliki oleh Indonesia dalam mengembangkan industri halal di tingkat regional maupun dalam persaingan global. Ketiga, menyusun kesimpulan atas teori konseptual dan pembahasan yang telah dipaparkan pada tahap kedua, serta menyusun rekomendasi terhadap pihak-pihak yang terlibat dalam pengembangan industri halal di Indonesia.

## 4. Hasil Dan Pembahasan

Produk halal tidak hanya sekedar produk yang memiliki sertifikat halal, yaitu telah tertanganinya seluruh rantai proses yang dimulai dari bahan baku, pengemasan sampai distribusi. Akan tetapi pengertian konsep produk halal

memiliki makna yang lebih luas yaitu menciptakan citra produk yang lebih baik (*thoyyib*). Bahkan saat ini tidak hanya umat muslim saja yang mencari keberadaan produk halal, tetapi bagi umat non muslim pun beralih mengonsumsi produk-produk halal karena memiliki standar pemrosesan tertentu yang diyakini lebih baik dibandingkan dengan produk yang tidak mengantongi sertifikat kehalalan.

Menurut data dari *Global Islamic Economy Report* [3] pada tahun 2018 menunjukkan bahwa saat ini Indonesia menduduki peringkat pertama dalam aspek tingkat konsumsi produk-produk halal yang mencapai 170 miliar dolar AS atau setara Rp2.465 Triliun kurs Rp14.500. Dengan jumlah populasi muslim terbesar di dunia, hal ini tentunya bukan menjadi sesuatu yang baru. Indonesia menjadi pasar yang sangat diminati oleh produsen mancanegara karena potensi pasarnya yang luar biasa. Terlebih saat ini kemudahan dan keamanan bertransaksi menjadi syarat mutlak dalam persaingan ekonomi dengan adanya kemajuan teknologi.

Menurut data Kemenperin [9], pada tahun 2016 ada 74 kawasan industri di Indonesia dengan total luas mencapai 36,29 ribu hektare. Dari angka tersebut, 50 kawasan di antaranya berada di pulau Jawa dengan luas 26,12 ribu hektar, atau sekitar 71,9 persen dari total lahan kawasan industri tersebut. Selanjutnya, berdasarkan informasi Kemenperin nilai ekspor produk halal dunia pada 2014 mencapai 1,1 triliun dolar AS dan ditargetkan mencapai 1,6 triliun dolar AS di tahun 2018. Nilai produk halal Thailand sendiri berada di angka 6 miliar dolar AS sepanjang 2014. Sementara itu, pertumbuhan nilai ekspor produk halal dari Indonesia di 2011 hingga 2014 sebesar 11,17 persen.

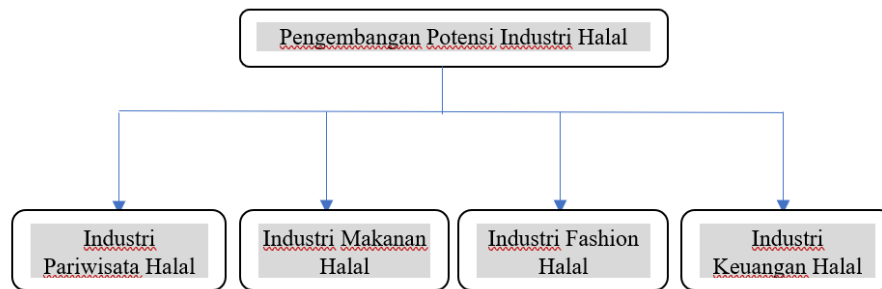
Bank Indonesia sebagai otoritas moneter juga berperan sangat penting dalam kemajuan rantai pasok halal ini. Bank Indonesia memberikan komitmennya melalui pengembangan ekosistem rantai pasok halal berbasis digital. Komitmen ini direalisasikan salah satunya dengan melakukan persiapan pemasaran *online* bagi UMKM. Tujuan Bank Indonesia dalam mendorong pengembangan usaha *halal value chain* ini utamanya untuk meningkatkan peran ekonomi dan keuangan syariah sebagai salah satu area bauran kebijakan dalam menjaga stabilitas dan pertumbuhan ekonomi nasional. Pengembangan ekonomi syariah yang berawal dari pembentukan ekosistem industri halal nasional mampu menciptakan dan mendorong ekspor Indonesia yang pada akhirnya dapat menjadi sumber devisa bagi negara.

Bertolak dari dukungan tersebut, perlu dilakukan pemetaan potensi industri yang perlu dikembangkan sebagai langkah awal penyusunan ekosistem halal *value chain*. Langkah selanjutnya adalah mempertemukan dua kepentingan bisnis (*bussines matching*) untuk mempercepat proses pengembangan industri. Berdasarkan identifikasi awal, terdapat empat industri yang saat ini berusaha digali potensinya untuk menjadi ikon industri halal Indonesia, yaitu pertama industri pariwisata dengan konsepnya wisata halal Indonesia, kedua industri makanan halal sebagai salah satu bagian pendukung konsep wisata halal, ketiga industri *fashion* atau sandang halal, yang terakhir adalah pengembangan pada industri keuangan halal. Keempat area pengembangan tersebut menjadi awal pijakan



penulis dalam melakukan pemetaan terhadap potensi yang saat ini dimiliki oleh Indonesia, yang dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2. Kerangka Pengembangan Area Potensi Industri di Indonesia



Sumber : Olahan peneliti, 2020

#### 4.1. Industri Pariwisata Halal

Industri pariwisata halal belum digarap secara serius di Indonesia. Terdapat empat komponen pendukung kesuksesan implementasi wisata halal diantaranya adalah objek wisata yang ditawarkan, penyedia jasa perjalanan (agen perjalanan), transportasi yang mudah, dan kemudahan akses keuangan sebagai komponen pendukung [5]. Konsep wisata halal sebenarnya sama seperti konsepsi destinasi wisata lainnya yang telah ada. Penambahan kata halal untuk mempertegas makna syariah di sepanjang destinasi wisata yang dituju, bukan berarti objek wisata tersebut hanya diperuntukkan bagi umat muslim saja melainkan wisata universal yang dapat dinikmati oleh siapa saja.

Perkembangan industri pariwisata Indonesia belum sepenuhnya tertangani dengan baik. Salah satunya dengan belum adanya payung hukum terkait dengan implementasi salah satu industri halal yang menjanjikan ini. Proyeksi kenaikan jumlah wisatawan halal meningkat dari semula 140 juta wisatawan pada 2018 menjadi 230 juta wisatawan pada 2026. Potensi wisatawan yang begitu besar bagi Indonesia sebagai negara populasi muslim terbesar di dunia merupakan pasar yang sangat berpotensi baik dinilai dari aspek nasional maupun bagi pasar global. Kenyataannya, Indonesia memiliki destinasi wisata yang tidak kalah luar biasa, namun keterbatasan pengelolaan menjadikan Indonesia hanya sebagai penikmat destinasi wisata halal di luar negeri bukan negara tujuan wisata.

Wisata halal adalah kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah daerah maupun pemerintah pusat yang memenuhi ketentuan syariah. Wisata halal digemari banyak pihak karena karakteristik, produk dan jasanya bersifat universal [5]. Wisata halal ini berbeda dengan konsep wisata religi seperti pelaksanaan haji dan umroh, wisata halal lebih mengutamakan proses tadabur alam dengan tetap mengusung tujuan utama dari berwisata yaitu sebagai kegiatan hiburan. Konsep pariwisata halal menyediakan fasilitas pendukung yang lengkap bagi wisatawan muslim untuk melakukan ibadah disamping melakukan perjalanan

wisata, misalnya memfasilitasi kebersihan dan keberadaan toilet umum serta ketersediaan mushola atau masjid untuk mempermudah para pelancong dalam menjalankan ibadah sholat lima waktu. Disamping itu, wisata halal juga diharapkan mampu sebagai garda terdepan dalam etalase industri halal. Selain pelancong disediakan paket daya tarik objek wisata, juga disediakan kemudahan dalam menemukan makanan dan produk halal yang menemani pelancong selama berlibur. Hal lain yang tidak kalah penting adalah buah tangan atau kerajinan setempat yang menjadi ciri khas daerah sekitar tempat objek wisata berada. Hal tersebut akan menjadikan koordinasi dan sebuah paket lengkap yang perlu diciptakan untuk dapat memajukan industri pariwisata halal, karena bukan destinasi wilayahnya saja yang menjadi daya tarik namun pengrajin dan UMKM di daerah sekitar menjadi lebih hidup.

Tahun 2019 lalu, Indonesia patut berbangga karena memperoleh peringkat pertama sebagai destinasi wisata halal terbaik dunia versi GMTI (*Global Muslim Travel Index*) 2019 [10]. Malaysia dan Turki masing-masing memperoleh peringkat kedua dan ketiga. Pengembangan pariwisata halal merupakan salah satu program prioritas Kementerian Pariwisata dengan sepuluh daerah pengembangan destinasi yaitu Aceh, Riau, Kepulauan Riau, Sumatera Barat, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur (Malang Raya), Lombok, dan Sulawesi Selatan (Makassar dan sekitarnya). Dalam penobatan tersebut disebutkan wilayah tujuan destinasi wisata Indonesia yang memiliki nilai paling tinggi adalah Lombok (Nusa Tenggara Barat) dengan skor 70, Aceh dengan skor 66, Riau dan Kepulauan Riau dengan skor 63, DKI Jakarta dengan skor 59, serta Sumatera Barat dengan skor 59.

Gambar 3. Pemetaan Potensi Industri Pariwisata Halal



Sumber : Olahan Peneliti, 2020

Dalam rangka pengembangan industri pariwisata tersebut, perlu juga ditingkatkan fasilitas dan layanan yang berkualitas internasional khususnya bagi daerah-daerah utama tujuan wisata. Kemudahan akses transportasi, tersedianya fasilitas penginapan yang mengemban prinsip syariah dan kemudahan pencarian makanan halal menjadi poin tambahan keberadaan konsep pariwisata halal Indonesia.

#### 4.2. Industri Makanan Halal

Pengembangan sektor riil halal, terutama dalam hal ini industri produk halal telah menjadi fokus perhatian oleh Pemerintah. Hal ini tercermin dari langkah-langkah yang dilakukan oleh Pemerintah khususnya dalam Menyusun kerangka hukum pengembangan industri produk halal dalam negeri [11].



Salah satu dukungan pemerintah pada industri ini adalah diterbitkannya Undang-Undang No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Dalam ketentuan tersebut, Pemerintah menerbitkan otoritas yang bertanggung jawab dalam pengembangan industri produk halal dalam negeri yaitu Badan Penyelenggara Penjaminan Produk Halal (BPJPH).

Industri makanan halal menjadi salah satu industri halal yang paling potensial untuk dikembangkan. Menurut data Bank Indonesia potensi industri makanan halal pada 2023 mencapai USD 1,8 triliun [12]. Seiring dengan terus bertambahnya jumlah penduduk muslim di dunia yang saat ini telah mencapai 1,84 miliar atau sekitar 24,4 persen dari populasi dunia. Hal ini disebabkan bukan hanya orang muslim saja sebagai penikmat makanan halal, tetapi juga dicari oleh orang non muslim. Industri makanan halal yang berpotensi ini menjadi daya tarik untuk dikembangkan tidak hanya bagi negara yang mayoritas muslim saja, namun juga mulai banyak dikembangkan di negara-negara yang mayoritas penduduk bukanlah muslim. Salah satu negara yang paling dominan melakukan promosi terhadap industri makanan halal ini salah satunya adalah Thailand. Industri makanan halal ini umumnya memiliki harga relatif lebih mahal dibandingkan dengan produk non halal. Namun demikian, karena proses dan olahan yang baik dan sehat, produk makanan halal justru menjadi daya tarik tersendiri bagi penikmat makanan sehat.

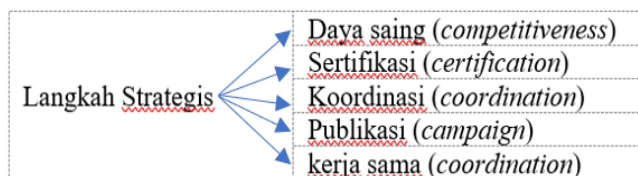
Untuk memajukan industri makanan halal ini, Bank Indonesia sebagai regulator moneter telah mempersiapkan lima langkah strategis dalam mendorong percepatan industri halal tersebut, yaitu:

1. Meningkatkan daya saing (*competitiveness*) artinya untuk mengetahui standar produk yang diinginkan oleh konsumen, produsen perlu melakukan pemetaan pasar untuk selanjutnya melakukan proses produksi terhadap yang akan ditawarkan harus memiliki standar dan kualitas tertentu yang dapat bersaing dengan produk-produk sejenis di mancanegara.
2. Sertifikasi (*certification*) artinya produsen dan pelaku produksi diberikan kemudahan dalam memperoleh akses sertifikasi halal dalam setiap produk yang diproduksi. Dengan proses dan mekanisme yang sederhana dan akses yang mudah dalam memperoleh sertifikasi halal, secara tidak langsung akan meningkatkan permintaan terhadap produk syariah.
3. Membangun koordinasi (*coordination*) artinya Bank Indonesia mengajak seluruh pihak yang terlibat khususnya pemegang kendali kebijakan untuk membangun koordinasi untuk kemudahan komunikasi dalam mengefisienkan biaya agar dapat menciptakan iklim perekonomian yang kondusif.
4. Publikasi (*campaign*) artinya setelah melalui tahapan proses penciptaan produk makanan yang sesuai standar yang diharapkan dan kemudahan dalam mengakses sertifikasi halal, kegiatan promosi menjadi poin yang sangat krusial dilakukan. Utamanya agar dapat memberikan resonansi

bahwa produk-produk halal tidak hanya menutup penikmat bagi umat muslim tetapi juga dapat dinikmati oleh masyarakat nonmuslim.

- Menjalinkan kerja sama (*coordination*) antara pelaku industri dengan lembaga terkait, baik dari sisi nasional maupun di kancah internasional.

Gambar 4. Langkah Strategis Indonesia dalam Percepatan Industri Halal



Sumber : Bank Indonesia, 2019

Peningkatan industri makanan halal ini ditanggapi serius oleh para *stakeholder* halal di Indonesia dengan mendirikan sebuah organisasi non profit yaitu Indonesia *Halal Lifestyle Center*. Organisasi ini bertujuan untuk mendorong para pelaku industri ikut terlibat aktif dalam menciptakan ekosistem *halal value chain* di Indonesia.

### 4.3. Industri *Fashion* Halal

Selain sektor industri pariwisata dan makanan halal, sektor yang juga sedang aktif berkembang adalah industri *fashion* halal. Republik Rakyat Tiongkok, melihat peluang ini dan membangun industri raksasa yang mampu menggarap industri *fashion* kelas dunia. Di sektor *fashion* halal dunia internasional, perkembangannya masih didominasi oleh negara Uni Emirat Arab, disusul negara berikutnya adalah Turki, Italia pada urutan ketiga, kemudian Singapura, Perancis, Tiongkok, Malaysia, India, Srilanka dan Maroko [4]. Kenyataannya, dalam peringkat sepuluh besar dunia di sektor *fashion* halal dikuasai oleh negara-negara yang memiliki penduduk muslim minoritas. Indonesia yang memiliki jumlah populasi muslim terbesar di dunia, bukan pemain utama di sektor *fashion*.

Konsep halal dalam dunia *fashion* memiliki makna penggunaan pakaian dengan tuntunan kaidah berbusana muslim, artinya pakaian yang diproduksi harus dapat menutupi aurat baik bagi konsumen laki-laki maupun perempuan yang memiliki standar aturan menutup aurat berbeda. Utamanya konsep halal tersebut harus tidak menampakkan aurat, tidak memperlihatkan bentuk tubuh dan tidak transparan sebagaimana tuntunan agama.

Secara statistik, perkembangan industri *fashion* dalam negeri mengalami peningkatan yang signifikan. Hal tersebut disampaikan oleh pemimpin *Indonesian Fashion Chamber* (IFC) nasional yang menginformasikan bahwa industri *fashion* muslim Indonesia telah mengalami peningkatan yang signifikan yang juga menawarkan keragaman konten lokal yang tidak dimiliki oleh negara lain. Keunikan yang dimiliki oleh masing-masing daerah nusantara menjadi ciri khas yang sangat berpotensi dicari di dunia internasional. Salah satunya adalah kain tenun ikat, dari hanya satu produk kain tenun dapat berbeda-beda corak khas yang ditawarkan di setiap daerah.

Kain tenun merupakan kain khas Indonesia dan merupakan warisan budaya yang diwariskan secara turun menurun. Kain tenun memiliki keunikan dan corak khas di masing-masing daerah, sesuai dengan kebudayaan dan adat istiadat daerah setempat.

Kain tenun yang dikenal oleh konsumen utamanya berasal dari Palembang, dengan perpaduan warna terang dan mencolok kain tenun dikhususkan bagi keluarga bangsawan. Kain tenun ikat asal Palembang ini memiliki warna dasar merah dengan hiasan benang berwarna emas. Kedua warna ini sangat menampilkan kesan kemewahan dan elegan. Selain Palembang, daerah penghasil kain tenun lain di wilayah Sumatera adalah Sumatera Utara yang disebut kain ulos. Kain tenun ini biasanya didominasi warna netral seperti merah, hitam dan putih dilengkapi dengan benang berwarna emas dan perak. Bali dan Nusa Tenggara Timur juga menjadi daerah penghasil kain tenun dengan corak dan motif yang memiliki kemiripan. Kedua daerah tersebut menggunakan kain tenun untuk kepentingan ritual keagamaan masyarakat sehingga jenis dan motifnya sangat kental dengan budaya setempat.

Keanekaragaman yang dimiliki ini menjadi modal utama Indonesia sebagai pusat *fashion* mancanegara. Potensi ini seharusnya dapat kemudian dipetakan dan dikelola lebih baik untuk dapat dikonsumsi baik oleh konsumen domestik maupun konsumen internasional. Berdasarkan hasil studi oleh *Center of Reform on Economics Indonesia (CORE)* mengatakan bahwa terdapat peningkatan pada jumlah konsumen dan daya belanja masyarakat. Hal ini tentunya dengan adanya kemajuan di bidang teknologi terutama *e-commerce* menciptakan berbagai potensi dan peluang bisnis dalam menarik minat konsumen.

Dunia *e-commerce* memainkan peranan penting bagi kemajuan industri *fashion* Indonesia, diperkuat dengan kehadiran para *influencer* di kalangan selebritis yang tampil mengenakan hijab. Saat ini, mode pakaian muslim sangat diminati oleh masyarakat. Bagi muslim, mengenakan pakaian yang menutup aurat merupakan kewajiban selain perlu juga menjaga aspek kebersihan dan estetika serta adab berpakaian lain. Perkembangan yang pesat pada industri *fashion e-commerce* mencerminkan minat konsumen tersebut, sehingga industri *fashion* Indonesia lambat laun mampu menopang kebutuhan dalam negeri dan berpotensi untuk melangkah ke dunia internasional.

Pemetaan yang dapat dilakukan dalam industri *fashion* halal dalam negeri selain menentukan bahan atau material serta motif tradisional yang akan digunakan sebagai identitas nusantara juga perlu diperkuat dengan peran model atau pola *fashion* modern yang perlu ditonjolkan. Bagi konsumen, selain ibadah dan kenyamanan dalam berbusana, unsur estetika dalam berpakaian menjadi fokus utama dalam membelanjakan dananya untuk memperoleh busana yang sesuai kebutuhan.

#### 4.4. Industri Keuangan Halal

Industri halal lain yang dapat berpotensi berkembang pesat di Indonesia adalah industri keuangan syariah. Kemajuan keuangan syariah telah lebih dahulu berperan di perekonomian nasional. Data tersebut sejalan informasi *Global Islamic Finance Report (GIFR)* bahwa Indonesia mencapai peringkat pertama dengan capaian skor 81,93 pada *Islamic Finance Country Index (IFCI)* 2019 [13]. Pencapaian tersebut terbilang cukup baik, sebab tahun lalu Indonesia tercatat berada di peringkat 6 dengan skor 24,13. Pencapaian tersebut seiring dengan tren populasi muslim global yang terus meningkat. Kemajuan ini seharusnya menjadi penyokong utama industri-industri halal lainnya di tanah air. Namun fenomena tersebut belum dapat terealisasi. Industri keuangan halal seolah bermain sendiri dalam segala eksklusivitasnya dan meninggalkan industri lainnya berada sangat jauh di belakang.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai regulator industri keuangan telah menerbitkan sejumlah peraturan untuk dapat mendorong usaha percepatan dan peningkatan industri keuangan halal di Indonesia. Terdapat tiga langkah implementasi pengembangan industri keuangan syariah di Indonesia yaitu pertama, peningkatan modal usaha dan SDM, penguatan informasi, modifikasi produk, pemanfaatan teknologi, serta penerapan manajemen risiko yang baik. Kedua, meningkatkan permintaan keuangan syariah yang kondusif melalui peningkatan literasi dan edukasi kepada masyarakat terhadap manfaat perkembangan industri keuangan syariah. Ketiga, membentuk ekosistem keuangan syariah melalui sinergi dan kolaborasi di antara pelaku industri jasa keuangan syariah di berbagai sektor dan melakukan *bussines matching* dengan pelaku industri di sektor riil.

Sektor perbankan syariah merupakan sektor yang lebih dahulu berkembang diantara industri keuangan syariah lain. Sesuai data OJK tahun 2019 [14], Indonesia memiliki 14 Bank Umum Syariah, 20 Unit Usaha Syariah dan 165 BPRS. Meskipun demikian, dari total aset industri keuangan syariah pasar modal syariah memiliki kontribusi paling besar sebesar 56,2%, kedua adalah sektor perbankan sebesar 36,3% dan industri keuangan non bank seperti asuransi syariah, modal ventura, lembaga pembiayaan syariah menempati urutan terakhir sebesar 7,5%.

Upaya peningkatan edukasi dan literasi produk-produk syariah menjadi hal utama pengembangan industri keuangan syariah. Hasil survei nasional terhadap pencapaian literasi dan inklusi keuangan yang dilakukan oleh OJK diperoleh hasil indeks literasi keuangan syariah sebesar 11,8% sementara indeks inklusi keuangan syariah sebesar 11,6%. Hal ini mencerminkan bahwa pemahaman masyarakat terhadap produk-produk syariah masih tergolong sangat rendah [5]. Pelaku industri keuangan syariah belum mampu menciptakan kesan yang berbeda, unik dan maslahat terhadap produk-produk syariah yang ditawarkan sehingga penetrasi yang terjadi di pasar sangat rendah. Permasalahan lainnya adalah adanya kesan eksklusivitas bagi

penggunaan produk-produk syariah. Kenyamanan dan keberkahan yang coba ditawarkan kepada masyarakat belum mampu menarik perhatian masyarakat umum untuk menggunakan jasa keuangan syariah.

Berdasarkan identifikasi, pemetaan potensi yang dapat dilakukan dalam rangka meningkatkan industri keuangan syariah dapat diklasifikasikan menjadi empat bagian. Pertama, perlunya meningkatkan sosialisasi produk-produk keuangan syariah. Saat ini keuangan syariah masih dianggap sama nilainya dengan produk keuangan konvensional, padahal mekanisme halal dan nilai keberkahan di dalam proses industri keuangan syariah menjadi suatu hal yang perlu dikomunikasikan secara transparan dan terbuka. Kedua, akses jaringan kantor yang perlu diperluas. Saat ini kehadiran fisik bangunan menjadi sesuatu hal yang tidak diperlukan, bukan berarti masyarakat mengabaikan kehadiran bentuk fisik dan mengutamakan virtual, namun dengan adanya kemajuan teknologi dan dunia digital diharapkan kemajuan di bidang *financial technology* semakin meningkat, karena faktor keamanan dan kenyamanan menjadi modal utama nilai kepercayaan masyarakat terhadap industri keuangan halal. Ketiga, memperbanyak frekuensi dan intensitas media promosi. Bisa jadi masyarakat tidak menyentuh produk keuangan halal, karena tidak mengetahui secara umum keunggulan dari produk-produk yang ditawarkan oleh industri keuangan halal, dengan meningkatkan *event-event* promosi menjadi media yang sangat baik untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Keempat adalah melakukan kerja sama dengan para pelaku industri halal yang lain, misalnya meningkatkan kerja sama dengan industri pariwisata halal, industri makanan halal dan industri *fashion* halal. Dengan demikian, sinergi antarsektor bisnis menjadi lebih kuat.

Tabel 2. Pemetaan Potensi Industri Keuangan Halal

<i>Aspek</i>	<i>Potensi</i>
Sosialisasi produk-produk keuangan syariah	Meningkatkan edukasi dan literasi masyarakat terhadap produk-produk keuangan syariah.
Akses jaringan kantor yang perlu diperluas	Jaringan kantor yang luas dapat menjangkau konsumen lebih besar.
Meningkatkan promosi	Media resonansi informasi kepada masyarakat untuk lebih mengenal produk-produk industri keuangan halal.
Kerjasama para pelaku industri	Membangun ekosistem industri halal, dapat meningkatkan percepatan antar sektor dan kemudahan dalam <i>bussines matching</i> .

Sumber: Olahan Peneliti, 2020

#### 4.5. Aspek Sosial

Dalam Islam, instrumen dana sosial dipandang penting dalam kesejahteraan umat, terutama dalam memberantas kemiskinan dan



mengurangi kesenjangan ekonomi. Islam sangat menghargai pribadi yang mandiri, termasuk kemandirian dari segi finansial atau keuangan. Pada hakikatnya mengembangkan industri halal menggabungkan nilai-nilai sosial di dalam aktivitas bisnis sehingga dinilai mampu berperan ganda baik memobilisasi dana sosial serta membangun perekonomian umat yang berlandaskan prinsip syariah pada aktivitas bisnisnya. Keberadaan aspek sosial diharapkan menjadi cikal bakal bagi masyarakat kecil ke bawah untuk naik tingkat ke level yang lebih tinggi dan mampu menciptakan iklim sistematis yang mampu memberikan efek domino bagi masyarakat untuk semakin mudah dalam menikmati pelayanan jasa dan produk halal.

Selain mendukung pengembangan aktivitas industri bisnis halal, menciptakan ekosistem yang mendukung implementasi rantai pasok halal dengan daya dukung aspek sosial berupa zakat, infak dan shodaqah menjaga sangat penting dilakukan. Peran penting aspek sosial dalam mendukung aktivitas rantai pasok halal, dinilai dapat mendukung keberhasilan program-program unggulan dari aktivitas bisnis halal lain sehingga dapat menciptakan ekosistem *halal value chain* di Indonesia. Dalam konteks ekonomi, aspek sosial berupaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat menengah ke bawah agar penerima zakat juga berperan dalam ekosistem rantai pasok halal yang kemudian mampu menjadi pribadi mandiri sehingga dapat menjadi sosok muzakki di kemudian hari.

## 5. Kesimpulan dan Saran

Terdapat empat industri utama yang dapat dikembangkan secara optimal oleh Indonesia sebagai negara yang memiliki jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, yaitu industri pariwisata halal, industri makanan halal, industri *fashion* halal dan industri keuangan halal. Pemetaan dan identifikasi terhadap potensi masing-masing tipe industri tersebut sangat penting dilakukan sebagai langkah awal pengembangan industri halal. Hal yang sangat penting dilakukan adalah menciptakan ekosistem yang mampu mengembangkan keempat industri halal tersebut sekaligus dengan memastikan optimalisasi kinerja manajemen rantai nilai halal sehingga kualitas dan standar produk dan layanan yang dihasilkan menjadi suatu hal yang sangat penting disamping mengutamakan kehalalannya. Dalam proses pemetaan diketahui bahwa masing-masing industri halal masing-masing memiliki potensi yang mampu ditingkatkan sehingga memiliki nilai tambah (*value added*) dengan tetap mempertahankan kebudayaan Indonesia.

Dalam upaya pengembangan industri halal tersebut, terdapat lima langkah strategis yang perlu dilakukan, yaitu meningkatkan daya saing, sertifikasi, koordinasi, publikasi dan kerja sama. Untuk itu, diperlukan keterlibatan dan koordinasi pemerintah, pemangku kebijakan dan pelaku industri lintas sektor dalam membangun industri halal di Indonesia, serta peran aktif masyarakat sebagai agen-agen promosi produk syariah di dunia digital agar pengembangan industri halal dapat memasuki pasar global dapat segera diwujudkan. Peran aspek sosial sebagai penyokong utama aktivitas bisnis sangat mutlak diperlukan, selain



dapat meningkatkan nilai bisnis karena adanya efek *multiplier* yang ditimbulkan juga adanya nilai keberkahan dari aktivitas bisnis yang dilakukan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, diantaranya (1) perlu dukungan data kuantitatif yang mampu mengilustrasikan fenomena di lapangan dengan menggunakan data primer, misalnya survei atau kuesioner yang dapat menunjang hasil pemetaan, (2) pendalaman identifikasi dari masing-masing industri halal perlu dilakukan dilengkapi dengan gambaran implementasi di lapangan dan kendala-kendala yang dihadapi oleh masing-masing industri, dan (3) paparan lebih mendalam mengenai aspek sosial yang memiliki peran sangat signifikan dalam menciptakan mekanisme perekonomian Islam. Diharapkan ke depan, terdapat penelitian-penelitian lanjutan yang mampu mendeskripsikan permasalahan lebih beragam.

## Daftar Referensi

- [1] Katadata. 2020. *Jumlah Penduduk Muslim Indonesia*. Diakses tanggal 15 April 2020, <https://databoks.katadata.co.id>.
- [2] Katadata. 2020. *Penduduk Muslim Tumbuh Tercepat di Dunia*. Diakses tanggal 15 April 2020, <https://databoks.katadata.co.id>.
- [3] Liputan 6. 2020. *Kembangkan Industri Halal Indonesia Jangan Tertinggal Dengan Negara Lain*. Diakses tanggal 15 April 2020, [www.liputan6.com](http://www.liputan6.com).
- [4] Ilmi, A. F. 2019. *Implementasi Model Pengembangan Industri Halal Fashion di Indonesia*. Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik, Vol. 4 (2).
- [5] Bagus, R. F. I. S. 2017. *Optimalisasi Peran Perbankan Syariah Dalam Mendukung Wisata Halal*. Jurnal Distribusi : Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis, Vol. 5 (2).
- [6] Hermawan, H. A., Mila S., Ana K. 2018. *Desa Wisata Halal: Konsep Dan Implementasinya di Indonesia*. Human Falah, Vol 5 (1).
- [7] Adam, P. A. P. 2017. *Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam*. Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah, Vol 1 (1).
- [8] Undang-Undang Republik Indonesia No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.
- [9] Kementerian Perindustrian. 2019. *Kemenperin Bikin Kawasan Industri Halal*. Diakses tanggal 15 April 2020, <https://kemenperin.go.id>.
- [10] Kementerian Komunikasi dan Informasi. *Indonesia Raih Peringkat Pertama Wisata Halal Dunia*. Diakses tanggal 20 April 2020, <https://kominfo.go.id>.
- [11] Nasrullah, A. 2019. *Analisis Potensi Industri Halal Bagi Pelaku Usaha di Indonesia*. Majalah UNIKOM, 15 (2).
- [12] Bank Indonesia. 2019. *Memperkuat Ekonomi Syariah Melalui Pengembangan Regional Halal Value Chain*. Diakses tanggal 15 April 2020, [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id).
- [13] Media Indonesia. 2020. *Industri Keuangan Syariah Indonesia Peringkat*

- Pertama Dunia*. Diakses tanggal 20 April 2020, <https://mediaindonesia.com>.
- [14] Otoritas Jasa Keuangan. 2020. *Statistik Perbankan Syariah*. Diakses tanggal 15 April 2020, [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id).