

Taufiq, Deanti Aulia, Itsla Yunisva Aviva, Sri Ramadhan, Rifaatul Indana, Rodame Monitorir Napitupulu, Isnayati Nur, Muhammad Riza Hafizi, Ghina Ulfa Saefurrohman, Rizal Ma'ruf Amidy Siregar, Utari Evy Cahyani, Arna Asna Annisa, Fauzul Hanif Noor Athief, Muhammad Abdul Aziz, Lucky Nugroho



Kata Pengantar :

• **PROF. DR. AHMAD DAKHOIR, M.H.I.**

(Guru Besar IAIN Palangka Raya)

Peluang dan Tantangan 

INDUSTRI

Syāriāh



Editor :

• **Dr. Iskandar, S.H.I., M.S.I.**

• **Angga Syahputra, S.E.I., M.E.I.**

PELUANG DAN TANTANGAN INDUSTRI SYARIAH

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

Lingkup Hak Cipta Pasal 1

Hak cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Ketentuan pidana Pasal 113

- (1) Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf i untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.100.000.000 (seratus juta rupiah).
- (2) Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (3) Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (4) Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

PELUANG DAN TANTANGAN INDUSTRI SYARIAH

Penulis:

*Taufiq, Deanti Aulia, Itsla Yunisva Aviva, Sri Ramadhan, Rifaatul Indana,
Rodame Monitorir Napitupulu, Isnayati Nur, Muhammad Riza Hafizi,
Ghina Ulfa Saefurrohman, Rizal Ma'ruf Amidy Siregar, Utari Evy Cahyani,
Arna Asna Annisa, Fauzul Hanif Noor Athief,
Muhammad Abdul Aziz, Lucky Nugrobo*

Editor:

*Dr. Iskandar, S.H.I., M.S.I.
Angga Syahputra, S.E.I., M.E.I.*



**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Lhokseumawe**

PELUANG DAN TANTANGAN INDUSTRI SYARIAH

Penulis:

Taufiq, Deanti Aulia, Itsla Yunisva Aviva, Sri Ramadhan,
Rifaatul Indana, Rodame Monitorir Napitupulu, Isnayati Nur,
Muhammad Riza Hafizi, Ghina Ulfa Saefurrohman, Rizal Ma'ruf Amidy Siregar,
Utari Evy Cahyani, Arna Asna Annisa, Fauzul Hanif Noor Athief,
Muhammad Abdul Aziz, Lucky Nugroho

ISBN:

978-623-96647-5-6

Editor:

Dr. Iskandar, S.H.I., M.S.I.
Angga Syahputra, S.E.I., M.E.I.

Desain Cover:

Ali Muhajir

Cetakan Pertama:

Mei 2022

Hak cipta dilindungi undang-undang.
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh buku ini
tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit.

PENERBIT:

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM – IAIN LHOKSEUMAWE

Anggota Afiliasi Penerbit Perguruan Tinggi Indonesia (APPTI)

Nomor: 005.152.1.3.2022

Jl. Medan-Banda Aceh Km. 275, No. 1, Bukit Rata, Alue Awe

Lhokseumawe 24352, Aceh, Indonesia

Email: penerbitfebi@iainlhokseumawe.ac.id

<https://febi.iainlhokseumawe.ac.id/penerbit>

Kata Pengantar

Hamdan wa syukuran Lillah, sholatan wa salaman 'ala Rasulillah.

Segala puji bagi Allah Swt. yang telah memberikan berbagai nikmatnya kepada kita semua, terutama kepada tim inisiator, para penulis, tim editor serta berbagai pihak yang memberikan dukungan baik moril maupun materiil, sehingga buku ini dapat terselesaikan dan diterbitkan. Shalawat dan salam kepada Baginda Rasulullah Saw. semoga kita semua mendapatkan syafaatnya, *aamiin ya Rabbal 'alamin.*

Syariah yang bermula dari aturan dalam Islam yang bersumber dari Alquran dan Sunnah Rasulullah Saw. kini berubah menyebar dalam seluruh aspek kehidupan. Syariah tidak lagi terpaku dalam bidang ibadah itu saja (konsep vertikal), namun telah meluas dalam hubungan horizontal yang menembus berbagai sekat. Sebagaimana hal ini sejalan dengan ajaran Islam itu sendiri yang bersifat *universal*. Syariah tidak lagi berupa *choice*, namun telah berubah menjadi *way of life* bagi seluruh masyarakat.

Buku Peluang dan Tantangan Industri Syariah ini merupakan hasil karya anak-anak bangsa yang memberikan perhatian khusus terhadap industri syariah khususnya di Tanah Air. Buku ini adalah kolaborasi bersama berupa hasil riset, pemikiran maupun kajian strategis yang dihasilkan oleh 15 orang penulis dari 11 perguruan tinggi nasional. Beragam aspek dalam berbagai pandangan yang mengulas peluang industri syariah dibahas secara fundamental dalam buku ini. Begitupun tantangan yang dihadapi dalam mengembangkan industri syariah turut menjadi kajian detail pada beberapa judul.

Buku yang Anda baca saat ini secara umum dibagi menjadi dua bagian, yaitu peluang dan tantangan. Dari bagian ini para penulis akan memaparkan apa saja yang menjadi peluang maupun tantangan dalam pengembangan industri syariah khususnya di Tanah Air. Di bagian peluang, buku ini akan membahas berbagai peluang pengembangan industri syariah, mulai dari masalah bonus demografi,

halal food, halal cosmetics, halal travel, modest fashion, halal pharmaceuticals, halal media and recreation dan Islamic financial assets.

Sedangkan di bagian tantangan, buku ini akan mengupas berbagai tantangan yang dihadapi dalam pengembangan industri syariah mulai dari peranan BPJPH, insentif bagi pelaku industri, meningkatkan promosi dan kerjasama internasional, pembangunan infrastruktur dan prasarana, inklusi lembaga keuangan syariah terhadap masyarakat, sistem perdagangan yang adil hingga industri keuangan yang ramah lingkungan.

Terima kasih kepada para penulis yang telah memberikan kontribusi keilmuannya kepada khalayak ramai, juga kepada para editor yang berkenan menyunting buku ini. Teristimewa dan *ta'zim* kami kepada Prof. Dr. Ahmad Dakhoir, M.H.I., Guru Besar IAIN Palangka Raya yang berkenan memberikan kata sambutan di buku ini. Semoga buku yang sampai kepada Bapak/Ibu ini bermanfaat, mampu meningkatkan literasi ekonomi syariah di Indonesia dan menjadi media dalam membesarkan industri syariah di Indonesia.

Lhokseumawe, 9 April 2022 M
7 Ramadhan 1443 H

H. Angga Syahputra, S.E.I., M.E.I., CBPA
Kepala UPT. Jurnal & Penerbit FEBI – LAIN Lhokseumawe

Kata Pengantar Editor

Alhamdulillah ‘ala kulli haal,

Segala kepunyaan hanya milik Allah Swt. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasulullah Muhammad Saw. beserta keluarga dan para sahabat. *Allahumma sholli ‘ala Sayyidina Mubammad wa ‘ala ali Sayyidina Mubammad.*

Buku yang berada di tangan para pembaca merupakan karya dari 15 orang anak bangsa yang berasal dari 11 perguruan tinggi nasional yang begitu fokus dalam isu-isu perkembangan industri syariah. Secara umum buku ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu peluang industri syariah yang terdiri dari 8 judul dan tantangan industri syariah yang terdiri dari 7 judul. Penulis-penulis hebat ini berhasil “meramu” isu-isu *update* tersebut menjadi tulisan yang dikumpulkan menjadi sebuah naskah buku.

Dalam perjalanannya, industri syariah bukan lagi sekedar sebuah *choice* di masyarakat, namun dalam beberapa aspek sudah menjadi *way of life*. Apalagi khususnya Indonesia yang diuntungkan dengan besarnya jumlah penduduk Muslim yang menjadi pasar bagi industri syariah dan menjadi pemain industri syariah itu sendiri.

Kami berbesar hati dapat diberikan kesempatan oleh pihak Penerbit Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam – IAIN Lhokseumawe untuk menjadi editor dalam buku Peluang dan Tantangan Industri Syariah ini. Buku ini memberikan pandangan utuh tentang hal-hal yang menjadi peluang sekaligus tantangan dalam pengembangan industri syariah di tanah air yang dapat dijadikan bahan bacaan bagi masyarakat, pengetahuan bagi anak bangsa dan bahan pertimbangan bagi berbagai *stakeholder*.

Akhirnya, semoga buku ini memberikan *maslahat* dan menjadi amal kebaikan bagi para penulis dan pihak-pihak yang menginisiasi.

Lhokseumawe, 9 April 2022
Editor,

Dr. Iskandar, S.H.I., M.S.I.
Angga Syahputra, S.E.I., M.E.I.

Kata Pengantar

**Prof. Dr. Ahmad Dakhoir, M.H.I.
(Guru Besar IAIN Palangka Raya)**

Segala puji hanya kepada Allah Swt., atas berkat rahmat-Nya kita semua dalam bimbingan hidayah untuk menjalani kehidupan yang mulia. Shalawat kita sampaikan kepada Nabi Muhammad Saw., dengan mengucapkan *Allahumma Shalli 'Ala Hadzannabiyyil Karim wa 'Ala Alibi wa Shabbibi Ajma'in*.

Industri syariah di Indonesia saat ini berkembang dengan begitu pesat, utamanya dalam sektor keuangan. Dalam amatan saya, ada dua klaster prospektus industri syariah dan ada satu tantangan industri syariah global di masa endemic dan menyongsong era 5.0. Dua prospektus itu saya sebut *big why prospectus* dan *strong why prospectus*. Sedangkan satu tantangan industri syariah, akan saya sampaikan di akhir sambutan ini.

Industri syariah di Tanah Air bermula dari industri keuangan syariah, dimana daya saing industri keuangan syariah nasional sejak tahun 1991 hingga saat ini memang perlu dievaluasi dari berbagai sisi. Namun, secara umum kita semua sudah dapat merasakan dampak positif kehadiran lembaga ekonomi syariah khususnya sektor industri keuangan syariah. Dilihat dari sisi *big why prospectus*, saya mengamati sistem dan aset industri syariah amat tak terhingga banyaknya. Paling tidak ada lima aset besar industri syariah yang tidak akan habis hingga hari kiyamat.

Kelima aset itu adalah *intellectual capital*, *human capital*, *social capital*, *religious capital*, dan *nature capital*. *Intellectual* dan *human capital* setiap hari terus bertambah seiring bertambahnya para pemikir dan akademisi dalam mengkaji perkembangan industri syariah hingga saat ini. *Intellectual asset* tak pernah berhenti pada satu ide dan berpijak pada epistemologi ijthad lama namun sudah bergerak pada pengkajian berbasis neo-ijthad di bidang ekonomi Islam modern.

Demikian halnya dengan *social capital* yang dimiliki global dan nasional seperti Indonesia. Segmentasi pasar yang luas dan tak terhitung jumlahnya, membentuk iklim baru yaitu pasar bebas moneter syariah bukan hanya di lingkup negara-negara OKI, tapi diminati masyarakat diseluruh dunia. Trend masyarakat global terhadap *frame* bisnis berbasis syariah, perlahan mulai menemukan makna lain berupa kesadaran *religious* yang merupakan bagian tidak bisa dipisahkan bahkan menjadi *capital* berharga dalam perkembangan semua bisnis.

Selanjutnya, aset terbesar yang menjadi perhatian industri syariah adalah *nature capital*. “Ngobrolin” modal alam ini, sangat membangkitkan nafsu bisnis jika target itu adalah sumber daya alam Indonesia. “Untuk proyek bisnis alam, apa yang tidak bisa,” kebijakan kredit sindikasi, dan pembiayaan sindikasi telah melebur menjadi proyek raksasa yang banyak merusak alam namun menghasilkan pundi-pundi uang. Prospek-proyek bisnis ini kemudian dimodifikasi oleh industri keuangan konvensional dan syariah global, menjadi proyek bisnis yang ramah lingkungan. Paradigma ini dibangun berdasarkan prinsip *green economy* dan melahirkan paradigma baru dalam dunia keuangan yang biasa dikenal dengan *green banking system*.

Berdasarkan prinsip *green economy* dan *green banking* itulah hampir semua negara mengeluarkan kebijakan pengembangan lingkungan darat dalam proyek-proyek *food estate*, *farm estate*, dan lain-lain. Tidak hanya di darat, sasaran bisnis juga telah menyentuh pada bisnis sumber daya air dan kemaritiman. Proyek bisnis pembiayaan dari industri keuangan syariah terutama bank plat merah milik Indonesia, telah berhasil memberikan kucuran dana segar pasca IPO dengan menargetkan proyek bisnis besar yang ramah *maritime* atau biasa dikenal dengan istilah *blue economy* dan *blue banking project*.

Saya meyakini, pada masa yang akan datang, industri syariah tidak mustahil akan membangun proyek-proyek besar dalam dunia kedirgantaraan dan pengembangan sumber daya udara. Pembangkit listrik tenaga udara, teknologi mobilisasi pesawat terbang jarak dekat

dan lain-lain. Inilah *big asset* dalam *mindset big why* yang sudah kita miliki dalam industri syariah Indonesia.

Lantas bagaimana *existing strong why* industri syariah saat ini? Juga tidak kalah cepatnya dengan berkembangnya *big asset* yang kita miliki. Kekuatan aset industri syariah adalah berhulu pada kekuatan *qanun* (UU), kebijakan, regulasi, dan fatwa dalam mengawal *sharia compliance*. Untuk *strong why system* dalam industri syariah ini saya tidak banyak mengulas karena begitu banyak UU, kebijakan, regulasi hingga fatwa yang sudah mengatur tentang industri syariah. Bagi saya, jumlah kekuatan UU, kebijakan, regulasi dan fatwa yang melimpah itu, merupakan *strong asset* yang tidak dimiliki negara-negara lain dalam melaksanakan bisnis syariah. Itulah dua prospek industri syariah saat ini, yang layak mendapatkan apresiasi semua pihak.

Tantangannya satu saja, yaitu apakah industri syariah saat ini sudah membahagiakan umat? Apakah industri syariah saat ini sudah menemukan kemana arah tujuan dan makna tertinggi industri itu didirikan? Dua pertanyaan itu adalah pertanyaan yang akan mengarahkan industri syariah untuk menemukan titik *grand why*-nya. Untuk menjawab itu, saya coba ceritakan sedikit misalnya perkembangan industri keuangan perbankan syariah BUMN sebelum dan sesudah *merger*. Sebagai wujud perkembangan teori-teori dan paradigma segar dibidang kelembagaan keuangan syariah, peran kebijakan menduduki kluster *urgent* dalam memajukan industri keuangan syariah di Indonesia. Wujud produk itu ditandai dengan bersatunya tiga perbankan syariah BUMN menjadi BSI, tumbuhnya teori dan konsep baru dalam rantai pasok halal (*halal value chain*), seperti *halal financing*, *saham syariah*, *halal travelling*, *halal tourism*, *halal cosmetic*, *halal life style*, *halal food*, *halal marketing*, dan lain-lain yang ditandai dengan berdirinya hotel syariah, pariwisata syariah, kuliner halal, pengendalian *latte factor* pada tahun 2021.

Bersatunya kelembagaan dan tumbuhnya industri-industri syariah diluar perbankan meluas menjadi berbagai sektor, merupakan tanda awal bahwa sistem industri syariah telah diterima oleh pasar. Penerimaan pasar terhadap berbagai produk syariah adalah wujud

mulai adanya gerakan menuju *grand why*. *Grand why* adalah *living in the grand why*, menjadikan seluruh nadi kehidupan dan jiwa industri syariah hanya berjalan berdasarkan kerinduan terhadap makna dibalik bekerjanya seseorang dan makna dibalik kinerja industri syariah (*meaning of work*) serta bekerja keras menuju tujuan utama (*purpose of work*) industri syariah.

Singkatnya *grand why* industri syariah merupakan visi tertinggi yang dicapai yang ditandai ketika menemukan *meaning* (makna) dan *grand purpose* (tujuan tertinggi adalah Allah Swt). Saya kira inilah tantangan terberat bagi industri syariah. Namun apabila *grand why* ini bisa ditemukan, saya yakin tantangan ke dalam (*internal of inner journey*) justru menjadi peluang yang ketiga menuju tangga kemajuan puncak bagi industri syariah di masa mendatang.

Nah, buku yang ada di tangan para pembaca, membahas itu semua dalam bingkai *intellectual mindset* yang bagus dan terstruktur. Oleh sebab itu, saya mengatakan bahwa buku “Peluang dan Tantangan Industri Syariah” ini akan menjadi solusi bukan hanya sekedar solusi dalam mengembangkan bisnis pada industri syariah, tapi dapat memberikan terapi *psikomatik value* Keislaman yang kental dalam membangun industri syariah yang berkelanjutan dan terus berkelanjutan. Alhasil, semoga buku ini terus eksis dan bermanfaat bagi insan cendikia, pemerhati keuangan Islam, akademisi, terutama bagi praktisi terkait. Amin.

Palangka Raya, 8 April 2022



Ahmad Dakhoir

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
KATA PENGANTAR EDITOR	vii
KATA PENGANTAR PROF. DR. AHMAD DAKHOIR, M.H.I.	ix
<i>(Guru Besar LAIN Palangka Raya)</i>	
DAFTAR ISI	xiii
BONUS DEMOGRAFI INDONESIA: PELUANG DAN TANTANGAN INDUSTRI SYARIAH	1
<i>Taufiq, SH.I., MA. (FEBI – LAIN Lbokseumawe)</i>	
<i>HALAL FOOD</i>	11
<i>Deanti Aulia, SE., ME. (FEBI – LAIN Palangka Raya)</i>	
<i>HALAL COSMETICS</i>	21
<i>Dr. Itsla Yuniswa Ariva, S.E.I., M.E.Sy. (FEBI – LAIN Palangka Raya)</i>	
<i>HALAL TRAVEL</i>	34
<i>Sri Ramadhan, MSI. (FEBI – UIN Imam Bonjol Padang)</i>	
<i>MODEST FASHION</i>	43
<i>Rifaatul Indana, S.E.I, M.E. (FEBI – UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)</i>	
<i>HALAL PHARMACEUTICALS</i>	51
<i>Rodame Monitorir Napitupulu, M.M. (FEBI – LAIN Padangsidempuan)</i>	
<i>HALAL MEDIA AND RECREATION</i>	59
<i>Isnayati Nur, S.E.I., M.E.Sy. (Fakultas Syariah dan Hukum – UIN Raden Fatah Palembang)</i>	

ISLAMIC FINANCIAL ASSET	70
<i>Muhammad Rizka Hafizji, SE., M.Sc. (FEBI – LAIN Palangka Raya)</i>	
PERANAN BADAN PENYELENGGARA JAMINAN PRODUK HALAL	78
<i>Ghina Ulfa Saefurrohman, Lc., M.E.Sy. (FEBI – UIN Raden Intan Lampung)</i>	
INSENTIF BAGI PELAKU INDUSTRI	89
<i>Rizal Ma'ruf Amidy Siregar, S.P., M.M. (FEBI – LAIN Padangsidimpuan)</i>	
PROMOSI DAN KERJASAMA INTERNASIONAL	99
<i>Utari Evy Cahyani, S.P., M.M. (FEBI – LAIN Padangsidimpuan)</i>	
PEMBANGUNAN INFRASTRUKTUR DAN PRASARANA	110
<i>Arna Asna Annisa, MSI (FEBI – LAIN Salatiga)</i>	
INKLUSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH TERHADAP MASYARAKAT	123
<i>Fauzul Hanif Noor Athief, Lc., M.Sc. (Fakultas Agama Islam – Universitas Muhammadiyah Surakarta)</i>	
SISTEM PERDAGANGAN YANG ADIL	136
<i>Muhammad Abdul Azizji, S.H.I., M.Si. (Fakultas Syariah – UNIDA Gontor)</i>	
INDUSTRI KEUANGAN SYARIAH RAMAH LINGKUNGAN	142
<i>Dr. Lucky Nugroho., SE., MM., MAk., MSc. (Fakultas Ekonomi dan Bisnis – Universitas Mercu Buana)</i>	

"Menulis buku adalah salah satu amalan yang dijanjikan Allah untuk mendapatkan kebahagiaan dunia dan akhirat. Menulis buku, mengajarkan orang kepada jalan yang benar serta membantu orang yang kesulitan dengan niat yang ikhlas adalah jalan pembuka Rahmat Allah dan ampunan-Nya."

*Prof. Dr. H. M. Yasin Nasution al-Hafidz
(Guru Besar Emeritus UIN Sumatera Utara Medan)*

PROMOSI DAN KERJASAMA INTERNASIONAL

Utari Evy Cahyani, S.P., M.M.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam - IAIN Padangsidimpuan

Email: utari@iain-padangsidimpuan.ac.id

A. Pendahuluan

Ekonomi Islam merupakan sektor ekonomi yang terdiri dari produk yang berupa barang dan jasa yang dipengaruhi oleh etika atau hukum Islam. Produk yang ditawarkan dalam ekonomi Islam termasuk makanan, kosmetik, pariwisata, pakaian, farmasi, media dan rekreasi, dan keuangan. Produk tersebut telah sesuai dengan hukum Islam, karena itu produk tersebut dapat disebut sebagai produk halal (Dinar Standard, 2021).

Perkembangan ekonomi Islam global terlihat dari pencapaian percepatan dalam transformasi digital, perubahan signifikan dalam rantai pasok global, dan meningkatnya fokus pemerintah pada investasi terkait dengan keamanan pangan. Dengan demikian, negara terus berupaya membangun ekosistem ekonomi Islam yang lebih kuat. Berdasarkan peringkat Indikator Ekonomi Islam Global (GIEI), Malaysia menempati urutan pertama, diikuti Arab Saudi, Uni Emirat Arab (UEA), Indonesia, dan Jordan (Dinar Standard, 2020).

Peringkat Indonesia mengalami peningkatan hingga masuk dalam 10 besar dari seluruh sektor dalam industri halal. Indonesia menempati urutan kelima dalam media dan rekreasi. Pada indikator makanan halal, peringkat Indonesia mengalami peningkatan sebesar delapan posisi dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini disebabkan karena ekspor ke negara-negara OKI. Di bidang media dan rekreasi, Indonesia mengalami peningkatan signifikan terlihat dari jumlah penyelenggaraan acara yang mencapai 20 acara pada tahun 2019. Penerapan UU Jaminan Produk Halal juga menyebabkan

pertumbuhan signifikan pada sektor makanan halal, farmasi, kosmetik, dan pakaian (Dinar Standard, 2021).

Ekonomi Islam global dalam hal ini industri halal bertumpu pada delapan pendorong kunci. Kedelapan faktor pendorong kunci tersebut dikelompokkan kembali menjadi dua kelompok yaitu dorongan dari sisi permintaan dan dorongan dari sisi penawaran. Dorongan perkembangan ekonomi Islam dari sisi permintaan dipengaruhi oleh jumlah populasi muslim muda yang tumbuh dengan cepat. Kondisi demografis tersebut merupakan faktor pendorong dari sisi permintaan yang utama. Penerapan gaya hidup Islami juga merupakan faktor lainnya yang dapat meningkatkan permintaan terhadap produk-produk halal. Faktor berikutnya yang dapat menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi Islam dari sisi permintaan adalah tumbuhnya konsumsi terhadap *ethical/sustainable product*. Bagi konsumen yang peduli terhadap *ethical sustainable product*, nilai-nilai Islam yang bersifat universal yang tercermin dalam produk halal menarik bagi mereka. Perkembangan konektivitas digital akibat pandemi yang memaksa orang menjaga jarak secara fisik juga merupakan faktor pendorong dari sisi permintaan (Dinar Standard, 2021).

Selain dorongan dari sisi permintaan, perkembangan ekonomi Islam juga dipengaruhi oleh dorongan dari sisi penawaran. Dorongan tersebut antara lain kebijakan pemerintah, seperti kewajiban produk bersertifikat halal dari negara mayoritas muslim. Pertumbuhan perdagangan Intra-OIC yang terus berlanjut juga merupakan dorongan dari sisi penawaran. Kemudian, adanya partisipasi dari merek ternama dunia dalam ekonomi Islam seperti Deutsche Bank, HSBC, Citi, dan Master Card. Selain itu, adanya strategi negara untuk pengembangan ekonomi Islam sebagai upaya mencari daerah pertumbuhan ekonomi baru (Dinar Standard, 2021).

Meskipun peringkat Indonesia dalam Indikator Ekonomi Islam Global sudah mengalami peningkatan yang signifikan, namun perjalanan menuju Indonesia sebagai pusat industri halal terbesar di dunia masih panjang. Jika berkaca dari Malaysia yang saat ini

merupakan pionir dalam industri halal, pemerintah perlu menyusun perencanaan, pengembangan, dan fasilitas industri yang dapat mendorong para pelaku bisnis halal dalam suatu ekosistem. Hal ini dilakukan agar kelengkapan industri yang terintegrasi ke semua sektor dapat memudahkan eksekusi untuk mengolah ceruk pasar halal tersebut (Fauzi *et al.*, 2019).

Tujuan yang ingin dicapai Indonesia yaitu sebagai *halal hub global* dalam produksi dan perdagangan produk halal. Upaya pencapaian tujuan tersebut dilakukan dengan meningkatkan daya saing produk halal Indonesia. Penguatan rantai nilai produk halal juga perlu terus diupayakan terutama untuk produk makanan halal. Pemerintah juga perlu melakukan upaya promosi terutama terkait dengan sektor wisata halal. Kerjasama internasional juga diperlukan sebagai upaya peningkatan ekspor produk halal.

B. Indonesia sebagai *Halal Hub Global* dalam Produksi dan Perdagangan Produk Halal

Halal hub merupakan upaya bersama diantara organisasi dan badan Islam seperti produsen, pedagang, pemasok, pembeli, dan konsumen halal di seluruh dunia (Nik Muhammad, Isa and Kifli, 2009). Kriteria yang harus dipenuhi agar menjadi halal hub global yaitu dengan memastikan bahwa negara menyediakan tempat yang sesuai untuk menghubungkan rantai pasokan produk halal global dan sertifikasi jaminan produk halal. Selain itu, kecerdasan menyusun strategi pemasaran dan orientasi rantai pasok yang tepat juga diperlukan untuk mencapai *halal hub global*. Negara yang memiliki intensi yang kuat untuk menjadi *halal hub global* harus memperhatikan keterkaitan yang kuat antara produsen, konsumen, dan lembaga sertifikasi halal (Abdul Rahman *et al.*, 2013).

Pemerintah telah menyusun sebuah platform yang bernama *Global Halal Hub*. *Global Halal Hub* merupakan sebuah ekosistem sinergisme untuk mempercepat pengembangan produk unggulan lokal yang berorientasi halal menuju pasar global. Sinergisme ini

dibangun sebagai upaya mewujudkan Indonesia sebagai eksportir produk halal terbesar dunia. *Global Halal Hub* memiliki visi yaitu menjadi pusat pengembangan ekosistem produk halal Indonesia menuju pasar global. Sedangkan misinya adalah: 1) mengintegrasikan data Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) secara terkini dan terstruktur, 2) menggerakkan ekonomi rakyat melalui penjualan produk halal, 3) menyinergikan seluruh lembaga terkait agar pelatihan dan pembinaan menjadi lebih efisien, 4) menggabungkan/mengonsolidasikan proses rantai pasok sehingga dapat menekan biaya logistik, 5) menasionalkan dan mengglobalkan produk halal dan pariwisata halal daerah, dan 6) menarik investasi lokal dan global (Global Halal Hub, 2022b).

Terdapat sembilan ekosistem dalam *Global Halal Hub*; *Pertama*, pengumpulan basis data yang dilakukan dengan cara menghimpun informasi UMKM berorientasi produk halal melalui registrasi berbasis data. *Kedua*, kurasi produk halal yang dilakukan dengan penyeleksian produk halal dengan memberikan level kesulitan produk sesuai kebutuhan pasar. *Ketiga*, pelatihan dan pendampingan, yaitu mengembangkan kompetensi sumberdaya manusia (SDM) yang terjun ke dunia wirausaha berorientasi digital. *Keempat*, pembentukan merek melalui pengembangan kualitas produk halal untuk meraih penetrasi produk halal di pasar. *Kelima*, legalitas dan sertifikasi, melalui pemberian dukungan regulasi halal sebagai upaya dalam pemenuhan akses ke pasar global. *Keenam*, orientasi pasar lokal dengan cara menguatkan pemasaran produk halal di pasar domestik untuk penguasaan dalam negeri. *Ketujuh*, pemasaran pasar global dengan cara mengantar UMKM berorientasi produk halal menuju radar konsumen internasional. *Kedelapan*, pengelolaan logistik dengan cara memastikan keberlangsungan pemberangkatan ekspor dengan dukungan logistik andal. *Kesembilan*, investasi dan permodalan melalui pemberdayaan UMKM produk halal dengan solusi pendanaan untuk pengembangan usaha (Global Halal Hub, 2022a).

Terdapat tiga hal yang perlu menjadi perhatian *stakeholder* industri halal untuk mencapai cita-cita Indonesia menjadi *halal hub*

global. Pertama, produk halal Indonesia harus memiliki daya saing yang unggul. Selain itu, penguatan rantai nilai produk halal perlu dilakukan agar produk halal Indonesia memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan produk lain. Kebijakan pemasaran dan kerjasama internasional juga perlu dilakukan agar produk halal Indonesia dapat diterima oleh konsumen halal dunia.

C. Daya Saing Produk Halal Indonesia

Daya saing internasional memunculkan sejumlah tantangan seperti penciptaan profitabilitas bagi perusahaan, kesejahteraan bagi warga negara, dan kemakmuran yang berkelanjutan bagi perekonomian. Porter mendefinisikan daya saing suatu lokasi sebagai produktivitas yang dapat dicapai oleh perusahaan yang berlokasi di tempat tersebut. Tingkat daya saing suatu lokasi didorong oleh perubahan sifat persaingan global yang telah meningkatkan tekanan di banyak lokasi untuk merancang strategi berkelanjutan. Peran pemerintah merupakan aktor penting yang memengaruhi daya saing dengan memungkinkan persaingan menjadi lebih efektif dalam penciptaan nilai dari pada mengekang kekuatan pasar (Ketels, 2006).

Berdasarkan data *Global Islamic Economy Report 2020/2021*, pengeluaran konsumen Muslim untuk makanan dan minuman halal, farmasi dan kosmetik halal, serta pariwisata ramah muslim mencapai 2,02 triliun USD pada tahun 2019 (Dinar Standard, 2021). Potensi tersebut hanya dapat dinikmati oleh mereka yang mampu menyesuaikan diri dengan permintaan yang terus meningkat. Pemerintah telah memfokuskan pada tiga bidang dalam pengembangan industri halal yaitu pembangunan infrastruktur, sistem jaminan halal, dan peningkatan kontribusi produk halal terhadap neraca perdagangan.

Penguatan daya saing produk halal Indonesia perlu dilakukan terutama pada sektor makanan halal, kosmetik halal, farmasi halal, dan pariwisata halal. Peningkatan daya saing sektor makanan, kosmetik, dan farmasi dilakukan dengan cara strategi industrialisasi.

Strategi ini dilakukan dengan cara pengembangan kawasan dan nonkawasan industri halal dengan *output* yang halal, bermutu, dan mampu memasok secara berkesinambungan. Strategi industrialisasi juga perlu didukung dengan peningkatan kompetensi SDM dalam industri melalui pendidikan vokasi dan pelatihan ketarampilan. Selanjutnya, klasterisasi produk dan sektor halal di tingkat kabupaten, kota, dan provinsi juga perlu dioptimalkan (KNKS, 2019).

Selain sektor makanan, kosmetik, dan farmasi, pariwisata halal di Indonesia memiliki masa depan yang menjanjikan. Namun demikian, Indonesia perlu meningkatkan daya saing destinasi wisata yang ramah bagi Muslim. Strategi ini dilakukan dengan menerapkan pariwisata halal berkelanjutan yang didukung aspek infrastruktur, promosi, layanan, dan lingkungan (Lestari, Saidah and Aliya Putri, 2022).

D. Penguatan Rantai Nilai Produk Halal Indonesia

Penguatan rantai nilai produk halal merupakan strategi untuk mencapai Indonesia sebagai *Global Halal Hub*. Rantai nilai produk halal yang terintegrasi memudahkan proses ketelusuran kehalalan produk dan efisiensi logistik. Adanya *global halal hub* diharapkan akan memperkuat sinergi dan kolaborasi lintas sektor antara pelaku usaha lokal dengan pengusaha internasional untuk berinvestasi dalam mendukung pengembangan rantai nilai industri halal. Pengembangan rantai nilai produk halal terintegrasi mulai dari bahan baku, produksi, distribusi, hingga konsumsi.

Kinerja rantai pasok suatu produk halal diukur dari perspektif efektivitas rantai pasok dengan cara melihat kualitas proses dan pemborosan. Kualitas proses melihat kekuatan atau kepercayaan suatu merek, kredibilitas sertifikat halal, dan pengaduan konsumen terkait status kehalalan suatu produk. Sementara itu, pemborosan dilihat dari bagaimana limbah disik ditangani dalam rantai pasok, jejak karbon, dan sumberdaya yang digunakan. Terdapat tujuh faktor kritis kesuksesan dari rantai pasok produk halal diantaranya dukungan

pemerintah, aset khusus yang mendukung, teknologi informasi, manajemen sumberdaya manusia, hubungan kolaboratif, sertifikasi halal, dan *halal traceability* (Ab Talib, Hamid and Zulfakar, 2015).

Integrasi rantai nilai produk halal bertujuan untuk memaksimalkan nilai kehalalan produk yang dihasilkan oleh ekosistem industri halal secara keseluruhan. Integrasi rantai nilai produk halal dilakukan melalui pengaturan tata kelola kawasan industri halal dan pengembangan logistik halal yang mencakup pergudangan, transportasi, pelabuhan halal, dan rantai pasok lainnya. Integrasi rantai pasok merupakan syarat diperolehnya *halal integrity dan traceability* agar memastikan kehalalan produk (KNKS, 2019).

Pada sektor makanan halal, rantai nilai makanan halal di Indonesia menerapkan prinsip ketertelusuran yang membuat produk makanan halal Indonesia berdaya saing. Penerapan kedua prinsip ketertelusuran berbeda dengan negara lain, membuat produk pangan halal yang diproduksi Indonesia dapat diterima oleh negara-negara pengimpor, khususnya negara-negara OKI (Masruroh, 2020). Dengan demikian, tujuh faktor kritis kesuksesan rantai pasok sebaiknya juga diterapkan untuk sektor industri halal lainnya.

E. Kebijakan Promosi Ekspor dan Kerjasama Internasional

Kebijakan promosi ekspor dilakukan untuk mengisi pasar luar negeri. Adanya kebijakan promosi ekspor juga berpeluang untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan data *Direction of Trade Statistics* (DOTS) IMF, Indonesia menempati urutan keempat sebagai eksportir produk halal ke negara-negara Organisasi Kerjasama Islam (OKI). Pangsa pasar produk halal Indonesia ke OKI mencapai 10,7 persen. Posisi tersebut masih di bawah Malaysia, Uni Emirat Arab, dan Arab Saudi dengan pangsa pasar berturut-turut 13,8 %, 13 %, 12 % (Sukoso, et al., 2020).

Upaya untuk meningkatkan pangsa pasar produk halal Indonesia dilakukan dengan meningkatkan preferensi halal dengan pendekatan sosial kemasyarakatan dan *social engineering*. Strategi ini

untuk menangkap peluang konsumen yang belum memiliki kesadaran yang baik terhadap produk halal. Aktivitas promosi produk halal dapat dilakukan dengan cara peningkatan kesadaran dan literasi produk halal di kalangan akademisi dan regulator, serta kampanye gaya hidup Islami (*halal lifestyle*) dengan pendekatan *social engineering* (KNKS, 2019).

Strategi lainnya untuk meningkatkan pangsa pasar produk halal Indonesia yaitu dengan cara kolaborasi bersama pelaku industri halal dunia. Strategi ini bertujuan agar pelaku industri halal dunia turut berkontribusi dalam investasi dan produksi produk halal di Indonesia. Dengan demikian, secara tidak langsung mereka juga akan mempromosikan produk halal Indonesia di pasar global. Hal tersebut juga akan meningkatkan kualitas sumber daya halal Indonesia yang berupa bahan baku, logistik, produksi, dan pemasaran produk halal. Kolaborasi ini diharapkan dapat berperan penting dalam memperkuat posisi pelaku usaha dan produk halal Indonesia (KNKS, 2019).

Strategi yang telah diterapkan untuk memperkuat ekspor produk halal diantaranya melalui negosiasi penurunan tarif produk ekspor dengan negara anggota OKI. Beberapa kerjasama internasional, seperti Indonesia-Iran *Preferential Trade Agreement* (PTA), Indonesia-Turkey *Comprehensive Economic Partnership Agreement* (CEPA), Indonesia-Tunisia PTA, Indonesia-Pakistan *Trade In Goods Agreement* (TIGA), dan Indonesia-Bangladesh PTA sudah mulai dirintis. Perjanjian dagang yang sudah berjalan yaitu MoU Indonesia-Palestina dan Indonesia-Pakistan PTA. Pemerintah juga melakukan tahapan peninjauan awal kerja sama antara Indonesia-*Gulf Cooperation Council*. Strategi lain yang dilakukan pemerintah dengan memperkuat rantai nilai produk halal berbasis produk prioritas ekspor, seperti olahan makanan, daging, pakan ternak, pakaian, kosmetik dan farmasi. Selain itu, penguatan *branding* produk, melalui promosi ekspor dan kerjasama negara-negara OKI juga merupakan strategi lainnya (Sukoso *et al.*, 2020).

F. Penutup

Berkaca dari visi industri halal Indonesia dimana industri halal dan ekonomi syariah menjadi penopang utama perekonomian nasional, maka menjadi penting untuk mengembangkan industri halal di Indonesia. Tujuan yang ingin dicapai Indonesia yaitu sebagai *halal hub global* dalam produksi dan perdagangan produk halal. Upaya pencapaian tujuan tersebut dilakukan dengan meningkatkan daya saing produk halal Indonesia. Penguatan rantai nilai produk halal juga perlu terus diupayakan dengan memperhatikan tujuh faktor kritis kesuksesan dari rantai pasok produk halal diantaranya dukungan pemerintah, aset khusus yang mendukung, teknologi informasi, manajemen sumberdaya manusia, hubungan kolaboratif, sertifikasi halal, dan *halal traceability*. Pemerintah juga perlu melakukan upaya promosi dengan cara meningkatkan preferensi halal dengan pendekatan sosial kemasyarakatan dan *social engineering*, peningkatan kesadaran dan literasi produk halal di kalangan akademisi dan regulator, serta kampanye gaya hidup Islami (*halal lifestyle*) dengan pendekatan *social engineering*. Kerjasama internasional juga diperlukan sebagai upaya peningkatan ekspor produk halal dengan penguatan *branding* produk, promosi ekspor dan kerjasama negara-negara OKI.

G. Daftar Pustaka

- Ab Talib, M. S., Hamid, A. B. A. and Zulfakar, M. H. (2015) 'Halal supply chain critical success factors: A literature review', *Journal of Islamic Marketing*, 6(1), pp. 44–71. doi: 10.1108/JIMA-07-2013-0049.
- Abdul Rahman, R. *et al.* (2013) 'Malaysia as Global Halal Hub: OIC Food Manufacturers' Perspective', *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 25(SUPPL1), pp. 154–166. doi: 10.1080/08974438.2013.809672.
- Dinar Standard (2020) *Ekonomi Islam Global Laporan 2020/2021, Indonesia Halal Lifestyle Center*. Available at:

- <https://cdn.salaamgateway.com/reports/pdf/8fc62756cf0e10613760a28a8ac816bd7ab42e05.pdf>.
- Dinar Standard (2021) *State of the Global Islamic Economy Report: Thriving in Uncertainty, State of the Global Islamic Economy Report 2020/21*. Available at: <https://cdn.salaamgateway.com>.
- Fauzi, N. M. *et al.* (2019) 'Halal Economic : Challenges and Emerging Opportunities', *Journal of Islamic Philanthropy & Social Finance*, 1(1), pp. 29–37.
- Global Halal Hub (2022a) *Produk Global Halal Hub, 9 Ekosistem Global Halal Hub*. doi: globalhalalhub.id.
- Global Halal Hub (2022b) *Tentang Global Halal Hub*. Available at: globalhalalhub.id.
- Ketels, C. H. M. (2006) 'Michael Porter's competitiveness framework - Recent learnings and new research priorities', *Journal of Industry, Competition and Trade*, 6(2), pp. 115–136. doi: 10.1007/s10842-006-9474-7.
- KNKS (2019) *Strategi Nasional Pengembangan Industri Halal Indonesia*.
- Lestari, Y. D., Saidah, F. and Aliya Putri, A. N. (2022) 'Effect of destination competitiveness attributes on tourists' intention to visit halal tourism destination in Indonesia', *Journal of Islamic Marketing*. doi: 10.1108/JIMA-12-2020-0368.
- Masruroh, N. (2020) 'The Competitiveness of Indonesian Halal Food Exports in Global Market Competition Industry', *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1), pp. 25–48. doi: 10.21580/economica.2020.11.1.3709.
- Nik Muhammad, N. M., Isa, F. M. and Kifli, B. C. (2009) 'Positioning Malaysia as Halal-Hub: Integration Role of Supply Chain Strategy and Halal Assurance System', *Asian Social Science*, 5(7), pp. 44–52. doi: 10.5539/ass.v5n7p44.
- Sukoso *et al.* (2020) *Ekosistem Industri Halal, Departemen Ekonomi dan*

*Keuangan Syariah-Bank Indonesia Pusat Studi Halal Thoyyib-
Universitas Brawijaya.*



Peluang dan Tantangan

INDUSTRI Syariah

Buku Peluang dan Tantangan Industri Syariah ini merupakan hasil karya anak-anak bangsa yang memberikan perhatian khusus terhadap industri syariah khususnya di Tanah Air. Buku ini adalah kolaborasi bersama berupa hasil riset, pemikiran maupun kajian strategis yang dihasilkan oleh 15 orang penulis dari 11 perguruan tinggi nasional. Beragam aspek dalam berbagai pandangan yang mengulas peluang industri syariah dibahas secara fundamental dalam buku ini. Begitupun tantangan yang dihadapi dalam mengembangkan industri syariah turut menjadi kajian detail pada beberapa judul. Secara umum buku ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu peluang industri syariah yang terdiri dari 8 judul dan tantangan industri syariah yang terdiri dari 7 judul. Penulis-penulis hebat ini berhasil “meramu” isu-isu *update* tersebut menjadi tulisan yang dikumpulkan menjadi sebuah naskah buku. Dalam perjalanannya, industri syariah bukan lagi sekedar sebuah *choice* di masyarakat, namun dalam beberapa aspek sudah menjadi *way of life*. Apalagi khususnya Indonesia yang diuntungkan dengan besarnya jumlah penduduk Muslim yang menjadi pasar bagi industri syariah dan menjadi pemain industri syariah itu sendiri.

Bersatunya kelembagaan dan tumbuhnya industri-industri syariah diluar perbankan meluas menjadi berbagai sektor, merupakan tanda awal bahwa sistem industri syariah telah diterima oleh pasar. Penerimaan pasar terhadap berbagai produk syariah adalah wujud mulai adanya gerakan menuju *grand why*. *Grand why* adalah *living in the grand why*, menjadikan seluruh nadi kehidupan dan jiwa industri syariah hanya berjalan berdasarkan kerinduan terhadap makna dibalik bekerjanya seseorang dan makna dibalik kinerja industri syariah (*meaning of work*) serta bekerja keras menuju tujuan utama (*purpose of work*) industri syariah. Singkatnya *grand why* industri syariah merupakan visi tertinggi yang dicapai yang ditandai ketika menemukan *meaning* (makna) dan *grand purpose* (tujuan tertinggi adalah Allah Swt).



Penerbit
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM – IAIN LHOKEUMAWE
Anggota Afiliasi Penerbit Perguruan Tinggi Indonesia (APPTI)
Nomor: 005.152.1.3.2022

Email: penerbitfebi@iainlhokseumawe.ac.id
<https://febi.iainlhokseumawe.ac.id/penerbit>

ISBN 978-623-96647-5-6

