



PELUANG INDONESIA DALAM PUSARAN INDUSTRI HALAL DUNIA

Muhammad Zulfikar Yusuf

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

mzulfikary@gmail.com

Abstrak

Industri halal telah menjadi primadona baru bagi kemajuan perekonomian dunia. Industri halal tumbuh dan berkembang pesat dengan pertumbuhan paling cepat di seluruh dunia. Produk dari industri halal dianggap memiliki kualitas yang tinggi, sehingga banyak masyarakat yang menjadikannya sebagai produk prioritas terhadap pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji beberapa sektor utama yang menjadi prioritas garapan industri halal dunia serta posisi Indonesia dalam memaksimalkan potensi industri halal. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah studi pustaka dengan pendekatan kualitatif. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber seperti jurnal, buku, laporan resmi, maupun dokumen-dokumen lainnya yang kredibel dan relevan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia memiliki potensi yang sangat besar untuk menjadi pusat industri halal dunia. Hal ini didukung oleh berbagai faktor, seperti peningkatan populasi muslim, meningkatnya kesadaran beragama, serta meningkatnya paham konsumerisme etis menjadikan Indonesia sebagai pusat halal dunia dan kiblat ekonomi syariah di dunia terbuka lebar. Untuk memaksimalkan potensi tersebut, dibutuhkan berbagai upaya dari pemerintah dan stakeholder terkait, untuk terus melakukan perbaikan regulasi dan payung hukum, penyempurnaan manajemen dan tata kelola sektor halal, penguatan rantai nilai halal, hingga pengembangan kapasitas teknologi dan peningkatan kualitas SDM yang dimiliki, agar Indonesia menjadi pusat halal dunia.

Kata kunci: Industri Halal, Potensi, Produk Halal, Pusat Halal Dunia

Abstract

Halal industry has become the new prima donna for the progress of the world economy. Halal industry is growing and developing rapidly, with the fastest growth worldwide. Products from the halal industry are considered high quality, so many people make them a priority product for fulfilling their daily needs. This study aims to examine several main sectors which are the priorities of the world's halal industry and Indonesia's position in maximizing the potential of the halal industry. The type of research used in this research is library reserach with qualitative approach. The data used in this research is secondary data obtained from various sources such as journals, books, official reports, and other credible and relevant documents. The analytical method used is descriptive analysis. The study results a show that Indonesia, as a country with the largest muslim population in

the world, has enormous potential to become the center of the world's halal industry. This is supported by various factors, such as an increase in the Muslim population, increased awareness of religion, and increased understanding of ethical consumerism, making Indonesia the world's halal center and the mecca of the sharia economy in the wide-open world. To maximize this potential, various efforts are needed from the government and related stakeholders to continue to improve regulations and legal umbrellas, improve the management and governance of the halal sector, strengthen the halal value chain, develop technological capacity and improve the quality of its human resources, so that Indonesia becomes a world halal center.

Keywords: Halal Industry, Halal Product, Potency, World Halal Center

PENDAHULUAN

Industri halal telah menjadi primadona baru bagi kemajuan perekonomian dunia yang ditandai dengan berkembang pesatnya permintaan akan produk halal. Dalam laporan State of the Global Islamic Economy Report 2019/20 menunjukkan bahwa terjadi peningkatan permintaan oleh konsumen muslim dunia akan produk dan layanan khusus berdasarkan prinsip yang sesuai dengan syariah¹.

Selain itu, pertumbuhan ekonomi dan industri halal ini ditopang beberapa faktor pendorong utama, antara lain peningkatan populasi muslim dunia, peningkatan kepatuhan terhadap etika dan nilai-nilai Islami, keterlibatan berbagai perusahaan multinasional dan investor global yang berkelanjutan, serta dedikasi negara-negara di dunia dalam mengembangkan strategi nasional melalui produk halal². Potret ini menggambarkan bahwa industri halal tidak lagi menjadi bagian dari pelengkap suatu negara, tetapi telah naik tahap menjadi bagian penting dalam pembangunan perekonomian suatu bangsa.

Di beberapa negara, industri halal telah menjadi bagian komponen penting dari perkembangan suatu negara yang banyak melahirkan strategi perekonomian nasional, seperti Arab Saudi yang melahirkan Visi Arab Saudi 2030 untuk mendukung perkembangan ekonomi Islam, Filipina yang

¹ Dinar Standard Thomson Reuters, "State of the Global Islamic Economy Report 2019/20," *Dubai International Financial Centre* (2019): 1–174, <https://cdn.salaamgateway.com/special-coverage/sgie19-20/full-report.pdf>.

² Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024*, 2018.

meluncurkan logo halal baru guna memacu ekspor, ataupun Korea Selatan yang mendukung pengembangan kosmetik dan farmasi halal. Termasuk Indonesia, yang merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia ikut meluncurkan Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024 dan Indonesia Halal Economy and Strategy Roadmap 2018/19³.

Industri halal telah mengalami perkembangan pesat dan menjadi bagian dari sektor manufaktur baru yang tumbuh dan berkembang serta menjadi bisnis global dengan pertumbuhan paling cepat di seluruh dunia. Hal tersebut tentu sejalan dengan semakin banyaknya negara-negara di dunia dengan banyak membuka pintu lebar bagi perkembangan industri halal yang berfungsi sebagai penjamin mutu suatu produk.⁴

Selain sebagai kebutuhan dasar bagi setiap muslim, produk dan industri halal dianggap memiliki kualitas yang tinggi, sehingga banyak masyarakat yang menjadikannya sebagai produk prioritas terhadap pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Thomson Reuters⁵ mengklasifikasikan, setidaknya ada enam (6) cakupan sektor utama dalam industri halal dunia, antara lain sektor makanan dan minuman, sektor mode (*fashion*), sektor pariwisata, sektor kosmetik dan obat-obatan, sektor media dan rekreasi, dan sektor keuangan.

Gambar 1. Posisi Indonesia dalam Top 10 Global Islamic Economy Indikator

No.	Halal Food	Modest Fashion	Muslim-Friendly Travel	Pharma & Cosmetics	Media & Recreation	Islamic Finance
1.	UAE	UAE	Malaysia	UAE	UAE	Malaysia
2.	Malaysia	Turkey	UAE	Malaysia	Malaysia	Bahrain
3.	Brazil	Indonesia	Turkey	Jordan	Qatar	UAE

³ Indonesia Halal Lifestyle Center, "Ekonomi Islam Global" (2019): 5, <https://cdn.salaamgateway.com/special-coverage/sgie19-20/executive-summary+/SGIE+Bahasa+Executive+Summary.pdf>.

⁴ Sukoso et al., *Ekosistem Industri Halal* (Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah Bank Indonesia, 2020).

⁵ Thomson Reuters, "State of the Global Islamic Economy Report 2019/20."

4.	Australia	Malaysia	Indonesia	Singapore	Lebanon	Arab Saudi
5.	Sudan	Singapore	Maldives	Egypt	Bahrain	Indonesia
6.	Pakistan	Italy	Tunisia	Iran	Brunei	Jordan
7.	Oman	Bangladesh	Azerbaijan	Bahrain	Singapore	Oman
8.	Brunei	Marocco	Jordan	Brunei	UK	Kuwait
9.	Turkey	India	Albania	Turkey	Kuwait	Pakistan
10.	Iran	Sri Lanka	Thailand	Azerbaijan	Azerbaijan	Qatar

Sumber: Thomson Reuters (2019)

Indonesia sebagai negara muslim terbesar di dunia memiliki potensi industri halal yang besar dan menjanjikan. Hal ini tidak terlepas dari jumlah penduduk Indonesia yang menyumbang lebih dari 12% terhadap populasi muslim di seluruh dunia ⁶. Kondisi demikian menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah populasi muslim mencapai 230 juta jiwa dengan pangsa pasar produk halal terbesar di dunia. Dengan jumlah penduduk muslim yang begitu besar dan dengan segala potensi sumber daya yang dimiliki Indonesia, bukan tidak mungkin Indonesia dapat menjadi *market leader* terhadap pemenuhan kebutuhan industri halal dunia.

Hal tersebut tentu memiliki korelasi signifikan dengan pemenuhan kebutuhan dasar manusia, seperti sandang, pangan, maupun papan. Secara tidak langsung, permintaan akan kebutuhan dasar tersebut, berpengaruh terhadap negara produsen yang mampu menciptakannya, sehingga mampu menyerap tenaga kerja dan menghasilkan devisa negara. Hal ini tentu menjadi angin segar bagi industri halal di Indonesia. Sebab, bukan tidak mungkin, jika mampu digarap dengan sebaik dan semaksimal mungkin, Indonesia akan menjadi *market leader* dalam pasar industri halal dunia.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji peta industri halal dunia serta peluang Indonesia sebagai *market leader* dalam bidang

⁶ Muhammad Anwar Fathoni and Tasya Hadi Syahputri, "Potret Industri Halal Indonesia: Peluang Dan Tantangan," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (October 23, 2020): 428–435.

industri halal. Penelitian ini berusaha mengkaji beberapa sektor utama yang menjadi prioritas garapan industri halal dunia serta posisi Indonesia dalam memaksimalkan potensi industri halal tersebut dan mampu membentuk ekosistem industri halal yang memberikan manfaat luas bagi perekonomian dan masyarakat Indonesia.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah *library research* (studi pustaka) dengan pendekatan kualitatif. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber seperti jurnal, buku, laporan resmi, maupun dokumen-dokumen lainnya yang kredibel dan relevan. Adapun metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif. Dari hasil data yang diperoleh kemudian dianalisis dan diinterpretasikan dalam bentuk deskripsi sehingga menghasilkan penelitian ilmiah yang komprehensif dan mampu menjelaskan fenomena yang telah diteliti ⁷.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peta dan Proyeksi Industri Halal Dunia

Perkembangan industri halal di dunia bergerak sangat cepat dengan semakin sadarnya umat muslim bahwa mereka bukan hanya membutuhkan produk halal, tetapi juga produk *thoyyib* (Azam and Abdullah 2020). Paradigma masyarakat dunia yang senantiasa berubah mengikuti perkembangan zaman, turut memengaruhi perilaku konsumsi. Tuntutan masyarakat pada standar mutu produk yang tinggi menjadi suatu hal penting dari perkembangan industri halal. Pilihan tersebut merupakan bagian dari sebuah kewajiban untuk mengonsumsi produk terbaik berdasarkan prinsip *maqashid syariah* ⁸. Kesadaran umat Islam akan pentingnya pengembangan dari produk halal dan jaminan

⁷ Uma Sekaran and Roger Bougie, *Metode Penelitian Untuk Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2018).

⁸ Siska Lis Sulistiani, "Analisis Maqashid Syariah Dalam Pengembangan Hukum Industri Halal Di Indonesia," *Jurnal Law and Justice* 3, no. 2 (2018): 91–97.

akan produk halal berdampak pada meningkatnya permintaan akan produk halal.

Menurut laporan yang dirilis oleh Thomson Reuters⁹ dalam State of the Global Islamic Economy Report memperkirakan bahwa konsumen muslim mengkonsumsi sekitar \$2,2 triliun di 2018 untuk makanan halal, obat-obatan dan gaya hidup yang dipengaruhi oleh kebutuhan konsumsi berdasarkan etika Islam dengan standar mutu produk yang tinggi. Pengeluaran ini menunjukkan pertumbuhan sehat 5,2% dari tahun ke tahun dan diperkirakan akan mencapai \$3,2 triliun pada tahun 2024.

Berdasarkan data yang dikeluarkan lembaga riset Pew Research Center¹⁰, agama Islam saat ini menduduki peringkat kedua dengan jumlah populasi penganut agama terbesar di dunia setelah agama Kristen. Data tersebut menunjukkan bahwa umat muslim diproyeksikan memiliki tingkat pertumbuhan populasi umat beragama di dunia yang mencapai 73%, melebihi rata-rata pertumbuhan umat beragama di dunia, yang hanya mencapai 32%. Jika tingkat pertumbuhan ini akan terus berlanjut, agama Islam diprediksi menjadi agama terbesar di dunia pada tahun 2075.

Dengan jumlah populasi umat muslim di dunia sebesar 1.8 miliar penduduk, dan menduduki peringkat kedua populasi agama terbesar di dunia, umat muslim diyakini mampu berperan penting dalam mengembangkan industri halal dari berbagai sektor yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi global. Selain itu, dengan berbagai sektor industri halal yang memiliki kontribusi signifikan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi sebagaimana yang dirilis oleh Global Islamic Economy Report, ekonomi Islam melalui industri halal diprediksi mampu mendominasi pasar global. Sinyal ini membuktikan bahwa ekonomi Islam telah memiliki pijakan mapan yang

⁹ Thomson Reuters, "State of the Global Islamic Economy Report 2019/20."

¹⁰ Pew Research Center, "The Changing Global Religious Landscape," last modified April 5, 2017, <https://www.pewresearch.org/religion/2017/04/05/the-changing-global-religious-landscape/>.

semakin penting dalam memberikan sumbangsih pada peningkatan ekonomi global.

Untuk mewujudkan hal itu, setiap *stakeholder* terkait memiliki peranan penting dalam pengembangan industri halal di kancah global. Arah tujuan industri halal ke depan diperlukan guna mencapai tujuan untuk membumikan gerakan ekonomi Islam yang adil dan inklusif. Peran pemerintah yang menjalin hubungan dengan setiap negara-negara di dunia khususnya yang tergabung dalam Organisasi Kerjasama Islam (OKI) akan sangat membantu bagi pengembangan industri halal di dunia. Investor dan pengusaha juga memiliki peran penting dalam memaksimalkan potensi industri halal. Termasuk juga masyarakat muslim di dunia, memiliki andil dalam mengonsumsi dan memasarkan produk industri halal pada dunia.

Dengan regulasi, payung hukum, serta arah dan kebijakan industri halal yang jelas, akan membantu mendorong penguatan industri halal yang semakin tumbuh dan berkembang. Dengan demikian potensi ekonomi global melalui industri halal yang dapat melayani lebih dari 1,8 miliar populasi muslim di seluruh dunia, serta kebutuhan etis dari miliaran orang lainnya di seluruh dunia dengan jaminan dan kualitas tinggi dapat terwujud.

Indonesia Dalam Pusaran Industri Halal Dunia

Indonesia memiliki prospek yang sangat besar untuk menjadi produsen dan eksportir produk halal terbesar di dunia. Salah satu yang menjadi kekuatan mengapa posisi Indonesia sangat diperhitungkan dalam kancah industri halal dunia adalah karena penduduknya yang mayoritas muslim dengan jumlah mencapai 230 juta jiwa atau setara dengan 87% dari total seluruh penduduk di Indonesia. Jumlah ini sama dengan 13% dari total populasi muslim di seluruh dunia. Dengan angka yang sebesar itu, tentu Indonesia memiliki peluang untuk menjadi pusat industri halal terkemuka di dunia ¹¹.

¹¹ Sukoso et al., *Ekosistem Industri Halal*.

Untuk mewujudkan hal tersebut, Indonesia melalui Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) telah merancang berbagai strategi guna mewujudkan visi Indonesia sebagai pusat halal dunia. Hal ini tidak terlepas dari berbagai upaya yang dilakukan oleh pemerintah dan *stakeholder* terkait untuk menjadikan Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah terkemuka di dunia. Selain itu, Indonesia juga saat ini tengah mengembangkan kawasan khusus berupa Kawasan Industri Halal (KIH) yang menghasilkan produk halal serta menerbitkan kebijakan Jaminan Produk Halal (JPH) untuk konsumen, baik di dalam maupun luar negeri yang dibuktikan dengan sertifikat halal ¹².

Namun, berbagai upaya ini masih belum cukup untuk menempatkan Indonesia sebagai produsen industri halal terbesar di dunia. Ada banyak faktor yang memengaruhi lambatnya perkembangan industri halal di Indonesia. Secara umum, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi Indonesia dalam mengembangkan industri halal, antara lain regulasi dan payung hukum industri halal yang belum memadai, literasi dan kesadaran masyarakat akan produk halal yang masih kurang, hingga *interlinkage* industri halal dan keuangan syariah yang masih rendah. Belum lagi persoalan lain yang masih terkait, seperti peningkatan konsumsi produk halal tidak diimbangi dengan produksinya, manajemen dan tata kelola sektor halal yang masih belum maksimal, hingga pemanfaatan teknologi yang masih sangat minim, menambah daftar panjang PR Indonesia untuk menjadi pusat ekonomi syariah di dunia ¹³.

Potret Industri Halal di Indonesia

Jika dilihat dari enam (6) sektor yang digunakan dalam Global Islamic Economy Indicator, Indonesia memiliki peluang yang sangat besar untuk menjadi negara sebagai *market leader* dari berbagai potensi industri halal yang

¹² Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, “Dukungan Pemerintah Terhadap Pengembangan Industri Produk Halal Ekspor,” *Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, last modified 2020, [https://knks.go.id/storage/upload/1603516943-Paparan Menko Ekon - Webinar KNEKS - Menuju Pusat Halal Dunia.pdf](https://knks.go.id/storage/upload/1603516943-Paparan%20Menko%20Ekon%20-%20Webinar%20KNEKS%20-%20Menuju%20Pusat%20Halal%20Dunia.pdf).

¹³ Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024*.

dimiliki¹⁴. Pertama, dari sektor makanan dan minuman halal, Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, memiliki peluang untuk menjadi pusat bagi perkembangan industri makanan dan minuman halal dunia. Karena secara mendasar, umat Islam memiliki kewajiban untuk mengonsumsi produk halal dan *thoyyib* sebagai bagian dari kepatuhan seorang muslim terhadap agamanya.

Di sisi lain, kesadaran umat muslim secara khusus maupun non muslim pada umumnya yang banyak memilih produk halal dengan alasan etis dan kualitas tinggi menjadikan industri makanan halal memiliki prospek yang baik ke depannya¹⁵. Hal ini tentu akan menjadi kekuatan pasar Indonesia yang akan menunjang pertumbuhan ekonomi, sebab kebutuhan untuk memenuhi konsumsi rumah tangga merupakan hal mendasar yang harus dipenuhi oleh umat manusia. Terlebih, industri makanan dan minuman halal di Indonesia sudah semakin kompetitif, dengan semakin meningkatnya jumlah produsen industri pada sektor ini, yang tidak hanya meliputi perusahaan berskala nasional, tetapi juga UMKM yang turut andil mendongkrak ekonomi regional¹⁶.

Selanjutnya, di sektor fesyen muslim telah mengalami perkembangan pesat dari tahun-tahun sebelumnya. Kini, masyarakat dunia telah banyak menggunakan busana muslim sebagai bagian dari kegiatan sehari-hari, baik di ruang publik, di media sosial, maupun pada ajang kegiatan formal bertalenta seperti *event fashion*. Dengan menggunakan fesyen muslim tersebut, masyarakat dunia ingin menggunakan *trend* dengan gaya yang modis namun tetap santun dengan menggunakan busana tertutup. Terlebih, *trend* fesyen muslim saat ini tidak lagi terbatas pada pakaian, tetapi telah meluas pada berbagai bentuk aksesoris pakaian.

¹⁴ Ferry Khusnul Mubarak and Muhammad Khoirul Imam, "Halal Industry in Indonesia; Challenges and Opportunities," *Journal of Digital Marketing and Halal Industry* 2, no. 1 (2020): 55–64.

¹⁵ Hussein Elasrag, "Halal Industry: Key Challenges and Opportunities," *SSRN* (February 2016): 1–33.

¹⁶ Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024*.

Dari segi bahan baku, Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki potensi melimpah untuk memproduksi pakaian yang berasal dari bahan baku kapas. Namun, potensi ini belum dapat dimanfaatkan secara maksimal sebab kebutuhan tekstil Indonesia masih dipasok oleh negara-negara besar di dunia, seperti China dan Amerika Serikat. Saat ini, China menduduki peringkat pertama sebagai eksportir tekstil terbesar di dunia. China mampu memasok bahan baku maupun menghasilkan produk fesyen dengan biaya yang murah karena bahan baku yang melimpah, tenaga kerja yang terjangkau, serta dukungan teknologi canggih yang memadai. Dalam konteks ini, potensi Indonesia yang begitu melimpah belum dapat dimanfaatkan secara maksimal sebab SDM yang dimiliki oleh Indonesia belum cukup mampu untuk berkembang dengan baik untuk berkompetisi di pasar global.

Badan Ekonomi Kreatif mencatat, paling tidak ada tiga (3) masalah utama dalam industri fesyen di Indonesia, yaitu rendahnya daya saing SDM di bidang industri fesyen sehingga menyebabkan kurangnya kualitas serta skill khusus di bidang teknis yang dimiliki sehingga menghambat proses produksi, kesadaran industri fesyen baik pada perusahaan maupun SDM yang masih rendah, dan tenaga kerja yang belum disiplin dalam mematuhi standar kompetensi kerja sehingga berdampak pada kinerja produktivitas yang rendah¹⁷. Karena itu, untuk memaksimalkan segala potensi yang dimiliki oleh industri fesyen terlebih untuk mencapai visi sebagai pusat halal dunia, Indonesia harus memperhatikan segala aspek proses produksi mulai dari penyediaan bahan baku, mempersiapkan tenaga kerja yang berkualitas, hingga memperbaiki alur distribusi.

Kemudian, pada sektor industri pariwisata halal, Indonesia memiliki potensi yang cukup menjanjikan. Dengan kekayaan alam beragam yang dimiliki, menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara yang banyak dijadikan sebagai destinasi wisata oleh para turis. Hal ini tentu tidak lepas dari keindahan

¹⁷ Ibid.

alam yang dimilikinya. Bahkan, sektor pariwisata merupakan salah satu penyumbang PDB terbesar bagi Indonesia. Meningkatnya pertumbuhan populasi muslim dunia dan generasi muslim milenial, pertumbuhan pendapatan kelas menengah (*middle income*), meningkatnya akses terhadap informasi travel, meningkatnya agen travel yang mengakomodir kebutuhan wisatawan muslim (*muslim-friendly*), travel ramadhan, serta usaha travel, bisa menjadi faktor utama untuk memaksimalkan potensi pariwisata halal di Indonesia.

Selain itu, pariwisata ramah muslim, yang merupakan sektor pariwisata yang memberikan fasilitas pemenuhan kebutuhan beragama wisatawan muslim, kini semakin melebarkan sayap dan menjangkau banyak kalangan dengan meningkatkan kualitas wisata, mulai dari resor pantai, hotel, hingga agen perjalanan wisata ramah muslim yang banyak disediakan oleh agen travel. Konsep pariwisata halal tidak hanya menyasar umat muslim tetapi telah banyak menjangkau non muslim, sebab pariwisata halal hanya bagian dari sub kategori pariwisata yang berusaha memberikan akses dan melebarkan sayap terhadap prinsip dan nilai-nilai dari *religious tourism* ¹⁸.

Berikutnya pada sektor kosmetik dan obat-obatan halal, industri ini mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Dalam beberapa tahun terakhir, kesadaran di kalangan umat muslim untuk mengonsumsi kosmetik dan obat yang berlabel halal mengalami peningkatan. Masyarakat semakin sadar bahwa bukan hanya makanan dan minuman saja yang harus dikonsumsi dalam keadaan halal, tetapi juga obat-obatan. Bersamaan dengan hal tersebut, kesadaran akan perawatan juga meningkat seiring dengan persepsi masyarakat bahwa kebersihan tubuh dan jiwa merupakan bagian dari iman dan bertumbuhnya pendapatan muslim kelas menengah ¹⁹.

Perkembangan yang signifikan terhadap sektor kosmetik dan obat-obatan halal menyebabkan meningkatnya standar kualitas yang diinginkan oleh

¹⁸ Sukoso et al., *Ekosistem Industri Halal*.

¹⁹ Bank Indonesia, *Laporan Kajian Usaha Syariah 2018* (Jakarta, 2018).

masyarakat. Hal ini berdampak positif pada pangsa pasar Indonesia, di mana mayoritas masyarakat menginginkan produk kosmetik dan farmasi yang memiliki label dan sertifikasi halal²⁰. Permintaan yang semakin meningkat ini tidak lain digerakkan oleh demografi masyarakat Indonesia yang mayoritas penduduk muslim, dan sadar tentang pentingnya kehalalan suatu yang dikonsumsi. Dalam perspektif syariah, konsep halal pada produk kosmetik dan obat-obatan tidak hanya menyangkut persoalan bahan baku, tetapi juga erat kaitannya dengan proses produksi, pengemasan, hingga manufaktur yang harus sesuai dengan prinsip syariah²¹.

Selanjutnya pada sektor media dan rekreasi halal, hingga saat ini semakin melebarkan sayapnya dan memperluas portofolio penawaran, mulai dari film bernuansa religi, serial Islami, hingga aplikasi maupun *startup* yang dibuat guna mengisi ruang media dan rekreasi umat muslim. Termasuk platform yang banyak bermunculan di dunia digital Netflix atau Disney+Hotstar telah banyak melakukan inovasi dengan mengadaptasi dan membuat konten-konten untuk menggaet masyarakat dunia, termasuk umat Islam. Sementara di sisi lain, nilai-nilai budaya Islam sedang dikembangkan di berbagai platform.

Saat ini, industri dan media telah menjadi subsektor ekonomi kreatif yang potensial dan memiliki prospek cerah di masa mendatang. Laju pertumbuhan PDB subsektor film, animasi, dan video meningkat pesat seiring dengan bertambahnya rumah produksi dan penonton film. Data mencatat, dalam beberapa tahun terakhir terjadi pertumbuhan PDB subsektor ekonomi kreatif²². Dalam beberapa tahun terakhir film dan animasi bernuansa religi banyak menggaet masyarakat lokal, seperti beberapa film yang terkenal antara lain

²⁰ Hendri Hermawan Adinugraha, Mila Sartika, and Ahmad Hasan Asy'ari Asy'ari Ulama'i, "Halal Lifestyle Di Indonesia," *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (April 2019): 57–81.

²¹ Indah Wahyuningsih, "Intensi Konsumen Terhadap Kosmetik Dan Produk Skincare Halal Di Indonesia: Pendekatan Theory of Planned Behavior," *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)* 3, no. 1 (2018): 41–59.

²² Badan Ekonomi Kreatif, *Laporan Kinerja Badan Ekonomi Kreatif 2019*, 2019, <https://eperformance.kemenparekraf.go.id/storage/media/386/LAKIP-BEKRAF-2019.pdf>.

Laskar Pelangi, Ayat-Ayat Cinta, Ketika Cinta Bertasbih, Habibie & Ainun, maupun animasi kartun bernuansa religi Nussa dan Rara, Adit & Sopo Jarwo²³.

Namun begitu, industri media dan rekreasi halal belum sepenuhnya maksimal. Kurangnya fasilitas dan rendahnya literasi halal membuat industri ini harus terus ditingkatkan. Pada sektor media terjadi perubahan pola distribusi informasi di masyarakat sebagai konsekuensi dari perkembangan teknologi. Masyarakat dapat menjadi jurnalis warga (*citizen journalist*) yang membagi informasi kepada orang lain. Pada satu sisi, distribusi informasi menjadi teramat cepat. Namun di sisi lain, kebebasan ini menimbulkan rendahnya tingkat validitas sebuah informasi²⁴. Karenanya, industri media dan rekreasi halal memiliki peran penting untuk memproduksi informasi yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan, dengan objektif dan mengikuti kaidah yang dibenarkan, sehingga masyarakat mendapatkan informasi yang valid dan dapat dipercaya.

Dan yang terakhir adalah sektor industri keuangan syariah. Perkembangan industri keuangan syariah telah mengalami peningkatan yang pesat. Terbukti dalam beberapa tahun terakhir, keuangan syariah melebarkan sayapnya dengan banyak menghasilkan inovasi produk dan layanan terbaru, termasuk dengan berkembangnya infrastruktur layanan keuangan syariah. Perkembangan tersebut tentu telah banyak menghasilkan capaian yang memuaskan. Keuangan Islam juga telah mengalami perubahan yang pesat dalam pasar global, baik dengan mengadopsi teknologi keuangan, perbankan digital, hingga kebijakan pemerintah yang banyak mengeluarkan sukuk.

Perkembangan sektor ini mengalami pertumbuhan yang sangat cepat, di mana masyarakat muslim ingin menggunakan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah. Hal tersebut juga tidak hanya terjadi di kalangan muslim, pada masyarakat non muslim juga mulai menggunakan produk dari industri halal,

²³ Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024*.

²⁴ Bank Indonesia, *Laporan Kajian Usaha Syariah 2018*.

termasuk pada sektor keuangan Islam, baik karena ingin menggunakan layanannya, ataupun karena alasan menggunakan pendekatan yang lebih etis dalam transaksi keuangan dan perbankan ²⁵.

Kebijakan merger bank yang dilakukan oleh beberapa bank syariah di dunia, termasuk di Indonesia yang dilakukan oleh 3 bank *plat merah*, yaitu BRI Syariah, BNI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri, menjadi Bank Syariah Indonesia, telah ikut andil mendorong pertumbuhan ekonomi syariah ²⁶. Selain itu, penerbitan sukuk juga ikut mendorong pertumbuhan ekonomi global. Misalnya di beberapa negara, juga di Indonesia, menjadikan sukuk sebagai pembiayaan proyek infrastruktur negara yang sesuai dengan syariah ²⁷.

Sebagai sebuah upaya untuk menjadikan Indonesia sebagai pusat halal dunia, keuangan syariah juga berkontribusi dengan memainkan peran penting dalam meningkatkan pertumbuhan nasional, dengan salah satu caranya ikut berjeraring pada sektor riil Islami. Selain itu, Bank Indonesia ²⁸ juga merumuskan transformasi ekonomi syariah di era digital dengan menyusun keterkaitan antar pilar pengembangan ekonomi dan keuangan syariah. Sebab dengan semakin berkembangnya industri keuangan syariah yang didukung dengan transaksi digital di tengah masyarakat semakin menambah peluang ekonomi syariah di Indonesia untuk terus berkembang.

Beberapa pilar yang menjadi acuan antara lain pemberdayaan ekonomi syariah melalui pengembangan *Halal Value Chan* (rantai nilai halal), yang kemudian didukung oleh pendalaman pasar keuangan syariah, baik melalui keuangan komersial maupun sosial syariah, yang kemudian diintegrasikan.

²⁵ M Aulia Rachman and Syamsuddin, "Halal Industry in Indonesia: The Role of Sharia Financial Institutions in Driving Industrial and Halal Ecosystem," *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 11, no. 1 (2019): 35–58, <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1171695>.

²⁶ Sri Mahargiyantie, "Peran Strategis Bank Syariah Indonesia Dalam Ekonomi Syariah Di Indonesia," *Al-Misbah* 1, no. 2 (2020): 199–208.

²⁷ Siti Latifah, "Peran Sukuk Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) Dalam Pertumbuhan Pembangunan Ekonomi Indonesia," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (October 23, 2020): 421–427.

²⁸ Bank Indonesia, *Transformasi Ekonomi Syariah Di Era Revolusi Industri 4.0* (Jakarta, December 2019).

Kedua pilar tersebut kemudian didukung oleh penguatan riset dan edukasi melalui edukasi dan sosialisasi ekonomi syariah (Bank Indonesia 2019) ²⁹.

Dengan melihat berbagai sektor potret industri halal di Indonesia, bukan tidak mungkin Indonesia dapat menjadi pusat halal dunia dan kiblat ekonomi syariah di dunia. Karenanya, Indonesia perlu untuk memaksimalkan berbagai potensi yang dimiliki. Perbaikan regulasi dan payung hukum, penyempurnaan manajemen dan tata kelola sektor halal, penguatan rantai nilai halal, hingga pengembangan kapasitas teknologi dan peningkatan kualitas SDM yang dimiliki, menjadi tugas penting pemerintah dan seluruh *stakeholder* terkait ke depan agar Indonesia menjadi pusat halal dunia.

PENUTUP

Saat ini, Perkembangan industri halal di dunia bergerak sangat cepat dengan semakin sadarnya umat muslim bahwa mereka bukan hanya membutuhkan produk halal, tetapi juga produk *thoyyib*. Peningkatan populasi muslim dunia, meningkatnya kesadaran beragama, serta meningkatnya paham konsumerisme etis, merupakan potensi dan pendorong utama perkembangan industri halal di dunia. Dengan *trend* gaya hidup halal yang saat ini sedang berkembang yang tidak hanya di negara mayoritas Islam, akan membuka peluang perkembangan industri halal di berbagai belahan dunia.

Dalam konteks lokal, potensi pasar produk halal di Indonesia sangat besar. Dengan populasi penduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia melalui sektor industri halal memiliki potensi dan peluang untuk menjadi negara sebagai pusat halal dunia dan kiblat ekonomi syariah di dunia. Terlebih, paradigma masyarakat yang senantiasa terus bergerak telah berdampak pada peningkatan konsumsi produk industri halal dan berkontribusi pada perkembangan industri halal dengan jaminan dan kepastian atas produk yang dikonsumsi dan digunakan.

Dengan melihat banyaknya potensi dari berbagai sektor industri halal di Indonesia, baik dari sektor makanan dan minuman halal, sektor fesyen muslim, sektor pariwisata halal, sektor kosmetik dan obat-obatan, sektor media dan rekreasi, hingga sektor keuangan Islam, bukan tidak mungkin Indonesia dapat menjadi pusat halal dunia

²⁹ Ibid.

dan kiblat ekonomi syariah di dunia. Karenanya, Indonesia perlu untuk memaksimalkan berbagai potensi yang dimiliki tersebut. Perbaikan regulasi dan payung hukum, penyempurnaan manajemen dan tata kelola sektor halal, penguatan rantai nilai halal, hingga pengembangan kapasitas teknologi dan peningkatan kualitas SDM yang dimiliki, menjadi tugas penting pemerintah dan seluruh *stakeholder* terkait ke depan agar Indonesia menjadi pusat halal dunia.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, Hendri Hermawan, Mila Sartika, and Ahmad Hasan Asy'ari Asy'ari Ulama'i. "Halal Lifestyle Di Indonesia." *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (April 2019): 57-81.
- Badan Ekonomi Kreatif. *Laporan Kinerja Badan Ekonomi Kreatif 2019*, 2019. <https://eperformance.kemendparekraf.go.id/storage/media/386/LAKIP-BEKRAF-2019.pdf>.
- Bank Indonesia. *Laporan Kajian Usaha Syariah 2018*. Jakarta, 2018.
- — —. *Transformasi Ekonomi Syariah Di Era Revolusi Industri 4.0*. Jakarta, December 2019.
- Elasrag, Hussein. "Halal Industry: Key Challenges and Opportunities." *SSRN* (February 2016): 1-33.
- Fathoni, Muhammad Anwar, and Tasya Hadi Syahputri. "Potret Industri Halal Indonesia: Peluang Dan Tantangan." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (October 23, 2020): 428-435.
- Indonesia Halal Lifestyle Center. "Ekonomi Islam Global" (2019): 5. <https://cdn.salaamgateway.com/special-coverage/sgie19-20/executive-summary+/SGIE+Bahasa+Executive+Summary.pdf>.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. "Dukungan Pemerintah Terhadap Pengembangan Industri Produk Halal Ekspor." *Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah*. Last modified 2020. <https://knks.go.id/storage/upload/1603516943-Paparan Menko Ekon - Webinar KNEKS - Menuju Pusat Halal Dunia.pdf>.
- Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024*, 2018.
- Latifah, Siti. "Peran Sukuk Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) Dalam Pertumbuhan Pembangunan Ekonomi Indonesia." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (October 23, 2020): 421-427.
- Mahargiyantie, Sri. "Peran Strategis Bank Syariah Indonesia Dalam Ekonomi Syariah Di Indonesia." *Al-Misbah* 1, no. 2 (2020): 199-208.
- Mubarok, Ferry Khusnul, and Muhammad Khoirul Imam. "Halal Industry in

- Indonesia; Challenges and Opportunities." *Journal of Digital Marketing and Halal Industry* 2, no. 1 (2020): 55–64.
- Pew Research Center. "The Changing Global Religious Landscape." Last modified April 5, 2017. <https://www.pewresearch.org/religion/2017/04/05/the-changing-global-religious-landscape/>.
- Rachman, M Aulia, and Syamsuddin. "Halal Industry in Indonesia: The Role of Sharia Financial Institutions in Driving Industrial and Halal Ecosystem." *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 11, no. 1 (2019): 35–58. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1171695>.
- Sekaran, Uma, and Roger Bougie. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2018.
- Sukoso, Adam Wiryawan, Joni Kusnadi, and Sucipto. *Ekosistem Industri Halal*. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah Bank Indonesia, 2020.
- Sulistiani, Siska Lis. "Analisis Maqashid Syariah Dalam Pengembangan Hukum Industri Halal Di Indonesia." *Jurnal Law and Justice* 3, no. 2 (2018): 91–97.
- Thomson Reuters, Dinar Standard. "State of the Global Islamic Economy Report 2019/20." *Dubai International Financial Centre* (2019): 1–174. <https://cdn.salaamgateway.com/special-coverage/sgie19-20/full-report.pdf>.
- Wahyuningsih, Indah. "Intensi Konsumen Terhadap Kosmetik Dan Produk Skincare Halal Di Indonesia: Pendekatan Theory of Planned Behavior." *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)* 3, no. 1 (2018): 41–59.