



MASTER PLAN INDUSTRI HALAL INDONESIA

2023-2029





**MASTER PLAN
INDUSTRI HALAL
INDONESIA
2023-2029**

Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah
Gedung Djuanda II Lantai 17, Jl. Dr. Wahidin Raya No. 1,
Jakarta Pusat, DKI Jakarta 10710

Daftar Isi

MASTER PLAN INDUSTRI HALAL INDONESIA

Daftar Isi	iv
Daftar Gambar	v
<i>Executive Summary</i>	vi
Ruang Lingkup	1
Arah ke Depan	5
Lanskap Industri Halal Indonesia	13
Gambaran Umum <i>Master Plan</i> Industri Halal Indonesia	19
Penguatan Klaster Industri Halal	25
<i>Roadmap</i> Pengembangan Industri Halal	55
Keterkaitan MPIHI 2023 - 2029 Dengan Dokumen Perencanaan Pemerintah	73
Glosarium	81

Daftar Gambar

MASTER PLAN INDUSTRI HALAL INDONESIA

Gambar 1. Kerangka <i>Master Plan</i> Industri Halal Indonesia dengan Visi “Menjadikan Indonesia sebagai Pusat Industri Halal Dunia”	6
Gambar 2. Kerangka Visi, Target Pencapaian, Strategi Utama, Program Utama, dan Indikator pada <i>Master Plan</i> Industri Halal Indonesia	8
Gambar 3. Top 5 Komoditas Ekspor Indonesia (2023)	15
Gambar 4. Top 5 Komoditas Impor Indonesia (2023)	15
Gambar 5. Grafik Persentase Sektor Bidang Usaha Indonesia (2022)	16
Gambar 6. Industri Halal dalam Ekosistem Ekonomi dan Keuangan Syariah Indonesia	21
Gambar 7. Peningkatan Nilai Perdagangan dan Investasi Produk Halal terhadap Ekonomi Indonesia	26
Gambar 8. Capaian Sektor Ekonomi Kreatif	28
Gambar 9. Proporsi Kontribusi Industri Pengolahan Non Migas terhadap PDB (Triwulan ke-3 Tahun 2022)	28
Gambar 10. Strategi Utama Pengembangan Industri Halal	30
Gambar 11. Capaian Sektor Kuliner	32
Gambar 12. Rantai Nilai Makanan dan Minuman Halal	35
Gambar 13. Rantai Nilai Farmasi dan Kosmetik Halal	40
Gambar 14. Strategi Utama, Program Utama, dan Industri Halal Inti	41
Gambar 15. Capaian Sektor Fesyen	44
Gambar 16. Rantai Nilai Fesyen Muslim	46
Gambar 17. Rantai Nilai Pariwisata Ramah Muslim	51
Gambar 18. Kontribusi Masing-Masing Subsektor Ekonomi Kreatif pada PDB Ekonomi Kreatif	53
Gambar 19. Rantai Nilai Media dan Rekreasi Halal	54
Gambar 20. Strategi Utama dalam Mengembangkan Industri Halal di Indonesia	56
Gambar 21. Analisis Pros-Cons Kelembagaan NHF	64
Gambar 22. Skema Rekomendasi NHF	65
Gambar 23. <i>Framework</i> Proses PDES	68
Gambar 24. Rancangan Ekosistem Digital Ekonomi dan Keuangan Syariah	69
Gambar 25. Keterkaitan MPIHI 2023-2029 dengan Dokumen Perencanaan Pemerintah	74
Gambar 26. Prioritas Nasional, Program Prioritas, Kegiatan Prioritas dan Proyek Prioritas pada Pemutakhiran Rencana Kerja Pemerintah 2023	79





**EXECUTIVE
SUMMARY**



“Perkembangan industri halal adalah salah satu jawaban atas transformasi ekonomi Indonesia menuju ekonomi berkelanjutan dalam pengembangan paradigma baru industrialisasi di Indonesia saat ini dan mendatang.”

Perkembangan ekonomi syariah dan *halal lifestyle* mulai dilirik oleh banyak negara di dunia sebagai salah satu unsur penting untuk pengembangan sumber-sumber pertumbuhan baru, guna menopang perekonomian yang berkelanjutan. Potensi pertumbuhan yang tinggi ini dapat dilihat dari data *State of the Global Islamic Economy Report (SGIER) 2022* yang memperlihatkan bahwa pengeluaran muslim secara global pada tahun 2022 akan tumbuh hingga 9,1% untuk sektor-sektor ekonomi syariah (tidak termasuk sektor keuangan syariah)

Kemudian, di tahun 2025 diperkirakan belanja muslim mencapai USD 2,8 triliun dengan tingkat *Compound Annual Growth Rate (CAGR)* dalam empat tahun sebesar 7,5%.

Di samping itu, jumlah penduduk muslim di Indonesia tercatat sebanyak 241,7 juta jiwa per Desember 2022 (Dukcapil, 2022), atau setara dengan 89,02% dari populasi tanah air sebanyak 277,75 juta jiwa pada akhir tahun 2022. Ini tentunya merupakan potensi pertumbuhan yang sangat besar untuk ekonomi syariah dan industri halal.



Negara Muslim Terbesar
di Dunia



241,7 Juta
Penduduk Muslim di Indonesia



89,02% Penduduk Muslim
dari Populasi Indonesia

**data Kementerian Dalam Negeri per Desember 2022*

Masyarakat Indonesia saat ini berada pada kategori *middle class income* atau kelas berpendapatan menengah, tentunya menjadi salah satu ceruk pasar besar di dalam negeri bagi pengembangan industri halal nasional. Berdasarkan *Indonesia Halal Market Report (IHMR) 2021/2022*, Indonesia berpeluang menambah USD 5,1 miliar atau IDR 72,9 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dari sektor yang termasuk pada industri halal.

Industri pengolahan penting menjadi salah satu penggerak utama dalam perekonomian nasional, karena sektor ini berfokus pada peningkatan nilai tambah produk, sehingga mampu menaikkan kontribusi PDB. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatatkan bahwa sektor pengolahan atau manufaktur ini berkontribusi terhadap PDB nasional di tahun 2022, yaitu sebesar 17,88%. Berdasarkan data Kementerian Perindustrian (2022), dua kontributor teratas dari sektor industri pengolahan adalah industri makanan dan minuman (6,23%), serta industri kimia, farmasi, dan obat tradisional (1,74%).

Berdasarkan survei KNKS dalam kajian Strategi Nasional Pengembangan Industri Halal (2019), kehalalan merupakan hal yang sangat penting bagi produsen dalam menghasilkan produk untuk masyarakat. Oleh karena itu industri pengolahan perlu memperhatikan proses pada saat pengadaan bahan, mendesain produk, memproduksi, menyimpan, dan mendistribusikan produk. Menurut UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, **produk halal dihasilkan melalui proses produk halal, yaitu rangkaian kegiatan (proses) untuk menjamin kehalalan produk, mencakup penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian produk.**

Sebagai bagian penting dalam industri halal, sektor pariwisata di Indonesia pada tahun 2019 memberikan kontribusi 4,9% pada perekonomian nasional. Walau di masa pandemi Covid-19 tahun 2020, pariwisata global merupakan sektor yang paling terdampak, namun pariwisata di Indonesia masih berkontribusi sebesar 2,2% terhadap perekonomian nasional atau senilai IDR 346 triliun, serta mampu menyerap sejumlah 21,3 juta tenaga kerja atau setara dengan 16,2% kontribusi terhadap tenaga kerja nasional di tahun 2020. (Kememparekraf, 2021)



Sementara itu bidang industri halal lainnya, yaitu sektor ekonomi kreatif pulih lebih cepat setelah di awal pandemi mengalami perlambatan sebesar -2,4% pada tahun 2020, kemudian tumbuh sebesar 2,9% pada tahun 2021. Berdasarkan data yang dirilis oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kememparekraf), PDB ekonomi kreatif berkontribusi sebesar 7,0% terhadap ekonomi nasional pada tahun 2021 atau senilai IDR 1.191 triliun. Sektor ini mampu menyerap sejumlah 21,9 juta tenaga kerja atau setara dengan 16,7% kontribusi terhadap tenaga kerja nasional di tahun 2021.

Mempertimbangkan hal-hal di atas, pengembangan industri halal adalah salah satu jawaban atas persoalan pencarian potensi ekonomi baru yang berkelanjutan dalam pengembangan industrialisasi di Indonesia saat ini. Industri halal merupakan kegiatan memproses atau mengolah barang/jasa halal dengan keterlibatan penggunaan sumber daya bahan baku, sarana peralatan, dan proses pengolahan yang diizinkan oleh syariat Islam untuk menghasilkan produk halal, termasuk juga rantai nilai yang terkait dengan kegiatan industri tersebut, di antaranya *halal lifestyle* konsumen yang sehat, yang baik, dan berkelanjutan. *State of the Global Islamic Economy Report (SGIER) 2022* melaporkan bahwa ada beberapa sektor unggulan yang menjadi penopang industri halal global, di antaranya sektor makanan dan minuman halal, sektor farmasi dan kosmetik halal, sektor pariwisata ramah muslim, dan sektor fesyen muslim. Di samping itu, terdapat juga media dan rekreasi dengan *halal lifestyle*, yang lebih dikenal sebagai bagian sektor ekonomi kreatif di Indonesia.

“Arah dan tujuan Master Plan Industri Halal Indonesia (MPIHI) adalah menyelaraskan amanat rencana pembangunan nasional yang terdapat pada Rencana Kerja Pemerintah (RKP) Tahunan, Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) dan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN). Dari waktu ke waktu, pengembangan industri halal di Indonesia akan diselaraskan dengan program Kementerian/Lembaga terkait pengembangan industri halal.”

Dalam rangka mengembangkan industri halal untuk mencapai visi dan pertumbuhan ekonomi Indonesia, maka diperlukan Master Plan Industri Halal Indonesia (MPIHI). Arah dan tujuan MPIHI ini menyelaraskan amanat Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) dan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN). Selain itu, MPIHI juga sejalan dan merupakan pendalaman dari strategi pengembangan industri halal pada Masterplan Ekonomi dan Keuangan Syariah Indonesia (MEKSI) 2019-2024, yang bertujuan mendorong peningkatan nilai tambah, lapangan kerja, investasi di sektor riil, dan industrialisasi. Dari waktu ke waktu, pengembangan industri halal di Indonesia akan diselaraskan dengan program Kementerian/Lembaga terkait pengembangan industri halal, yang tertuang pada Prioritas Nasional (PN), Program Prioritas (PP), dan Kegiatan Prioritas (KP).

MPIHI 2023-2029 mengusung tagline “Industri Halal untuk Ekonomi Berkelanjutan”, sesuai dengan perkembangan kondisi dunia dan arah transformasi ekonomi Indonesia, sebagai bagian dari partisipasi global untuk masa depan.

“... 4 strategi utama, 11 program utama, dan 8 indikator menjadi instrumen di dalam MPIHI untuk mencapai target yang diharapkan.”

Pelaksanaan MPIHI digambarkan melalui *road map* pengembangan industri halal dari tahun 2023 sampai dengan tahun 2029. *Road map* pengembangan industri halal yang disusun bertujuan sebagai panduan untuk semua pemangku kepentingan yang terlibat dalam mencapai visi “Menjadikan Indonesia sebagai Pusat Industri Halal Dunia” dengan 4 (empat) strategi utama, 11 (sebelas) program utama dan 8 (delapan) indikator yang akan dipantau perkembangannya dari waktu ke waktu. Adapun strategi dan program utama dalam pengembangan industri halal adalah sebagai berikut:

(1) **Peningkatan produktivitas dan daya saing**, melalui 4 program utama, yaitu (i) Penguatan rantai nilai halal; (ii) Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) yang unggul dan mampu bersaing; (iii) Penguatan pelaku industri halal yang mencakup Industri/Usaha Mikro Kecil dan Menengah (I/UMKM) dan pesantren, serta penguatan inkubasi *startup* bisnis halal berbasis inovasi dan teknologi; dan (iv) Peningkatan riset dan inovasi.

(3) **Penguatan keuangan dan infrastruktur**, mempunyai tiga program utama, yaitu (i) Dukungan keuangan syariah yang inklusif; (ii) Penguatan infrastruktur industri halal; dan (iii) Penyusunan indikator dan *database* industri halal oleh otorita data nasional.

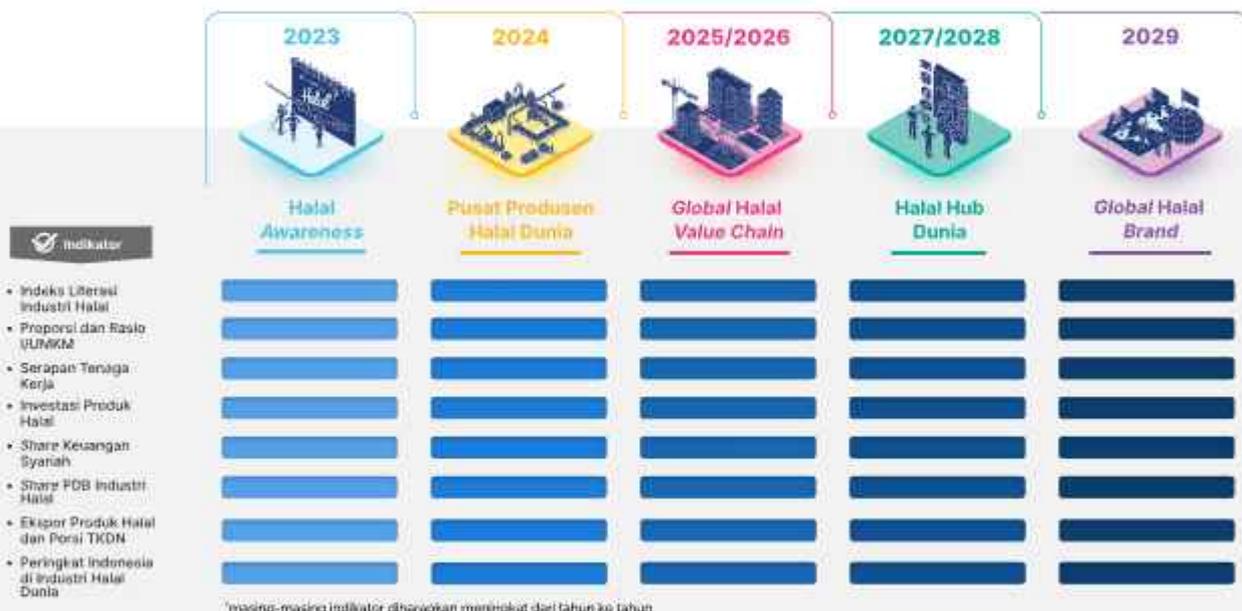
(2) **Penerapan serta penguatan kebijakan dan regulasi**, terdiri dari dua program utama, yaitu (i) Penguatan Industri halal melalui dukungan kebijakan dan regulasi yang memiliki kecukupan kemanfaatan, kepastian, dan keadilan, mulai dari hulu hingga hilir; dan (ii) Penerapan sistem jaminan produk halal (sertifikasi dan *traceability*).

(4) **Penguatan halal brand and awareness**, meliputi dua program utama, yaitu (i) Peningkatan preferensi sosial dan *halal lifestyle* melalui promosi dan edukasi; dan (ii) Terjalinnnya hubungan diplomasi ekonomi internasional dalam bidang industri halal.



Melalui strategi dan program utama di atas, maka target pencapaian yang terdapat pada MPIHI ini adalah sebagai berikut: (i) meningkatnya nilai tambah, lapangan kerja, investasi di sektor riil, dan industrialisasi; (ii) meningkatnya ekspor bernilai tambah tinggi dan substitusi impor; (iii) menguatnya pilar pertumbuhan dan daya saing ekonomi; (iv) menguatnya kewirausahaan dan I/UMKM; (v) menguatnya *halal brand and awareness*.

Milestones Pengembangan Industri Halal di Indonesia



Sumber : Kajian Roadmap Industri Halal (dimodifikasi), Bank Indonesia



Sambutan

Wakil Presiden Republik Indonesia Selaku Ketua Harian KNEKS



Prof. Dr. K.H. Ma'ruf Amin
Wakil Presiden Republik Indonesia

*Assalamualaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh.
Bismillahirrahmanirrahim.*

Saat ini ekonomi dan keuangan syariah telah menjadi sektor yang diperjuangkan secara serius oleh banyak negara untuk menopang pertumbuhan di dalam negerinya. Tengoklah laporan *State of the Global Islamic Economy (SGIE)* yang kini telah menjadi rujukan global dalam mengevaluasi pencapaian nasional di bidang ekonomi dan keuangan syariah. Dalam laporan SGIE tahun 2023, puluhan negara kian gesit berebut peringkat dalam indikator keberhasilan di bidang ekonomi dan keuangan syariah, termasuk negara yang mayoritas warganya bukan muslim. *Alhamdulillah*, Indonesia - berkat kerja keras dan sinergi seluruh pemangku kepentingan - sekarang menduduki posisi ketiga dunia berdasarkan *Global Islamic Economy Indicator* yang disusun di dalam SGIE.

Berbagai data telah menyediakan basis bagi negara kita untuk lebih giat menjadikan ekonomi dan keuangan syariah nasional terus tumbuh, tangguh dan kompetitif. Tahun 2030, populasi muslim dunia diperkirakan akan melebihi seperempat dari populasi global. Pengeluaran muslim dunia pada sektor-sektor halal juga diperkirakan akan terus melonjak. Lebih dari itu, aktivitas ekonomi dan keuangan syariah semakin dilirik seturut meningkatnya kesadaran masyarakat dunia terhadap konsep dan praktik ekonomi yang berbasis etika, yang selaras dengan prinsip-prinsip pembangunan yang berkelanjutan (*Sustainable Development Goals*).

Bagi Indonesia yang merupakan negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, memiliki cita-cita untuk menjadi pemain inti di bidang ekonomi dan keuangan syariah global adalah sememangnya. Untuk itu, setidaknya ada dua unsur yang sangat esensial dan menjadi kunci keberhasilan. *Pertama*, sumber daya manusia yang menguasai pengetahuan tentang kaidah dan prinsip-prinsip syariah di samping pengetahuan tentang ekonomi dan keuangan secara umum, dan yang *kedua*, panduan operasionalisasi dan inovasi ekonomi dan keuangan syariah di Indonesia.

Dokumen Masterplan Industri Halal Indonesia 2023-2029 menjadi salah satu perwujudan dari panduan tersebut, sebagai penerang arah bagi para peneliti, profesional, pemangku kebijakan, dan pemangku kepentingan dalam upaya mendorong percepatan pengembangan industri halal di Indonesia yang selaras dengan arah dan tujuan pembangunan nasional. Industri halal telah menunjukkan viabilitas dan ketahanan terutama saat melewati krisis. Semoga langkah dan upaya bangsa Indonesia terus solid menuju Indonesia sebagai Pusat Industri Halal Dunia.

Wallahul muwaffiq ilaa aqwamith thariiq.

Wassalamualaikum warahmatullaahi wabarakaatuh.

Jakarta, Oktober 2023
Wakil Presiden Republik Indonesia
Selaku Ketua Harian KNEKS

Prof. Dr. K.H. Ma'ruf Amin



Sambutan

Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional / Kepala Bappenas



Suharso Monoarfa
Menteri PPN / Kepala Bappenas

Indonesia, sebagai bangsa dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, memiliki potensi luar biasa dalam mengembangkan industri halal. Indonesia telah dikenal sebagai salah satu produsen dan eksportir produk halal terbesar di dunia, seperti makanan, minuman, kosmetik, farmasi, dan sektor-sektor lainnya. Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi, permintaan terhadap produk industri halal terus meningkat di berbagai belahan dunia. Dengan potensi yang ada, Indonesia berpeluang menjadi pemimpin dalam industri halal, tidak hanya sebagai produsen produk dan jasa di sektor halal, tetapi juga sebagai pusat penelitian, inovasi, dan sertifikasi halal yang terpercaya di skala dunia.

Dokumen **Masterplan Industri Halal Indonesia Tahun 2023-2029** ini memuat visi yang kuat dan tangguh untuk mengembangkan industri halal Indonesia sesuai arahan **Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional 2025-2045** untuk penguatan ekosistem ekonomi syariah dan industri halal untuk menjadi pusat industri halal dunia. Masterplan ini mencakup strategi utama dalam pengembangan industri halal yaitu (1) peningkatan produktivitas daya saing, (2) penerapan serta penguatan kebijakan dan regulasi, (3) penguatan keuangan dan infrastruktur, dan (4) penguatan *halal brand and awareness*. Dukungan terhadap inovasi, penelitian, dan pengembangan produk halal unggul akan meningkatkan daya saing industri halal Indonesia di pasar global, membuka peluang ekspor yang lebih luas, serta akan mendorong pertumbuhan ekonomi halal di sektor ini. Penerapan sistem jaminan produk halal (sertifikasi dan *traceability*), serta peningkatan investasi dalam infrastruktur dan lembaga keuangan sangat dibutuhkan guna mendukung kelancaran rantai pasok produk halal, sementara promosi strategis dan kampanye edukasi akan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk halal. Dengan strategi ini, industri halal Indonesia diharapkan akan semakin tumbuh lebih baik, serta memperkuat posisi Indonesia di pasar global.

Masterplan Industri Halal Indonesia menjadi panduan strategis yang komprehensif dalam memperkuat industri halal kita, menciptakan lapangan kerja yang semakin luas dan berkualitas, serta meningkatkan kontribusi kita dalam perekonomian global. Saya berharap bahwa Masterplan Industri Halal Indonesia ini dapat menjadi rujukan bagi semua pihak dalam mengembangkan industri halal di Indonesia. Mari kita bersama-sama mewujudkan potensi luar biasa Indonesia sebagai pusat industri halal dunia.

Jakarta, Oktober 2023

Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional/
Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Nasional

Suharso Monoarfa





RUANG LINGKUP





Definisi Industri Halal

Industri halal adalah industri yang menghasilkan produk (barang dan jasa) yang halal sesuai syariat Islam. (Laldin, 2006)

Ruang lingkup *Master Plan* Industri Halal Indonesia mencakup industri halal inti dan industri halal berkembang. Industri halal inti mencakup makanan dan minuman halal, farmasi dan kosmetik halal, beserta jasa yang terkait. Industri halal berkembang merupakan sektor-sektor lainnya, yang kebutuhan akan barang dan jasa halal terus tumbuh dan berkembang.

“

INDUSTRI HALAL ADALAH INDUSTRI YANG MENGHASILKAN PRODUK (BARANG DAN JASA) YANG HALAL SESUAI SYARIAT ISLAM.

Jaminan Produk Halal

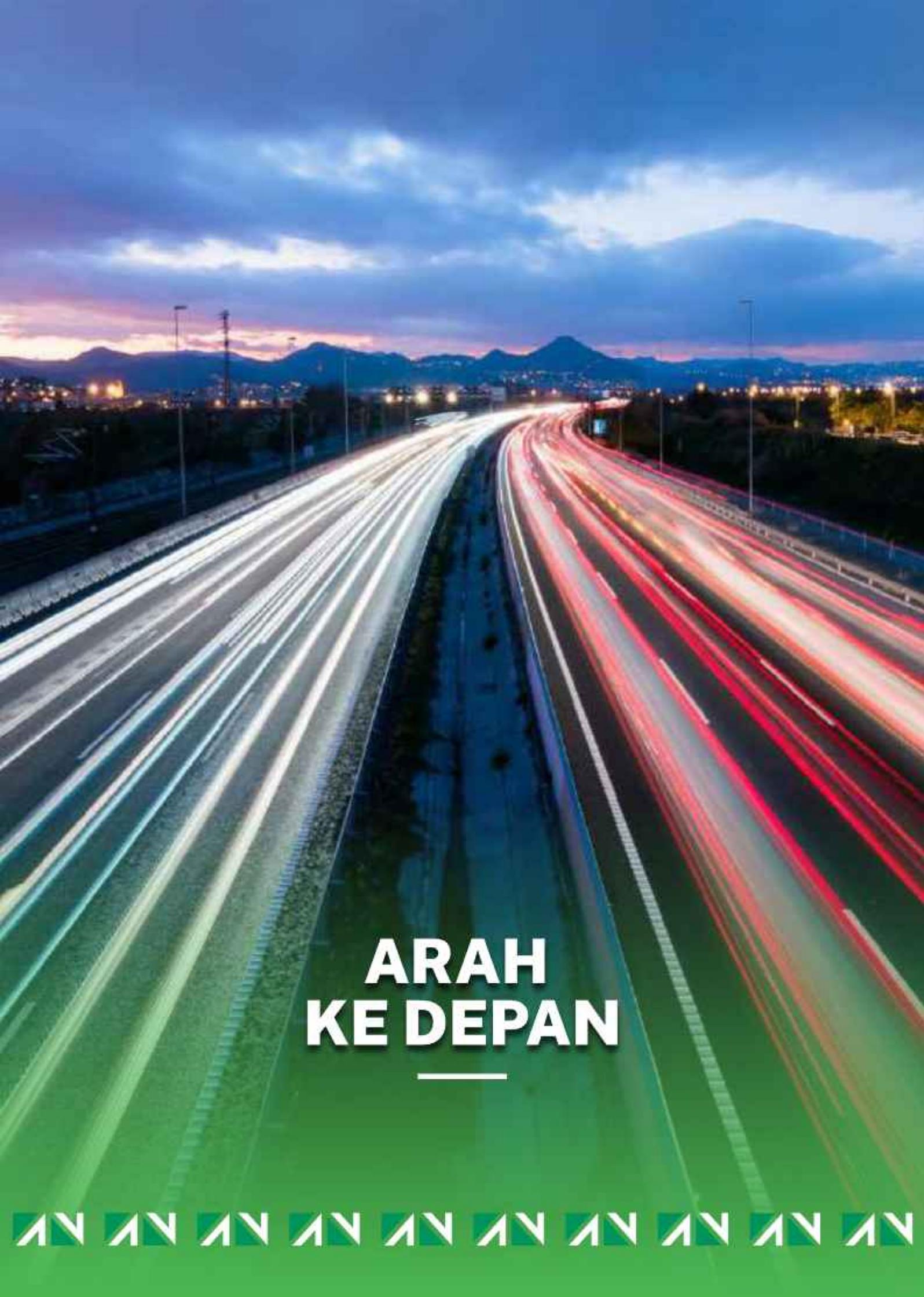
Dalam penyusunan *Master Plan* Industri Halal Indonesia (MPIHI) ini turut mengintegrasikan jaminan produk halal di Indonesia. Dasar hukum bagi jaminan produk halal Indonesia pada saat MPIHI ini dibuat merujuk pada UU no. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, dimana terdapat beberapa pembaruan melalui UU No. 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-undang No. 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja, menjadi Undang-undang. Adapun yang dimaksud dengan Jaminan Produk Halal (JPH) adalah kepastian hukum terhadap kehalalan suatu produk yang dibuktikan dengan Sertifikat Halal. Jaminan ini disusun, diintegrasikan, diterapkan, dan dipelihara untuk mengatur bahan, proses produksi, produk, sumber daya, dan prosedur dalam rangka menjaga kesinambungan proses produk halal dalam suatu sistem yang dikenal dengan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH).





Sistem jaminan produk halal ini berisi kriteria sistem jaminan produk halal serta memuat tujuan utama penerapan sistem jaminan produk halal dan prinsip-prinsipnya, yaitu:

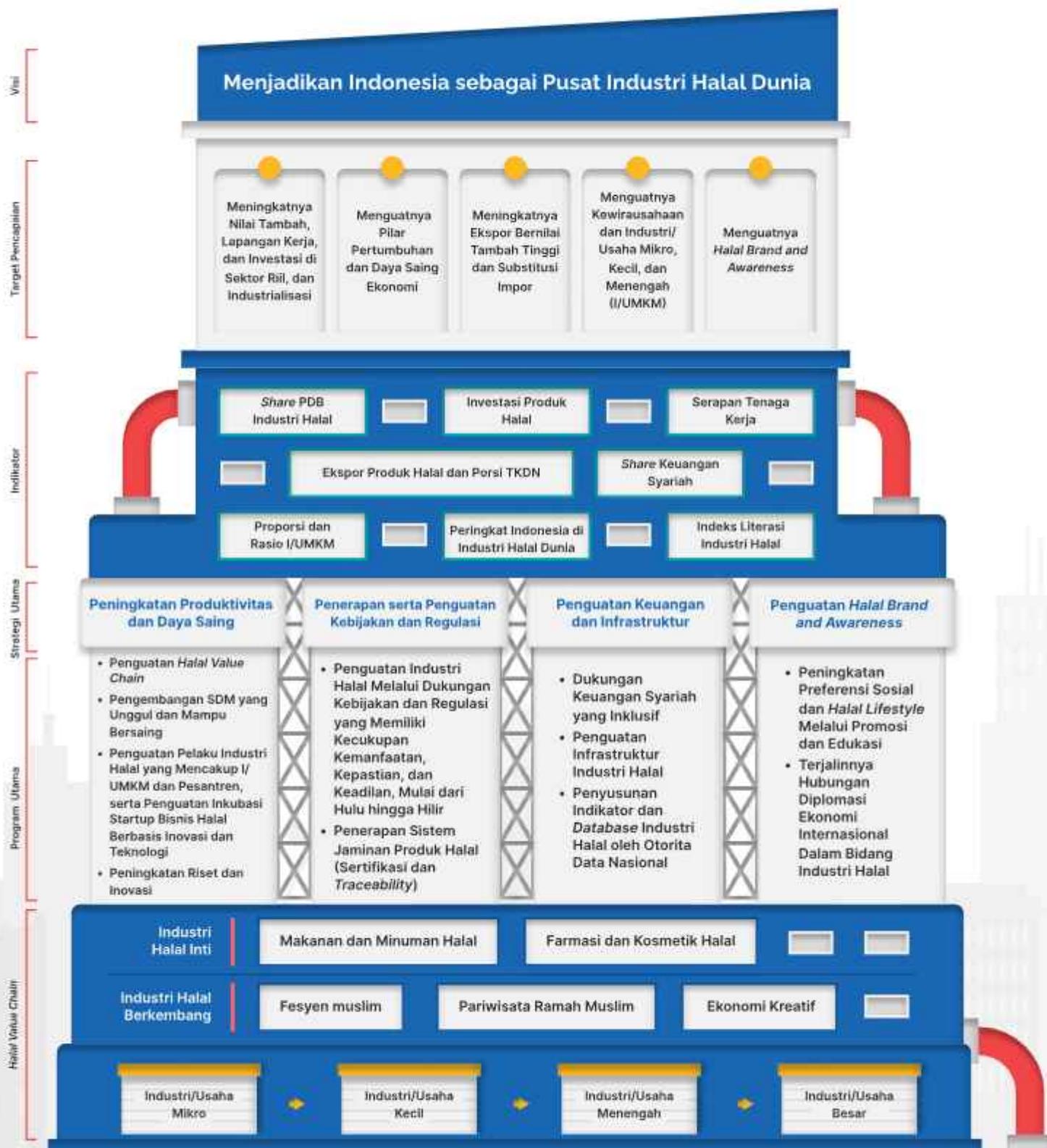
1. Menetapkan persyaratan pada setiap tahapan proses produk halal (dari bahan, proses, sampai dengan produk akhir) termasuk jasa penyembelihan, penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian produk, serta penanganannya, sesuai syariat Islam.
2. Menetapkan persyaratan dan prosedur dalam kegiatan proses produk halal meliputi komitmen dan tanggung jawab, bahan, proses produk halal, produk, serta pemantauan dan evaluasi.
3. Berlaku untuk semua kategori produk yang wajib bersertifikat halal, meliputi barang dan/atau jasa. Kategori barang meliputi makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, dan barang yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan. Kategori jasa meliputi penyembelihan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian yang terkait dengan makanan, minuman, obat, dan kosmetik.
4. Diterapkan pada semua kategori pelaku usaha yang dikenakan kewajiban sertifikasi halal, sesuai UU No. 33 tahun 2014 dan PP No. 39 tahun 2021, baik untuk pelaku usaha mikro, kecil, menengah, dan besar.



ARAH KE DEPAN



Kerangka Master Plan Industri Halal Indonesia



Gambar 1. Kerangka Master Plan Industri Halal Indonesia dengan Visi "Menjadikan Indonesia sebagai Pusat Industri Halal Dunia"

Sumber : Kajian Roadmap Industri Halal (dimodifikasi), Bank Indonesia

Visi, Target Pencapaian, dan Indikator

Kerangka *Master Plan Industri Halal Indonesia (MPIHI)* disusun untuk menunjang pencapaian visi negara Indonesia Emas di tahun 2045 yang disesuaikan dengan kondisi *existing* terkini, baik secara global maupun lingkup nasional. Kerangka MPIHI ini diharapkan dapat menjadi panduan yang relevan dan komprehensif dalam pengembangan industri halal di Indonesia.

Visi industri halal di Indonesia dikembangkan secara kuat dan bersama-sama, yaitu **"Menjadikan Indonesia sebagai Pusat Industri Halal Dunia"**. Indonesia sebagai negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam dengan segala potensi dan peluang yang dimiliki, telah layak untuk bangkit menjadi Pusat Industri Halal Dunia.

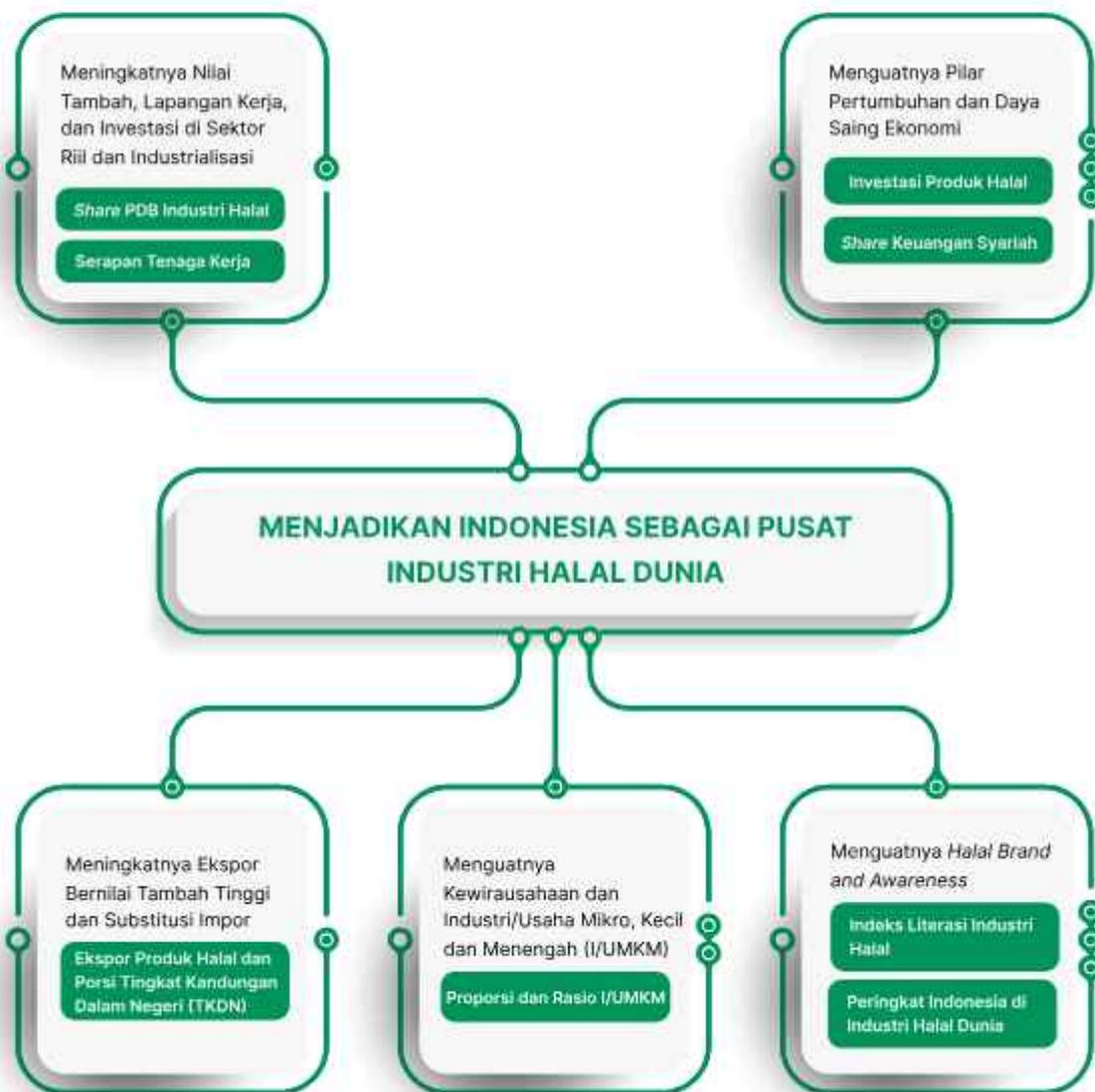
**MENJADIKAN INDONESIA
SEBAGAI PUSAT INDUSTRI
HALAL DUNIA**



Untuk dapat mewujudkan visi tersebut, terdapat lima target pencapaian pada MPIHI ini yaitu:

- a) Meningkatkan nilai tambah, lapangan kerja, dan investasi di sektor riil dan industrialisasi;
- b) Menguatnya pilar pertumbuhan dan daya saing ekonomi;
- c) Meningkatkan ekspor bernilai tambah tinggi dan substitusi impor;
- d) Menguatnya kewirausahaan dan industri/usaha mikro, kecil dan menengah (I/UMKM); dan
- e) Menguatnya *halal brand and awareness*.

Keterkaitan antara target pencapaian dengan strategi utama, program utama, serta indikatornya, digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. Kerangka Visi, Target Pencapaian, Strategi Utama, Program Utama, dan Indikator pada Master Plan Industri Halal Indonesia

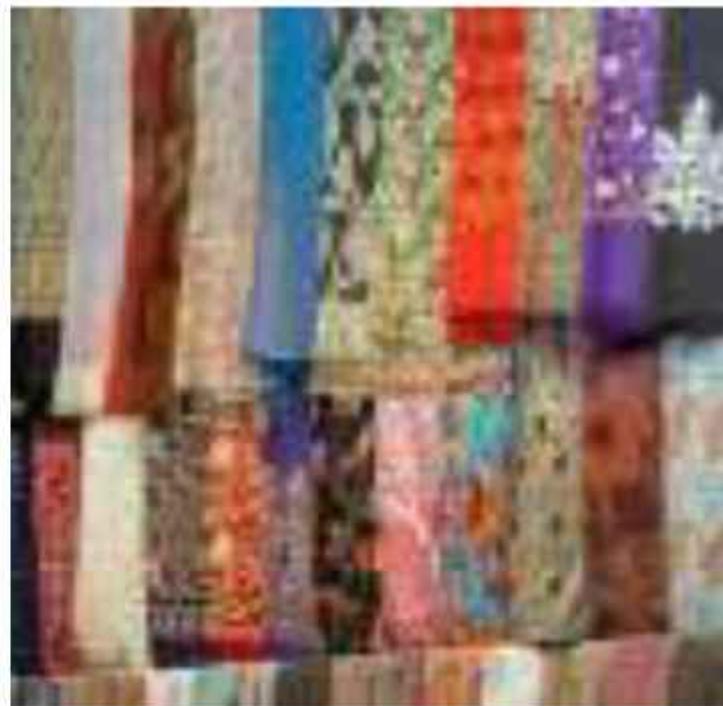
a) Meningkatkan nilai tambah, lapangan kerja, dan investasi di sektor riil dan industrialisasi.

Guna mencapai visi “Menjadikan Indonesia sebagai Pusat Industri Halal Dunia”, **Indonesia harus meningkatkan kinerjanya dalam peningkatan nilai tambah (*added value*), lapangan kerja, dan investasi di sektor riil dan industrialisasi.** Nilai tambah adalah proses tekno-ekonomi yang memerlukan keterampilan dan keahlian, teknologi, kreativitas dan inovasi, manajerial, kewirausahaan, modal, kerja sama, dan penguasaan pasar untuk menciptakan dan meningkatkannya. Dengan demikian, proses penciptaan nilai tambah pada dasarnya dikatakan sebagai proses yang kompleks karena melibatkan banyak unsur di dalamnya. Lapangan kerja adalah suatu bidang kegiatan usaha yang bisa ditempati oleh seseorang untuk bekerja, yang dengan lapangan kerja ini akan membuka kesempatan bekerja bagi para pencari kerja. Investasi di sektor riil adalah investasi pada sektor yang bersentuhan langsung dengan kegiatan ekonomi di masyarakat, yang sangat berpengaruh atau yang keberadaannya dapat dijadikan tolak ukur untuk mengetahui pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan investasi di sektor riil diharapkan dapat mendorong efek berantai yang positif terhadap ketahanan ekonomi. Industrialisasi dapat diartikan sebagai perubahan sosial ekonomi masyarakat, yang ditransformasikan dari tahap pra-industri ke tahap industrialisasi.

Terdapat dua indikator untuk target pencapaian ini, yaitu: **serapan tenaga kerja** dan **share PDB industri halal**. Serapan tenaga kerja diartikan sebagai kemampuan jumlah lapangan kerja yang kemudian mampu menampung para pekerja dalam wilayah dan waktu tertentu, sedangkan *share* PDB industri halal dapat diartikan sebagai besarnya pangsa pasar industri halal yang berkontribusi terhadap PDB nasional. Kedua indikator ini dapat menjadi parameter untuk mencapai meningkatnya nilai tambah, lapangan kerja, dan investasi di sektor riil dan industrialisasi.

b) Menguatnya pilar pertumbuhan dan daya saing ekonomi

Dalam perekonomian negara, **pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan ditopang oleh empat pilar utama, yaitu kebijakan moneter, kebijakan fiskal, ekonomi riil, serta neraca pembayaran.** Di sisi lain, daya saing ekonomi diartikan sebagai kemampuan ekonomi nasional untuk mencapai pertumbuhan yang tinggi dan berkelanjutan. Terdapat dua indikator untuk dapat mewujudkan target pencapaian menguatnya pilar pertumbuhan dan daya saing ekonomi terkait industri halal, yaitu **investasi produk halal** dan **share keuangan syariah** pada rantai nilainya.



c) Meningkatnya ekspor bernilai tambah tinggi dan substitusi impor

Ekspor bernilai tambah tinggi dan substitusi impor diartikan sebagai **ekspor produk berbasis teknologi atau produk jadi yang terkait dengan kebijakan hilirisasi, serta mensubstitusi kebutuhan impor luar negeri**. Meningkatnya ekspor bernilai tambah tinggi dan substitusi impor merupakan target pencapaian ketiga yang memiliki satu indikator, yaitu **ekspor produk halal dan porsi Tingkat Kandungan Dalam Negeri (TKDN)**. TKDN merupakan persentase komponen produksi yang dibuat di Indonesia pada suatu produk barang dan jasa, atau gabungan antara barang dan jasa. Besarnya ekspor produk dan/atau jasa halal bernilai tambah tinggi, serta besarnya porsi TKDN produk dan/atau jasa halal, merupakan parameter untuk mencapai target meningkatnya ekspor bernilai tambah tinggi dan substitusi impor.

d) Menguatnya kewirausahaan, industri/usaha mikro, kecil dan menengah (I/UMKM)

Menguatnya kewirausahaan dan I/UMKM merupakan target utama yang terkait langsung dengan keempat pilar dalam visi industri halal Indonesia. Target pencapaian ini merupakan prasyarat untuk mengembangkan industri halal Indonesia, sehingga kemudian bisa berkembang menjadi pusat industri halal dunia. Terdapat satu indikator untuk target pencapaian ini yaitu: proporsi dan rasio I/UMKM. Besarnya **proporsi dan rasio I/UMKM** di Indonesia yang menopang industri lanjutannya dapat menjadi parameter menguatnya kewirausahaan dan tumbuhnya wirausahawan di Indonesia dalam sektor I/UMKM halal.

e) Menguatnya *halal brand and awareness*

Halal brand merupakan merek produk halal yang perlu dikenalkan kepada para konsumen seluas-luasnya, sedangkan **halal awareness** diartikan sebagai derajat pengetahuan konsumen mengenai produk halal. Target pencapaian menguatnya *halal brand and awareness* ini memiliki dua indikator dalam upaya mewujudkannya, yaitu **indeks literasi industri halal**, yang dapat diartikan sebagai indeks kesadaran dan edukasi publik terkait industri halal dan perkembangannya; serta **peringkat Indonesia di industri halal dunia**, yang hasilnya akan diterbitkan oleh lembaga pemeringkat industri halal internasional.



**Ekonomi
Syariah**

Kebaikan Untuk Semua





Sangat penting untuk mengembangkan indikator-indikator atas target pencapaian yang terukur dan dapat dimonitor dengan baik perkembangannya.

Oleh karena itu, **diperlukan tindak lanjut yang cepat, bersama dengan otorita data** guna menerjemahkan **definisi industri halal dalam konsep statistik perekonomian Indonesia**, baik melalui pendekatan **Klasifikasi Baku Komoditi Indonesia (KBKI), Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI)**, maupun **keterkaitan antara rantai nilai halal global dan *halal lifestyle* konsumen**.





LANSKAP INDUSTRI HALAL INDONESIA





Ekonomi syariah merupakan sistem ekonomi yang mengimplementasikan nilai dan prinsip dasar syariah, bersumber dari ajaran agama Islam. Nilai dan prinsip syariah tersebut berlaku universal dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam kegiatan ekonomi dan keuangan. Karakteristik utamanya yakni bebas dari elemen riba, ketidakpastian (*gharar*), dan judi (*maysir*). Ekonomi syariah berkembang secara progresif dalam dinamika perekonomian dunia dengan dijalankannya prinsip dan aspek kebaikan, hingga maslahat atau kebermanfaatannya dirasakan secara inklusif terhadap semua lapisan masyarakat.

Aspek ekonomi syariah ini dapat dikembangkan melalui keuangan, filantropi, dan sektor riil secara luas. Salah satu fokus utama implementasi pengembangan ekonomi syariah adalah sektor riil halal, terutama yang berpotensi dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara nasional. Sektor riil halal ini menjadi sektor penggerak yang bersentuhan langsung dengan kegiatan ekonomi masyarakat berupa barang maupun jasa non keuangan.

Perkembangan ekonomi syariah dan *halal lifestyle* mulai dilirik oleh banyak negara di dunia sebagai salah satu unsur penting untuk pengembangan sumber-sumber pertumbuhan baru, guna menopang perekonomian yang berkelanjutan.

Berdasarkan State of the Global Islamic Economy Report (SGIER) 2022

Pengeluaran muslim secara global pada tahun 2022 akan tumbuh hingga 9,1 % untuk sektor-sektor ekonomi syariah (tidak termasuk sektor keuangan syariah).

2022

Pada tahun 2025 diperkirakan pembelanjaan muslim mencapai USD 2,8 triliun dengan tingkat CAGR dalam 4 tahun sebesar 7,5%.

2025

Berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), tercatat jumlah penduduk muslim di Indonesia sebanyak 241,7 juta jiwa per Desember 2022, atau setara dengan 89,02% dari total populasi tanah air sebanyak 277,75 juta jiwa pada akhir tahun 2022.



241,7 Juta
Penduduk muslim di Indonesia

=



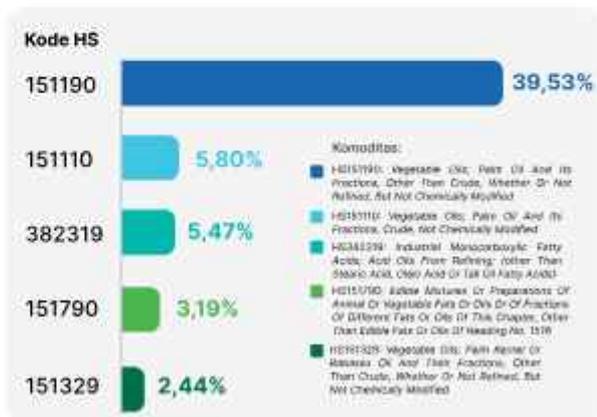
89,02% Penduduk muslim dari populasi Indonesia

Masyarakat Indonesia saat ini berada pada kategori *middle class income* atau kelas berpendapatan menengah, tentunya menjadi salah satu ceruk pasar besar di dalam negeri bagi pengembangan industri halal nasional. Berdasarkan Indonesia Halal Market Report (IHMR) 2021/2022, Indonesia berpeluang menambah USD 5,1 miliar atau IDR 72,9 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dari sektor yang termasuk pada industri halal. Kemudian dari sisi penawaran, produk dan jasa halal didesain untuk semakin bersifat universal dan menarik untuk semua tipe konsumen, terutama bagi konsumen yang peduli dengan etika konsumsi, kesehatan, serta sosial lingkungan. Selain itu, konektivitas internet dan perkembangan digital yang semakin pesat juga memberikan ruang gerak yang cepat untuk pertumbuhan *e-commerce* dan juga teknologi finansial, baik secara domestik maupun lintas negara. Kombinasi hal-hal di atas mendorong tumbuhnya permintaan produk maupun jasa halal secara domestik dan global.

Pendekatan industri halal Indonesia mencakup sektor-sektor industri dan jasa yang memproduksi produk atau memberikan jasa pelayanan yang menunjang pemenuhan kebutuhan konsumen muslim dengan nilai inklusifnya. Pengembangan industri halal di Indonesia tentunya berkaitan erat dengan pengembangan sektor industri pengolahan dan rantai nilainya. Pendekatan identifikasi dan pencatatan kontribusi sektor halal melalui sisi komoditas unggulan ekspor dan impor berdasarkan Kode *Harmonized System* (HS) dan komoditas yang diperdagangkan secara domestik berdasarkan Klasifikasi Baku Komoditi Indonesia (KBKI), maupun sektor bidang usaha berdasarkan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI), perlu dilakukan untuk mendapatkan statistik yang akurat bagi perumusan kebijakan yang afirmatif dan terarah.

Berdasarkan data BPS yang telah diolah pada periode Januari 2023 hingga Oktober 2023, menurut kode HS 6 digit untuk ekspor dan impor produk halal Indonesia diperoleh masing-masing top 5 komoditas untuk ekspor dan impor sebagai berikut.

Top 5 Komoditas Ekspor Indonesia (Persentase terhadap Total Ekspor Indonesia)



Gambar 3. Top 5 Komoditas Ekspor Indonesia (2023)

Sumber: BPS (2023)

Top 5 Komoditas Impor Indonesia (Persentase terhadap Total Impor Indonesia)



Gambar 4. Top 5 Komoditas Impor Indonesia (2023)

Sumber: BPS (2023)



Tatanan perekonomian terlihat dari sektor-sektor usaha yang diklasifikasi berdasarkan KBLI, dengan kontribusi terbesar saat ini adalah dari industri pengolahan dengan rantai nilai terkaitnya. Pada tahun 2022, perekonomian Indonesia didominasi oleh sektor industri pengolahan sebesar 17,88%, diikuti sektor pertambangan dan penggalian 13,47%; pertanian, kehutanan, dan perikanan sebesar 12,91%; perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor sebesar 12,74%; serta konstruksi sebesar 9,45%. Peranan kelima sektor lapangan usaha tersebut dalam perekonomian Indonesia mencapai 66,45%.

Lebih lanjut, berdasarkan data Kementerian Perindustrian (2022) menunjukkan dua kontributor teratas dari sektor industri pengolahan adalah industri makanan dan minuman (6,23%), serta industri kimia, farmasi, dan obat tradisional (1,74%).

Kondisi ini mencerminkan pembangunan di sektor-sektor unggulan lainnya perlu ditingkatkan. Menjadi hal penting bahwa pembangunan industri halal sebagian besarnya merupakan sub sektor yang mampu mengakselerasi pertumbuhan ekonomi Indonesia hingga masa mendatang.



Gambar 5. Grafik Persentase Sektor Bidang Usaha Indonesia (2022)

Sumber: BPS (2022)

Kehalalan merupakan hal yang sangat penting untuk dipenuhi produsen dalam memproduksi dan menghasilkan produk. Industri pengolahan erat kaitannya dengan pembuatan produk halal. Berdasarkan UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal mendefinisikan produk halal sebagai produk yang telah dinyatakan halal sesuai syariat Islam. Terbentuknya produk halal dilakukan melalui serangkaian kegiatan untuk menjamin kehalalan produk, mencakup penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, hingga penyajian produk.

Seiring dengan membaiknya kondisi perekonomian nasional, Kementerian Perindustrian melaporkan bahwa nilai ekspor industri manufaktur mampu mencapai USD 175-180 miliar pada tahun 2022, dengan target nilai investasi sebesar IDR 300-310 triliun, dengan penyerapan tenaga kerja sebanyak 20,84 juta orang. Dalam upaya mencapai target-target tersebut, Kementerian Perindustrian telah mengidentifikasi berbagai tantangan yang dihadapi pada tahun 2022.

Tantangan tersebut antara lain terkait disrupsi dari *supply chain*, kelangkaan kontainer yang diakibatkan oleh ketidakseimbangan perdagangan melalui laut, serta berbagai *events* internasional, khususnya pameran atau pameran internasional yang diselenggarakan dalam bentuk virtual atau digital, dinilai masih kurang mampu menarik bagi pengunjung. Selain itu, terdapat tantangan lain yang mencakup pada ketergantungan impor bahan baku dan bahan baku penolong, serta kurangnya upaya mitigasi risiko pada sektor industri.

Saat ini sektor industri pengolahan dihadapkan oleh beberapa tantangan struktural yang perlu segera ditangani, yaitu (1) Struktur bahan baku dan bahan penolong industri pengolahan Indonesia masih didominasi oleh impor; (2) Ekspor produk Indonesia yang masih didominasi oleh *low tech product*; serta (3) Partisipasi produk/industri Indonesia dalam *global value chain* belum optimal.

Adanya ketiga tantangan struktur industri tersebut menuntut perlu dilakukannya transformasi struktural bagi beberapa sektor industri, agar mampu mengakselerasi peningkatan kinerja dari sektor-sektor industri tersebut. Pengembangan industri halal adalah salah satu jawaban, yang dapat mendorong potensi pertumbuhan ekonomi baru dan berkelanjutan, dalam pengembangan industrialisasi di Indonesia saat ini.

Beberapa sektor utama yang terlibat secara riil dalam pengembangan industri halal berdasarkan *State of the Global Islamic Economy Report (SGIER) 2022*



Sektor makanan dan minuman halal



Sektor farmasi dan kosmetik halal



Sektor pariwisata ramah muslim



Sektor fesyen muslim

Di samping itu, terdapat juga media dan rekreasi dengan *halal lifestyle*, yang lebih dikenal sebagai bagian sektor ekonomi kreatif di Indonesia.



Sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi syariah termasuk konsumsi atas produk halal. Indonesia juga memiliki posisi penting dalam perdagangan produk halal global, sebagaimana terlihat dari data Bank Indonesia tahun 2019, yang menunjukkan bahwa total pangsa pasar industri halal Indonesia terhadap pangsa pasar global itu mencapai 11%. Selain itu, berdasarkan SGIER 2022, tercatat bahwa saat ini terdapat peningkatan kepedulian masyarakat terhadap *halal lifestyle*, yang ditunjukkan adanya kenaikan pendapatan dari pasar halal sebesar lebih dari 75%.





**GAMBARAN UMUM
MASTER PLAN
INDUSTRI HALAL
INDONESIA**



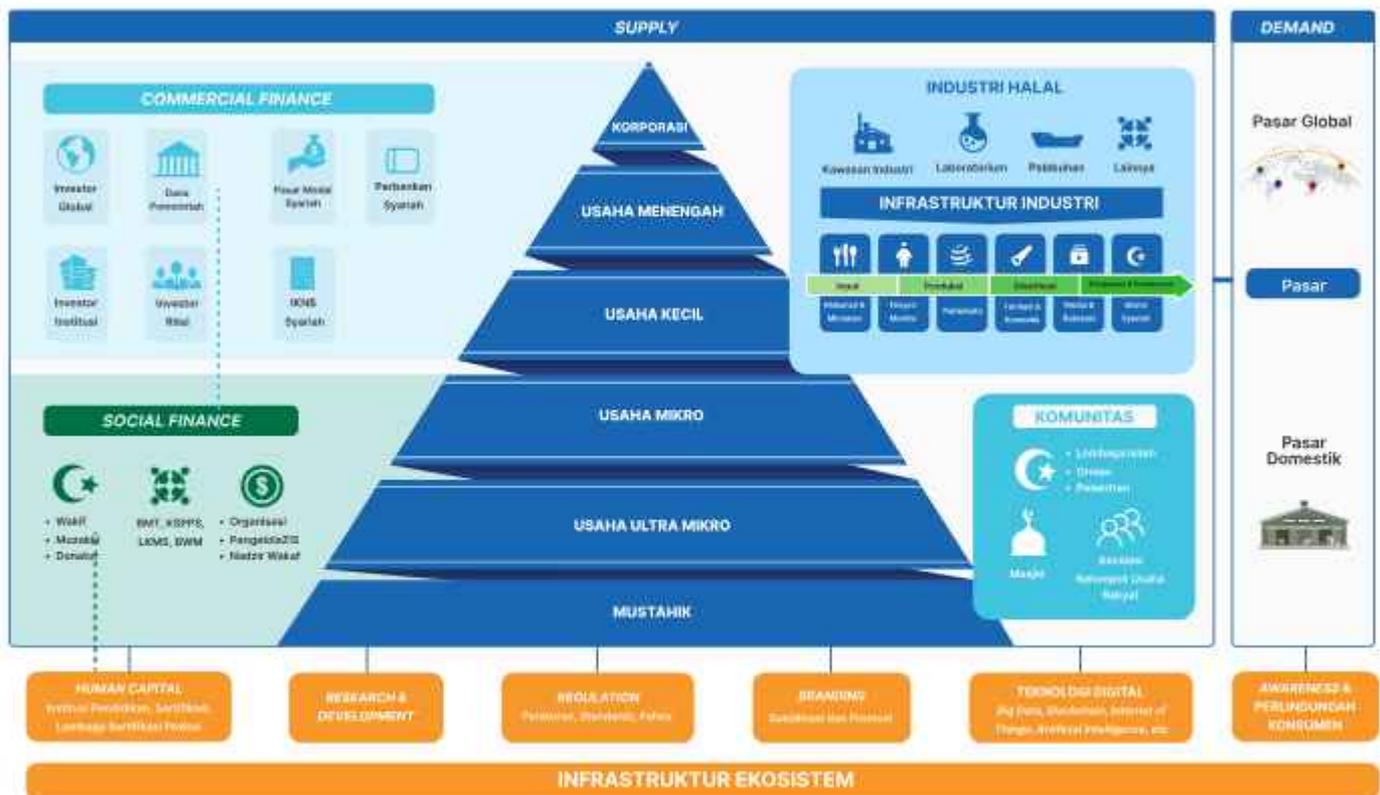
Seiring dengan visi Indonesia 2045 yang diluncurkan pada tahun 2019, dan visi yang ingin dicapai dari Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia (MEKSI) 2019 - 2024, yaitu menjadikan Indonesia yang mandiri, makmur, dan madani, dengan menjadi pusat ekonomi syariah terkemuka dunia, terdapat keinginan untuk menjadikan industri halal dan ekonomi syariah sebagai penopang perekonomian nasional, serta menjadi bagian penting dalam mewujudkan aspirasi bangsa sebagai negara yang adil, makmur, dan berdaulat. Tujuan inilah yang mendasari visi pengembangan industri halal di Indonesia.

Dukungan pemerintah yang signifikan untuk membangun pusat halal global akan mempercepat terwujudnya posisi Indonesia sebagai pusat halal global. Sejalan dengan itu, MEKSI 2019 - 2024 menekankan pentingnya industri halal untuk mewujudkan tujuan Indonesia menjadi salah satu pusat ekonomi syariah pada tahun 2024, dan menjadikan sektor unggulan sebagai salah satu pilar perekonomian nasional.

Guna mencapai visi "Indonesia sebagai pusat industri halal dunia", maka diperlukan upaya penyusunan strategi pengembangan industri halal di Indonesia. Amanat penyusunan strategi industri halal tertuang dalam beberapa dokumen, salah satunya pada RPJMN 2020-2024 dan MEKSI 2019-2024. Dalam RPJMN 2020-2024, terdapat amanat untuk penyusunan strategi pengembangan industri halal yang bertujuan untuk mendorong upaya peningkatan nilai tambah, lapangan kerja, dan investasi di sektor riil dan industrialisasi. Pengembangan industri halal juga tercantum dalam MEKSI 2019-2024 dan Rencana Implementasi Pengembangan Ekonomi Syariah 2020-2024. Dalam kedua dokumen tersebut terdapat arahan umum terkait upaya pengembangan industri halal.

Untuk mewujudkan **Indonesia menjadi pusat industri halal dunia** itulah, diperlukan sebuah **Master Plan Industri Halal Indonesia (MPIHI) yang komprehensif, sebagai strategi yang mengintegrasikan hubungan antara pemangku kepentingan (stakeholders) dalam ekosistem ekonomi dan keuangan syariah.**





Gambar 6. Industri Halal dalam Ekosistem Ekonomi dan Keuangan Syariah Indonesia
 Sumber: Rencana Kerja Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah 2020-2024

Kontribusi Industri Halal terhadap Ekonomi dan Keuangan Syariah Indonesia

Industri halal merupakan bagian penting dalam ekosistem ekonomi syariah dan diharapkan menjadi arus baru pertumbuhan ekonomi yang dapat berkontribusi secara signifikan dengan menghadirkan produk-produk halal yang berdaya saing secara nasional dan global. Potensi pada industri halal perlu dipetakan dan disinergikan dengan usaha-usaha syariah, sehingga mendorong keterlibatan lembaga keuangan syariah yang lebih kuat. Sektor-sektor industri halal yang menjadi prioritas adalah makanan dan minuman halal, fesyen muslim, pariwisata ramah muslim, farmasi dan kosmetik halal. Selain itu, terdapat juga sektor media dan rekreasi yang mendukung *halal lifestyle*, yang lebih dikenal sebagai bagian sektor ekonomi kreatif di Indonesia.

Terdapat dua elemen yang membentuk ekosistem ekonomi syariah (Gambar 4), yaitu sisi *supply* (penawaran) dan sisi *demand* (permintaan), yang didukung oleh infrastruktur ekosistem. Sisi *supply* berisi para pelaku industri yang berasal dari berbagai sektor perekonomian. Sedangkan sisi *demand*, baik yang berasal dari domestik maupun global, menggambarkan kebutuhan produk yang dihasilkan dari industri. Infrastruktur ekosistem berfungsi untuk memfasilitasi dan mendukung seluruh elemen dan aktivitas yang dilakukan dalam pengembangan ekonomi dan keuangan syariah.

Pengembangan industri halal memerlukan infrastruktur pendukung seperti kawasan industri, laboratorium, pelabuhan, teknologi digital, rumah potong hewan (RPH), dan sarana infrastruktur pendukung lainnya, untuk memberikan kemudahan bagi kegiatan industri dalam melakukan proses produksi dan distribusinya secara terintegrasi yang memenuhi persyaratan halal. Hal ini dapat berdampak pada kemudahan dan integritas proses produk halal, sehingga memberikan hasil pada peningkatan kapasitas industri dalam menghasilkan produk halal bernilai tambah tinggi, meningkatkan daya saing produk halal Indonesia, menarik investasi, dan meningkatkan kontribusi produk halal Indonesia dalam perdagangan global.

Dalam menjalankan aktivitas bisnis dan ekonomi, baik usaha dengan skala ultra mikro hingga perusahaan besar, secara umum semua sektor pada industri halal memiliki aktivitas rantai pasok mulai dari input, produksi, distribusi, hingga penjualan dan pemasaran yang perlu dijaga integritas kehalalannya dengan penerapan manajemen rantai pasok halal terintegrasi. Namun, khusus untuk usaha ultra mikro atau mikro, sering ditemui seluruh aktivitas rantai pasok dilakukan oleh orang yang sama, yang juga pemilik dari usaha tersebut. Di sini penjagaan kehalalan dalam rantai pasok dilaksanakan secara sederhana tanpa mengurangi kualitas dan integritas halal. Semakin besar skala usahanya, aktivitas rantai pasok dilakukan oleh unit-unit yang berbeda dengan kompleksitas yang lebih tinggi.

Secara umum, klaster keuangan komersial dapat dibagi menjadi tiga sektor, yaitu sektor perbankan, sektor pasar modal, dan sektor keuangan non-bank. Ketiga sektor ini saling mendukung dan berperan dalam pertumbuhan ekonomi melalui penyaluran investasi dan pembiayaan kepada pelaku usaha yang ada di sektor riil, mulai dari pembiayaan ke sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), hingga pembiayaan infrastruktur yang termasuk proyek strategis nasional. Dukungan keuangan sosial yang berasal dari zakat, infaq, sedekah, dan wakaf (ZISWAF) juga menjadi klaster industri yang sama pentingnya. Masyarakat yang berada di bawah garis kemiskinan (mustahiq) dijaga tingkat konsumsinya dengan bantuan dari dana zakat, infaq, dan sedekah (ZIS), sehingga meskipun penghasilannya nihil, mereka tetap dapat memenuhi kebutuhan dasar untuk hidup dan memulai aktivitas usaha. Selain itu, ZIS juga dapat digunakan untuk menguatkan fondasi sosial-ekonomi dari mustahiq melalui berbagai program pemberdayaan, sehingga siap untuk memasuki sektor riil sebagai pengusaha ultra mikro.

Terdapat pula program Kredit Usaha Rakyat (KUR) dengan skema syariah, sebagai salah satu program pemerintah (dengan dasar hukum Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2007 tentang Kebijakan Percepatan Pengembangan Sektor Riil dan Pemberdayaan UMKM), dalam meningkatkan akses pembiayaan kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang disalurkan melalui lembaga keuangan dengan pola penjaminan. Program KUR dimaksudkan untuk memperkuat kemampuan permodalan usaha dalam rangka pelaksanaan kebijakan percepatan pengembangan sektor riil dan pemberdayaan UMKM. Pembiayaan yang disalurkan KUR bersumber dari dana perbankan atau lembaga keuangan yang merupakan Penyalur KUR. Dana yang disediakan berupa dana keperluan modal kerja, serta investasi yang disalurkan kepada pelaku UMKM individu/ perseorangan, badan usaha dan/atau kelompok usaha yang memiliki usaha produktif dan layak, namun belum memiliki agunan tambahan atau *feasible*, namun belum *bankable*.

Implementasi di lapangan, usaha mikro dan kecil (UMK) biasanya dilayani oleh lembaga keuangan yang menggunakan konsep atau *spirit* BMT (Baitul Maal wat Tamwil), yaitu KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah), LKMS (Lembaga Keuangan Mikro Syariah), dan BWM (Bank Wakaf Mikro), di samping itu juga ada BPRS (Bank Perekonomian Rakyat Syariah) yang mempunyai segmen pembiayaan yang sama. Khusus untuk mustahiq dan ultra mikro akan lebih efektif bila pemberdayaan yang ditujukan bagi mereka dilaksanakan pada komunitas seperti pesantren, masjid, lembaga atau ormas Islam dan asosiasi usaha kelompok rakyat. Untuk skala menengah dan besar, kebutuhan permodalan dan pembiayaan keuangannya dilayani oleh bank umum syariah maupun unit usaha syariah dari suatu bank. Sedangkan perusahaan-perusahaan yang mencari pendanaan melalui penerbitan sukuk atau IPO (*Initial Public Offering*), dapat dibantu oleh perusahaan sekuritas. Sehingga setiap komponen dalam piramida sektor riil terlayani oleh sektor keuangan komersial dan sosial syariah. Selanjutnya sektor riil ini akan didorong oleh ekosistem untuk masuk ke dalam sektor atau industri halal, walaupun secara *nature* anggota atau nasabah keuangan komersial dan sosial syariah sudah berkecimpung di dalam industri halal.





Urgensi Pengembangan Industri Halal

Menurut *Pew Research Center's Forum on Religion and Public Life (2017)* bahwa populasi muslim dunia diperkirakan mengalami peningkatan pada tahun 2030 menjadi 2,2 miliar jiwa, dengan perkiraan 24% dari total populasi dunia (8,3 miliar jiwa). Secara nasional, penduduk muslim di Indonesia tercatat sebanyak 241,7 juta jiwa di akhir tahun 2022 dan diperkirakan akan meningkat menjadi 245 juta jiwa pada tahun 2030. Indonesia menyumbang sebesar 12,7% populasi muslim di dunia, dengan demikian Indonesia menjadi salah satu negara yang memiliki potensi besar untuk dapat mengembangkan industri halal sebagai implikasi dari banyaknya jumlah penduduk muslim yang ada di Indonesia maupun dunia.

Dengan kondisi seperti itu, Indonesia optimis sebagai industri halal terbesar di dunia. Hal ini merupakan peluang bagi perusahaan domestik maupun internasional untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen di Indonesia dan global.

Dengan kondisi pasar halal domestik yang begitu besar, maka Indonesia sangat berpotensi menarik investasi luar negeri untuk mengembangkan fasilitas produksi halal untuk pemenuhan pasar domestik sekaligus meningkatkan kapasitas ekspor produk halal nasional, serta melakukan substitusi bahan baku impor dengan bahan baku lokal.

Pada sektor riil, penerapan ekonomi syariah tumbuh dalam bentuk industri halal meliputi berbagai sektor, di antaranya yaitu sektor makanan-minuman halal, fesyen muslim, pariwisata ramah muslim, obat-obatan dan kosmetik halal, dan industri halal lainnya. Sedangkan di sektor keuangan, implementasi keuangan syariah meliputi keuangan komersial, keuangan mikro, dan keuangan sosial. Berdasarkan data pada Pusat Data Ekonomi Syariah (PDES), pada awal tahun 2015 total nilai pembiayaan syariah adalah sebesar IDR 7.416 triliun, dengan pangsa pembiayaan syariah sebesar 45,45%, dan pangsa aktivitas usaha syariah sebesar 44,26%. Nilai tersebut meningkat pesat di akhir tahun 2022, dengan total nilai pembiayaan syariah sebesar IDR 14.681 triliun, pangsa pembiayaan syariah sebesar 47,31%, dan pangsa aktivitas usaha syariah sebesar 46,02%. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan ekonomi dan keuangan syariah sudah melingkupi seluruh aspek kehidupan masyarakat.

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia tidak terlepas dari dukungan sumber daya insani yang handal, baik secara kualitas maupun kuantitas. Hal ini didukung dengan semakin berkembangnya sistem pendidikan dan aktivitas penelitian di bidang ekonomi dan keuangan syariah di Indonesia, sehingga dapat menjadi pusat referensi ekonomi dan keuangan syariah global. Dengan demikian, diharapkan dapat menambah tingkat literasi, pemahaman, dan kesadaran masyarakat Indonesia, termasuk pelaku usaha, mengenai ekonomi dan keuangan syariah, meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat, maupun pelaku usaha syariah di Indonesia.



“

Master Plan Industri Halal Indonesia 2023-2029
mengusung *tagline*
“Industri Halal untuk Ekonomi Berkelanjutan”

”

Oleh karena itu, penting untuk mempersiapkan dan mengembangkan *Master Plan Industri Halal Indonesia* (MPIHI) yang komprehensif dan holistik, sebagai acuan strategi nasional untuk mewujudkan Indonesia sebagai pusat industri halal dunia. MPIHI 2023-2029 ini mengusung *tagline* **“Industri Halal untuk Ekonomi Berkelanjutan”**, yang sesuai dengan perkembangan kondisi dunia dan arah transformasi ekonomi Indonesia, sehingga industri halal dapat menjadi sumber pertumbuhan ekonomi baru dan menopang perekonomian berkelanjutan, yaitu ekonomi hijau dan ekonomi biru.

An aerial, top-down view of a container ship's deck. The ship is moving through deep blue water. The deck is densely packed with multi-colored shipping containers in shades of red, blue, yellow, green, and orange. At the bow (top left), several yellow cranes are visible on the deck. The overall scene is brightly lit, suggesting a clear day.

PENGUATAN KLASSTER INDUSTRI HALAL





Indonesia berpeluang menjadi negara pengeksport produk pangan halal terbesar di dunia.

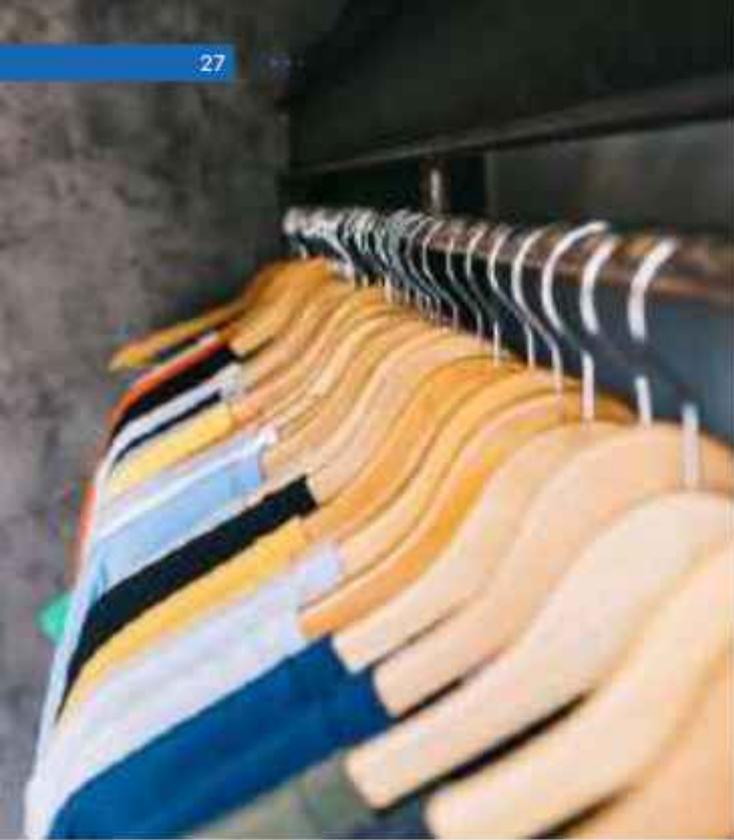
Kontribusi industri halal Indonesia di pasar global dapat menjadi stimulus peningkatan pendapatan nasional. Berdasarkan *Indonesia Halal Market Report (IHMR) 2021/2022*, tercatat bahwa pertumbuhan ekspor halal, *Foreign Direct Investment (FDI)*, dan substitusi impor, mendorong kenaikan PDB nasional sebesar USD 5,1 miliar. Oleh karena itu, peran Indonesia dalam kancah industri halal global perlu dioptimalkan melalui kolaborasi dan sinergi antar para pemangku kepentingan agar tujuan menjadi pusat industri halal dunia dapat tercapai.

Pengoptimalan industri halal melalui perluasan dan peningkatan ekspor produk halal Indonesia ke negara-negara anggota OKI maupun non-OKI merupakan bentuk upaya peningkatan investasi dan perdagangan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Berdasarkan IHMR 2021/2022, kontribusi ekspor produk halal ke negara-negara anggota OKI tercatat sebesar USD 1,95 miliar, sementara ke negara-negara non-OKI sebesar USD 1,63 miliar (lihat Gambar 5).

PENINGKATAN NILAI PERDAGANGAN DAN INVESTASI PRODUK HALAL TERHADAP EKONOMI INDONESIA



Gambar 7. Peningkatan Nilai Perdagangan dan Investasi Produk Halal terhadap Ekonomi Indonesia
 Sumber: *Indonesia Halal Market Report (IHMR) 2021/2022*



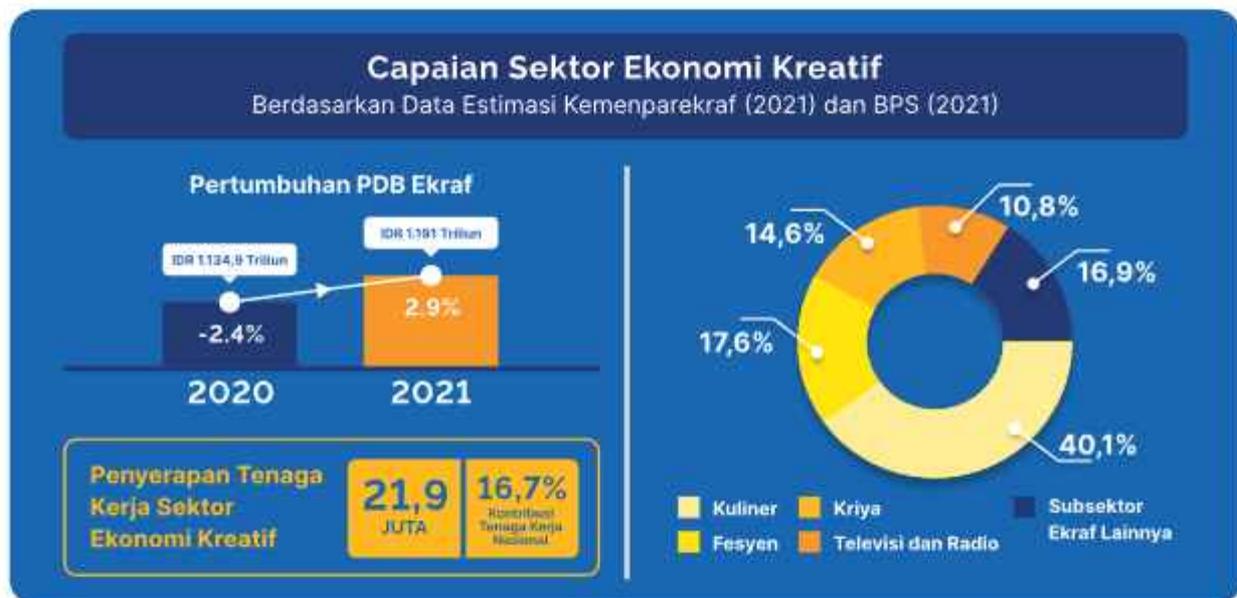
Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), industri pengolahan non-migas pada triwulan ke-3 tahun 2022 berkontribusi sebesar 16,10% terhadap PDB Indonesia, dan mencatatkan pertumbuhan sebesar 4,83%. Dalam komponen perhitungan industri pengolahan non-migas tersebut, industri makanan dan minuman, industri kimia, farmasi dan obat; serta industri tekstil dan pakaian jadi, memiliki porsi kontribusi yang relatif tinggi terhadap perekonomian Indonesia (Gambar 6). Pada UU No. 33 Tahun 2014 mengenai Jaminan Produk Halal, sektor-sektor industri pengolahan di atas telah diatur kewajiban sertifikasi halalnya, yang implementasinya dilakukan secara bertahap terhadap produk barang dan/atau jasa, yang meliputi makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang guna yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat.

Contohnya barang guna, sektor industri halal yang ada di hampir semua sektor. Barang guna adalah barang yang digunakan, dipakai, dan dimanfaatkan. Sertifikasi halal perlu diterapkan untuk barang guna yang berasal atau mengandung unsur hewan, serta digunakan sebagai sandang, seperti penutup kepala, aksesoris, perbekalan kesehatan, peralatan rumah tangga, perlengkapan peribadatan umat Muslim, dan kemasan produk. Berdasarkan PP no. 31 tahun 2021, terdapat dua poin penting mengapa barang guna perlu disertifikasi halal. Pertama, benda yang penggunaannya ada kontak langsung dengan produk yang disantap. Kedua, benda guna yang dipakai, digunakan, ataupun dimanfaatkan, yang berasal dari atau memiliki unsur hewan. Pemerintah terus mendukung optimalisasi penyelenggaraan jaminan produk halal di Indonesia, di antaranya melalui digitalisasi proses sertifikasi halal dan fasilitasi sertifikasi halal melalui sinergi antar pemangku kepentingan yang terkait. Kemudahan sertifikasi halal juga dilakukan untuk percepatan implementasi jaminan produk halal bagi pelaku usaha mikro dan kecil (UMK) melalui skema pernyataan pelaku usaha dengan biaya gratis melalui program Sertifikasi Halal Gratis (Sehati). Pada pertengahan tahun 2023 telah terdapat lebih dari 50 Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) dan lebih dari 150 Lembaga Pendamping PPH (LP3H) untuk mendukung proses sertifikasi halal di Indonesia, yang akan terus ditambah dan diperkuat ke depannya.

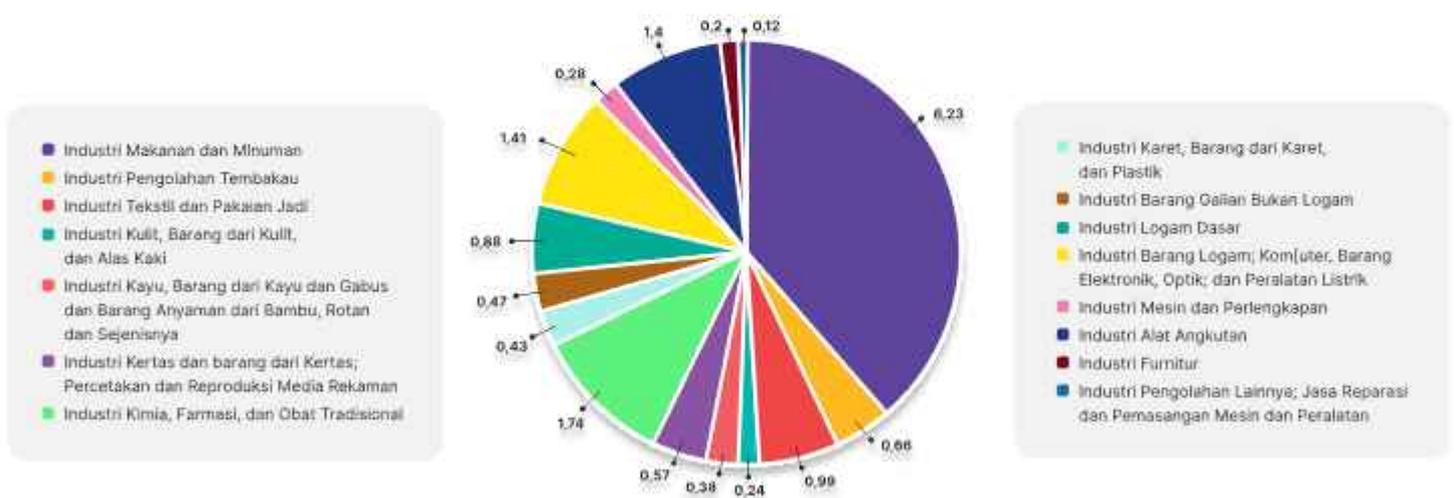
Sektor industri lainnya yang terdampak sangat hebat di masa pandemi Covid-19 adalah pariwisata. Namun, sektor pariwisata telah bangkit dengan melonggarkan pintu masuk bagi wisatawan mancanegara, sambil melakukan pembenahan infrastruktur dan layanan di destinasi wisata. Berdasarkan data BPS triwulan ke-3 tahun 2022 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mencapai 2,2 juta dengan pertumbuhan 364,3% dari triwulan ke-3 tahun 2021. Pariwisata ramah muslim merupakan bentuk dari layanan tambahan dan bagian dari ekosistem industri pariwisata nasional, yang bertujuan untuk menarik wisatawan muslim domestik dan mancanegara, dengan tidak hanya fokus kepada destinasi yang bersih, sehat, aman dan nyaman, tetapi juga menyediakan layanan tambahan berupa kemudahan untuk mengakses tempat ibadah, kuliner halal, dan hotel atau penginapan yang ramah keluarga. Keempat industri pada MPIHI ini (makanan dan minuman halal, kosmetik dan farmasi halal, pariwisata ramah muslim, dan fesyen muslim) menjadi industri prioritas dengan mempertimbangkan kontribusi industri-industri tersebut terhadap perekonomian Indonesia.

Sedangkan bidang industri halal lainnya, yaitu sektor ekonomi kreatif pulih lebih cepat setelah di awal pandemi mengalami perlambatan sebesar -2,4% pada tahun 2020, kemudian tumbuh sebesar 2,9% di masa pandemi tahun 2021. Berdasarkan data yang dirilis oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), PDB ekonomi kreatif berkontribusi sebesar 7,0% terhadap ekonomi nasional pada tahun 2021 atau senilai IDR 1.191 triliun. Sektor ini mampu menyerap sejumlah 21,9 juta tenaga kerja atau setara dengan 16,7% kontribusi terhadap tenaga kerja nasional di tahun 2021.

Lebih lanjut pada sektor ekonomi kreatif juga mengalami pertumbuhan yang signifikan. Berdasarkan data yang dirilis oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) pada tahun 2020 sektor ini sebelumnya mengalami perlambatan sebesar -2,4%, kemudian mengalami kenaikan yang signifikan sebesar 2,9% pada tahun 2021. Data PDB ekonomi kreatif memperlihatkan kontribusi sebesar 7,0% terhadap ekonomi nasional pada tahun 2021, senilai IDR 1.191 triliun, dengan subsektor kuliner (40,1% dari total kontribusi PDB ekonomi kreatif), fesyen (17,6%), kriya (14,6%), serta televisi dan radio (10,8%) secara kumulatif mencapai 83,1% kontribusi terhadap PDB ekonomi kreatif. Sektor ini juga mampu menyerap sejumlah 21,9 juta tenaga kerja atau setara dengan 16,7% kontribusi terhadap tenaga kerja nasional di tahun 2021.



Gambar 8. Capaian Sektor Ekonomi Kreatif
Sumber : Kemenparekraf (2021) dan BPS (2021)



Gambar 9. Proporsi Kontribusi Industri Pengolahan Non Migas terhadap PDB (Triwulan ke-3 Tahun 2022)
Sumber : Badan Pusat Statistik

Lingkup industri halal dalam *Master Plan* Industri Halal Indonesia ini dapat digambarkan hubungannya dengan pemetaan sektor usaha pada KBLI dan KBKI berikut ini:

KLASIFIKASI BAKU LAPANGAN USAHA INDONESIA (KBLI) 2020

A Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan

B Pertambangan dan Penggalian

C Industri Pengolahan

D Pengadaan Listrik, Gas, Uap/Air Panas dan Udara Dingin

G Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor

H Pengangkutan dan Pergudangan

I Penyediaan Akomodasi dan Penyediaan Makan Minum

J Pertambangan dan Penggalian

K Aktivitas Keuangan dan Asuransi

M Aktivitas Profesional, Ilmiah, dan Teknis

N Aktivitas Penyewaan dan Sewa Guna Usaha tanpa Hak Opsi, Ketenagakerjaan, Agen Perjalanan, dan Pejuang Usaha Lainnya

P Pendidikan

Q Aktivitas Kesehatan Manusia dan Aktivitas Sosial

R Kesenian, Hiburan, dan Rekreasi

S Aktivitas Jasa Lainnya

T Aktivitas Rumah Tangga sebagai Pemberi Kerja; Aktivitas yang Menghasilkan Barang dan Jasa oleh Rumah Tangga yang Digunakan untuk Memenuhi Kebutuhan Sendiri

KLASIFIKASI BAKU KOMODITI INDONESIA (KBKI) 2015

0 Hasil Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan

1 Bijih Besi dan Mineral; Listrik; Gas dan Air

2 Produk Makanan, Minuman, dan Tembakau; Tekstil; Pakaian; dan Produk Kulit

3 Barang Lainnya yang Dapat Diangkut, Kecuali Produk Logam, Mesin, dan Perlengkapannya

4 Produk Logam, Mesin, dan Perlengkapannya

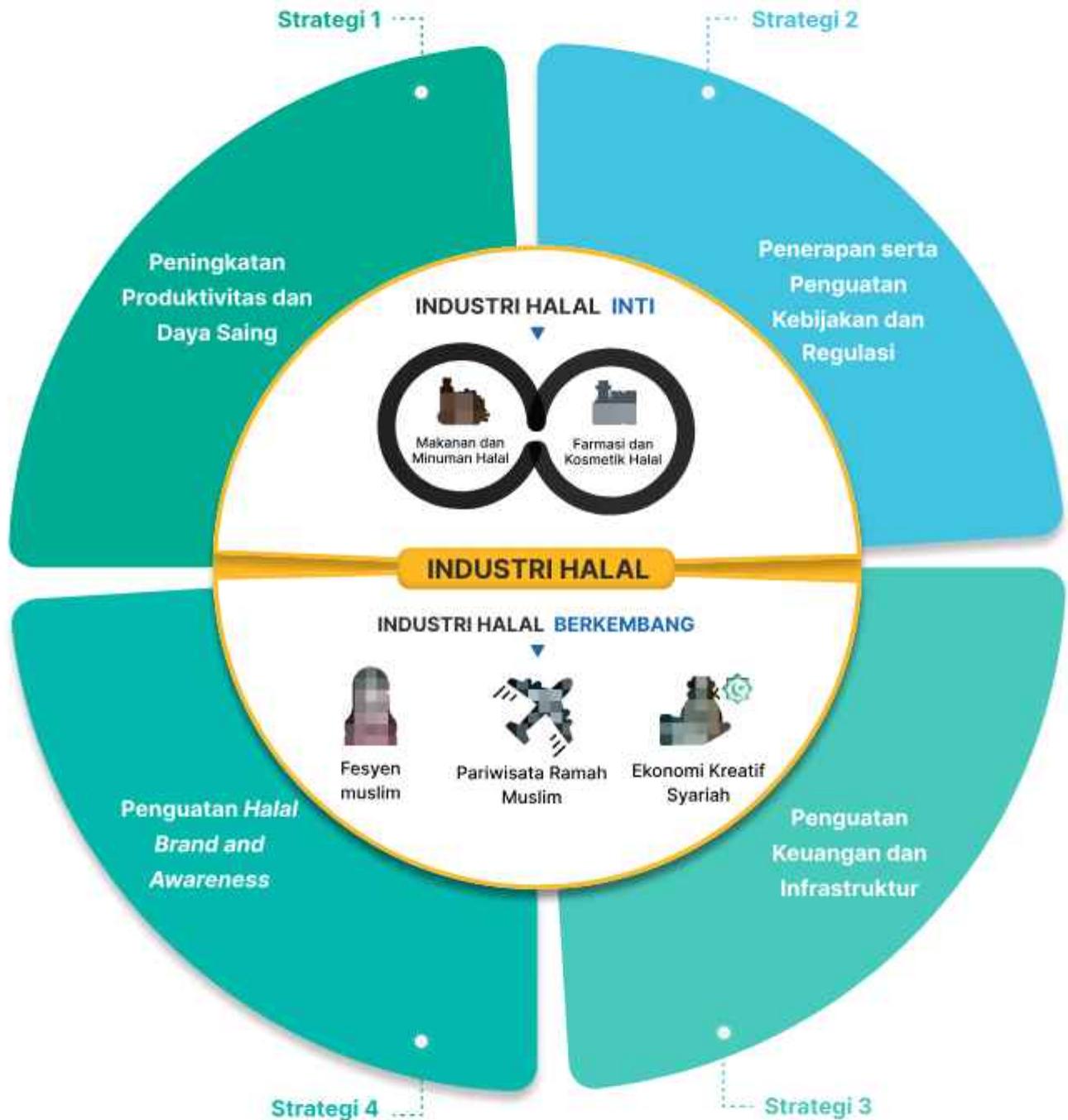
6 Jasa Perdagangan Distribusi (Barang); Akomodasi; Jasa Pelayanan Makanan dan Minuman; Jasa Transportasi; Jasa Distribusi Listrik, Gas dan Air Bersih

7 Jasa Keuangan dan YBDI; Jasa Real Estate serta Jasa Penyewaan dan Leasing

8 Jasa Perusahaan dan Produksi

9 Jasa Masyarakat, Sosial, dan Perorangan

STRATEGI UTAMA PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL



Gambar 10. Strategi Utama Pengembangan Industri Halal



INDUSTRI HALAL INTI MAKANAN DAN MINUMAN HALAL



Posisi Indonesia terus meningkat untuk sektor makanan halal global, menurut *State of the Global Islamic Economy Report (SGIER) 2022*, bahwa Indonesia menempati posisi ke-2 untuk sektor makanan halal di dunia. Peringkat tersebut adalah pencapaian terbaik Indonesia dalam dua tahun terakhir, setelah sebelumnya Indonesia hanya menempati posisi ke-4 di tahun 2020. Hanya saja Indonesia menjadi konsumen makanan halal terbesar di dunia dengan nilai pengeluaran sebesar USD 146,7 miliar. Pertumbuhan konsumsi masyarakat Indonesia terhadap produk makanan halal tahun 2020 sempat menurun sebesar -6,44% akibat pandemi Covid-19. Namun hingga tahun 2025, pertumbuhan makanan halal Indonesia diperkirakan akan tumbuh lebih tinggi sekitar 14,64%, seiring dengan pemulihan ekonomi dan kenaikan daya beli masyarakat. Tren pertumbuhan ini juga terjadi secara global yaitu mencapai USD 1,67 triliun pada 2025, dengan CAGR empat tahun sebesar 7,1%. Hal ini menunjukkan bahwa populasi dunia telah memiliki kesadaran mengkonsumsi makanan dan minuman halal, yang akan menjadi peluang bagi Indonesia untuk membidik sektor ini.

Seiring dengan pertumbuhan positif sektor makanan minuman sebesar 3,57% pada triwulan ke-2 tahun 2022, lebih tinggi dari periode yang sama di tahun 2021 yang tercatat 3,49%. Kontribusi industri sektor makanan dan minuman terhadap PDB industri pengolahan non-migas juga meningkat menjadi 37,82% dibandingkan tahun 2019 sebesar 36,4%. Kinerja sektor makanan dan minuman semakin menunjukkan signifikansinya bagi perekonomian Indonesia

**Berdasarkan Laporan
Ekonomi dan Keuangan
Syariah 2021 yang
diterbitkan oleh Bank
Indonesia, posisi Indonesia
sebagai produsen makanan
halal dunia terus meningkat
dalam beberapa tahun
terakhir.**

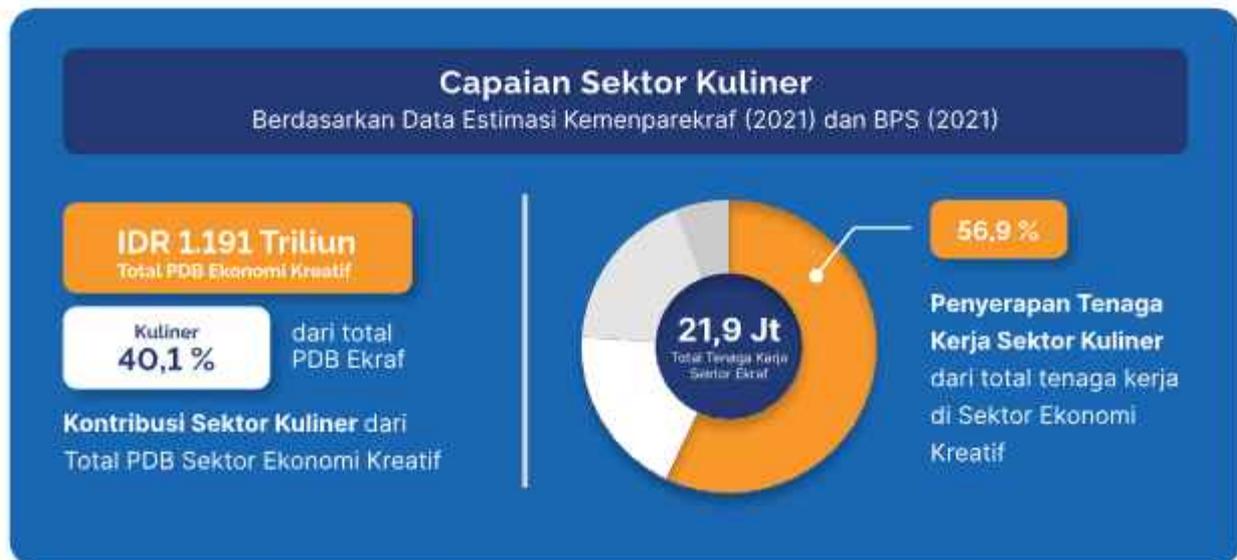
Jasa Penyediaan Makanan dan Minuman Halal

Sektor makanan dan minuman erat kaitannya dengan ekonomi kreatif, khususnya pada subsektor kuliner. Kuliner dalam buku ekonomi kreatif (2014) didefinisikan sebagai kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan/atau kearifan lokal; sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk tersebut, untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen.

Kuliner dan industri makanan minuman, berperan untuk penyerapan tenaga kerja, serta meningkatkan output perekonomian. Berdasarkan data estimasi Kemenparekraf (2021) sektor kuliner berkontribusi sebesar 40,1% dari PDB Ekonomi Kreatif senilai IDR 1.191 triliun.



Lebih lanjut, sektor kuliner juga berhasil menyerap tenaga kerja sebesar 56,9% dari total 21,9 juta tenaga kerja yang bekerja di sektor ekonomi kreatif (BPS, 2021).



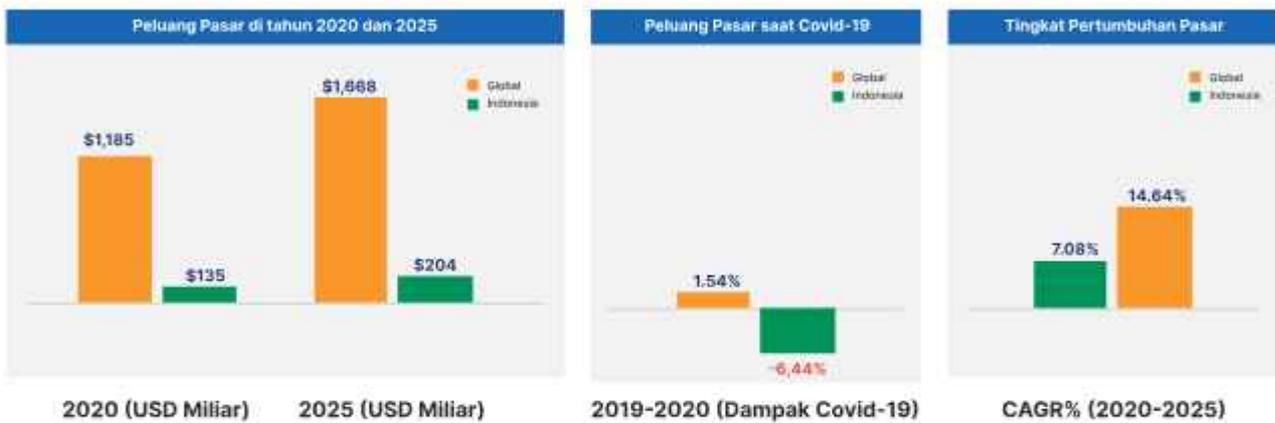
Gambar 11. Capaian Sektor Kuliner
Sumber : Kemenparekraf (2021) dan BPS (2021)

Besar dan pesatnya pertumbuhan dari sektor kuliner dan industri makanan dan minuman halal di Indonesia tidak terlepas dari tren konsumsi makanan halal. Hal ini didukung oleh laporan *Halal Food Lifestyle Indonesia 2021* bahwa belanja konsumen terhadap makanan dan minuman, baik makan di restoran maupun pesan antar *online* mencapai IDR 1 triliun. Pasar ini didominasi oleh generasi X (usia 41-55) dan *millennials* (usia 25-40) yang membelanjakan kurang lebih 10% dari pendapatan bulanan mereka untuk makan di luar dan pesan antar *online*. Mayoritas responden dalam laporan tersebut berpendapat bahwa terdapat berbagai macam makanan halal khas daerah Indonesia yang dapat dikonsumsi, dan mereka

menjadikan status halal sebagai faktor dominan sebelum membeli makanan, diikuti oleh faktor harga, nutrisi, otentik dan diet.

Selain itu, rantai nilai makanan minuman turut didukung oleh subsektor ekonomi kreatif kuliner, yakni yang terdapat pada beberapa KBLI berikut: jasa penyediaan makanan dan minuman seperti restoran, jasa boga untuk suatu *event* tertentu (*event catering*), rumah minum/kafe, dan penyediaan makanan lainnya, perdagangan eceran khusus makanan, minuman, dan tembakau di toko. Lapangan usaha dari ekonomi kreatif ini menjadi satu kesatuan rantai nilai yang tidak dapat dipisahkan dalam penerapan kehalalan dalam sektor makanan dan minuman.

PARAMETER BELANJA MUSLIM SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN HALAL



State of the Global Islamic Economy Report 2022

Global Ranking in Halal Food

- #1 Malaysia
- #2 Indonesia
- #3 Turkey
- #4 Rusia
- #5 United Arab Emirates

Nilai penerimaan Indonesia di sektor makanan dan minuman halal IDR 3,2 triliun



Sumber: Indonesia Halal Market Reports 2021/2022; State of the Global Islamic Economy Report (SGIER) 2022; Badan Pusat Statistik (2022)

Seiring dengan peningkatan kontribusi sektor makanan dan minuman, preferensi konsumen pada sektor ini juga mengalami penguatan. Hal ini didukung dengan hasil survei yang dilakukan pada tahun 2019, yang tercantum pada dokumen Strategi Nasional Pengembangan Industri Halal (KNKS, 2019), bahwa para konsumen yang akan mengkonsumsi makanan dan minuman menjadikan faktor kehalalan sebagai faktor utama dalam memilih suatu produk, dengan nilai persentase sebesar 96,8%. Dilanjutkan faktor kebersihan sebagai urutan kedua, sebesar 96,2%. Dengan demikian, patut menjadi perhatian bagi para pelaku usaha di sektor *food and beverages* (F&B) untuk memastikan aksesibilitas, dengan mengatasi tantangan seperti mencari alternatif pilihan yang sesuai untuk pengganti bahan non-halal.

Pengembangan sektor makanan dan minuman halal tidak terlepas dari beberapa aspek pendukung untuk menjaga integritas halal dalam rantai nilai makanan dan minuman halal. Untuk memastikan kehalalan dan memenuhi standar mutu, perlu dipastikan bahwa semua proses produksi, dari penerimaan bahan baku sampai ke tahap pengemasan, yang dilanjutkan dengan distribusi produk, telah memenuhi standar halal.

Pada semua proses tersebut, harus dipastikan media yang digunakan tidak boleh ada kontaminasi dengan bahan/produk non-halal, sehingga produk jadi yang dihasilkan dapat terjamin kehalalannya secara menyeluruh.

Dalam memperkuat rantai nilai makanan dan minuman halal, maka layanan dan produk keuangan syariah perlu diutamakan untuk mendukung sektor-sektor usaha yang terlibat dalam rantai pasok, seperti penyedia bahan, rumah produksi, logistik, distribusi dan pemasaran. Layanan dan produk keuangan syariah yang dapat digunakan meliputi pembiayaan, permodalan, asuransi, pembayaran, dan produk syariah lainnya.

Satu sektor penting yang menjadi hulu dalam rantai nilai halal sektor makanan di Indonesia yaitu sektor penyediaan produk daging, yang merupakan salah satu bahan kritis atau bahan yang kemungkinan status ketidakhahalannya tinggi, sehingga perlu sertifikat halal guna menjamin status kehalalan produk. Selain harus dijamin kehalalannya sesuai amanat Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, produk daging juga harus bersifat ASUH (aman, sehat, utuh, dan halal), yang dihasilkan dari rumah potong hewan (RPH). RPH yang ada perlu dibantu dalam memenuhi standar yang ditetapkan, yaitu standar higienitas dan standar produk yang baik (berdasarkan Peraturan Menteri Pertanian Nomor 11 Tahun 2020 tentang Sertifikasi Nomor Kontrol Veteriner), serta didukung juga dengan penyesuaian kebijakan.



Pengembangan sektor makanan dan minuman halal tentunya juga didukung oleh banyak sektor dan komoditas yang menjadi komponen pembentuk rantai nilai halalnya. Dalam penerapan kehalalan, produk di sektor makanan dan minuman juga berkaitan dengan sektor pendukung lainnya berdasarkan KBKI, di antaranya jasa pendukung untuk pertanian, perburuan, kehutanan, perikanan, pertambangan dan keperluan lain; dan jasa pengolahan/pembuatan dengan input dari industri lain. Terdapat juga lapangan usaha yang terkait kehalalan produk di sektor usaha makanan dan minuman berdasarkan KBLI, di antaranya industri pengolahan dan pengawetan daging; industri pengolahan dan pengawetan ikan dan blota air; industri pengolahan dan pengawetan buah-buahan dan sayuran; industri minyak dan lemak nabati dan hewani; industri pengolahan susu, produk dari susu dan es krim; industri penggilingan padi-padian, tepung dan pati; dan industri makanan lainnya.

Dalam rangka melakukan sosialisasi penerapan halal pada sektor ini, kementerian dan lembaga telah memiliki beberapa program mendukung untuk meningkatkan kesadaran akan halal pada sektor makanan dan minuman, di antaranya melalui acara ISEF (*Indonesia Sharia Economic Festival*) yang diselenggarakan oleh Bank Indonesia, serta *Indonesia Halal Industry Awards* (IHYA) yang diselenggarakan oleh Kementerian Perindustrian guna memperkuat sistem ekonomi syariah di Indonesia, dengan berbagai kategori seperti *Best Halal Innovation* (Inovasi Halal Terbaik); *Best Halal Supply Chain* (Rantai Pasok Halal Terbaik); *Best Small Industry* (Industri Kecil Terbaik); *Best Halal Industrial Estate* (Kawasan Industri Halal Terbaik); *Best Export Expansion* (Ekspansi Ekspor Terbaik); *Best Halal Program Support* (Dukungan Program Halal Terbaik); dan kategori-kategori lainnya yang terus berkembang.



Gambar 12. Rantai Nilai Makanan dan Minuman Halal
Sumber: MEKSI (2019-2024)



INDUSTRI HALAL INTI FARMASI DAN KOSMETIK HALAL



Farmasi dan kosmetik merupakan sektor andalan yang ditetapkan oleh Kementerian Perindustrian dalam Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) 2015-2035. Adapun farmasi dan kosmetik halal merupakan produk yang terbuat dari bahan dan melalui proses yang dibolehkan dalam syariat Islam. Dalam UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, dijelaskan bahwa suatu produk dikatakan halal apabila kandungannya bebas dari unsur non-halal. Komoditas dari industri ini harus diproduksi dan diproses menggunakan alat yang tidak terkontaminasi oleh zat yang tidak sesuai dengan syariat Islam. Sehingga komoditas farmasi dan kosmetik halal ini membutuhkan bahan baku, proses produksi, hingga proses distribusi yang terjaga kehalalannya. Pemerintah terus mendukung lebih banyak lagi produk farmasi dan kosmetik halal yang diproduksi secara lokal.

Indonesia tercatat sebagai lima besar konsumen farmasi dan kosmetik halal, dengan nominal sebesar USD 5,4 miliar. Pertumbuhan konsumsi masyarakat Indonesia terhadap produk farmasi halal tahun 2020 sempat menurun akibat pandemi Covid-19, tercatat sebesar -4,29%, sedangkan kosmetik halal tetap mengalami pertumbuhan positif sebesar 0,71%. Di tahun 2025 diperkirakan pertumbuhannya akan mengalami kenaikan sekitar 5,83% untuk farmasi dan 12,62% untuk kosmetik.

Menurut SGIER 2022, posisi Indonesia untuk sektor farmasi dan kosmetik halal global masih menempati peringkat ke-9. Masih sangat terbuka bagi Indonesia untuk berbenah diri dan meningkatkan potensi sektor ini.

PARAMETER BELANJA MUSLIM SEKTOR FARMASI HALAL



2020 (USD Miliar)

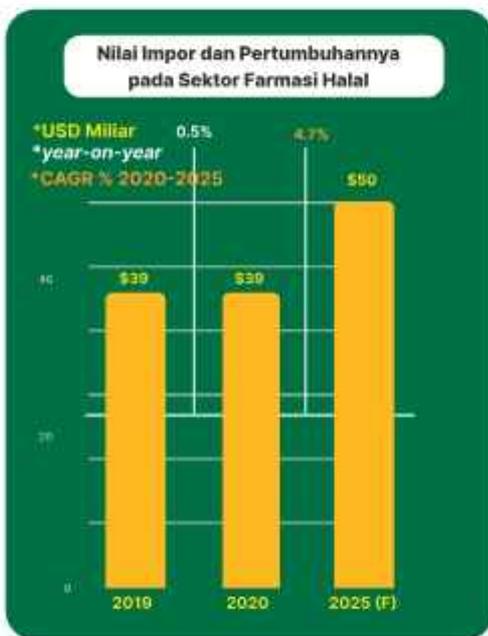
2025 (USD Miliar)



2019-2020 (Dampak Covid-19)



CAGR% (2020-2025)



State of the Global Islamic Economy Report 2022
Global Ranking in Pharmaceutical and Cosmetics

#1	Singapura	#4	Belgia
#2	Malaysia	#5	Perancis
#3	Belanda	#9	Indonesia

Nilai penerimaan Indonesia di sektor kosmetik halal IDR 135 triliun dan farmasi halal IDR 116 triliun



Sumber: Indonesia Halal Market Reports 2021/2022; State of the Global Islamic Economy Report (SGIER) 2022; Badan Pusat Statistik (2022)

PARAMETER BELANJA MUSLIM SEKTOR KOSMETIK HALAL



2020 (USD Miliar) 2025 (USD Miliar)



2019-2020 (Dampak Covid-19)



CAGR% (2020-2025)



State of the Global Islamic Economy Report 2022
Global Ranking in Pharmaceutical and Cosmetics

#1	Singapura	#4	Belgia
#2	Malaysia	#5	Perancis
#3	Belanda	#9	Indonesia

Nilai penerimaan Indonesia di sektor kosmetik halal IDR 135 triliun dan farmasi halal IDR 116 triliun



Sumber: Indonesia Halal Market Reports 2021/2022; State of the Global Islamic Economy Report (SGIER) 2022; Badan Pusat Statistik (2022)

Masyarakat Indonesia, khususnya umat Islam, semakin menyadari untuk mengkonsumsi dan menggunakan produk obat-obatan yang bersertifikat halal. Hal ini terlihat jelas pada sikap muslim Indonesia, maupun pemerintah, terhadap vaksin Covid-19 yang telah tersedia opsi untuk sertifikasi halal. Berbagai negara di dunia juga memiliki permintaan besar terhadap produk-produk halal dalam sektor ini, yang sudah mulai menjadi pangsa pasar dari BUMN bidang farmasi di Indonesia. Oleh karena itu, produk obat-obatan dan kosmetik yang telah bersertifikasi halal dapat menjadi daya tarik, serta dapat meningkatkan daya saing di pasar Indonesia maupun global.

Berdasarkan perkembangan sektor farmasi dan kosmetik di Asia, Asia Timur mengklaim posisinya sebagai episentrum kosmetik halal. Produsen kosmetik dari Korea Selatan dan Jepang, berusaha mendominasi pasar kosmetik global dengan melakukan sertifikasi halal pada produknya. Kondisi ini juga terpengaruh dari besarnya keinginan dari produsen farmasi dan kosmetik untuk dapat menangkap potensi pasar di negara-negara OKI, Asia Timur, Asia Tengah, dan Timur Tengah. Fenomena naiknya popularitas farmasi maupun kosmetik halal sejalan dengan tren pertumbuhan farmasi dan kosmetik halal yang juga terjadi secara global. Berdasarkan *State of the Global Islamic Economy Report (SGIER) 2022*, pada tahun 2021 tercatat pengeluaran muslim untuk kosmetik meningkat mencapai 6,8%, dari USD 65 miliar menjadi USD 70 miliar. Pengeluaran tersebut diperkirakan akan tumbuh mencapai USD 93 miliar pada tahun 2025, dengan CAGR empat tahun sebesar 7,4%. Sedangkan pengeluaran muslim untuk obat-obatan meningkat mencapai 6,5%, dari USD 93,5 miliar menjadi USD 100 miliar pada tahun 2021, dan diperkirakan akan tumbuh 6,7% lebih lanjut pada tahun 2022 menjadi USD 106 miliar, serta mencapai USD 129 miliar pada tahun 2025, dengan perkiraan CAGR empat tahun sebesar 6,7%. Ini menunjukkan bahwa populasi dunia telah memiliki kesadaran mengkonsumsi farmasi dan kosmetik halal, dan merupakan peluang yang baik bagi Indonesia untuk mengembangkan sektor ini.

Seiring dengan pertumbuhan positif itu, sektor industri kimia, farmasi dan obat tradisional memiliki kontribusi sebesar 1,74% pada triwulan ke-3 tahun 2022, dari keseluruhan industri pengolahan non-migas. Sedangkan nilai penerimaan Indonesia pada sektor kosmetik halal adalah sebesar IDR 135 triliun, dan farmasi halal sebesar IDR 116 triliun.

Industri kosmetik memiliki keterkaitan erat dengan subsektor fesyen dari ekonomi kreatif, dan menjadi salah satu industri yang berperan untuk penyerapan tenaga kerja, serta meningkatkan output perekonomian. Kosmetik menjadi kesatuan bagian dalam fesyen yang mencerminkan gaya hidup dalam berpenampilan (*halal lifestyle*). Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan *Global Business Guide (2020)* mengungkapkan bahwa 58% wanita di Indonesia kini memilih kosmetik halal sebagai perawatan kecantikannya. Tren menggunakan kosmetik dari tahun ke tahun terus meningkat, dengan berkembangnya pengaruh global dan gaya hidup.

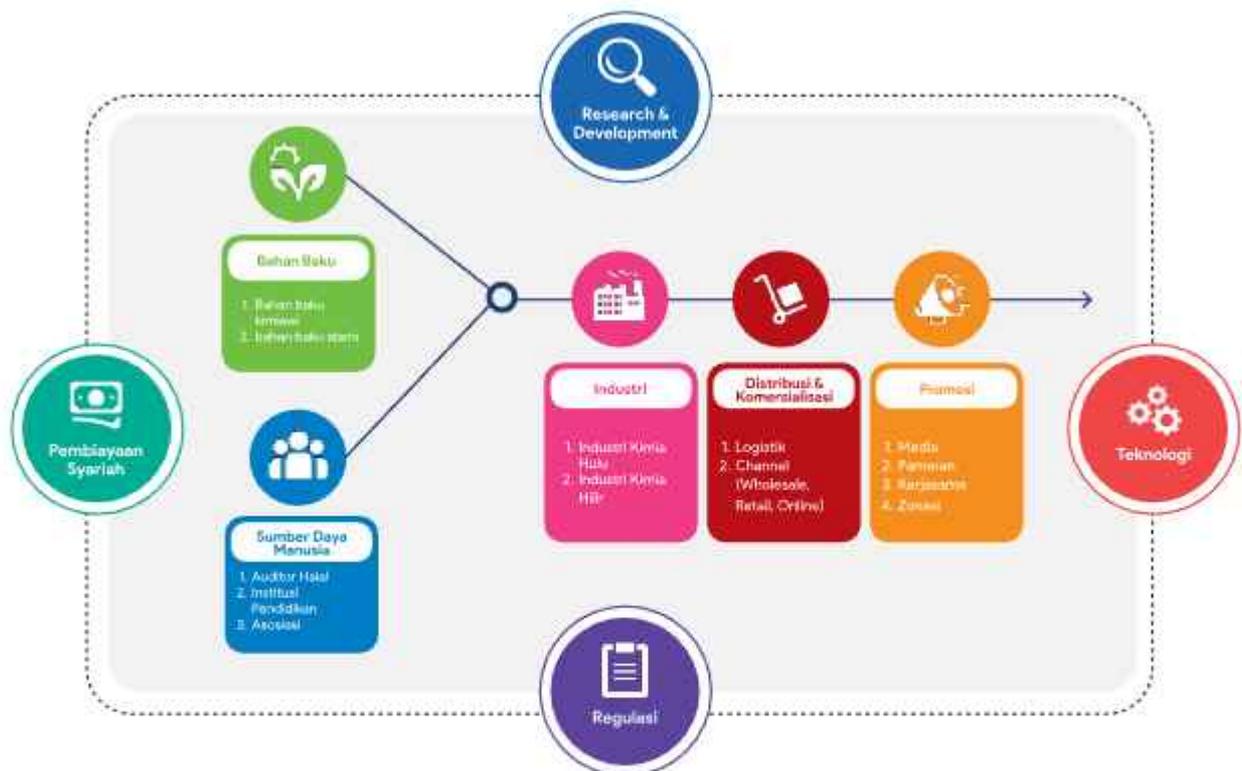
Berkembangnya tren penggunaan kosmetik juga turut mendorong preferensi masyarakat Indonesia yang tinggi terhadap produk halal. Kondisi ini membuka peluang bagi Indonesia untuk mengembangkan produk-produk farmasi dan kosmetik halal. Kondisi preferensi masyarakat Indonesia berdasarkan hasil survei preferensi konsumen terhadap sektor farmasi dan kosmetik menerangkan, bahwa minat terhadap produk farmasi dan kosmetik halal cukup besar di angka sekitar 93% (*Strategi Nasional Pengembangan Industri Halal Indonesia, 2019*), menunjukkan tingginya tingkat kesadaran masyarakat pada kebutuhan produk halal tersebut. Dalam memilih produk farmasi dan kosmetik, faktor kehalalan menjadi pertimbangan utama. Ini menyebabkan tingginya kebutuhan bahan baku farmasi dan kosmetik yang terjamin halal, dengan label halal pada produk.

Rantai nilai halal dalam sektor farmasi dan kosmetik saat ini memiliki tantangan yang beragam terkait proses seleksi dan penggantian material halal, optimasi proses, uji praklinik yang membutuhkan waktu, proses yang kompleks, serta biaya yang relatif tinggi. Tantangan lain yang dihadapi adalah keterbatasan pemasok bahan baku obat halal, ketergantungan pada bahan baku impor, serta keterbatasan kemampuan sumber daya manusia (SDM) dalam hal riset halal, teknologi halal, dan pemahaman mengenai implementasi Jaminan Produk Halal (JPH). Pengembangan sektor farmasi dan kosmetik halal melibatkan beberapa faktor yang berperan penting dalam menjaga integrasi rantai nilai halal. Faktor-faktor yang terlibat yakni bahan baku, SDM, industri, distribusi dan komersial, serta promosi. Beberapa faktor tersebut melibatkan dukungan elemen teknologi, riset dan pengembangan, pembiayaan syariah dan regulasi.

Pengembangan sektor farmasi dan kosmetik halal tentunya juga didukung oleh banyaknya sektor dan komoditas yang menjadi komponen pembentuk rantai nilai halalnya. Dalam penerapan kehalalan, produk di sektor farmasi dan kosmetik melibatkan

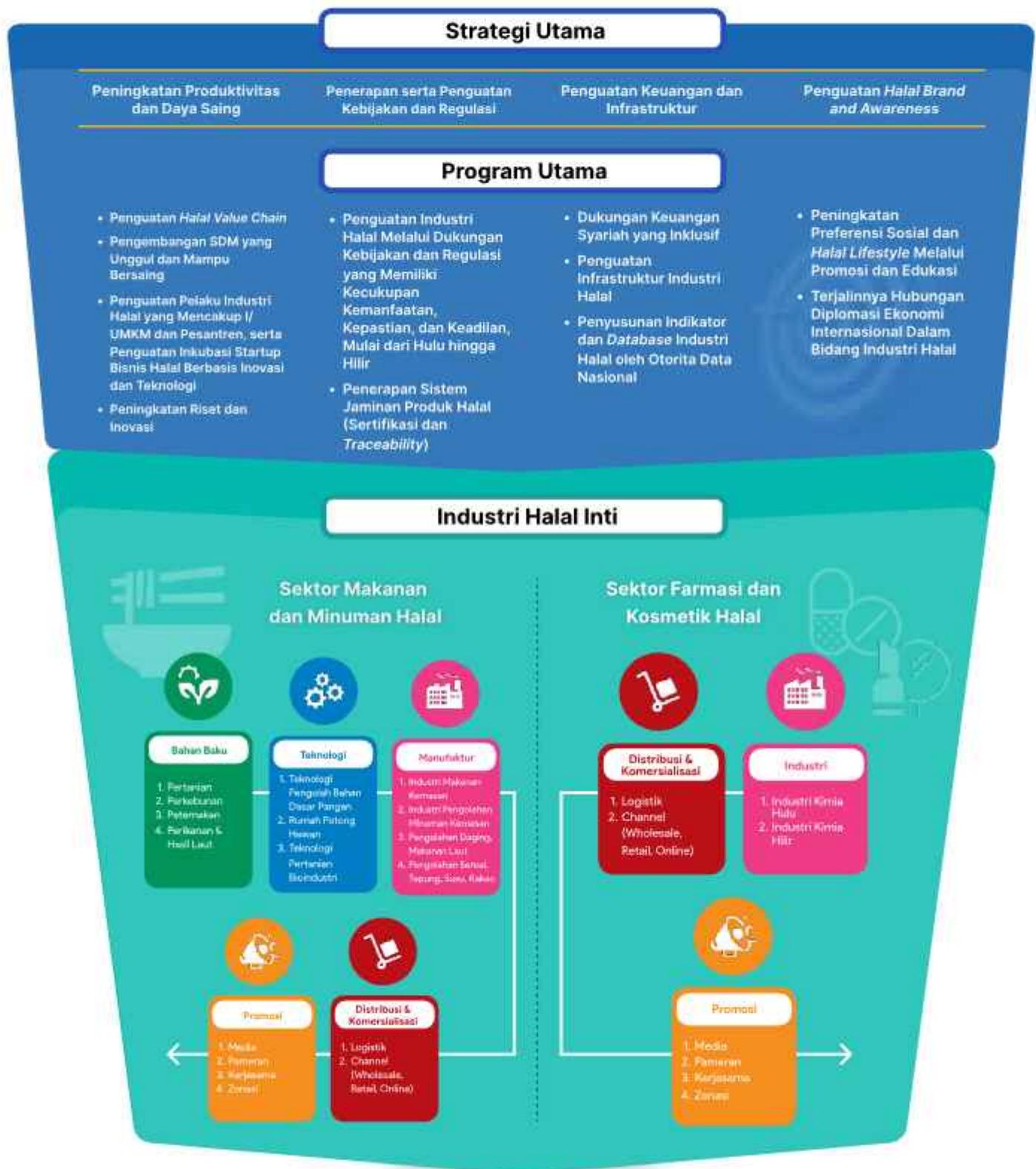
komoditas berdasarkan KBKI yang berkaitan, antara lain jasa perdagangan besar dari produk kimia dan farmasi, kecuali atas dasar balas jasa atau kontrak; jasa perdagangan eceran di toko khusus untuk produk kimia dan farmasi; jasa perawatan kosmetik, perawatan tangan dan kuku/manikur dan perawatan kaki/pedikur; jasa perdagangan besar barang parfum, barang kosmetik dan sabun mandi; jasa perdagangan eceran barang parfum, barang kosmetik dan sabun mandi di toko khusus. Terdapat juga lapangan usaha yang terkait kehalalan produk di farmasi dan kosmetik berdasarkan KBLI, di antaranya industri minyak dan lemak nabati dan hewani; industri pengolahan susu; industri bahan kimia; industri barang kimia lainnya; industri serat buatan; dan industri farmasi, produk obat kimia, dan obat tradisional.

Di samping itu, saat ini kementerian dan lembaga bersama para pemangku kepentingan terkait telah memiliki beberapa program mendukung untuk meningkatkan kesadaran akan perlunya halal pada sektor farmasi dan kosmetik, di antaranya ketersediaan vaksin yang bersertifikasi halal, dan penyelenggaraan acara IHEX (*International Islamic Healthcare Conference and EXPO*).



Gambar 13. Rantai Nilai Farmasi dan Kosmetik Halal
Sumber: MEKSI (2019-2024)

Berikut adalah ruang lingkup dan cakupan dari industri halal inti, beserta strategi utama dan program utama dalam rangka mempercepat pertumbuhan industri halal inti nasional.



Gambar 14. Strategi Utama, Program Utama, dan Industri Halal Inti



INDUSTRI HALAL BERKEMBANG FESYEN MUSLIM

Di tengah perkembangan fesyen muslim dunia, Indonesia sudah berada pada top 10 negara pengekspor produk fesyen muslim secara global. Menurut SGIER 2022, Indonesia menduduki peringkat ke-3 di dunia. Fesyen muslim memiliki keterkaitan erat dengan bidang ekonomi kreatif khususnya pada bidang fesyen. Pada buku ekonomi kreatif (Kemenparekraf, 2014) mendefinisikan fesyen sebagai gaya hidup dalam berpenampilan yang mencerminkan identitas diri atau kelompok.

Fesyen muslim diartikan sebagai fesyen atau pakaian yang mengedepankan prinsip kesopanan, sebagaimana yang direferensikan pada Qur'an dan Hadits. Selama beberapa tahun terakhir, fesyen muslim semakin berkembang dan telah diadopsi oleh pelaku usaha mainstream, serta pendatang baru yang terus bermunculan. Dari data SGIER 2022 menyebutkan bahwa pandemi Covid-19 berpengaruh secara signifikan pada sektor-sektor ekonomi syariah termasuk fesyen muslim.

Fesyen muslim memiliki kinerja pendapatan yang baik dari sebelum pandemi hingga pandemi. Seperti industri fesyen lainnya, penjualan garmen sempat mengalami kontraksi hingga mencapai pemulihan pada tahun 2021, dikarenakan industri tersebut mampu beradaptasi, sehingga dapat meningkatkan penjualan. Penjualan fesyen muslim terjadi pergeseran secara signifikan berpindah ke media *e-commerce*, dengan dua digit pertumbuhan penjualan di pasar mode tertinggi, yakni Turki, Indonesia, Malaysia, dan *Gulf Cooperation Council* (GCC), yaitu Bahrain, Kuwait, Oman, Qatar, Arab Saudi, dan Uni Emirat Arab.

Sektor fesyen muslim masih didominasi oleh produk ekspor dari China, India, dan Turki. Sedangkan konsumen tertinggi untuk fesyen muslim di antaranya Iran, Turki dan Pakistan.

Tercatat bahwa belanja muslim untuk fesyen muslim mengalami peningkatan 5,7% pada tahun 2021, dari USD 279 miliar menjadi USD 295 miliar.

Diperkirakan tumbuh sebesar 6,0% pada 2022 menjadi USD 313 miliar, hingga mencapai USD 375 miliar pada 2025, dengan CAGR empat tahun sebesar 6,1%.

PARAMETER BELANJA MUSLIM SEKTOR FESYEN MUSLIM



2020 (USD Miliar)

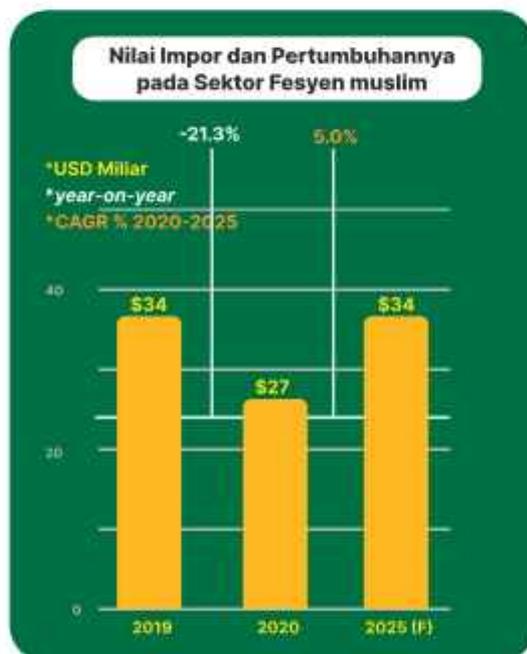
2025 (USD Miliar)



2019-2020 (Dampak Covid-19)



CAGR% (2020-2025)

State of the Global Islamic Economy Report 2022
Global Ranking in Fesyen muslim

- #1 United Arab Emirates
- #2 Turkey
- #3 Indonesia
- #4 China
- #5 Spain

Nilai penerimaan Indonesia di sektor fesyen muslim IDR 268 triliun

5 Besar Pasar Belanja Konsumen Muslim di Sektor Fesyen muslim (2021)



5 Besar Negara Pengekspor Fesyen muslim ke Negara OKI (2020)



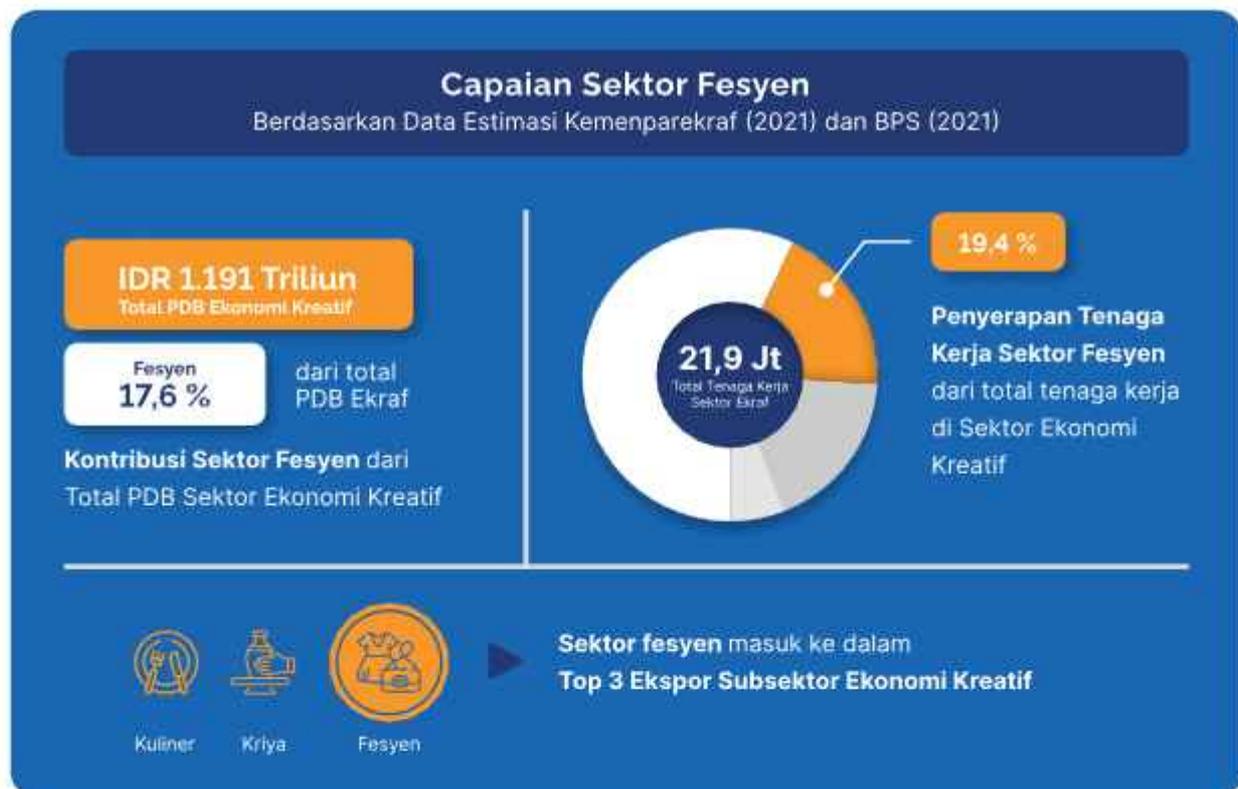
Sumber: Indonesia Halal Market Reports 2021/2022; State of the Global Islamic Economy Report (SGIER) 2022; Badan Pusat Statistik (2022)

Pertumbuhan positif terjadi pada sektor industri tekstil dan pakaian jadi sebesar 0,99% dari keseluruhan industri pengolahan non-migas pada triwulan ke-2 tahun 2022. Berdasarkan data triwulan ke-2 tahun 2022, PDB atas dasar harga konstan (ADHK) industri tekstil dan pakaian jadi sebesar IDR 35,17 triliun. Jumlah tersebut meningkat 13,74% dari periode yang sama tahun 2021 sebesar IDR 30,92 triliun. Pertumbuhan PDB industri tekstil dan pakaian jadi merupakan kontributor yang tertinggi kedua pada PDB subsektor industri pengolahan migas. Pada tahun 2021 tersebut, nilai penerimaan Indonesia di sektor fesyen muslim adalah sebesar IDR 268 triliun.

Berdasarkan hasil survei preferensi konsumen terhadap sektor fesyen muslim, yang tercantum pada dokumen Strategi Nasional Pengembangan Industri Halal Indonesia (KNKS, 2019), menunjukkan tingginya tingkat kesadaran masyarakat pada

fesyen halal, yakni 89,2%. Disisi lain, kesadaran yang tinggi tersebut belumlah menjadi faktor penentu pemilihan produk, karena kehalalan fesyen bukanlah merupakan faktor utama. Yang menjadi faktor utama dalam memilih produk fesyen adalah kenyamanan, produk bermutu, dan harga.

Fesyen muslim juga merupakan subsektor ekonomi kreatif, dan menjadi salah satu industri padat karya yang berperan untuk penyerapan tenaga kerja, serta meningkatkan output perekonomian. Kemenparekraf mencatat pada tahun 2021 fesyen berkontribusi sebesar 17,6% dari total PDB Ekonomi Kreatif senilai IDR 1.191 triliun. Selain itu ekspor dari fesyen pada tahun 2021 berhasil menjadi salah satu top 3 kontributor ekspor subsektor ekonomi kreatif pada tahun 2021. Lebih lanjut, sektor fesyen juga berhasil menyerap tenaga kerja sebesar 19,4% dari total 21,9 juta tenaga kerja di sektor ekonomi kreatif (BPS, 2021).



Gambar 15. Capaian Sektor Fesyen
Sumber : Kemenparekraf (2021) dan BPS (2021)

Di samping itu, saat ini kementerian dan lembaga telah memiliki beberapa program yang mendukung peningkatan *brand and awareness* di sektor fesyen muslim, salah satunya melalui acara ISEF (*Indonesia Sharia Economic Festival*) yang diselenggarakan oleh Bank Indonesia, dan ModestFFFund (*Modest Fashion Founder Fund*) yang diselenggarakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, untuk mengembangkan bisnis termasuk peningkatan kapasitas dan akses permodalan.

Perkembangan industri fesyen tidak terlepas dari dinamika komoditas dan produk tekstil yang menjadi salah satu industri hulu fesyen muslim. Sebagai sebuah industri, rantai nilai fesyen muslim secara umum terbagi ke dalam beberapa bagian, yaitu bahan baku, desainer, manufaktur, dan *retailer* (pengecer).

Upaya penguatan rantai nilai halal di sektor ini mencakup elemen bahan baku, sumber daya manusia, I/UMKM, distribusi dan komersialisasi, serta dukungan regulasi, teknologi, pembiayaan syariah dan *research and development*.

Elemen bahan baku fesyen mencakup tekstil, kerajinan tekstil dan bahan pelengkap. Pihak I/UMKM juga harus memastikan bahan baku pembuatan produk fesyen telah terverifikasi status halal, berdasarkan dokumen pengiriman bahan, label, tanda bukti pengiriman, pemeriksaan pengiriman, serta pengemasan. Merujuk pada Naskah Pendampingan Fesyen muslim yang disusun oleh Kemenparekraf, kriteria umum tekstil halal mengacu pada tiga hal, yaitu: 1) Bahan yang tidak mengandung bahan yang diharamkan; 2) Tidak ada proses pewarnaan, penjumlahan yang bersinggungan dengan unsur babi atau binatang yang diharamkan; serta 3) Komposisi tekstil bisa diperiksa dari *Restricted Substances List* (RSL).

Pada elemen sumber daya manusia, dibutuhkan pengelola logistik halal pada tahap produksi fesyen muslim, yang mengelola dan mendokumentasikan keseluruhan proses dan prosedur pembuatan suatu produk, sehingga menjamin bahwa produk bebas dari kontaminasi zat non-halal. Keberadaan auditor halal maupun penyelia halal juga mutlak diperlukan, untuk membantu bagian produksi dalam memastikan kehalalan proses produksi sampai ke proses distribusi. Rantai nilai halal pada sektor fesyen muslim saat ini didukung juga oleh kemunculan berbagai entitas *Fashion Accelerator*. *Fashion Accelerator* adalah suatu program yang ditujukan bagi pengusaha muslim *startup* yang memiliki potensi tinggi dalam bidang *fashion and beauty care*, sehingga mampu menciptakan produk yang banyak diminati oleh umat muslim di Indonesia. Melalui *Fashion Accelerator* akan mampu menciptakan pelaku usaha yang fokus pada *Return on Investment* (ROI) dan *Return on Akhirat* (ROA), serta menghasilkan produk fesyen yang aman, halal, dan diminati oleh masyarakat.

Pada elemen distribusi, khususnya penyimpanan produk fesyen di gudang, diperlukan adanya *halal control* yang bertugas saat penerimaan produk atau bahan halal. Selain itu, perlu dilakukan verifikasi status kehalalannya melalui dokumen pengangkutan atau dokumen pengiriman, label, pemeriksaan fisik pengiriman dan kemasan, serta terdapat label pembeda produk halal dan non-halal, agar bisa dimasukkan ke dalam fasilitas gudang.



Pengembangan sektor fesyen muslim tentunya juga didukung oleh berbagai sektor dan komoditas yang menjadi komponen pembentuk rantai nilai halalnya. Dalam penerapan kehalalan, produk di sektor fesyen muslim melibatkan komoditas berdasarkan KBKI yang berkaitan, antara lain jasa perdagangan besar dari tekstil, pakaian dan alas kaki, kecuali atas dasar balas jasa atau kontrak; jasa perdagangan besar dari tekstil, pakaian dan alas kaki atas dasar balas jasa atau kontrak; jasa perdagangan eceran di toko khusus untuk tekstil, pakaian dan alas kaki; jasa perdagangan eceran dengan pemesanan lewat pos atau internet untuk tekstil, pakaian dan alas kaki; jasa perdagangan eceran tekstil, pakaian dan alas kaki bukan toko lainnya; jasa perdagangan eceran atas dasar balas jasa atau kontrak dari tekstil, pakaian dan alas kaki; dan jasa pengolahan tekstil, pakaian jadi dan produk kulit.

Lalu jasa pendukung seperti jasa pendukung untuk pertanian, perburuan, kehutanan, perikanan, pertambangan dan keperluan lain; dan jasa pengolahan/pembuatan dengan input dari industri lain. Terdapat juga lapangan usaha yang terkait kehalalan produk di fesyen muslim berdasarkan KBKI, di antaranya industri pemintalan, pertununan dan penyempurnaan tekstil; industri tekstil lainnya; industri pakaian jadi dan perlengkapannya, bukan pakaian jadi dari kulit; industri pakaian jadi dan barang dari kulit berbulu; dan industri pakaian jadi rajutan dan sulaman bordir. Terdapat juga beberapa lapangan usaha yang turut mendukung pengembangan rantai nilai sektor fesyen ini seperti, perdagangan eceran khusus tekstil, perdagangan eceran pakaian, alas kaki, dan barang dari kulit, perdagangan eceran barang perhiasan, perdagangan eceran kaki lima, dan los pasar tekstil, pakaian dan alas kaki, serta perdagangan eceran kaki lima dan los pasar barang pribadi.



Gambar 16. Rantai Nilai Fesyen Muslim
 Sumber: MEKSI (2019-2024)



INDUSTRI HALAL BERKEMBANG PARIWISATA RAMAH MUSLIM

Berdasarkan Panduan Penyelenggara Pariwisata Halal (2019) yang diterbitkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, pariwisata halal adalah seperangkat layanan tambahan amenities, atraksi, dan aksesibilitas yang ditujukan dan diberikan untuk memenuhi pengalaman, kebutuhan, dan keinginan wisatawan Muslim. Parameter pengukurannya atau indikatornya adalah sebagai berikut :

- *Need to have* : fasilitas ibadah, makanan halal
- *Good to have* : pengalaman yang berkesan, atraksi
- *Nice to have* : mampu bersaing dengan negara lain

Pariwisata ramah muslim menjadi daya tarik tersendiri bagi suatu negara untuk meningkatkan kunjungan wisata ke negaranya. Sebagai contoh, sejumlah negara di Eropa yang mayoritas non-muslim menghadirkan genre pariwisata atau turisme ramah muslim. Yang dimaksud sebagai destinasi ramah muslim salah satunya memiliki kandungan unsur sejarah atau nilai Islam di dalamnya, dan berbagai situs warisan destinasi Islam. Selain faktor-faktor tersebut, yang menjadi inti dalam pariwisata ramah muslim adalah tersedianya pelayanan yang kompatibel untuk muslim berwisata, seperti penyediaan tempat dan peralatan ibadah yang memadai, terdapat petunjuk arah kiblat, adanya makanan dan minuman halal, dan lain-lain yang terkait dengan keperluan muslim dalam menjalankan kewajibannya sehari-hari.

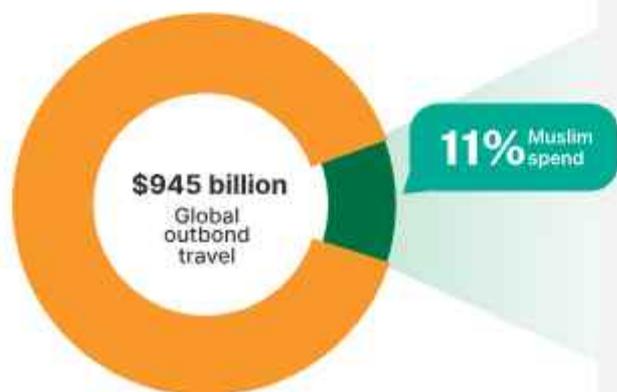
Indonesia berhasil meraih peringkat pertama dalam *Global Muslim Travel Index* (GMTI) 2023, yang sebelumnya tercatat ada di peringkat ke-4 di tahun 2021, dan ke-2 di tahun 2022. Posisi ke-1 Indonesia di GMTI 2023 tersebut, juga diraih oleh Malaysia. Hasil pemeringkatan tersebut membawa optimisme baru pada sektor pariwisata untuk segera bangkit, setelah mengalami penurunan sangat tajam dikarenakan pandemi Covid-19. Berdasarkan SGIER 2022, destinasi pariwisata ramah muslim di dunia masih didominasi oleh Turki, Arab Saudi, dan Uni Emirat Arab. Akumulasi jumlah pengeluaran wisatawan mancanegara di tahun 2021 selama berkunjung di suatu destinasi, tercatat mencapai USD 945 miliar, yang 11% di antaranya tercatat sebagai pengeluaran muslim.

Pengeluaran muslim dunia untuk pariwisata meningkat dari USD 58 miliar pada tahun 2020 hingga USD 102 miliar pada tahun 2021, dan diharapkan tumbuh sebesar 50% pada tahun 2022 menjadi USD 154 miliar, serta mencapai USD 189 miliar pada tahun 2025, dengan CAGR empat tahun sebesar 16,5%.

Pertumbuhan pariwisata global memberikan dampak positif bagi negara-negara berkembang, termasuk Indonesia. Pariwisata ramah muslim menjadi destinasi pilihan mayoritas muslim di dunia.



PARAMETER BELANJA MUSLIM SEKTOR PARIWISATA RAMAH MUSLIM



State of the Global Islamic Economy Report 2022
Global Ranking in Muslim-Friendly Travel

- #1 Malaysia
- #2 Singapore
- #3 Turkey
- #4 Bahrain
- #5 United Arab Emirates
- #12 Indonesia

Nilai penerimaan Indonesia di sektor pariwisata ramah muslim IDR 51 triliun



Sumber: Indonesia Halal Market Reports 2021/2022; State of The Global Islamic Report (2022); Badan Pusat Statistik (2022)

Sektor pariwisata juga berperan penting bagi perekonomian Indonesia dan mampu berkontribusi terhadap PDB melalui penerimaan devisa dan perpajakan. Sektor pariwisata di Indonesia pada tahun 2019 memberikan kontribusi 4,9% pada perekonomian nasional. Walau di masa pandemi Covid-19 tahun 2020, pariwisata global merupakan sektor yang paling terdampak, namun pariwisata di Indonesia masih berkontribusi sebesar 2,2% terhadap perekonomian nasional atau senilai IDR 346 triliun, serta mampu menyerap sejumlah 21,3 juta tenaga kerja atau setara dengan 16,2% kontribusi terhadap tenaga kerja nasional di tahun 2020.

Berdasarkan data BPS untuk triwulan ke-2 tahun 2022, lapangan usaha penyediaan akomodasi dan makan minum yang mendukung sektor industri pariwisata mampu tumbuh 9,76% (*year on year*), walaupun saat pandemi Covid-19 tahun 2020 tercatat mengalami penurunan kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB menjadi 4,1%, dan menyebabkan kegiatan pariwisata menjadi terhambat. Kondisi pertumbuhan sektor pariwisata ramah muslim menunjukkan perbaikan pada triwulan ke-2 tahun 2021, yang tercatat tumbuh positif sebesar 22,62% (*year on year*), dan menjadi sektor dengan pertumbuhan tertinggi dibanding sektor lainnya. Hal ini sejalan dengan peningkatan mobilitas masyarakat, yang juga berdampak pada peningkatan penggunaan angkutan penerbangan, kereta api, dan angkutan laut domestik.

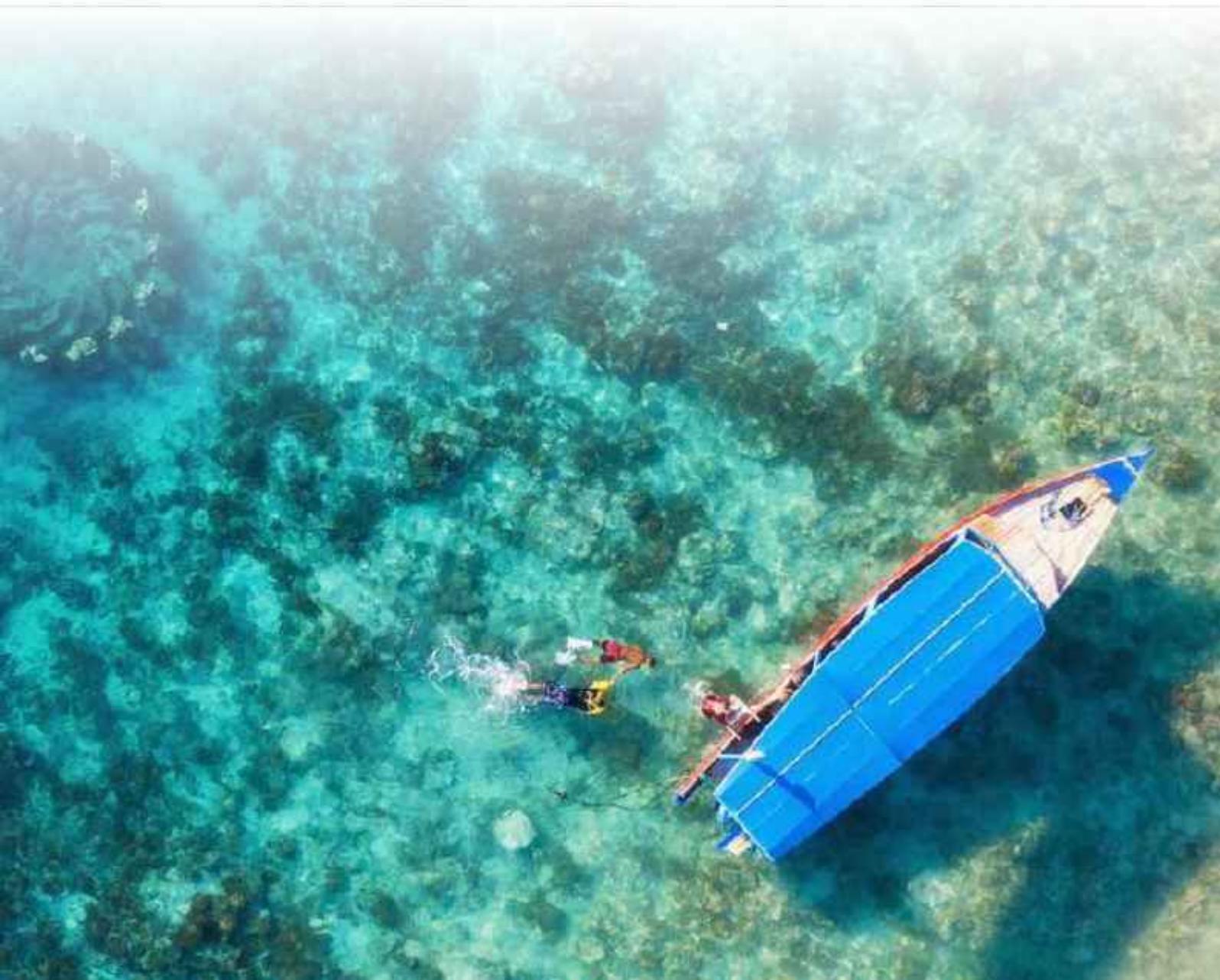
Indonesia memiliki potensi besar dalam mengoptimalkan pasar pariwisata ramah muslim yang luas. Melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), Indonesia telah mencanangkan peningkatan jumlah wisatawan domestik dan asing yang datang ke Indonesia melalui 5 DSP (Destinasi Super Prioritas), yaitu (1) Danau Toba, Sumatera Utara; (2) Borobudur, Jawa Tengah - Daerah Istimewa Yogyakarta; (3) Mandalika, Nusa Tenggara Barat (NTB); (4) Labuan Bajo, Nusa Tenggara Timur (NTT); dan (5) Likupang, Sulawesi Utara. Pengembangan destinasi prioritas merupakan bentuk perwujudan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (RIPPARNAS) tahun 2010-2025, yang diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) No. 50 Tahun 2011. Salah satu destinasi yang telah dikembangkan dengan mengimplementasikan penyediaan layanan ramah muslim yakni di kawasan wisata halal di Nusa Tenggara Barat, dengan diberlakukannya Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika, yang memamerkan keindahan pesisirnya.

Kondisi masyarakat Indonesia mengenai sektor pariwisata, berdasarkan hasil survei preferensi konsumen yang tercantum pada dokumen Strategi Nasional Pengembangan Industri Halal Indonesia (KNKS, 2019) terhadap sektor pariwisata, memperlihatkan tingkat kesadaran masyarakat terhadap pariwisata yang ramah terhadap wisatawan muslim termasuk tinggi (86%). Di sisi lain, preferensi masyarakat terhadap pentingnya pariwisata ramah muslim bukan merupakan faktor utama. Yang menjadi faktor utama pilihan wisata adalah keamanan lingkungan selama perjalanan wisata dan pada saat berada di fasilitas tempat wisata.

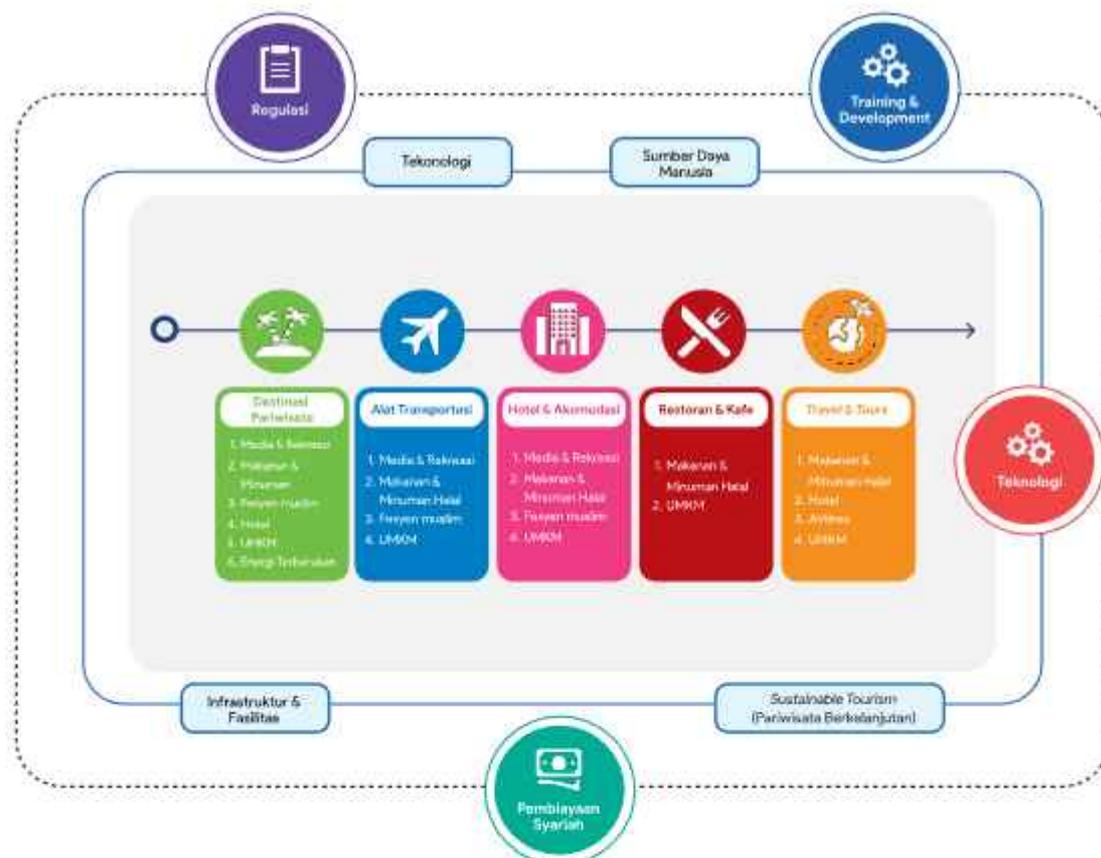


Penguatan *halal value chain* sektor pariwisata ramah muslim meliputi beberapa tahapan di antaranya: 1) Menyusun paket-paket wisata halal terintegrasi di masing-masing daerah unggulan; 2) Melakukan *branding* pariwisata ramah muslim melalui media sosial dan pameran; 3) Merumuskan dan mengesahkan undang-undang tentang pariwisata ramah muslim. Di samping itu, secara garis besar rantai nilai dalam sektor industri pariwisata ramah muslim terdapat beberapa bagian, yakni destinasi/tujuan pariwisata, transportasi, *tours and travel*, akomodasi, layanan pariwisata, serta sarana pendukung lainnya.

Pengembangan sektor pariwisata ramah muslim tentunya juga didukung oleh banyak sektor dan komoditas yang menjadi komponen pembentuk rantai nilai halalnya, dengan melibatkan komoditas berdasarkan KBKI yang berkaitan, salah satunya jasa pariwisata, kebudayaan dan olahraga, yang meliputi jasa informasi pariwisata dan daya tarik wisata; jasa konsultasi bisnis lainnya dengan memberikan saran, bimbingan dan bantuan operasional tentang pengembangan daerah industri atau pariwisata; jasa promosi pariwisata bagi negara-negara, daerah atau komunitas; jasa administrasi umum yang berhubungan dengan urusan pariwisata melalui jasa administrasi publik yang berhubungan dengan pariwisata dan promosi pariwisata; jasa administrasi yang disediakan oleh kantor, biro dan unit program pemerintah mengenai kampanye iklan, penyebaran informasi pariwisata; dan jasa penunjang wisata lainnya.



Terdapat juga lapangan usaha yang terkait kehalalan produk di sektor pariwisata ramah muslim berdasarkan KBLI, mencakup kegiatan yang cukup luas untuk memenuhi kebutuhan kesenian/kebudayaan, hiburan dan rekreasi masyarakat umum, termasuk pertunjukan langsung, pengoperasian tempat bersejarah, olahraga dan rekreasi. Beberapa turunan yang meliputi aktivitas hiburan, kesenian dan kreativitas; perpustakaan, arsip, museum dan kegiatan kebudayaan lainnya; aktivitas olahraga dan rekreasi lainnya. Di samping itu, saat ini kementerian dan lembaga telah memiliki beberapa program mendukung untuk meningkatkan *halal brand and awareness* di sektor pariwisata ramah muslim, salah satunya melalui acara *Jakarta Moslem Friendly Tourism Exhibition* yang diselenggarakan oleh Kemenparekraf, untuk menarik wisatawan domestik maupun asing. Dalam serangkaian acara tersebut, diisi puluhan usaha pariwisata dan ekonomi kreatif, seperti biro perjalanan, usaha kuliner, kecantikan, fesyen dan kerajinan tangan. Melalui acara ini, *Jakarta Moslem Friendly Tourism Exhibition* diharapkan bisa meningkatkan citra positif Jakarta sebagai destinasi wisata unggulan, dan mengembangkan atraksi wisata ramah muslim yang menarik, dengan menunjukkan beragam destinasi wisata yang ramah bagi pemeluk agama Islam, mulai dari wisata sejarah, belanja, alam, hingga kuliner.



Gambar 17. Rantai Nilai Pariwisata Ramah Muslim
Sumber: MEKSI (2019-2024)



INDUSTRI HALAL BERKEMBANG EKONOMI KREATIF SYARIAH



Saat ini media dan rekreasi halal merupakan kumpulan subsektor yang potensial dari sektor ekonomi kreatif, dengan didukung pertumbuhan yang signifikan pada pengguna internet di Indonesia. Badan Pusat Statistik (BPS) pada survei Susenas (Survei Sosial Ekonomi Nasional) tahun 2021 melaporkan bahwa 62,1% populasi Indonesia telah mengakses internet.

Di tingkat global, berdasarkan SGIER 2022, pada tahun 2021 tercatat pengeluaran muslim untuk media dan rekreasi halal mencapai USD 231 miliar. Pengeluaran tersebut diperkirakan akan tumbuh mencapai USD 308 miliar pada tahun 2025, dengan CAGR empat tahun sebesar 7,5%. Indonesia masih berada di luar peringkat 10 besar pada media dan rekreasi halal secara global di tahun 2021 tersebut.

Media dan rekreasi halal tidak terdampak secara signifikan akibat pandemi Covid-19. Perubahan kebiasaan masyarakat dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari dari luring menjadi daring telah meningkatkan penggunaan jaringan internet di kalangan masyarakat global. Beberapa perusahaan juga menerapkan *work from home* (WFH) agar bisa tetap menjalankan bisnisnya di masa pandemi Covid-19, sedangkan dunia pendidikan pun turut menerapkan belajar secara daring, agar para pelajar bisa tetap mendapatkan ilmu yang mereka butuhkan.

Pada tingkat nasional, tahun 2021 merupakan awal kebangkitan sektor ekonomi kreatif yang terjadi di masa pandemi Covid-19.

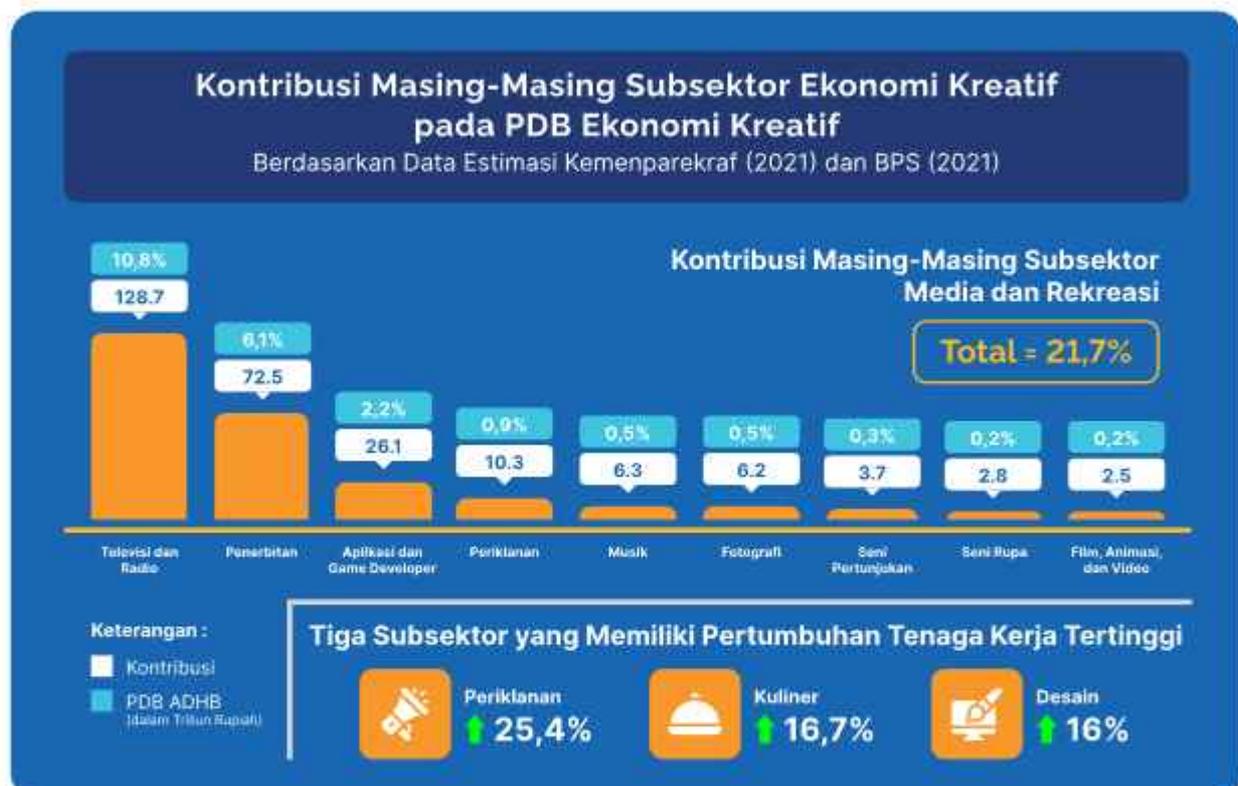


Berdasarkan data yang dirilis oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) pada bulan Desember 2022, PDB ekonomi kreatif berkontribusi sebesar 7,0% terhadap ekonomi nasional pada tahun 2021, senilai IDR 1.191 triliun, dimana subsektor kuliner (40,1% dari total kontribusi PDB ekonomi kreatif), fesyen (17,6%), kriya (14,6%), serta televisi dan radio (10,8%) mencapai 83,1% kontribusi.

Pada laporan yang sama, tenaga kerja ekonomi kreatif pulih lebih cepat dibandingkan tenaga kerja nasional secara umum, karena ekonomi kreatif lebih inklusif dan mudah dimasuki oleh pelaku usaha baru. Tiga subsektor yang memiliki pertumbuhan tenaga kerja tertinggi yaitu pada periklanan yang

tumbuh 25,4% dikarenakan meningkatnya permintaan konten digital, diikuti kuliner yang tumbuh 16,7% seiring dengan meningkatnya permintaan makan dan minum melalui layanan pesan-antar, lalu desain yang tumbuh 16% didorong oleh perlunya inovasi desain untuk mendukung kegiatan promosi.

Untuk media dan rekreasi sendiri, kontribusi masing-masing subsektor, yaitu televisi dan radio (10,8%), penerbitan (6,1%), aplikasi dan *game developer* (2,2%), periklanan (0,9%), musik (0,5%), fotografi (0,5%), seni pertunjukan (0,3%), seni rupa (0,2%), serta film, animasi, dan video (0,2%), mencapai total kontribusi sebesar 21,7% pada PDB ekonomi kreatif.



Gambar 18. Kontribusi Masing-Masing Subsektor Ekonomi Kreatif pada PDB Ekonomi Kreatif

Sumber : Kemenparekraf (2021) dan BPS (2021)

Potensi pengembangan media dan rekreasi halal di Indonesia terbuka luas, mengingat dari sisi *demand*, masyarakat sangat tertarik mempelajari konten halal melalui media dan rekreasi halal, didukung oleh banyaknya konten gaya hidup halal melalui berbagai *digital platform*, seperti Youtube, Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, dan lain-lain.

Para penyedia aplikasi dan *games* pun menampilkan konten-konten yang memudahkan masyarakat mempelajari nilai-nilai dan gaya hidup halal. Saat ini juga banyak bermunculan aplikasi *mobile* yang digunakan sebagai panduan secara *online* maupun *offline* bagi seorang muslim, dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari.

Televisi dan radio, masih merupakan media yang banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia. Media ini mendukung berkembangnya gaya hidup halal yang dikemas dan disiarkan kepada publik dalam bentuk virtual secara teratur dan berkesinambungan. Kegiatan promosi dan edukasi atas produk-produk dan gaya hidup halal, banyak mempergunakan televisi dan radio sebagai kanal untuk menjangkau konsumen dalam cakupan yang lebih luas.

Potensi pasar media dan rekreasi halal di Indonesia diproyeksikan akan meningkat menjadi sebesar USD 31,82 miliar pada tahun 2025, berdasarkan *Indonesia Halal Markets Report 2021/2022*. Beberapa hal yang bisa dilakukan oleh Indonesia untuk memanfaatkan pasar tersebut, yaitu:

- Mengenalkan secara masif industri halal di Indonesia melalui media dan rekreasi halal, dengan berkolaborasi bersama *content creator* atau *influencer* untuk melakukan promosi dan edukasi kepada masyarakat.
- Pengembangan khusus sektor media dan rekreasi halal melalui konten Islami dan gaya hidup halal yang dikembangkan melalui subsektor ekonomi kreatif yaitu film, animasi, dan video.
- Fokus pengembangan pada subsektor yang memiliki kontribusi tinggi pada PDB Ekonomi Kreatif, dan sektor-sektor kreatif yang akan bermunculan di masa mendatang, seperti aplikasi dan *game developer*, periklanan, musik, fotografi, serta film, animasi, dan video, agar industri halal semakin dikenal oleh masyarakat Indonesia.



Gambar 19. Rantai Nilai Media dan Rekreasi Halal
 Sumber: MEKSI (2019-2024)



**ROAD MAP
PENGEMBANGAN
INDUSTRI HALAL**





Gambar 20. Strategi Utama dalam Mengembangkan Industri Halal di Indonesia

Dalam upaya mencapai visi dari *Master Plan* Industri Halal Indonesia (MPIHI), maka disusun *road map* pengembangan industri halal dengan beberapa strategi utama sebagai berikut :

a) Peningkatan Produktivitas dan Daya Saing

Strategi ini dilakukan untuk seluruh sektor industri halal, melalui empat program utama, yaitu: **(i) Penguatan *halal value chain***; **(ii) Pengembangan sumber daya manusia (SDM) yang unggul dan mampu bersaing**; **(iii) Penguatan pelaku industri halal yang mencakup I/UMKM dan pesantren, serta penguatan inkubasi *startup* bisnis halal berbasis inovasi dan teknologi**; dan **(iv) Peningkatan riset dan inovasi**.

Program penguatan *halal value chain* atau rantai nilai halal merupakan upaya terintegrasi industri mulai dari input, produksi, distribusi, pemasaran, dan konsumsi. Dalam menghasilkan produk halal, input bahan baku harus diperhatikan, begitu pula dengan teknologi pengolahan yang digunakan dan proses yang dijalankan.

Sebagai salah satu program utama untuk mewujudkan Indonesia menjadi pusat industri halal dunia, penguatan rantai nilai halal dapat dilakukan dengan menjadi produsen halal, yang dimulai dengan memenuhi permintaan pasar halal domestik yang saat ini didominasi oleh pemain global. Terpenuhinya permintaan pasar domestik akan mendorong daya saing dan aktivitas ekspor lebih kuat, sehingga turut berkontribusi terhadap penguatan neraca pembayaran.



Program utama mewujudkan SDM yang unggul dan mampu bersaing merupakan salah satu kunci utama dalam pengembangan industri halal terutama untuk peningkatan produktivitas industri. Fokus ini dapat mendorong percepatan meningkatnya kualitas produk dan pelayanan pada industri halal. Pendekatannya dengan mewujudkan manusia yang beriman dan bertakwa, yang memiliki kapabilitas dan kompetensi dengan pengetahuan dan ilmu, serta dilengkapi kemampuan/*skill* spesifik pada industri halal. Hal itu dapat ditempuh dengan proses pendidikan, meraih sertifikasi profesi, dan menguasai kemampuan spesifik tertentu.

Penguatan pelaku industri halal termasuk I/UMKM dapat dilakukan dengan kolaborasi *academic, business, community, government*, dan media (kolaborasi ABCGM), atau biasa juga dinamakan kolaborasi *pentahelix*. Penguatan I/UMKM halal juga dilakukan melalui inkubasi perusahaan pemula (*startup*) berbasis teknologi dalam rangka untuk meningkatkan daya saing produk halal nasional. Kolaborasi ini merupakan salah satu prioritas yang perlu dilakukan agar masing-masing pihak dalam model *pentahelix* dapat berperan secara konstruktif, integratif, dan partisipatif dalam mendorong industrialisasi produk halal Indonesia. Akademisi berperan sebagai konseptor dan inovator, dunia bisnis berperan sebagai *enabler* dalam menciptakan nilai tambah

dan menghadirkan infrastruktur (baik sektor industri maupun UMKM), komunitas berperan sebagai akselerator, pemerintah berperan sebagai regulator dan *controller*, dan media berperan sebagai *expander* (publikasi dan promosi). Program penguatan I/UMKM halal juga dilakukan melalui terbangunnya inkubator-inkubator bisnis beserta infrastruktur dan fasilitas yang komprehensif, yang dapat memfasilitasi tumbuhnya perusahaan startup berbasis teknologi terkini secara nasional dan memiliki cakupan global. Dalam proses inkubasi, pengenalan prinsip muamalah dengan segala keunikannya kepada I/UMKM merupakan bagian penting dalam proses peningkatan literasi dan kapasitas, serta disinergikan dengan akses pembiayaan/permodalan keuangan sosial syariah.



Program peningkatan riset dan inovasi merupakan sarana literasi, komunikasi, dan koordinasi dalam rangka meningkatkan pengembangan riset dan inovasi sains halal yang unggul, kompetitif, dan berdaya saing. Pengembangan riset halal di Indonesia diharapkan dapat semakin kuat dengan pembentukan konsorsium riset halal yang saat ini telah diinisiasi oleh BRIN (Badan Riset dan Inovasi Nasional). Riset dan inovasi adalah urat nadi dalam menentukan keberlanjutan usaha yang akan membantu menciptakan produk dan layanan sesuai dengan perkembangan kebutuhan masyarakat, melalui metode maupun proses baru yang lebih efisien. Dalam mendukung nilai tambah produk dalam sektor industri halal, maka diperlukan inovasi untuk melakukan deteksi awal kehalalan suatu produk atau *halal authentication*. Teknologi *authentication* ini diharapkan dapat menganalisis titik kritis suatu produk halal dengan menggunakan teknologi dan inovasi yang berkelanjutan.





b) Penerapan serta Penguatan Kebijakan dan Regulasi

Strategi utama ini dilakukan melalui dua program utama yaitu: **(i) Penguatan industri halal melalui dukungan kebijakan dan regulasi yang memiliki kecukupan kemanfaatan, kepastian, dan keadilan, mulai dari hulu hingga hilir; dan (ii) Penerapan sistem jaminan produk halal (sertifikasi dan *traceability*).**

Penguatan industri halal melalui dukungan kebijakan dan regulasi di antaranya dilakukan dengan dukungan penerbitan peraturan dan kebijakan yang dapat mendorong tumbuhnya industri halal, baik berupa fatwa, prosedur operasional baku, insentif fiskal maupun non-fiskal, harmonisasi peraturan, serta *monitoring* dan evaluasi industri halal.

Sistem jaminan produk halal berperan untuk menjamin status kehalalan suatu produk selama masa berlaku sertifikat halalnya. Sistem jaminan produk halal didefinisikan sebagai suatu sistem yang dirancang oleh produsen untuk menghasilkan suatu produk yang terjamin kehalalannya, mulai dari bahan baku yang digunakan, proses produksi, sarana dan prasarana yang digunakan, hingga sampai ke tangan konsumen. Sertifikasi halal merupakan bentuk perlindungan bagi konsumen muslim sehingga lebih tenang dalam mengkonsumsi atau memakai suatu produk dan terhindar dari produk yang mengandung unsur non-halal.

Sertifikasi halal di Indonesia menggunakan pendekatan mampu telusur atau *traceability*. Tujuan *traceability* ini untuk mengetahui secara pasti asal bahan, fasilitas dan tempat produksi, sampai dengan distribusinya yang memenuhi kriteria halal. Kemampuan telusur halal merefleksikan proses bahan baku bertransformasi menjadi produk melalui pengadaan bahan, proses produksi, penyimpanan dan distribusi beserta seluruh aktivitas usaha yang mendukungnya. Indonesia saat ini telah melakukan kodifikasi produk halal agar pendataan dan pencatatan transaksi produk halal domestik dan ekspor-impor terlaksana dengan baik.





Dalam keseluruhan proses ini, dukungan dan partisipasi semua pihak sangat penting dalam memastikan rantai pasok produk halal berjalan baik dan tersedia dari hulu ke hilir. Pemerintah sebagai regulator dan pengawas, industri besar dan menengah sebagai penyedia bahan baku halal bagi UMK, perguruan tinggi dan lembaga penelitian berperan pada riset dan pengembangan produksi halal, termasuk riset bahan substitusi non-halal.

“ Halal Value Chain

berkaitan dengan *multistakeholders* yang melibatkan peran otoritas keagamaan, pemeriksa atau pengujian produk (LPH).

“ Fungsi Pengawasan

- 1) Pengawasan untuk kehalalan produk oleh BPJPH;
- 2) Pengawasan untuk keamanan produk oleh BPOM;
- 3) Pengawasan untuk peredaran barang dan produk oleh Kemenperin, Kemendag, Kementan, dan Bea Cukai.

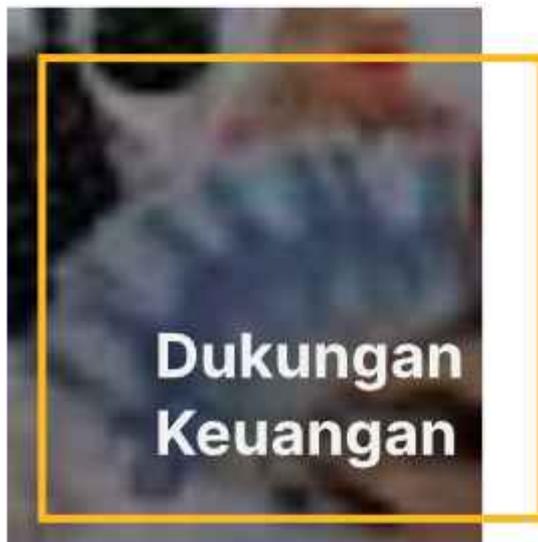
“ Proses Sertifikasi (*self-declare*)

oleh UMK, pelibatan ormas keagamaan, perguruan tinggi, pemerintah daerah, asosiasi, dan kerjasama strategis lainnya termasuk *e-commerce* dan platform digital, sebagai tenaga pendamping yang melakukan verifikasi dan validasi sederhana.



c) Penguatan Keuangan dan Infrastruktur

Strategi ini dilakukan melalui tiga program utama, yaitu: **(i) Dukungan keuangan syariah yang inklusif;** **(ii) Penguatan infrastruktur industri halal;** dan **(iii) Penyusunan indikator dan *database* industri halal oleh otorita data nasional.**

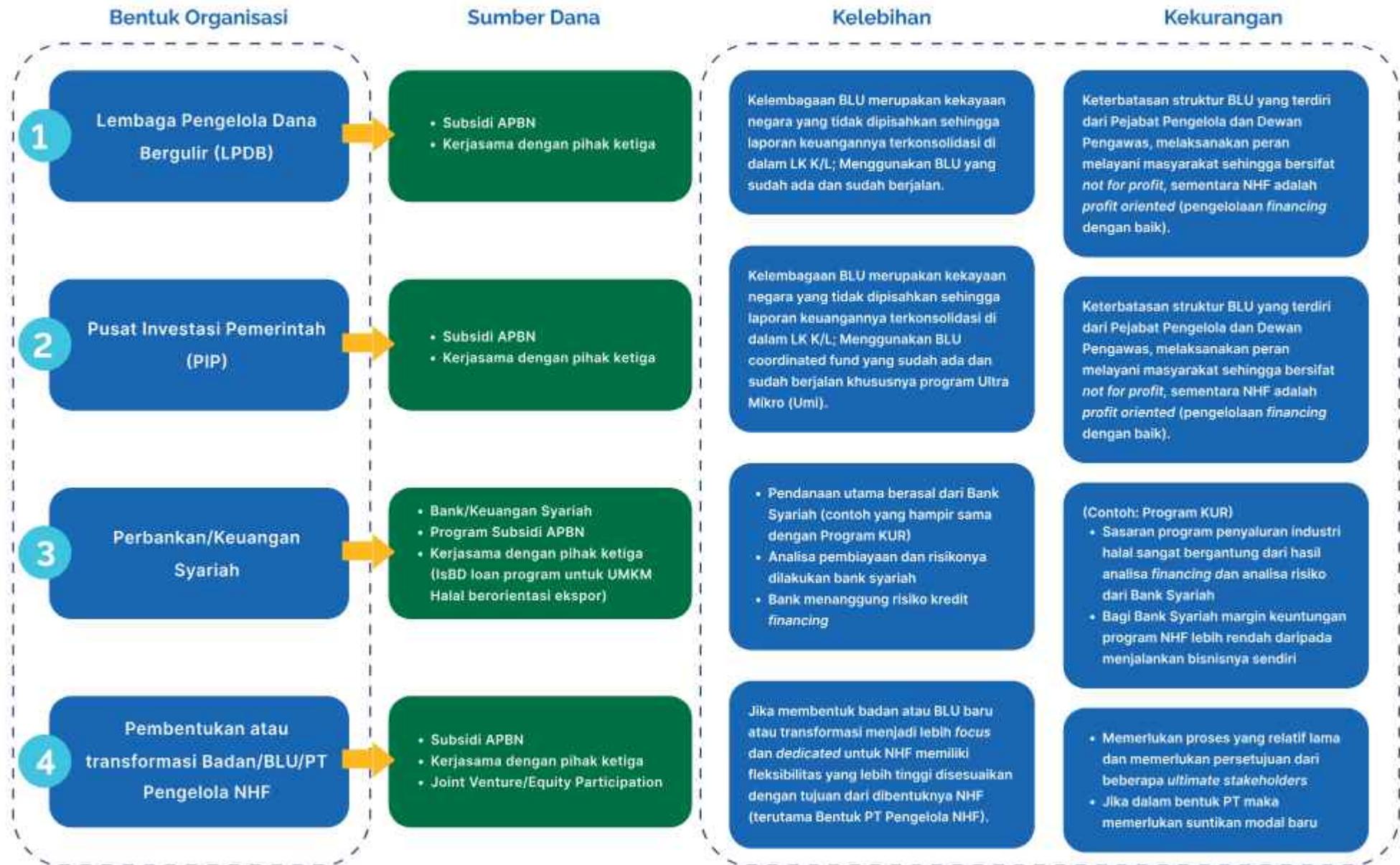


Penguatan inklusivitas dan konektivitas keuangan syariah di lingkungan bisnis melibatkan kontribusi aktif dua belah pihak, yakni pelaku bisnis dan penyedia jasa keuangan, baik *commercial finance* maupun *social finance*. Pengembangan industri halal memiliki peran untuk peningkatan eksistensi keuangan syariah, begitu juga sebaliknya, keuangan syariah memiliki andil dan kontribusi dalam membangun ekosistem industri halal. Kedua belah pihak saling melengkapi. Kedepannya, keuangan syariah diprioritaskan untuk membiayai pengembangan industri halal, sedangkan para pelaku industri halal didorong untuk berkontribusi menggunakan layanan dari perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah non-bank lainnya.

Keuangan sosial syariah dalam hal ini juga mendukung skema pendanaan pengembangan industri halal di Indonesia yang menasar segmen usaha ultra mikro, mikro dan kecil serta usaha lain berbasis komunitas seperti masjid dan pesantren.

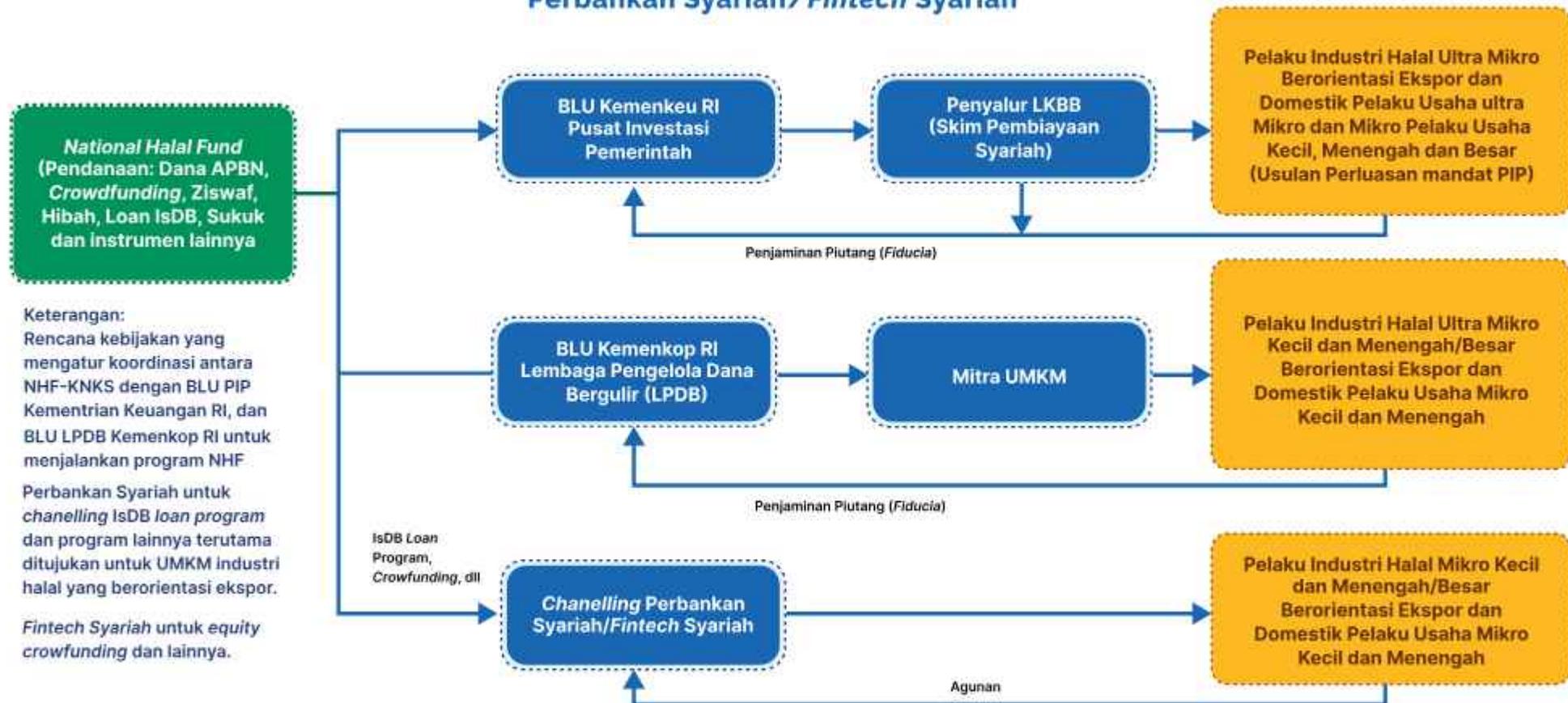
Program dukungan finansial yang inklusif, khususnya keuangan syariah untuk mendukung skema pendanaan pengembangan industri halal di Indonesia, disusun dalam *National Halal Fund (NHF)*. *National Halal Fund* dapat dikembangkan dalam beberapa format, baik berupa skema yang melekat pada lembaga keuangan (bank syariah, *Islamic private equity*, modal ventura syariah, dst), atau berdiri sendiri seperti dana abadi. Skema NHF melalui bank syariah, dapat dilakukan melalui pemberian subsidi margin untuk industri halal, atau melalui kerjasama dengan pihak lain sebagai *advisor* bisnis untuk membantu debitur target industri halal. Skema NHF ini juga dapat menggunakan mekanisme subsidi tingkat pembiayaan seperti praktik dalam KUR (Kredit Usaha Rakyat) syariah melalui perbankan syariah. Pendanaan NHF dapat berasal dari dua sumber utama, yaitu lembaga pemerintah (APBN) dan mekanisme *private sourcing*, termasuk *crowdfunding*.

Skema pendanaan tersebut diartikan bahwa industri halal dapat berjalan lancar apabila didukung oleh kemudahan akses dan layanan penuh dari lembaga keuangan secara tepat, nyaman, informatif dengan biaya yang terjangkau. Industri halal diharapkan juga mendapatkan kemudahan untuk mengakses seluruh produk dan layanan keuangan seperti simpanan, permodalan/kredit, dan layanan keuangan lainnya. Analisis alur pendanaan NHF tercantum pada Gambar 19, dan secara teknis skema NHF di Gambar 20.



Gambar 21. Analisis Pros-Cons Kelembagaan NHF

Rekomendasi Model Pengembangan NHF: Koordinasi dengan BLU-BLU Kementerian RI dan *Chanelling* Perbankan Syariah/*Fintech* Syariah



Gambar 22. Skema Rekomendasi NHF

Dukungan keuangan syariah lainnya yang dapat dimanfaatkan untuk alternatif pembiayaan pengembangan industri halal adalah melalui penerbitan Surat Berharga Syariah Negara (SBSN). SBSN merupakan surat berharga negara yang diterbitkan berdasarkan prinsip syariah, sebagai bukti atas bagian penyertaan terhadap Aset SBSN, baik dalam mata uang rupiah maupun valuta asing. Dalam penerbitannya, SBSN ditujukan untuk pembiayaan APBN, termasuk membiayai pembangunan proyek. SBSN yang dapat dimanfaatkan untuk pembiayaan industri halal adalah SBSN yang digunakan untuk pembiayaan proyek dengan skema *project financing*. Dana hasil penerbitan SBSN (*proceed*) tersebut dapat digunakan secara langsung membiayai kegiatan/proyek pemerintah tertentu yang telah dialokasikan dalam APBN (*earmarked*).

Menurut UU no. 19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara, proyek-proyek yang dapat dibiayai oleh penerbitan SBSN dengan skema *project financing* harus memenuhi persyaratan antara lain merupakan proyek pemerintah pusat, sesuai prioritas Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN), memenuhi kriteria kesiapan dan kelayakan untuk dilaksanakan dari Bappenas, telah mendapatkan alokasi dalam APBN, memenuhi kriteria dan tidak bertentangan dengan prinsip syariah, dan tidak akan dipindahtangankan / dihapuskan selama menjadi Aset APBN. Sedangkan cakupan proyek yang akan dibiayai dengan SBSN *project financing* dapat meliputi pembangunan infrastruktur (sektor energi, telekomunikasi, perhubungan, pertanian, industri manufaktur dan perumahan rakyat), penyediaan pelayanan umum, pemberdayaan industri dalam negeri, pembangunan lain sesuai dengan kebijakan strategis pemerintah.

Selain SBSN *project financing*, Dana Alokasi Khusus (DAK) juga dapat menjadi alternatif sumber pembiayaan pengembangan industri halal. Perbedaan yang utama diantara keduanya adalah jika SBSN digunakan untuk pembiayaan proyek-proyek pemerintah pusat yang dikelola oleh Kementerian / Lembaga, DAK dapat digunakan untuk membiayai program-program yang menjadi urusan pemerintah daerah. DAK adalah dana yang bersumber dari pendapatan APBN yang dialokasikan kepada daerah tertentu, dengan tujuan untuk membantu mendanai kegiatan khusus yang merupakan urusan daerah dan sesuai dengan prioritas nasional. DAK dipergunakan untuk mendorong tercapainya Standar Pelayanan Minimum (SPM) pada urusan publik yang menjadi prioritas nasional, misalnya di bidang pendidikan dan kesehatan. DAK umumnya juga dialokasikan sebagai kompensasi terhadap pembiayaan program maupun kegiatan pemerintah daerah yang memiliki dampak eksternalitas yang signifikan kepada daerah sekitarnya (*to compensate for spillovers or externalities*).





Penguatan Infrastruktur

Penguatan infrastruktur industri halal yang handal dilakukan secara komprehensif dari hulu ke hilir untuk memperkuat rantai nilai halal di Indonesia. Selain infrastruktur teknologi, pengembangan infrastruktur kawasan, sentra IKM (Industri Kecil Menengah) halal, logistik dan transportasi penting untuk dikembangkan. Kawasan Industri Halal (KIH) sebagai salah satu infrastruktur penting yang berperan menjadi sentra produksi melibatkan laboratorium (sebagai sarana uji coba dan inovasi produk halal), sentra teknologi informasi untuk efisiensi dan pemasaran produk halal, serta kawasan integratif di mana tersedia infrastruktur pendukung lainnya, seperti konektivitas jalan, pelabuhan, bandara, dan lainnya.

Pada tahun 2020, Kementerian Perindustrian telah menerbitkan Surat Keterangan Kawasan Industri Halal kepada dua kawasan industri, yaitu Modern Halal Valley Cikande (provinsi Banten) dan Halal Industrial Parks Sidoarjo (provinsi Jawa Timur), sedangkan di tahun 2021 kepada satu kawasan industri yaitu Bintan Inti Halal Hub (provinsi Kepulauan Riau). Kementerian Perindustrian masih mengevaluasi permohonan dari beberapa kawasan industri lainnya untuk bisa mendapatkan Surat Keterangan KIH tersebut.

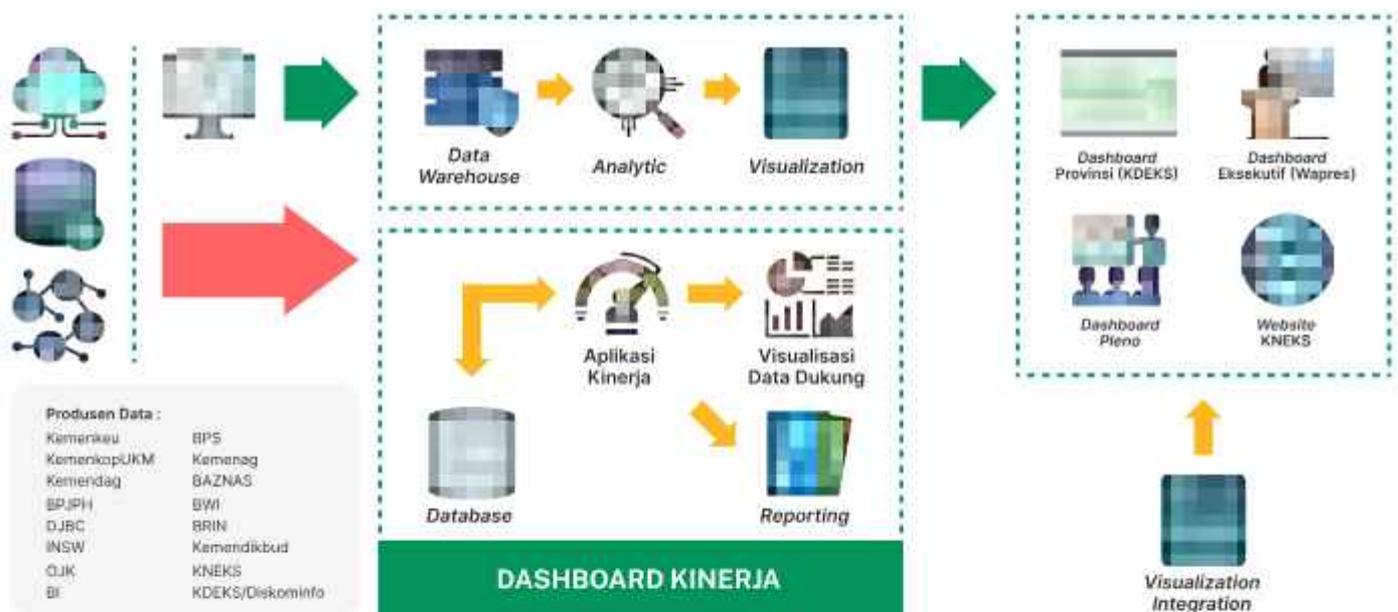
Pendekatan lain yang patut dipertimbangkan dalam mengembangkan industri halal ini adalah dengan menerapkan konsep Industri Halal Dalam Kawasan Industri (IHDKI). Konsep ini dimaksudkan bahwa industrialisasi produk halal bisa dilaksanakan di kawasan industri mana saja, dengan memastikan *compliance* terhadap ketentuan regulasi jaminan produk halal yang berlaku di Indonesia. Pelaku industri yang memenuhi syarat sesuai ketentuan halal tersebut, bisa mendapatkan surat keterangan atau surat ketetapan Zona atau Klaster IHDKI. Guna memicu pertumbuhan baru IHDKI tersebut, secara khusus pemerintah perlu menetapkan insentif yang mampu menarik investasi dari dalam dan luar negeri secara kompetitif, tidak kalah dengan mekanisme lain yang sudah ada, seperti insentif Kawasan Ekonomi Khusus (KEK). Konsep IHDKI ini nantinya akan semakin relevan seiring dengan tahapan pemberlakuan secara penuh UU no. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, dimana UU tersebut berlaku dan mengharuskan adanya "kompetensi halal" bagi seluruh pelaku industri di semua kawasan yang ada di Indonesia, baik KI, KIH, ataupun KEK.

Untuk IKM halal, bisa dilakukan klusterisasi dalam zona kecil (berupa Sentra IKM Halal) yang terdiri dari sejumlah pelaku usaha IKM yang memproduksi produk halal, sebagai bagian dari *value chain* kawasan industri. Pemerintah perlu merumuskan juga insentif khusus bagi IKM dalam Sentra IKM Halal, yang memiliki prestasi jumlah ekspor yang tinggi, atau menjadi bagian dari *value chain* industri halal besar atau korporasi.

Dengan beberapa rencana pengembangan industri halal di atas, diharapkan bisa meningkatkan investasi baru di bidang industri halal, sehingga kontribusi industri halal pada PDB nasional pun terakselerasi meningkat.

Implementasi program penyusunan indikator dan database industri halal oleh otorita data nasional dilakukan melalui pemanfaatan teknologi untuk mendigitalisasikan dan memonitor ekosistem sumber daya dan proses sebagai *input* maupun *output*. Hal tersebut akan diolah dan dilaporkan secara integratif serta komprehensif di dalam Pusat Data Ekonomi Syariah (PDES), dengan tujuan sebagai pusat referensi pengambilan keputusan, publikasi, serta riset ekonomi dan keuangan syariah.

Target utama dari terbentuknya PDES ini adalah sebagai pusat pengembangan metodologi analisis data, pertukaran, pengolahan, perhitungan, analisis, infografis dan visualisasi data tentang (1) Indikator makro aktivitas usaha syariah seperti PDB Syariah, SDGs dan sebagainya; (2) Perkembangan bisnis kewirausahaan syariah; (3) Industri dan produk halal; (4) Jasa keuangan syariah; (5) Keuangan sosial syariah; (6) Infrastruktur ekosistem syariah; (7) Ekonomi dan keuangan syariah di daerah; dan (8) Informasi lain terkait ekonomi dan keuangan syariah, termasuk kebutuhan publikasi dan investasi.



Gambar 23. Framework Proses PDES

Agar PDES menyajikan data valid yang dapat digunakan sebagai pengambil keputusan, penguatan infrastruktur industri halal juga akan menggunakan *digital platform* yang terintegrasi secara ekosistem, baik secara nasional maupun daerah, dengan berbagai kanal dalam aktivitas industri, seperti pencatatan, sertifikasi, proses bisnis, transaksional, jasa keuangan, ZISWAF, *monitoring* dan sebagainya. Hal ini menjadi sangat penting, selain untuk kepentingan data pada PDES, penggunaan *digital platform* juga akan mempermudah untuk mempromosikan produk dan jasa industri halal, serta memperkuat posisi serta daya saing produk asal Indonesia di pasar global.

Rancangan ekosistem digital ekonomi dan keuangan syariah akan seperti yang terlihat pada Gambar 24 berikut ini.



Gambar 24. Rancangan Ekosistem Digital Ekonomi dan Keuangan Syariah





d) Penguatan *halal brand and awareness*

Strategi utama terkait penguatan *halal brand and awareness* dilakukan melalui dua program utama, yaitu: **(i) Peningkatan preferensi sosial dan *halal lifestyle* melalui promosi dan edukasi;** dan **(ii) Terjalinnnya hubungan diplomasi ekonomi internasional dalam bidang industri halal.** Penguatan *halal brand and awareness* merupakan upaya yang perlu dilakukan karena masih banyak masyarakat yang belum memiliki tingkat literasi industri halal yang optimal, baik dari sisi konsumen maupun dari sisi produsen.

Program utama peningkatan preferensi sosial dan *halal lifestyle* melalui promosi dan edukasi ini diperlukan untuk memberikan edukasi terkait halal bagi masyarakat maupun bagi para pelaku usaha. Melalui program tersebut diharapkan para peserta mampu mengkampanyekan kepada masyarakat dan pelaku usaha lain agar dapat sepenuhnya memahami pentingnya produk dan layanan halal dalam kehidupan bermasyarakat.



Halal brand juga perlu terus dibangun dengan mempertegas asosiasi positif dari konsep halal dan *thayyib* tidak hanya dari sisi religiusitas (keimanan), namun produk halal juga berarti bersih, bermutu, dan memasukkan unsur etik (tanggung jawab sosial). *Halal awareness* juga perlu terus ditingkatkan melalui program sosialisasi dan edukasi. Salah satu cara memperkuat *halal brand and awareness* ini bisa juga melalui penggunaan transaksi digital (*e-commerce*), dimana saat ini sudah banyak produk halal yang memanfaatkan teknologi untuk memasarkannya. Transaksi digital juga membuat faktor geografis antar negara menjadi tidak berjarak, sehingga produk-produk halal dari Indonesia juga bisa *go-global*.

Program peningkatan preferensi sosial dan *halal lifestyle* di antaranya dilakukan melalui pendekatan sosial kemasyarakatan. Program ini dilakukan sehubungan masih terdapat masyarakat konsumen Indonesia yang belum mengutamakan kehalalan produk dalam membeli produk/jasa, masih belum terpenuhinya *awareness* produsen dan konsumen terhadap konteks halal.

Beberapa langkah yang dapat dilakukan

- Penyesuaian terminologi kehalalan dan pemahaman konteks halal
- Peningkatan *halal awareness* dan literasi untuk kalangan *Academic, Business, Community, Government*, dan *Media (ABCGM)*
- Pengembangan program *halal lifestyle* melalui kampanye *halal lifestyle*.

Program terjalinnya hubungan diplomasi ekonomi internasional dalam bidang industri halal antara Indonesia dengan sejumlah negara dan mitra dagang strategis merupakan salah satu agenda memperkuat ketahanan ekonomi melalui penguatan kerjasama internasional. Terjalinya *Mutual Recognition Agreement (MRA)* antar lembaga/negara untuk keberterimaan sertifikasi halal penting untuk dilakukan, agar dapat meningkatkan ekspor produk halal ke berbagai negara. Selain itu, program ini juga berkaitan erat dengan keberadaan *halal hub* sebagai daerah *transit* untuk produk-produk yang berasal dari negara-negara produsen ke negara-negara konsumen. Pembangunan *halal hub* penting dalam penguatan rantai pasok dan rantai nilai produk halal Indonesia, sehingga perlu untuk menciptakan Indonesia sebagai *halal hub* internasional (*international halal-hub*), baik dalam produksi maupun dalam perdagangan produk halal dunia.

Strategi ini memberikan arah optimalisasi keunggulan *halal hub* di masing-masing daerah di Indonesia dengan membangun keunggulan komparatif dan kompetitif, meningkatkan investasi termasuk penanaman modal asing, memperkuat sinergi dan kolaborasi lintas sektoral antar pelaku usaha lokal maupun pengusaha global, dan mendukung pengembangan industri rantai nilai halal. Langkah tersebut diperlukan untuk menjawab tantangan integrasi rantai pasok yang belum efisien dan belum terkonsolidasi dengan baik.

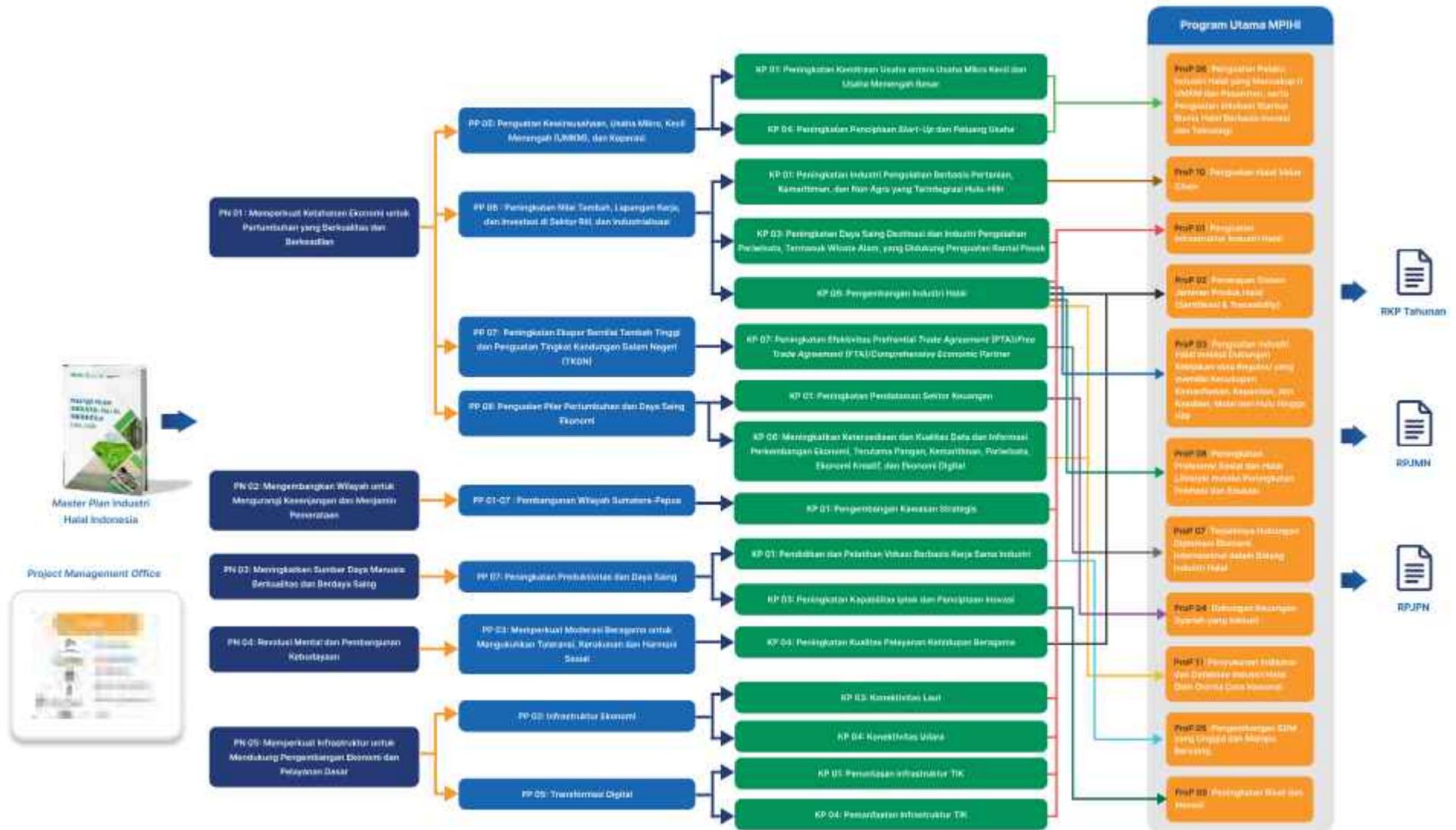
Selain itu, untuk memperkuat posisi Indonesia di tingkat global, Indonesia dapat menginisiasi **pengembangan standar pengukuran indeks kemajuan industri halal** yang ada pada suatu negara. Indeks ini bisa diusulkan melalui lembaga Indonesia yang menangani standardisasi atau pemeringkatan, untuk kemudian ditindaklanjuti ke tingkat internasional. Indeks pemeringkatan terhadap industri halal yang ada di negara-negara di dunia tersebut bisa menjadi salah satu strategi untuk penguatan *halal brand* dan *halal awareness* di Indonesia bahkan dunia, yang juga sekaligus bisa sebagai bagian dari strategi diplomasi ekonomi internasional Indonesia dalam bidang industri halal, sesuai program utama pada MPIHI ini



**KETERKAITAN MPIHI
2023 - 2029 DENGAN
DOKUMEN PERENCANAAN
PEMERINTAH**



Keterkaitan MPIHI 2023 - 2029 Dengan Dokumen Perencanaan Pemerintah



Menyesuaikan dengan dokumen perencanaan pemerintah yang terkini

Gambar 25. Keterkaitan MPIHI 2023-2029 dengan Dokumen Perencanaan Pemerintah

Sumber : Kajian Roadmap Industri Halal (dimodifikasi), Bank Indonesia



Master Plan Industri Halal Indonesia (MPIHI) disusun agar menjadi acuan bagi seluruh pemangku kepentingan dalam mengembangkan industri halal secara terukur dan terarah, sehingga pelaksanaannya dapat selaras dengan rencana dan program kerja, dengan penguatan pada sektor halal. Oleh karena itu, MPIHI ini hadir untuk mensinergikan halal ke dalam program industrialisasi yang telah ada, yang selanjutnya akan di-review dari waktu ke waktu, termasuk akan disesuaikan kembali dengan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2025-2029 mendatang.

Secara spesifik, arah dan tujuan MPIHI 2023-2029 menekankan pada pengembangan industri halal yang diselaraskan dengan RPJMN 2020-2024. Dengan demikian, arah MPIHI juga sejalan dengan program Kementerian/Lembaga yang sudah ada, baik berupa Prioritas Nasional (PN), Program Prioritas (PP), maupun Kegiatan Prioritas (KP), yang selama ini sedang dan terus diagendakan pada program-program Kementerian/Lembaga secara umum, maupun spesifik terkait dengan pengembangan industri halal.

Dari tujuh Prioritas Nasional (PN) pada RPJMN 2020-2024, terdapat lima PN yang selaras dengan MPIHI, yaitu PN 01 (Memperkuat Ketahanan Ekonomi untuk Pertumbuhan yang Berkualitas dan Berkeadilan), PN 02 (Mengembangkan Wilayah untuk Mengurangi Kesenjangan dan Menjamin Pemerataan), PN 03 (Meningkatkan Sumber Daya Manusia Berkualitas dan Berdaya Saing), PN 04 (Revolusi Mental dan Pembangunan Kebudayaan), dan PN 05 (Memperkuat Infrastruktur untuk Mendukung Pengembangan Ekonomi dan Pelayanan Dasar). Keselarasan tersebut meliputi:

1 | Program Utama 01. Penguatan Infrastruktur Industri Halal

didasarkan dari 7 kegiatan prioritas (KP). Pertama pada KP 03: Peningkatan Daya Saing Destinasi dan Industri Pengolahan Pariwisata, Termasuk Wisata Alam, yang Didukung Penguatan Rantai Pasok. Kedua, KP 06: Pengembangan Industri Halal. Kedua KP tersebut difokuskan dari PP 06 : Peningkatan Nilai Tambah, Lapangan Kerja, dan Investasi di Sektor Riil, dan Industrialisasi; dengan landasan utama PN 01: Memperkuat Ketahanan Ekonomi untuk Pertumbuhan yang Berkualitas dan Berkeadilan. Ketiga, KP 01: Pengembangan Kawasan Strategis; dengan difokuskan dari PP 01-07: Pembangunan Wilayah Sumatera-Papua; dengan landasan utama PN 02: Mengembangkan Wilayah untuk Mengurangi Kesenjangan dan Menjamin Pemerataan. Keempat dan kelima, KP 03: Konektivitas Laut, dan KP 04: Konektivitas Udara; yang difokuskan dari PP 02: Infrastruktur Ekonomi. Keenam dan ketujuh, KP 01: Penuntasan Infrastruktur TIK, dan KP 04: Pemanfaatan Infrastruktur TIK; yang difokuskan dari PP 05: Transformasi Digital; dengan landasan utama PN 05: Memperkuat Infrastruktur untuk Mendukung Pengembangan Ekonomi dan Pelayanan Dasar.

2 | Program Utama 02. Penerapan Sistem Jaminan Produk Halal (Sertifikasi dan Traceability)

didasarkan dari 2 KP. Yang pertama, KP 06: Pengembangan Industri Halal; yang difokuskan dari PP 06: Peningkatan Nilai Tambah, Lapangan Kerja, dan Investasi di Sektor Riil, dan Industrialisasi; dengan landasan utama PN 01: Memperkuat Ketahanan Ekonomi untuk Pertumbuhan yang Berkualitas dan Berkeadilan. Yang kedua, KP 04: Peningkatan Kualitas Pelayanan Kehidupan Beragama; yang difokuskan dari PP 03: Memperkuat Moderasi Beragama untuk Mengukuhkan Toleransi, Kerukunan, dan Harmoni Sosial; dengan landasan utama PN 04: Revolusi Mental dan Pembangunan Kebudayaan.

3 | Program Utama 03. Penguatan Industri Halal melalui Dukungan Kebijakan dan Regulasi yang Memiliki Kecukupan Kemanfaatan, Kepastian, dan Keadilan, Mulai dari Hulu hingga Hilir

didasarkan pada KP 06: Pengembangan Industri Halal; yang difokuskan dari PP 06: Peningkatan Nilai Tambah, Lapangan Kerja, dan Investasi di Sektor Riil, dan Industrialisasi; dengan landasan utama PN 01: Memperkuat Ketahanan Ekonomi untuk Pertumbuhan yang Berkualitas dan Berkeadilan. Dengan didukung rencana pembentukan Badan Nasional Pengembangan Industri Halal, yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden dan berkoordinasi erat dengan Kemenko Perekonomian. Di samping itu, perlu hadirnya suatu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang fokus untuk pengembangan Industri halal di Indonesia.

4 | Program Utama 04. Dukungan Keuangan Syariah yang Inklusif

didasarkan pada KP 01: Peningkatan Pendalaman Sektor Keuangan; yang difokuskan dari PP 08: Penguatan Pilar Pertumbuhan dan Daya Saing Ekonomi; dengan landasan utama PN 01: Memperkuat Ketahanan Ekonomi untuk Pertumbuhan yang Berkualitas dan Berkeadilan.

5 | Program Utama 05. Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) yang Unggul dan Mampu Bersaing

didasarkan pada KP 01: Pendidikan dan Pelatihan Vokasi Berbasis Kerja Sama Industri; yang difokuskan dari PP 07: Peningkatan Produktivitas dan Daya Saing; dengan landasan utama PN 03: Meningkatkan Sumber Daya Manusia Berkualitas dan Berdaya Saing.

6 | Program Utama 06. Penguatan Pelaku Industri Halal yang Mencakup I/UMKM dan Pesantren, Serta Penguatan Inkubasi Startup Bisnis Halal Berbasis Inovasi dan Teknologi

didasarkan dari 2 KP yakni KP 01: Peningkatan Kemitraan Usaha antara Usaha Mikro Kecil dan Usaha Menengah Besar, dan KP 04: Peningkatan Penciptaan Start-Up dan Peluang Usaha; yang difokuskan dari PP 05: Penguatan Kewirausahaan dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), dan Koperasi; dengan landasan utama pada PN 01: Memperkuat Ketahanan Ekonomi untuk Pertumbuhan yang Berkualitas dan Berkeadilan.



7 | Program Utama 07. Terjalinnnya Hubungan Diplomasi Ekonomi Internasional dalam Bidang Industri Halal

didasarkan pada KP 07: Peningkatan Efektivitas *Preferential Trade Agreement (PTA)/Free Trade Agreement (FTA)/Comprehensive Economic Partner*. Yang difokuskan dari PP 07: Peningkatan Ekspor Bernilai Tambah Tinggi dan Penguatan Tingkat Kandungan Dalam Negeri (TKDN), dengan landasan utama PN 01: Memperkuat Ketahanan Ekonomi untuk Pertumbuhan yang Berkualitas dan Berkeadilan.

8 | Program Utama 08. Peningkatan Preferensi Sosial dan Halal Lifestyle melalui Promosi dan Edukasi,

didasarkan dari KP 06: Pengembangan Industri Halal; yang difokuskan dari PP 06: Peningkatan Nilai Tambah, Lapangan Kerja, dan Investasi di Sektor Riil, dan Industrialisasi; dengan landasan utama pada PN 01: Memperkuat Ketahanan Ekonomi untuk Pertumbuhan yang Berkualitas dan Berkeadilan.

9 | Program Utama 09. Peningkatan Riset dan Inovasi

didasarkan pada KP 03: Peningkatan Kapabilitas Iptek dan Penciptaan Inovasi; yang difokuskan dari PP 07: Peningkatan Produktivitas dan Daya Saing; dengan landasan utama PN 03: Meningkatkan Sumber Daya Manusia Berkualitas dan Berdaya Saing.

10 Program Utama 10. Penguatan Halal Value Chain

didasarkan dari KP 01: Peningkatan Industri Pengolahan Berbasis Pertanian, Kemaritiman, dan Non Agro yang Terintegrasi Hulu-Hilir; yang difokuskan dari PP 06: Peningkatan Nilai Tambah, Lapangan Kerja, dan Investasi di Sektor Riil, dan Industrialisasi; dengan landasan utama pada PN 01: Memperkuat Ketahanan Ekonomi untuk Pertumbuhan yang Berkualitas dan Berkeadilan.

11 Program Utama 11. Penyusunan Indikator dan Database Industri Halal oleh Otorita Data Nasional

didasarkan dari 2 KP. Yang pertama, KP 06: Meningkatkan Ketersediaan dan Kualitas Data dan Informasi Perkembangan Ekonomi, Terutama Pangan, Kemaritiman, Pariwisata, Ekonomi Kreatif, dan Ekonomi Digital; yang difokuskan dari PP 08: Penguatan Pilar Pertumbuhan dan Daya Saing Ekonomi. Yang kedua, KP 06: Pengembangan Industri Halal; yang difokuskan dari PP 06: Peningkatan Nilai Tambah, Lapangan Kerja, dan Investasi di Sektor Riil, dan Industrialisasi. Keduanya berlandasan utama pada PN 01 Memperkuat Ketahanan Ekonomi untuk Pertumbuhan yang Berkualitas dan Berkeadilan.

Dengan keterkaitan ini, Kementerian/Lembaga dapat mengembangkan program-program dan menetapkan target spesifik untuk pengembangan industri halal dalam ruang-ruang yang sudah ada pada rencana pembangunan nasional yang sedang berjalan, maupun yang akan berkembang di masa mendatang. Dari sebelas Program Utama yang terdapat pada MPIHI 2023-2029 tersebut, ada tujuh ProP pengembangan strategis di bidang industri halal dalam rangka mempercepat, memperluas, dan memajukan industri halal di Indonesia, yang telah tercantum di dalam Pemutakhiran Rencana Kerja Pemerintah (RKP) 2023 (Gambar 24).

Rencananya akan dilakukan monitoring dan evaluasi secara reguler terhadap pencapaian ProP tersebut, dan terbuka kemungkinan penyesuaian, perubahan, penambahan, ataupun pengurangan, pada program utama, sasaran, indikator, dan targetnya, menyesuaikan dengan situasi perkembangan pada tahun berjalan.

Proyek Prioritas Terkait Pengembangan Industri Halal Pada Pemutakhiran Rencana Kerja Pemerintah 2023



Menyesuaikan dengan dokumen perencanaan pemerintah yang terkini

Gambar 26. Prioritas Nasional, Program Prioritas, Kegiatan Prioritas dan Proyek Prioritas pada Pemutakhiran Rencana Kerja Pemerintah 2023
Sumber : Peraturan Presiden No. 134 tahun 2022, tentang Pemutakhiran RKP 2023





GLOSARIUM



A

ABCGM/academic, business, community, government, dan media

Dikaitkan dengan kolaborasi, yakni kolaborasi penta helix.

Awareness

Derajat pengetahuan konsumen mengenai produk halal.

Asosiasi

Persatuan antara rekan usaha, persekutuan dagang.

B

BMT

Baitul Maal wat Tamwil.

BPS

Badan Pusat Statistik.

BUMN

Badan Usaha Milik Negara.

Brand

Merek produk yang dikenal oleh para konsumen.

C

CAGR (Compound Annual Growth Rate)

Laju Pertumbuhan Majemuk Tahunan.

Crowdfunding/Urun dana

Praktik penggalangan dana dari sejumlah besar orang untuk memodali suatu proyek atau usaha.

D

Daring

Singkatan dari "dalam jaringan", yang artinya terhubung dengan jejaring komputer, atau dikenal juga dengan istilah "online".

Digital Banking

Kegiatan perbankan dengan menggunakan sarana elektronik atau digital milik Bank, dan/atau melalui media digital milik calon nasabah dan/atau nasabah Bank, yang dilakukan secara mandiri.

Disrupsi

Gangguan pada proses atau kegiatan yang telah berlangsung secara berkesinambungan.

E

Ekonomi Syariah

Sektor inti perekonomian beserta ekosistemnya, yang secara struktural dipengaruhi oleh gaya hidup konsumen dan praktik bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Ekonomi Digital

Aktivitas ekonomi dan bisnis berbasis internet.

Ekonomi Kreatif

Konsep di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi yang utama.

Ekspor

Pengiriman barang dagangan ke luar negeri.

E-Commerce

Perdagangan elektronik.

F

Fintech

Financial technology; teknologi keuangan.

Fatwa

Nasihat; pendapat atau tafsiran pada suatu masalah yang berkaitan dengan hukum Islam.

G

GCC/Gulf Cooperation Council

Kerjasama politik dan ekonomi antar negara di Jazirah Arab.

Generasi

Sejumlah masyarakat yang kira-kira bersamaan waktu kehidupannya; angkatan; turunan.

Gharar

Tipuan; ketidakpastian.

H

Halal

Segala sesuatu yang dibolehkan menurut ajaran Islam.

Halal lifestyle

Gaya hidup yang sesuai dengan ajaran Islam.

Halal value chain/rantai nilai halal

Rangkaian kegiatan yang menghasilkan nilai tambah pada setiap proses yang meliputi produksi, distribusi, dan pemasaran barang dan/ atau jasa sampai ke tangan konsumen, yang memenuhi aspek kepatuhan terhadap nilai dan prinsip dasar syariah.

Hilirisasi

Penghiliran operasional industri guna meningkatkan nilai tambah, dengan mengolah maupun memurnikan bahan mentah, menjadi bahan jadi atau setengah jadi.

I

IHDKI

Industri Halal Dalam Kawasan Industri.

IHMR

Indonesia Halal Market Report.

Impor

Kegiatan membeli barang atau jasa dari luar negeri, maupun dari negara lain.

Industri halal

Industri yang menghasilkan produk (barang dan jasa) yang halal sesuai syariat Islam.

Inklusif

Kebijakan yang ditempuh agar berdampak secara luas kepada masyarakat.

K

Keuangan Syariah

Tata cara pengelolaan keuangan yang mengikuti aturan syariat Islam.

KEK

Kawasan Ekonomi Khusus.

KNKS

Komite Nasional Keuangan Syariah.

Kluster

Kumpulan, kelompok, himpunan, atau gabungan objek tertentu yang memiliki keserupaan, atau atas dasar karakteristik tertentu dalam konteks ekonomi/bisnis.

KUR

Kredit Usaha Rakyat.

L

Literasi

Kemampuan seseorang atau masyarakat dalam memahami suatu topik tertentu.

Luring

Singkatan dari "luar jaringan", yang artinya terputus dari jejaring komputer, atau dikenal juga dengan istilah "offline".

M

Madani

Masyarakat yang beradab dalam membangun, menjalani, dan memaknai kehidupannya.

MAKSI

Masterplan Arsitektur Keuangan Syariah Indonesia.

MEKSI

Masterplan Ekonomi dan Keuangan Syariah Indonesia.

Makmur

Serba berkecukupan.

Mandiri

Tidak bergantung pada orang lain.

Master Plan

Rencana induk.

Maysir

Judi.

Middle class income

Rentang nilai pendapatan masyarakat pada kelas menengah.

Fesyen muslim

Industri fesyen muslim.

N**NHF/National Halal Fund**

Susunan program dukungan finansial yang inklusif, khususnya keuangan syariah, guna mendukung skema pendanaan pengembangan industri halal di Indonesia.

O**OKI**

Organisasi kerja sama Islam; suatu organisasi internasional dengan 57 negara anggota (per tahun 2022) yang memiliki seorang perwakilan tetap di Perserikatan Bangsa-Bangsa.

P**PDB**

Pendapatan Domestik Bruto suatu negara dalam periode tertentu.

Permintaan

Sejumlah barang yang dibeli atau diminta pada suatu harga dan waktu tertentu.

Pharmacy/farmasi

Bidang profesional kesehatan yang merupakan kombinasi dari ilmu kesehatan dan ilmu kimia, yang mempunyai tanggung-jawab memastikan efektivitas dan keamanan penggunaan obat.

Produk halal

Barang dan/atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang guna yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam.

R**Regulasi**

Pengaturan; peraturan yang diundangkan oleh pemerintah yang mempengaruhi kegiatan.

Riba

Setiap kelebihan dari modal asli yang ditentukan sebelumnya, karena semata-mata imbalan waktu.

RKP

Rencana Kerja Pemerintah.

RPJMN

Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional.

RPJPN

Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional.

S**SGIER (State of the Global Islamic Economy Report)**

Suatu laporan tahunan global yang diterbitkan oleh Dinar Standard, mengenai perkembangan ekonomi syariah pada negara-negara di dunia.

T**TKDN/Tingkat Kandungan Dalam Negeri**

Besarnya komponen dalam negeri pada barang, jasa, serta gabungan barang dan jasa.

Transport infrastructure

Infrastruktur transportasi.

W**Wakaf**

Sedekah jariyah: menyedekahkan harta untuk kepentingan umat.

Z**Zakat**

Harta tertentu yang wajib dikeluarkan oleh orang yang beragama Islam dan diberikan kepada golongan yang berhak menerimanya.

Ziswaf

Zakat, infaq, sedekah, dan wakaf.