



DINAMIKA INDUSTRI HALAL DI INDONESIA: ANALISIS ASPEK PERMINTAAN

Nuril Kamiliyah¹, Lilik Rahmawati², Nur Laila Abida³

^{1,2,3} Magister Ekonomi Syariah, UIN Sunan Ampel, Surabaya, Indonesia

¹*nurilkamellia@gmail.com*, ²*lilikrahmawati@uinsby.ac.id*

³*nurlailaabidah@gmail.com*

ABSTRAK

Permintaan dalam ekonomi dimaknai sebagai banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu. Permintaan terjadi salah satunya dipengaruhi oleh jumlah penduduk, selera masyarakat, dan perkiraan masa depan. Salah satu permintaan yang sedang marak diperebutkan di kancah internasional ialah industri halal. Industri halal merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan usaha yang menghasilkan produk yang semua prosesnya berbasis halal. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif berupa penelitian kepustakaan atau library research. Sumber data yang digunakan ialah semua dokumen berupa buku, penelitian, berita, ataupun sumber kepustakaan lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini. Dari penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa pengembangan industri halal meliputi tujuh sector yakni mulai sektor keuangan syariah, makanan dan minuman, pariwisata, fashion, media dan rekreasi, kosmetik, dan farmasi. Dari ketujuh sector tersebut, keuangan Syariah dan makanan minuman halal menjadi dua sector yang memberikan sumbangan besar dalam industri halal.

Kata Kunci: Industri Halal; Indonesia; Permintaan.

ABSTRACT

Demand in economics is defined as the amount of goods demanded in a particular market. Demand that is growing towards higher every year then attracts the public to develop and study these developments. One of the demands that is being hotly contested in the international stage is the halal industry. The halal industry is a term used to describe businesses that produce products whose processes are all halal-based. This research uses qualitative research methods in the form of library research. The data sources used are all documents in the form of books, research, news, or other literature sources related to this research. From the research that has been done, it can be seen that the development of the halal industry includes seven sectors, namely starting from the Islamic finance sector, food and beverages, tourism, fashion, media and recreation, cosmetics, and pharmaceuticals. From those seven sectors, Islamic finance and halal food and beverages are the two sectors that make a major contribution to the halal industry. Government support in the form of ease of regulation in development and public awareness of the need to live with Sharia values, are factors that have a major influence on the development of the halal industry.

Keywords: Industry; Halal; Indonesia; Demand.

PENDAHULUAN

Pengertian umum dari permintaan ialah banyaknya jumlah benda atau barang yang diminta dengan tingkatan harga tertentu pada tingkatan pendapatan tertentu. Hukum permintaan dinyatakan dengan apabila harga sesuatu benda naik, permintaan benda tersebut turun. Sebaliknya apabila harga turun maka permintaan naik. Konsep permintaan dalam Islam memperhitungkan sesuatu komoditi (benda ataupun jasa), baik yang dapat dikonsumsi langsung atau tidak, baik halal atau non-halal. Teori permintan Islami

hanya mengulas permintaan halal, sebaliknya dalam permintaan konvensional, seluruh komoditi dinilai sama. (Hasbi 2021)

Islam merupakan agama yang paling pesat perkembangannya di dunia. Pada tahun 2023 Islam memiliki 2,18 miliar penganut, yang membentuk sekitar 27% populasi dunia. Adanya perintah konsumsi halal mendorong muslim untuk membeli produk-produk halal. The State of Global Economic Report melaporkan bahwa diperkirakan total pengeluaran Muslim akan mencapai USD 2,8 triliun pada tahun 2025. Angka tersebut berasal dari keuangan syariah, makanan minuman halal, fashion, pariwisata, farmasi, kosmetik, media dan rekreasi halal. Hal ini menunjukkan permintaan terhadap industri halal yang tinggi dan memiliki prospek untuk terus meningkat.

Potensi tersebut diperkirakan akan terus meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk muslim dunia. Dengan populasi muslim terbanyak di dunia, Indonesia menjadi pasar terbesar produk halal di tingkat internasional. Kebutuhan konsumsi yang tinggi akan produk halal mendorong tingkat permintaannya yang tinggi pula, sehingga insentif untuk memproduksi halal pun meningkat. Secara aktif, produsen halal dapat mendorong pasar halal dengan memahami perilaku pembelian dari muslim sebagai target pasar utamanya.

Indonesia adalah negara berpenduduk muslim dengan jumlah yang banyak. Berdasarkan data statistik penduduk Indonesia per desember 2022, 241,7 juta penduduk Indonesia memeluk agama Islam hingga akhir tahun lalu. Jumlah itu setara dengan 87,02% dari populasi di dalam negeri. Dari jumlah penduduk muslim yang banyak ini, tentu kebutuhan akan produk-produk halal sangatlah besar. Apalagi hal ini didukung oleh trend industri halal yang semakin mengglobal.

Kesadaran masyarakat terhadap pentingnya produk halal yang semakin digalakkan, mengarahkan selera masyarakat semakin condong pada industri halal. Hal ini kemudian menjadikan industri halal sebagai trend yang sangat potensial dan akan merata di masa depan seiring dengan berkembangnya waktu. Jumlah penduduk muslim yang besar, selera masyarakat yang semakin condong terhadap industri halal yang semakin meluas perkembangannya, dan perkiraan mengglobalnya trend tersebut menjadi salah satu factor yang mempengaruhi permintaan industri halal di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana dinamika industri halal di Indonesia. Sehingga dari penelitian ini dapat diperoleh suatu pandangan tentang langkah-langkah yang tepat bagi para pelaku usaha, dan pemangku kebijakan dalam hal ini adalah pemerintah, dalam menjaga eksistensi kehalalan produk-produk yang beredar di Indonesia agar sesuai dengan konsep halal di dalam Islam.

TINJAUAN TEORITIK

PERKEMBANGAN PERMINTAAN PRODUK HALAL DI INDONESIA

Menurut Mankiw ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi permintaan konsumen atas suatu barang antara lain harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan konsumen, jumlah konsumen, selera konsumen dan perkiraan di masa yang akan datang. Menurut Rahardja & Manurung (2010; 20-21) ada beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang selain harga barang itu sendiri, yakni harga barang lain, tingkat pendapatan perkapita, distribusi pendapatan, selera masyarakat, jumlah penduduk,

perkiraan masa depan, dan usaha-usaha produsen meningkatkan penjualan. Akan tetapi, permintaan terhadap suatu barang juga dapat berubah sewaktu-waktu sesuai dengan cita rasa konsumen yang mengalami perubahan pula seiring berkembangnya waktu. (Rahmawati et al. 2018)

Permintaan terhadap industry halal secara garis besar dapat dikategorikan dipengaruhi beberapa factor. Apabila melihat dari teori Mankiw maka permintaan terhadap industry halal di Indonesia dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri, selera masyarakat, jumlah masyarakat, dan perkiraan masa depan. Trend halal global meluas dikarenakan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya produk halal yang semakin digalakkan, sehingga selera masyarakat semakin condong pada industry halal. Seiring berkembangnya trend tersebut maka diperkirakan kecenderungan terhadap industry halal tidak hanya akan digandrungi oleh muslim, non muslim pun akan mengikuti trend tersebut. Hal ini terbukti dengan bersaingnya negara-negara non muslim atau dengan penduduk muslim yang minim mulai mengikuti trend industry halal. Sehingga trend industry halal ini akan menjadi trend global.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata halal memiliki makna diizinkan, tidak dilarang oleh *syara'* atau syariat, yang diperoleh atau diperbuat dengan sah, izin ampun. Di Ensiklopedia Hukum Islam, kata halal memiliki makna, pertama halal adalah sesuatu yang menyebabkan seseorang tidak dihukum, jika menggunakannya. Kedua, halal ialah sesuatu yang menyebabkan seseorang tidak dihukum, jika mengerjakannya, karena ia dibenarkan oleh aturan syariat. Kata halal berasal dari bahasa Arab, yaitu *halla*, *yahillu*, *hillan* dan *halalan* yang artinya diperbolehkan atau dibolehkan oleh hukum Syariah. Menurut Yusuf Qardhawi, halal merupakan sesuatu yang dengannya terurailah tali yang membahayakan, dan Allah memperbolehkan sesuatu itu untuk dikerjakan.

Kata *halla*, *yahillu*, *hillan* dan *halalan* tersebut memiliki makna yang beragam, antara lain, keluar dari suatu aktivitas, berhenti singgah atau menetap di suatu tempat, melepaskan atau menguraikan ikatan, menimpa, mewajibkan, menetapkan, membebaskan. Secara etimologi, kata halal mengandung makna membebaskan, melepaskan, memecahkan, membubarkan dan membolehkan. Kata halal merupakan lawan kata dari kata haram, hal ini juga diartikan *thayyib* atau baik. (Harmoko 2022)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa jika sesuatu memiliki predikat halal, maka sesuatu yang membahayakan di dalamnya telah terurai. Bahaya tersebut bisa terdapat dalam dzatnya, atau konsekuensi hukum perbuatannya. Berdasarkan konsep tersebut maka apapun yang dikonsumsi oleh muslim, baik makanan maupun nonmakanan harus berasal dari sumber yang halal atau hukum syariah yang dibolehkan dalam Islam. Negara sebagai pemerintah yang mengatur masyarakat juga memiliki tanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan produk-produk halal. Sehingga pemerintah kemudian mengembangkan industri halal di Indonesia. Apalagi Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi muslim terbanyak di dunia. Tujuan industri halal menurut Undang Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal adalah negara harus memberikan perlindungan dan jaminan tentang status kehalalan suatu produk. Pelabelan halal dari hasil industri mempunyai peran penting dalam melihat kualitas suatu produk, karena halal mencerminkan kebaikan dari nilai instrinsik, baik dari prosesnya maupun hasil akhir barang atau jasa yang diproduksi. (Warto and Samsuri 2020)

Konteks halal bukan hanya terbatas pada konsumsi, namun juga seluruh proses produksi dan layanan, yang terhubung dalam rantai pasokan. Dalam hal konsumsi industri halal harus mencakup semua lini kegiatan operasi, baik pengemasan, pemasaran, manufaktur, logistik, pasokan, pemeliharaan, penyembelihan, dan beragam kegiatan mulai dari hulu hingga hilir. Konsep ini telah diakui Food and Agriculture Organization (FAO) dalam menyusun pedoman penggunaan istilah halal agar diadopsi oleh negara anggotanya. Di Indonesia legitimasi produk halal dilakukan melalui proses penelitian yang dilakukan oleh LPPOM dan MUI. (Fathoni 2020)

Industri halal secara bahasa terdiri dari dua kata, yaitu industri dan halal. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) disebutkan bahwa industri adalah suatu kegiatan memproses atau mengolah barang, dengan menggunakan sarana dan peralatan seperti mesin. Sedangkan halal memiliki arti diizinkan, tidak dilarang oleh syariah. Kedua definisi tersebut ketika dipadukan maka bisa dimaknai sebagai suatu kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan yang diizinkan oleh syariah Islam. Dari kegiatan industri halal tersebut kemudian akan dihasilkan output berupa produk halal. Industri halal pada mulanya lahir untuk memenuhi kebutuhan konsumen muslim terhadap produk halal. Namun produk halal kini telah berkembang seiring dengan berkembangnya kesadaran umat Islam akan pentingnya menerapkan nilai-nilai syariah dalam aspek kehidupan yang lebih luas. (Harmoko 2022)

Dalam perkembangannya, produksi industri halal juga mencakup dimensi yang lebih luas, seperti orientasi pada kelestarian lingkungan dan sosial. Sertifikasi halal berfokus pada aspek higienitas, kualitas, dan keamanan produksi dan persiapannya. Sedangkan orientasi kelestarian lingkungan berfokus pada pengurangan dampak negatif dari aktivitas industri terhadap lingkungan. *Green management* atau dikenal dengan *Environmental Management System (EMS)* merupakan salah satu bagian internal dari industri halal. Tujuannya untuk memberikan jaminan kepada para pemangku kepentingan bahwa operasi bisnis halal sesuai dengan kepatuhan lingkungan, yakni dikelola dan dikendalikan sesuai dengan pedoman EMS. Proses tersebut mampu mengurangi biaya pengelolaan limbah, penghematan konsumsi energi, biaya distribusi yang rendah, dan peningkatan citra perusahaan. Dengan proses tersebut, pelabelan halal dapat membantu perusahaan dalam menarik minat beli dan membangun kepercayaan konsumen terhadap produk halal. (Maulana and Zulfahmi 2022)

Industri dengan label halal dari suatu produk di masa kini bukan hanya terkait dengan pelabelan syariah, namun konsep halal telah menjadi model keunggulan produk secara komprehensif. Ini terbukti dengan partisipasi dan keterlibatan negara dan organisasi nonmuslim dimana label halal dengan cepat muncul sebagai standar pilihan konsumen. Negara-negara barat yang telah jelas-jelas non muslim, seperti negara-negara di Eropa dan Amerika telah mengenali trend global yang muncul dalam konsumerisme terhadap produk dan layanan halal. Menyadari hal ini lingkungan bisnis internasional pun mulai bersaing untuk mendapatkan bagian dalam industri halal. Syarat utama untuk menguatkan industri halal adalah komitmen dari level manajemen puncak melalui kebijakan halal yang menjadi dasar bagi penguatan organisasi rantai pasok.

Rangkaian tersebut menegaskan bahwa industri halal telah diakui atas kelebihan yang ditawarkan, namun pengembangannya harus didasarkan pada penguatan regulasi dan dukungan dari beragam pemangku kepentingan. Berdasarkan data dari Global Islamic Economy 2021, sektor industri halal di dunia dibedakan menjadi tujuh kategori atau sektor. Antara lain sektor industri jasa keuangan syariah, sektor industri makanan dan minuman halal, sektor industri mode atau fashion halal, sektor industri media dan hiburan, sektor industri pariwisata ramah muslim atau pariwisata halal, sektor industri farmasi, dan sektor industri kosmetik. Pada beberapa laporan yang diterbitkan, untuk sektor farmasi dan kosmetik dijadikan satu sektor. (Maulana and Zufahmi 2022)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menemukan, menjelaskan, mengkaji, menganalisis semua sumber data berupa dokumen, referensi, teori-teori, penelitian kepustakaan (*library research*) dengan metode kualitatif, karena penelitian ini didasarkan pada data tertulis-kepustakaan. Menurut M. Nazir, studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan. Penelitian ini terbatas pada penelitian tekstual untuk dinamika industri halal di Indonesia, dengan dilihat dari aspek permintaan. Proses analisis dilakukan dengan menginterpretasi data, dan kemudian disusun sesuai dengan sistematika yang logis, sehingga deskripsi yang akan dibangun dapat tersampaikan dengan baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Diantara tujuh sektor industri tersebut, sektor keuangan dan industri makanan halal memiliki porsi yang paling dominan. Pada sektor keuangan syariah, data tahun 2019 menunjukkan jumlah aset keuangan syariah global sebesar USD 2.880 miliar, dan diperkirakan akan mengalami peningkatan pada tahun 2024 mencapai USD 3.690 miliar. OJK mencatat bahwa aset industri keuangan syariah tanpa saham syariah per Maret 2023 telah mencapai Rp. 2.420 triliun atau senilai dengan USD 160 miliar. Nilai tersebut menunjukkan bahwa perkembangan sektor keuangan syariah di Indonesia tumbuh positif sebesar 19,52 % per tahun. (Qoniah 2022)

Industri halal pada saat ini, tidak lagi menjadi pelengkap dalam peningkatan perekonomian suatu bangsa. Akan tetapi, industri halal telah menjadi bagian penting dalam pembangunan perekonomian negara. Malaysia dan Uni Emirat Arab (UEA) adalah contoh negara yang pada saat ini bersaing ketat dalam perkembangan sector-sektor industry halal.

Hal ini dapat dilihat dalam laporan State of the Global Islamic Economy Report tahun 2019, Indonesia menempati posisi pertama di sector keuangan Syariah. Akan tetapi di tahun 2022, Malaysia kembali memimpin 4 sektor industri halal yakni Islamic finance atau keuangan Syariah, halal food atau makanan dan minuman halal, muslim friendly travel atau pariwisata halal, dan media and recreation atau

media dan rekreasi halal. Kini di tahun 2023 menurut laporan Global Muslim Travel Index 2023, Indonesia menggeser Malaysia di sector pariwisata halal dan berhasil menempati posisi teratas.

Pengembangan industri halal di Indonesia memperoleh perhatian dan pengawasan langsung dari Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS). Pada Peraturan Presiden RI No. 28 tahun 2020, Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) memiliki fungsi sebagai perencana dan pelaksana pengembangan industri halal di Indonesia. Pada Pasal 4, KNEKS mempunyai tugas mempercepat, memperluas, dan memajukan pengembangan ekonomi dan keuangan syariah dalam rangka memperkuat ketahanan ekonomi nasional (Peraturan Presiden (PERPRES) Nomor 28 Tahun 2020 : Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah, 2020).(Saputri 2020)

Pada dasarnya, strategi penguatan industri halal di Indonesia sudah menjadi bagian dari kerangka pengembangan ekonomi dan keuangan syariah. Kerangka ini memuat empat hal (Ahyar & Wibowo, 2019), yaitu: (i) nilai-nilai dan prinsip dasar pengembangan ekonomi dan keuangan syariah; (ii) kerangka dasar kebijakan pengembangan ekonomi dan keuangan syariah; (iii) strategi dan rencana aksi ekonomi dan keuangan syariah; dan (iv) kerja sama dan koordinasi, baik dengan pihak internal maupun eksternal, guna mempercepat pengembangan ekonomi dan keuangan syariah. (Kusumastuti 2020)

Dalam kerangka desain ini, terlihat bahwa industri halal tidak dapat berkembang secara parsial sehingga membutuhkan dukungan sektor lainnya, terutama keuangan syariah. Begitu juga sektor keuangan syariah, yang tidak akan tumbuh tanpa permintaan produk industri halal. Selain itu, riset, assesment, dan edukasi, juga merupakan faktor mendasar yang mendukung efektivitas, inovasi, serta perkembangan industri halal. Oleh karena itu, industri halal menjadi salah satu pilar utama yang diusung dalam kerangka desain pengembangan ekonomi dan keuangan syariah.(Nisponi and Hidayati 2021)

Indonesia mempunyai Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS) yang telah mengukuhkan enam strategi pengembangan industri halal. Strategi pertama adalah global hub perdagangan produk halal dunia, yang bertujuan untuk menciptakan Indonesia sebagai hub internasional dalam perdagangan dan produksi halal dunia. Strategi kedua adalah UMKM yang berdaya saing, bertujuan untuk menciptakan UMKM berkualitas unggul yang dapat menghasilkan produk halal berstandar internasional dan keberlangsungan usaha dengan keuangan syariah.

Strategi ketiga adalah industrialisasi produk halal, yang bertujuan untuk menciptakan kawasan industri halal dengan keberlangsungan kualitas, kuantitas, dan kontinuitas serta peningkatan kualitas SDM unggul. Strategi keempat adalah riset halal yang mendukung industri, yakni mengembangkan riset bahan-bahan pengganti non halal serta peningkatan halal awareness kepada masyarakat. Strategi kelima adalah preferensi halal, yakni pendekatan sosial kemasyarakatan sebagai strategi peningkatan preferensi halal dengan pendekatan sosial kemasyarakatan dan social engineering. Strategi keenam adalah dukungan regulasi dan kebijakan, yakni strategi penguatan regulasi dan kebijakan terhadap pengembangan ekonomi syariah dan industri halal.(Nasution 2020)

Kemajuan industri halal diharapkan mampu menciptakan efek pengganda. Hal tersebut harus didukung oleh peran pemerintah, yang mempunyai posisi kunci sebagai pengaturan kelembagaan,

khususnya produksi regulasi. Peran pemerintah bukan sebagai pemain di industri, namun melalui kewenangan yang dimiliki memberikan fasilitasi, katalis, dan tatanan bagi pengembangan ekosistem usaha industri halal yang kondusif. Pemerintah menganjurkan dan mendorong pelaku ekonomi agar mencapai level daya saing tertentu. Beragam peran tersebut dapat dilakukan pemerintah contohnya melalui kebijakan insentif berupa subsidi, perpajakan, pendidikan, fokus pada penciptaan dan penguatan standar industri.

Strategi peningkatan peranan industri halal terhadap PDRB harus didekati berdasarkan jenis-jenis pelaku industri, yakni apakah didominasi oleh skala mikro, kecil, menengah, atau pelaku industri skala besar. Dominasi sektor industri pengolahan di Indonesia dapat dieksplorasi berdasarkan karakteristik pelaku usahanya, dimana sampai saat ini didominasi oleh jenis pelaku usaha UMKM (Panel B). Selama lima tahun terakhir (2015-2019), rata-rata jumlah pelaku UMKM mencapai 93 persen, sementara jumlah pelaku Usaha Besar (UB) rata-rata per tahun hanya sebesar 7 persen.

Data ini menjadi cerminan bahwa pelaku industri halal di Indonesia juga mempunyai probabilitas tinggi didominasi oleh skala UMKM. Oleh karena itu, strategi pengembangan industri halal ke depan harus berorientasi bagi kepentingan UMKM. Pelaku UMKM didorong untuk menyesuaikan karakteristik kegiatan usaha dari hulu hingga hilir sesuai dengan prinsip syariah, meningkatkan kualitas produk, dan menciptakan efisiensi dan efektivitas rantai pasok. Industri halal memiliki potensi yang sangat besar di Indonesia. Hal ini merupakan implikasi dari jumlah penduduk muslim Indonesia yang sangat banyak. Potensi industri halal Indonesia bisa kita lihat dari beberapa sektor, yaitu sektor makanan halal, sektor keuangan syariah, sektor wisata halal, dan sektor busana muslim. (Qoniah 2022)

SEKTOR-SEKTOR INDUSTRI HALAL

Global Islamic Economy membagi sektor industri halal menjadi tujuh sektor yakni sektor jasa keuangan syariah, sektor industri makanan dan minuman halal, sektor industri mode atau fashion halal, sektor industri media dan hiburan, sektor industri pariwisata ramah muslim atau pariwisata halal, sektor industri farmasi, dan sektor industri kosmetik. Dari ketujuh sektor tersebut, sektor yang mengambil porsi besar ialah sektor keuangan syariah serta sektor makanan dan minuman halal. Sektor keuangan syariah menjadi penguat di antara ketujuh sektor lainnya dikarenakan modal utama dan pengelolaan keuangan sektor industri halal lainnya berpusat pada keuangan syariah. Adanya keuangan syariah menyokong pertumbuhan sektor industri halal lainnya agar semakin berkembang.

Sektor pertama ialah sektor keuangan syariah sebagai basis pembiayaan dan investasi. Indonesia pada tahun 2021 berhasil menempati urutan pertama dalam pengembangan keuangan syariah (Islamic Finance Country Index) dengan skor 81,93. Skor tersebut mampu mengungguli Malaysia yang berada di urutan kedua dengan skor 81,05. Padahal sebelum tahun 2019, peringkat pertama selama tahun 2016-2018 selalu ditempati Malaysia. Keberhasilan Indonesia tersebut tidak terlepas dari dukungan regulasi pemerintah dan partisipasi pihak swasta. (Maulana and Zulfahmi 2022)

Kemajuan keuangan syariah nasional tidak bisa dilepaskan dari kontribusi ekonomi syariah di Indonesia yang mampu menyumbang sekitar USD 3,8 miliar terhadap PDB per tahun. Selain itu juga

mampu menarik investasi asing secara langsung sebesar USD 1 miliar, dan mampu membuka 127 ribu lapangan kerja per tahun. Data ini mencerminkan bahwa ekosistem pendukung industri halal di Indonesia dari aspek keuangan syariah sudah sangat mendukung. Sektor keuangan syariah menjadi gerbang pembuka industri halal di Indonesia. Semenjak terbentuknya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992, sektor keuangan syariah telah membawa perkembangan yang cukup baik bagi industri keuangan syariah. Aset keuangan syariah terus mengalami pertumbuhan setiap tahunnya.

Pada tahun 2018, aset keuangan syariah mengalami kenaikan sebesar 13,97% (yoy) menjadi Rp1.287,65 triliun (Otoritas Jasa Keuangan 2019). Indonesia menempati peringkat ketujuh dalam pasar aset keuangan Islam di dunia dengan total nilai aset sebesar USD 86 miliar. Indonesia juga menempati urutan ke-5 dalam Top 10 Islamic Finance (State of Global Islamic Economy Report 2019). Pada tahun 2019, *market share* industri keuangan mencapai angka 8,69%. Angka tersebut merupakan total dari *market share* perbankan syariah sebesar 5,94% ditambah *market share* industri keuangan non bank (IKNB) sebesar 2,75% (CNN Indonesia 2019). Pertumbuhan sektor keuangan ini mencerminkan potensi sektor keuangan syariah yang cukup besar di Indonesia. (Warto and Samsuri 2020)

Penguatan pembiayaan berbasis keuangan syariah dibutuhkan untuk meningkatkan kinerja ekspor dan bagi pengembangan sektoral jenis-jenis industri halal. Sejauh ini, terdapat dua jenis industri halal dengan tren pertumbuhan yang menjanjikan di tingkat global, yaitu pariwisata halal; dan makanan minuman halal. Dari keduanya, Indonesia adalah salah satu negara penghasil destinasi wisata halal terbanyak di tingkat global. Sampai tahun 2020, Indonesia dan Malaysia menempati urutan tertinggi dengan jumlah 78 destinasi wisata halal. Indonesia berhasil mengalahkan negara-negara penghasil wisata halal terbaik di dunia, seperti Turki, Saudi Arabia, Uni Emirat Arab, dan Qatar.

Jumlah wisatawan muslim pada tahun 2020 mencapai 158 juta orang, dan diproyeksi mencapai 230 juta orang pada tahun 2026. Wisata halal diharapkan mampu mendorong percepatan pertumbuhan ekonomi, mengingat peluangnya sangat besar. Sektor kedua ialah makanan dan minuman halal. Makanan dan minuman halal merupakan kebutuhan dasar seorang muslim. Kebutuhan dasar ini harus terpenuhi agar seorang muslim dapat melanjutkan hidupnya. Bila kita lihat dari jumlah penduduk muslim di Indonesia, ada potensi besar dalam sektor ini.

Pada tahun 2022, Indonesia menghabiskan USD 135 miliar untuk konsumsi makanan halal. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai pasar terbesar makanan dan minuman halal di dunia. State of Global Islamic Economy Report juga turut melaporkan bahwa dalam posisi sepuluh negara dengan *halal food* terbesar, Indonesia menempati urutan kedua setelah Malaysia. Akan tetapi meski begitu, potensi pertumbuhan sektor makanan dan minuman halal di Indonesia sangatlah besar. Hal ini dikarenakan potensi masyarakat yang juga sangat besar dan didukung oleh kesadaran penduduk Indonesia terhadap pentingnya makanan dan minuman halal. (Yunita 2018)

Potensi pasar produk halal dalam negeri khususnya makanan dan minuman sangat besar. Apalagi saat ini industri berbasis syariah termasuk di dalamnya produk halal mengalami perkembangan pesat di tengah kecenderungan keagamaan masyarakat Indonesia yang semakin meningkat. Akibatnya, demand

produk halal juga akan semakin meningkat di pasar domestik di masa mendatang. Indonesia merupakan pasar potensial bagi tumbuh kembangnya ekonomi syariah.

Saat ini kondisi perekonomian Indonesia dinilai bagus. *Gross Domestic Product* (GDP) Indonesia diproyeksikan masuk lima besar dunia dalam beberapa tahun ke depan. Sumber Daya Alam di Indonesia masih sangat potensial untuk terus dikembangkan. Penduduk Indonesia yang berjumlah kurang lebih 150 juta dan sekitar 87 persennya memeluk agama Islam, dilihat dari pendapatan pada umumnya masyarakat muslim Indonesia berada pada *middle class*, di mana kelas menengah ini dari waktu ke waktu mengalami peningkatan. (Saputri 2020)

Dukungan pemerintah juga menjadi potensi besar industri makanan halal di Indonesia. Dukungan pemerintah ini terlihat dari pembentukan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai amanat dari Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. BPJPH disahkan pada tanggal 27 Oktober 2017 dan memiliki kedudukan di bawah Kementerian Agama. Pembentukan BPJPH telah mentransformasi penyelenggaraan jaminan produk halal di Indonesia dari yang awalnya bersifat sukarela (*voluntary*) menjadi kewajiban (*mandatory*). Hal ini dilakukan dalam rangka memberi keamanan dan kenyamanan kepada konsumen muslim serta untuk melejitkan industri halal di Indonesia, khususnya industri makanan halal.

Sektor ketiga ialah pariwisata halal. Indonesia merupakan negara yang memiliki keragaman budaya serta kaya akan sejarah dan tradisi-tradisi keagamaan. Selain itu, indahnya panorama alam di Indonesia serta masyarakatnya yang ramah menjadi daya tarik Indonesia dalam bidang pariwisata. Bila dikaitkan dengan wisata halal, potensi yang dimiliki Indonesia sangat besar. Ada banyak objek wisata yang bisa dikunjungi oleh halal traveller, diantaranya masjid, keraton, makam, benda-benda pusaka, hingga kuliner halal. Data tahun 2022 menunjukkan jumlah pengguna pariwisata halal sebesar USD 194 miliar, dan diperkirakan akan mengalami peningkatan pada tahun 2024, mencapai USD 208 miliar.

Keempat, sektor fashion. Potensi fashion di Indonesia juga tidak kalah besarnya. Industri fashion terus mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2019, ekspor sektor busana muslim telah menembus angka USD 9,2 miliar atau setara dengan 9,8% total ekspor dari industri pengolahan. Data tahun umat Islam membelanjakan sekitar USD 277 miliar, dan diperkirakan akan mengalami peningkatan pada tahun 2024, mencapai USD 311 miliar. Kementerian perindustrian merilis laporan dari Dinar Standard yang menyatakan bahwa pada tahun 2022 fashion halal berkontribusi sebesar USD 375 miliar, tumbuh sebesar 6,1% dari tahun sebelumnya. (Qoniah 2022)

Kelima ialah sektor media dan hiburan, data tahun 2019 menunjukkan jumlah penggunanya sebesar USD 222 miliar, dan diperkirakan akan mengalami peningkatan pada tahun 2024, mencapai USD 270 miliar. Sementara kontribusi sektor media dan rekreasi atau hiburan halal berkontribusi sebesar USD 308 miliar atau tumbuh sebesar 7,5% dari tahun sebelumnya. Keenam ialah sektor farmasi, data tahun 2022 menunjukkan jumlah belanja umat Islam sebesar USD 94 miliar, dan diperkirakan akan mengalami peningkatan pada tahun 2024, mencapai USD 105 miliar. Di Indonesia diperkirakan ada investasi sebesar 8% dari seluruh investtasi industri halal yang ditanamkan pada sektor farmasi.

Ketujuh ialah sektor kosmetik, data State of the Global Islamic Economy Report tahun 2022 menunjukkan jumlah belanja umat Islam di sektor ini sebesar USD 66 miliar, dan diperkirakan akan mengalami peningkatan pada tahun 2024, mencapai USD 76 miliar. Faktor meningkatnya pertumbuhan industri halal disebabkan oleh bertambahnya jumlah populasi penduduk Muslim di dunia, dari tahun ke tahun. peningkatan jumlah penduduk muslim otomatis akan menambah jumlah permintaan pada produk barang dan jasa halal (Sukoso, 2020). Di samping itu, besarnya tingkat konsumsi Muslim dunia, dipandang sebagai sebuah potensi yang membantu perputaran ekonomi dunia. (Kusumastuti 2020)

Terdapat beberapa faktor yang membuat potensi industri halal di Indonesia begitu besar, yaitu: pertumbuhan populasi muslim yang relatif cepat, pertumbuhan *middle-class income* penduduk muslim yang juga cukup besar, banyaknya populasi muslim yang masih muda dan gemar melakukan *travelling*, akses informasi pariwisata yang berkembang pesat, fasilitas dan layanan yang ramah dan memuaskan, adanya *Ramadhan travel* yang menarik minat wisatawan, dan bisnis travel yang semakin berkembang dan cepat tanggap terhadap kebutuhan wisatawan. (Faturrohman 2019)

Modest fashion atau fashion halal serta muslim *friendly travel* atau pariwisata halal menjadi dua sektor yang juga berkembang pesat. Distribusi fashion halal akan meningkat apabila distribusinya merata. Untuk mewujudkan hal ini, pemerintah memeberikan dukungan dengan memudahkan sertifikasi halal dan mmerdayakan pelaku industri kreatif halal. Hal ini bertujuan untuk mendongkrak distribusi global sehingga dapat menjangkau ranah internasional. Kemudian ada sektor media rekreasi, farmasi, dan kosmetik halal yang tak kalah menjanjikan.

Ketiga sektor ini menjadi jawaban atas kesadaran masyarakat akan pentingnya gaya hidup halal, mulai dari keuangan, makanan, minuman, pariwisata, fashion, farmasi, kosmetik, dan media rekreasi halal. Oleh karena itu dibutuhkan kerja sama pemerintah untuk mengedukasi pentingnya gaya hidup halal pada masyarakat sehingga kebutuhan akan industri halal terus meningkat. Di samping itu, hal ini juga harus didukung dengan regulasi pengembangan dan pertumbuhan industri halal yang mendukung yang difasilitasi pemerintah. Sehingga kesadaran masyarakat terhadap kebutuhan dan produksi industri halal dapat berjalan seimbang.

TINJAUAN ANALISIS PERMINTAAN TERHADAP DINAMIKA INDUSTRY HALAL DI INDONESIA

Menurut Mankiw ada beberapa factor yang dapat mempengaruhi permintaan selain harga barang itu sendiri. Faktor-faktor tersebut antara lain ialah:

a. Harga barang lain

Harga barang lain juga dapat memengaruhi permintaan suatu barang, tetapi kedua macam barang tersebut mempunyai keterkaitan. Keterkaitan dua macam barang dapat bersifat substitusi(pengganti) dan bersifat komplemen(penggenap).

b. Tingkat pendapatan per kapita

Tingkat pendapatan per kapita dapat mencerminkan daya beli. Makin tinggi tingkat pendapatan, daya beli makin kuat sehingga permintaan terhadap suatu barang meningkat. Berdasarkan pada sifat perubahan permintaan yang berlaku apabila pendapatan berubah, berbagai barang dapat dibedakan menjadi empat golongan barang.

c. Distribusi Pendapatan

Distribusi pendapatan juga dapat mempengaruhi corak permintaan terhadap berbagai jenis barang. Sejumlah pendapatan masyarakat yang tertentu besarnya akan menimbulkan corak permintaan masyarakat yang berbeda apabila pendapatan tersebut diubah corak distribusinya.

d. Selera Masyarakat

Selera mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang-barang. Selera atau kebiasaan juga dapat memengaruhi permintaan suatu barang.

e. Jumlah Penduduk

Pertambahan penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan pertambahan permintaan tetapi biasanya pertambahan penduduk diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja. Dengan demikian lebih banyak orang yang menerima pendapatan dan hal ini dapat menambah daya beli masyarakat. Pertambahan daya beli ini akan meningkatkan permintaan.

f. Perkiraan tentang Masa Depan

Ramalan para konsumen bahwa harga-harga akan menjadi bertambah tinggi pada masa yang akan datang akan mendorong mereka untuk membeli lebih banyak pada masa kini, untuk menghemat pengeluaran pada masa yang akan datang. Sebaliknya, ramalan bahwa lowongan kerja akan bertambah sukar diperoleh dan kegiatan ekonomi akan mengalami resesi, akan mendorong orang untuk lebih berhemat dalam pengeluarannya dan mengurangi permintaan.

g. Usaha-usaha Produsen Meningkatkan Penjualan

Dalam perekonomian yang modern, bujukan para penjual untuk membeli barang memiliki peran yang besar dalam memengaruhi masyarakat. Pengiklanan memungkinkan masyarakat untuk mengenal suatu barang baru atau menimbulkan permintaan terhadap barang tersebut.(Faza and Ariantie 2019)

Dari ketujuh sektor tersebut, keuangan syariah dan makanan minuman halal menjadi 2 sektor yang telah berkembang pesat dan memiliki peminat tinggi. Menurut laporan Global Islamic Economy Indicator, secara garis besar Indonesia menempati posisi keempat di antara 15 negara yang bersaing ketat menguasai pasar halal global. Sektor keuangan Syariah dapat berkembang pesat karena menjadi penyokong perkembangan keenam industri halal lainnya. Sektor yang juga tak kalah pesat perkembangannya ialah sektor

makanan minuman halal. Bahkan saat ini Indonesia telah menempati posisi kedua sebagai negara yang berkontribusi besar terhadap sektor makanan minuman halal dunia.

Keuangan Syariah menjadi berkembang pesat dan memiliki minat tinggi dikarenakan sector ini menjadi penyokong sektor industri halal lainnya untuk berkembang. Sektor keuangan syariah menjadi gerbang pembuka industri halal di Indonesia. Jumlah mayoritas masyarakat muslim di Indonesia juga berpengaruh besar terhadap perkembangan keuangan Syariah. Kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kehalalan dalam semua lini kehidupan mendorongnya untuk menggunakan perbankan Syariah, yang mendukung keuangan Syariah.

Makanan dan minuman halal berkembang pesat karena tingkat pertumbuhan masyarakat muslim yang juga pesat, sehingga menumbuhkan permintaan yang tinggi terhadap sector ini. Pemerintah yang mensyaratkan sertifikasi halal berdampak pada pertumbuhannya makanan dan minuman halal yang sudah sesuai dengan persyaratan. Bagi masyarakat non muslim, makanan dan minuman dengan sertifikasi halal menunjukkan kebersihan, Kesehatan, dan keamanan pangan yang dapat dikonsumsi karena telah melewati serangkaian persyaratan sertifikasi. Hal-hal tersebut menjadikan sector makanan dan minuman halal tumbuh pesat. Untuk perkembangan di dalam negeri, Bank Indonesia memperkirakan bahwa makanan dan minuman halal tumbuh sebesar 4,5-5,3% di tahun 2023. Pertumbuhan ini diproyeksikan dapat menopang lebih dari 25% ekonomi nasional.

Besarnya potensi bisnis makanan dan minuman halal menjadikan sector ini menjadi prioritas untuk dikembangkan terlebih dahulu. Hal ini bukan hanya dikarenakan permintaan terhadap makanan dan minuman halal yang meningkat, melainkan juga sebagai salah satu langkah upaya mendukung ketahanan pangan. Industry pengolahan nasional masing-masing menggantungkan bahan baku pada sector impor. Ketergantungan tersebut akhirnya akan memunculkan isu terjamin atau tidaknya kehalalan bahan baku tersebut. Sehingga pemerintah berusaha untuk mengurangi kebergantungan terhadap bahan baku impor dengan membangun industri halal dari hulu hingga hilir. Dengan strategi tersebut, sector makanan dan minuman halal diharapkan mampu berkembang lebih pesat dan mendukung ketahanan pangan di Indonesia.

KESIMPULAN

Dari masa ke masa, industri halal mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan terhadap produk industri halal juga mengalami peningkatan yang signifikan. Indonesia adalah negara berpenduduk Muslim dengan jumlah yang sangat besar. Berdasarkan data statistik dari 237.641.326 jiwa penduduk Indonesia, 87,18% diantaranya memeluk agama Islam. Dari jumlah penduduk Muslim yang banyak ini, tentu kebutuhan akan produk-produk halal sangatlah besar. Konteks halal bukan hanya terbatas pada konsumsi, namun juga seluruh proses produksi dan layanan, yang terhubung dalam rantai pasokan. Selain berpotensi untuk menyerap dan memberikan permintaan yang tinggi terhadap industri halal, Indonesia juga bisa menjadi penyedia dan pemegang utama industri halal internasional.

Secara garis besar ada tujuh sektor industri halal yakni sektor jasa keuangan syariah, industri makanan dan minuman halal, fashion halal, industri media dan hiburan, sektor industri pariwisata ramah muslim atau pariwisata halal, industri farmasi, dan industri kosmetik. Dari ketujuh sektor tersebut, sektor yang mengambil porsi besar ialah sektor keuangan Syariah serta sektor makanan dan minuman halal. Dukungan berupa kemudahan dan pendampingan dalam regulasi industri halal oleh pemerintah juga menjadi faktor pendukung utama perkembangan industri halal. Sehingga kesadaran masyarakat terhadap kebutuhan dan produksi industri halal dapat berjalan seimbang.

DAFTAR PUSTAKA

- Fathoni, Muhammad Anwar. 2020. "Potret Industri Halal Indonesia: Peluang Dan Tantangan." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6(3):428. doi: 10.29040/jiei.v6i3.1146.
- Faturohman, Irgiana. 2019. "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Terhadap Makanan Halal. Studi Pada Konsumen Muslim Di Indonesia." *Jurnal Administrasi Niaga* 10(1):882–93.
- Faza, Hamas, and Fitri Ariantie. 2019. "Analisis Permintaan Objek Wisata Hutan Tinjomoyo Kota Semarang." *Diponegoro Journal of Economics* 1(1):146–58.
- Harmoko, Irfan. 2022. "Optimalisasi Industri Halal Di Indonesia Melalui Pendekatan Strategis Distinctive Competence." *Reinforce: Journal of Sharia Management* 1(2):105–21. doi: 10.21274/reinforce.v1i2.6439.
- Hasbi, Muhammad Zidny Nafi'. 2021. "Potret Kehidupan Ekonomi Pada Zaman Nabi." *Al-Mutsala*, 3(1):1–8.
- Kusumastuti, Dani Kusumastuti. 2020. "Minat Beli Produk Halal Di Indonesia: Studi Pemetaan Sistematis." *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 2(2):27–50. doi: 10.24090/mabsya.v2i2.3929.
- Maulana, Nora, and Zulfahmi. 2022. "Potensi Pengembangan Industri Halal Indonesia Di Tengah Persaingan Halal Global." *Jurnal Iqtisaduna* 8(2):136–50. doi: 10.24252/iqtisaduna.v8i2.32465.
- Nasution, Lokot Zein. 2020. "Penguatan Industri Halal Bagi Daya Saing Wilayah: Tantangan Dan Agenda Kebijakan." *Journal of Regional Economics Indonesia* 1(2):33–57. doi: 10.26905/jrei.v1i2.5437.
- Nisponi, Riri, and Suraya Hidayati. 2021. "Trend Perkembangan Ekonomi Syariah Global." *An-Nabdhah* 14(2):152–66.
- Qoniah, Risa. 2022. "Tantangan Dan Strategi Peningkatan Ekspor Produk Halal Indonesia Di Pasar Global." *Halal Research Journal* 2(1):52–63. doi: 10.12962/j22759970.v2i1.246.
- Rahmawati, Lilik, Iqbal Tanjung, and Baiq El Badriati. 2018. "Analisis Permintaan Dan Perilaku Konsumen Fintech Syariah Model Crowdfunding." *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 2(1):35–49. doi: 10.33650/profit.v2i1.552.
- Saputri, Oktoviana Banda. 2020. "Pemetaan Potensi Indonesia Sebagai Pusat Industri Halal Dunia." *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 5(2):23–38.
- Warto, Warto, and Samsuri Samsuri. 2020. "Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia." *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2(1):98. doi: 10.31000/almaal.v2i1.2803.
- Yunita, Hanna Indi Dian. 2018. "Studi Tentang Peluang Dan Tantangan Industri Pangan Halal Terhadap Perekonomian Di Indonesia." *Jurnal Ilmiah* 1–19.