

Ahmad Fauzul Hakim Hasibuan, Nursantri Yanti, Khalish Khairina, Wahyu Syarvina, M. Fauzan, Asmawati, Asiah Wati, Fauzul Hanif Noor Athief, Ichsan, Rahmawati, M. Iqbal, Anton Priyo Nugroho, Iskandar Chang, Malahayatie, Arna Asna Annisa, Asra, Heny Rofizar, Isra Maulina, Lesi Hertati, Reni Ria Armayani Hasibuan

Buku Chapter

MASA DEPAN  
**EKONOMI  
SYARIAH**  
INDONESIA

**Editor :**

**Prof. Dr. Nurhayati, M.Ag.  
Taufiq, SH.I., MA.**

**Pengantar :**

**Prof. Dr. H. M. Yasir Nasution**

(Guru Besar Emiritus UIN Sumatera Utara Medan,  
Ketua DPS Bank Sumut Syariah)

**Prof. Dr. H. Nur Syam, M.Si.**

(Guru Besar UIN Sunan Ampel Surabaya,  
Sekjen Kemenag Periode 2014-2018)

**Dr. H. Danial, S.Ag., M.Ag.**

(Rektor IAIN Lhokseumawe)

**Assoc. Prof. Dr. Sutan Emir Hidayat**

(Direktur Infrastruktur Ekosistem Syariah KNEKS RI)



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
IAIN LHOEKSEUMAWE**

**BUKU CHAPTER**  
**MASA DEPAN EKONOMI SYARIAH INDONESIA**

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

### **Lingkup Hak Cipta Pasal 1**

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

### **Ketentuan pidana Pasal 113**

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

BUKU CHAPTER  
MASA DEPAN EKONOMI SYARIAH INDONESIA

**Penulis:**

*Ahmad Fauzul Hakim Hasibuan, Nursantri Yanti, Khalish Khairina, Wahyu Syarvina,  
M. Fauzan, Asmawati, Asiah Wati, Fauzul Hanif Noor Athief, Ichsan, Rahmawati, M. Iqbal,  
Anton Priyo Nugroho, Iskandar Chang, Malahayatie, Arna Asna Annisa, Asra,  
Heny Rofizar, Isra Maulina, Lesi Hertati, Reni Ria Armayani Hasibuan*

**Editor:**

*Prof. Dr. Nurhayati, M.Ag.  
Taufiq, SH.I., MA.*



**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Lhokseumawe**

BUKU CHAPTER  
MASA DEPAN EKONOMI SYARIAH INDONESIA

**Penulis:**

Ahmad Fauzul Hakim Hasibuan, Nursantri Yanti, Khalish Khairina,  
Wahyu Syarvina, M. Fauzan, Asmawati, Asiah Wati, Fauzul Hanif Noor Athief,  
Ichsan, Rahmawati, M. Iqbal, Anton Priyo Nugroho, Iskandar Chang, Malahayatie,  
Arna Asna Annisa, Asra, Heny Rofizar, Isra Maulina, Lesi Hertati,  
Reni Ria Armayani Hasibuan

**ISBN:**

978-623-96647-3-2

**Editor:**

Prof. Dr. Nurhayati, M.Ag.  
Taufiq, SH.I., MA.

**Desain Cover:**

Ade Risma

Cetakan Pertama:

**Januari 2022**

---

---

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

**PENERBIT:**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM - IAIN LHOKSEUMAWE**  
Jl. Medan-Banda Aceh Km. 275, No. 1, Bukit Rata, Alue Awe - Lhokseumawe  
Aceh, Indonesia

## *Kata Pengantar*

*Hamdan wa syukran Lillah, sholatan wa salaman 'ala Rasulillah.*

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

Buku Chapter Masa Depan Ekonomi Syariah Indonesia ini merupakan sebuah karya anak-anak negeri ini yang memberikan perhatian lebih terhadap perkembangan ekonomi syariah khususnya di Tanah Air. Buku ini adalah kolaborasi bersama berupa hasil riset, pemikiran maupun kajian strategis yang dihasilkan oleh 20 orang penulis yang terdiri dari para akademisi, praktisi maupun cendekiawan yang berasal dari 10 Perguruan Tinggi di Indonesia. Berbagai aspek penting yang mencakup masa depan ekonomi syariah di Indonesia sangat detail dibahas dalam buku ini, sehingga buku ini layak dijadikan sebuah rujukan bacaan maupun menjadi bahan pertimbangan berbagai *stakeholder* guna pengembangan ekonomi syariah ke depannya. UPT. Jurnal FEBI - IAIN Lhokseumawe terus berusaha mempublikasikan hasil pemikiran-pemikiran terbaik anak bangsa ini tidak hanya melalui publikasi jurnal ilmiah yang terbit secara berkala, tetapi juga mencoba menyatukan hasil pemikiran tsb melalui buku.

*Tahniah!* Kepada para penulis yang telah memberikan kontribusi keilmuannya kepada khalayak ramai. UPT. Jurnal FEBI - IAIN Lhokseumawe mengucapkan terima kasih kepada pihak Dekanat FEBI - IAIN Lhokseumawe yang terus memberikan dukungan guna pengembangan keilmuan, teristimewa kepada Prof. Dr. H. M. Yasir Nasution (Guru Besar Emiritus UIN Sumatera Utara/Ketua DPS Bank Sumut Syariah), Prof. Dr. H. Nur Syam, M.Si. (Guru Besar UIN Sunan Ampel Surabaya/Sekjen Kemenag Periode 2014-2018), Dr. H. Danial, M.Ag. (Rektor IAIN Lhokseumawe), dan Assoc. Prof. Dr. Sutan Emir Hidayat (Direktur Infrastruktur Ekosistem Syariah KNEKS RI) yang antusias memberikan pengantar maupun sambutan dalam buku ini. Terima kasih juga disampaikan kepada tim editor Prof. Dr. Nurhayati, M.Ag. (Guru Besar UIN Sumatera Utara) dan bapak Taufiq, SH.I., MA. (Wakil Dekan III FEBI - IAIN Lhokseumawe), yang sudi meluangkan waktu untuk melakukan *editing* atas buku ini.

Semoga buku ini dapat bermanfaat kepada khalayak ramai, mampu meningkatkan literasi ekonomi syariah di Indonesia dan menjadi bagian dari perjuangan membesarkan ekonomi syariah di negeri dengan mayoritas Muslim ini.

Lhokseumawe, 6 Januari 2022 M  
2 Jumadil Akhir 1443 H

**H. Angga Syahputra, S.E.I., M.E.I., CBPA**  
*Kepala UPT. Jurnal FEBI – IAIN Lhokseumawe*

KOLABORASI AKADEMISI UNTUK PENGEMBANGAN  
EKONOMI SYARIAH:

*Serangkai Kata Pengantar Editor*

Prof. Dr. Nurhayati, M.Ag.

Taufiq, SH.I., MA.

Yang diharapkan dari sistem ekonomi syariah adalah perubahan dari *homo economicus* ke *homo ethicus*. Artinya bahwa sistem ekonomi syariah ini akan menjadi ajang kehidupan ekonomi yang tidak semata-mata mencari keuntungan pribadi tetapi juga untuk kemaslahatan umat. Oleh karena itu, yang diperlukan adalah implementasi konsep masalah dalam konsumsi dan produksi. Melalui konsep masalah, maka diharapkan tidak terjadi akumulasi modal pada individu-individu tertentu, sehingga akan terjadi kesejahteraan bersama sesuai dengan proporsi ekonomi yang didapatkan atau diperoleh.

Sistem ekonomi Islam tidak memperbolehkan terjadinya *maytsir* di dalam transaksi, larangan *gharar* atau *uncertainty* dalam transaksi, kemudian juga larangan untuk jual beli *mulasamah* dan *munabadzah*, larangan riba/bunga dalam transaksi dan lainnya yang tidak menguntungkan untuk kesejahteraan bersama. *Maytsir* adalah sistem ekonomi yang berbasis *gambling* atau judi. *Gharar* terjadi di dalam akad, yaitu akad yang di dalamnya terdapat sesuatu yang membahayakan, misalnya dengan melakukan spekulasi, mengandung resiko, bahaya dan ketidakpastian. Selain itu juga harus menghindari sistem *mulasamah* atau membeli sesuatu tanpa melihat secara nyata apa yang dibelinya, *munabadzah* juga sistem jual beli yang juga tidak jelas apa yang dibelinya tersebut. Keduanya mengacu pada sistem jual beli yang tidak diketahui secara jelas, sehingga berpeluang terjadinya penyesalan dan merasa tertipu. Termasuk di sini adalah menjual barang yang belum dimilikinya.

Pandangan fiqih muamalah tentang ekonomi tentu sangat jelas, sebab dapat dibedakan mana yang diperbolehkan atau dianjurkan dan mana yang dilarang atau agar tidak dilakukan. Sebagaimana kajian di dalam fiqih muamalah, maka berbagai transaksi di dalam kegiatan ekonomi yang mengandung aspek *gharar*, riba, *maytsir*, secara tegas dilarang di dalam Islam. Hal ini memberikan gambaran tentang bagaimana pengelolaan atau penyelenggaraan kegiatan ekonomi harus mengandung transparansi, kejujuran, keadilan dan kesejahteraan bersama secara proporsional. Islam sebagai agama terakhir

dalam jajaran agama *Samawi* memberikan patokan dasar dalam usaha-usaha ekonomi bagi masyarakat.

Dewasa ini perkembangan ekonomi syariah menuai masa yang membanggakan, yaitu melalui dukungan pemerintah yang sangat jelas, misalnya keterlibatan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), MUI, organisasi percepatan perekonomian syariah dan perbankan syariah, seperti Komite Nasional Ekonomi Syariah dan Keuangan Syariah (KNEKS), yang dipimpin langsung oleh Presiden dengan ketua hariannya adalah Wakil Presiden, KH. Ma'ruf Amin.

Yang turut serta membanggakan adalah kehadiran Bank Syariah Indonesia (BSI) yang merupakan gabungan dari Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRI Syariah), Bank Mandiri Syariah (BSM) dan Bank Nasional Indonesia Syariah (BNI Syariah). Penggabungan tiga bank syariah yang sangat sehat ini tentu akan dapat menjadi momentum baru bangkitnya perekonomian syariah sebagaimana yang dicitakan oleh masyarakat Indonesia. BSI diharapkan akan dapat menjadi raksasa ekonomi syariah baru di era sekarang dan yang akan datang.

Tidak hanya perbankan syariah yang berkembang tetapi usaha-usaha syariah juga berkembang. Usaha-usaha Syariah (UUS) seperti produk halal, wisata halal, kuliner halal, asuransi syariah, akuntansi syariah, dan sebagainya juga berkembang pesat. Hal ini menandai bahwa telah terjadi proses untuk bergerak lebih cepat dalam kerangka percepatan perkembangan ekonomi syariah. Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia dapat dilihat dari data yang dieluarkan oleh berbagai lembaga ekonomi syariah global, yaitu: berdasarkan *Global Economic Finance*, Indonesia berada di posisi nomor 1 pada tahun 2021, dimana tahun sebelumnya berada di urutan ke-2. Berdasarkan *Global Islamic Economy Report*, Indonesia berada di urutan ke-4 tahun 2021, dan sebelumnya berada di urutan ke-5. Sedangkan berdasarkan *Islamic Finance Development Report*, Indonesia berada di urutan ke-2 dari sebelumnya berada di urutan pertama.

Berdasarkan atas penilaian dari Ekonomi Islam Global ini, maka memberikan indikasi bahwa ekonomi syariah di Indonesia mengalami kenaikan. Artinya bahwa upaya yang dilakukan oleh pemerintah melalui penguatan infrastruktur organisasi dan keuangan syariah tentu berdampak positif terhadap pengembangan ekonomi syariah. Dewasa ini juga bergerak dengan cepat tentang perwakafan, zakat, sedekah dan infaq. Melalui keterlibatan masyarakat lewat Lembaga Amil Zakat (LAZ) dan Badan Amil Zakat (BAZ) oleh

pemerintah, maka perkembangan zakat juga akan bisa lebih cepat. Munculnya konsep wakaf uang tentu juga merupakan terobosan dalam rangka memberikan peluang lebih besar pada masyarakat untuk terlibat dalam gerakan filantropi melalui wakaf.

Yang juga terlibat di dalam gerakan ekonomi syariah juga Perguruan Tinggi (PT). Baik PTKI maupun PTU. Perkembangan ekonomi syariah tampak misalnya dengan semakin banyaknya program studi ekonomi syariah, baik di PTKI maupun PTU. Di UIN, IAIN bahkan PTKIS juga banyak berkembang prodi ekonomi syariah. Semuanya memberikan gambaran bahwa era sekarang adalah era ekonomi syariah. Semakin banyaknya PTKI maupun PTU yang memiliki prodi ekonomi syariah tentu berkah sekaligus tantangan, terutama pada alumninya untuk masa depan. Oleh karena itu, selain harus meningkatkan kualitas lulusannya juga relevansinya dengan perkembangan peluang bekerja pada lembaga keuangan syariah yang jumlahnya juga semakin meningkat.

Salah satu diantara upaya untuk terlibat di dalam pengembangan ekonomi syariah adalah yang dilakukan oleh para dosen, yang selama ini terlibat di dalam transfer ilmu pengetahuan tentang ekonomi syariah. Buku yang hadir di hadapan para pembaca adalah usaha yang dilakukan oleh dosen-dosen perguruan tinggi di Indonesia. Ada sebanyak 20 dosen yang juga merupakan praktisi dan peneliti dari 10 perguruan tinggi yang berkolaborasi untuk menulis buku ini. Dari tulisan-tulisan ini, maka bisa diklasifikasi dalam beberapa segmen, yaitu: produk halal, misalnya tentang komoditas makanan dan minuman, kosmetika, *tourisme* halal, dan *fesyen* Muslim. Kemudian tentang keuangan syariah, misalnya akuntansi syariah, asuransi syariah, lembaga keuangan syariah dan lembaga non keuangan syariah, sukuk, *fintech* dan pasar modal syariah. Berikutnya adalah pengembangan SDM ekonomi syariah, misalnya: optimalisasi SDM ekonomi syariah, auditor syariah, dan profesi akuntansi syariah. Tema yang lain adalah: peluang ekonomi syariah, literasi keuangan syariah, perkembangan ekonomi syariah serta regulasi dan dukungan politik untuk pengembangan ekonomi Syariah.

Tulisan yang bervariasi dari para dosen PT ini memberikan gambaran bahwa para dosen memiliki varian di dalam fokusnya dalam mengkaji ekonomi syariah. Namun jika diperhatikan bahwa semuanya merupakan tulisan-tulisan terpilih dengan tema pengembangan ekonomi syariah. Buku ini menyajikan tentang bagaimana ekonomi syariah harus dikembangkan oleh berbagai perspektif, yaitu ada dari pemerintah melalui kebijakan politik yang memihak kepada ekonomi syariah, dan dari akademisi dalam konteks penguatan

pendidikan ekonomi syariah, dari para profesional ekonomi syariah dalam corak penguatan SDM ekonomi syariah.

Buku ini juga dapat dijadikan referensi dan inspirasi untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang ekonomi Syariah. Di tengah Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), maka buku sebagai bahan ajar tentu dapat dijadikan sebagai inspirasi penelitian dan kemudian didarmabaktikan untuk pengabdian masyarakat. Pengajaran, penelitian dan pengabdian masyarakat adalah tridharma perguruan tinggi yang perlu disinergikan dan dijadikan satu kesatuan untuk kepentingan pendidikan di satu sisi, dan kepentingan masyarakat di sisi lainnya. Selamat membaca....

Medan, 23 Desember 2021

**Prof. Dr. Nurhayati, M.Ag.**  
**Taufiq, SH.I,MA.**

## *Kata Pengantar*

**Prof. Dr. H. M. Yasir Nasution**  
(Guru Besar Emiritus UIN Sumatera Utara Medan/  
Ketua DPS Bank Sumut Syariah)

Bagi Saya, ekonomi syariah memiliki kesan yang mendalam dan menjadi bagian dari sejarah perjalanan hidup. Bagaimana bermula sikap apatis Saya terhadap ekonomi Islam hingga berlanjut pada ajakan alm. Tengku H. Rizal Nurdin (Mantan Gubernur Sumatera Utara) untuk mengikuti seminar dan *workshop* ekonomi Islam yang diselenggarakan oleh *International Islamic University Malaysia (IIUM)* di Malaysia pada tahun 1991. Kegiatan tersebut seolah menyadarkan, membuka mata Saya dan memberikan segenap semangat untuk mengembangkan ekonomi syariah bersama para *stakeholder* khususnya di Provinsi Sumatera Utara pada saat itu.

Saat ini kita ketahui ekonomi syariah tengah *booming* dan bagian *trend* yang telah menjadi *life style* tidak hanya bagi kaum Muslimin tetapi juga bagi segenap penduduk di tanah air. Pesatnya perkembangan ekonomi syariah bagi masyarakat Indonesia telah menunjukkan bahwa bermuamalah sesuai dengan syariat Islam merupakan ajaran yang *universal* dan bahagian dari Islam yang *Rahmatan lil'alam*. Ekonomi syariah saat ini tidak lagi pada masa perkembangan di awal yang kita kenal hanya pada sektor keuangan dan perbankan, namun telah berkembang pada seluruh aspek bermuamalah sesuai syariat di dalam kehidupan, mulai dari *halal food*, destinasi pariwisata halal, *halal cosmetics*, maupun aspek-aspek lainnya yang berkaitan erat dengan aktifitas kehidupan masyarakat.

Berbicara masa depan merupakan sesuatu hal yang kompleksitas. Masa depan merupakan gambaran yang terbentuk dari sekumpulan upaya dan asumsi dari pengalaman masa lalu, yang berinteraksi dengan informasi dari lingkungan untuk membentuk harapan mengenai masa depan, membentuk tujuan, dan aspirasi serta memberikan makna pada kejadian di masa depan. Untuk itu tentunya kita semua tentu berharap masa depan ekonomi syariah di Indonesia semakin cerah dan mampu menjadi sebuah solusi atas permasalahan ekonomi yang selama ini terjadi, sehingga *falah* yang selama ini menjadi tujuan dari ekonomi syariah dapat tercapai.

Buku *chapter* Masa Depan Ekonomi Syariah Indonesia ini merupakan cerminan bagaimana kondisi ekonomi syariah saat ini di Indonesia, serta upaya yang dibangun oleh para penulis dalam menggali dan menguraikan melalui hasil pemikiran maupun riset tentang kondisi ekonomi syariah yang ada pada saat ini dan tentunya masa depan ekonomi syariah di Indonesia. Apresiasi saya kepada seluruh penulis yang turut serta dalam perjuangan membesarkan ekonomi syariah di Indonesia melalui tulisan ini, dan tentunya kepada pihak UPT. Jurnal IAIN Lhokseumawe yang mampu menginisiasi terbitnya buku ini. Tentunya hal ini akan menjadi amal kebaikan dan bagian dari upaya para akademisi, praktisi dan cendekiawan berjuang melalui “kekuatan” yang dimiliki.

Medan, 6 Januari 2022

**Prof. Dr. H. M. Yasir Nasution**

*Guru Besar Emiritus UIN Sumatera Utara Medan*

*Ketua Dewan Pengawas Syariah (DPS) Bank Sumut Syariah*

**DUKUNGAN PEMERINTAH, DUNIA USAHA DAN INSTITUSI  
PENDIDIKAN TINGGI UNTUK EKONOMI SYARIAH DI INDONESIA:**

***Sebuah Kata Pengantar***

**Prof. Dr. H. Nur Syam, M.Si.**

*Guru Besar UIN Sunan Ampel Surabaya/  
Sekjen Kemenag RI Periode 2014-2018*

**Pendahuluan**

Sebagai akademisi yang selama ini berkecimpung di dalam program pembelajaran, terutama Metode Studi Islam, termasuk Studi Ekonomi Syariah, pada Program Doktor di UIN Sunan Ampel dan di UIN Mataram dan UIN Malang, maka saya tentu menyambut dengan riang gembira ketika diminta untuk memberikan “Kata Pengantar” dalam buku yang disusun oleh 20 dosen dari berbagai Universitas di Indonesia dengan tema “Masa Depan Ekonomi Syariah Indonesia”. Buku ini diedit oleh Prof. Dr. Nurhayati, M.Ag. (Dosen Ilmu Fiqh pada UIN Sumatera Utara) dan Sdr. Taufiq, SH.I., MA. (Wakil Dekan III FEBI – IAIN Lhokseumawe). Sebuah buku yang bisa menjadi referensi bagi para peneliti, akademisi dan peminat studi ekonomi Syariah di berbagai universitas di Indonesia.

Ekonomi Syariah di Indonesia, sesungguhnya telah memasuki era baru melalui dukungan penuh dari pemerintah. Jika dilacak secara historis, maka bisa diketahui di era Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY), maka pengembangan ekonomi Syariah telah dilakukan, misalnya dengan Gerakan Ekonomi Syariah (GRES), yang diresmikan oleh Presiden SBY untuk memberikan dukungan khususnya bagi pengembangan ekonomi Syariah di Indonesia. Di era ini juga dukungan dari para akademisi dan praktisi ekonomi Syariah juga sangat kuat, misalnya keterlibatan Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) yang secara meyakinkan telah memberikan sejumlah solusi tentang bagaimana seharusnya mengembangkan ekonomi syariah di Indonesia.

Pada Era Pemerintahan Presiden Joko Widodo (Jokowi), maka keterlibatan pemerintah juga semakin kuat, misalnya lahirnya organisasi semi pemerintah, yaitu Komite Nasional Ekonomi Syariah, yang melibatkan para Menteri dan tokoh-tokoh perbankan dan akademisi untuk terlibat di dalam program percepatan pengembangan ekonomi Syariah. Di dalam perkembangannya, KNKS kemudian menjelma menjadi Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) yang langsung dipimpin oleh presiden, dengan ketua hariannya adalah Wakil Presiden dan beberapa Menteri yang terkait.

Perkembangan dukungan pemerintah yang luar biasa tentu menjadi cambuk bagi dunia perbankan Syariah dan keuangan Syariah.

Berdasarkan Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024, maka terdapat klaster yang penting untuk diperhatikan, yaitu: **pertama**, Penguatan Rantai Nilai Halal: Klaster Makanan dan Minuman halal, klaster pariwisata halal, klaster fesyen Muslim, klaster Media dan Rekreasi Halal, Klaster Farmasi dan kosmetik Halal, Klaster energi terbarukan. **Kedua**, Penguatan Keuangan Syariah: klaster perbankan Syariah, Klaster Pasar Modal Syariah, klaster jaminan sosial, zakat dan wakaf. Selain ini juga terdapat penguatan usaha kecil, mikro dan menengah dan penguatan ekonomi digital. Di dalam kata pengantar ini tidak semua klaster dibahas, akan tetapi hanya klaster jaminan produk halal, zakat, wakaf dan kerja sama kelembagaan untuk pengembangan ekonomi Syariah.

### **Potensi Produk Halal di Indonesia**

Potensi produk halal Indonesia sangat besar, misalnya produk makanan dan minuman, perdagangan, parfum dan komestik, obat-obatan, wisata atau *tourism*, dan barang gunaan.

Indonesia memiliki sejumlah ikon wisata yang sangat masyhur, baik wisata religious maupun non-religious. Yang religious, seperti makam para wali, situs-situs keagamaan, dan nonwisata religious seperti pantai, hutan, gunung, teluk, danau, bawah laut dan air terjun.

Indonesia juga memiliki sejumlah produk kerajinan, rumah batik, rumah adat, desa adat, desa wisata, dan lainnya. Indonesia memiliki potensi kesenian dan budaya yang bisa menjadi momentum wisata local maupun internasional. Indonesia memiliki pusat-pusat perdagangan yang bertaraf internasional, baik di Jakarta, Surabaya, Jogjakarta, Surakarta, Semarang. Misalnya konsep Joglo Semar, dan sebagainya.

Di dalam *Global Islamic Economy (GIE)* dijelaskan bahwa negara-negara non-Muslim justru menjadi pengeksportir besar pada produk-produk halal, misalnya Australia menjadi pengeksportir daging halal ke seluruh dunia, bahkan Vietnam dan Thailand menjadi pemain besar dalam perdagangan syariah dan kemudian Jepang melalui *halal food*.

Indonesia belum dapat menguasai pasar syariah, tetapi negara-negara non-Muslim lainnya sudah mampu. Indonesia belum bisa menjadi pemain karena variabel harga yang masih tinggi, kemasan yang kurang baik dan kapasitas

produk yang belum optimal. Indonesia sudah masuk 10 besar negara yang memproduksi produk halal, dalam bidang *Halal Food, Islamic Finance, Mode Fashion, Halal Pharmaceutical and Cosmetics*.

Indonesia dengan jumlah umat Islam terbesar di dunia, ternyata justru hanya menjadi pasar produk halal dan belum bisa menjadi produsen produk halal. Bandingkan dengan Brazil yang jumlah umat Islamnya sangat sedikit, hanya 0,0002 persen dari populasinya ternyata justru menjadi pemain kuat di dalam produk halal. Brazil sekarang ini sudah menjadi pemain besar dalam makanan halal.

Berdasarkan tulisan Prof. Dr. KH. Ma'ruf Amin, Wakil Presiden, bahwa pada tahun 2018, Indonesia membelanjakan 173 Milyar dollar AS untuk makanan dan minuman halal atau sebesar 12,6 persen dari pangsa produk makanan halal dunia. Indonesia memang bisa menjadi pasar bagi produk halal, sebab mayoritas penduduknya beragama Islam dengan komitmen yang tinggi untuk menggunakan produk halal. Usaha-usaha yang optimal telah dilakukan oleh pemerintah. Misalnya dengan diterbitkannya Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), yang dipimpin langsung oleh Presiden dan Wakil Presiden, dan Menteri-menteri terkait, lalu mergernya bank-bank syariah (BRI Syariah, Bank Mandiri Syariah dan BNI Syariah) menjadi Bank Syariah Indonesia, yang berdasarkan potensi dan peluang akan bisa bersaing di dunia perbankan syariah dunia. Pada tahun 2018 pasar halal dunia mencapai 2,2 trilyun dollar AS, dan tahun 2024 mencapai sebesar 3,2 trilyun dollar AS. (Kompas, 17/02/2021).

Dukungan pemerintah Indonesia yang sedemikian kuat belum disambut dengan gegap gempita oleh para pengusaha khususnya pengusaha menengah atas. Yang bisa dilihat barulah pada usaha-usaha syariah dalam skala menengah, dan kecil. Sebenarnya, potensi makanan Indonesia sangat luar biasa. Jenis dan macam makanan yang terdapat di Indonesia sebenarnya sangat potensial untuk dijadikan komoditas di dunia internasional. Hanya saja kebanyakan masih merupakan usaha-usaha yang berskala mikro dan belum bisa memasuki pangsa pasar yang lebih luas.

Oleh karena itu, diperlukan beberapa strategi: **pertama**, memperkuat sinergi antara pemerintah dan dunia usaha, khususnya dalam menyongsong era produk halal yang terus berkembang. Tuntutan dan gaya hidup masyarakat Muslim yang semakin religius, semestinya menjadi tantangan bagi dunia usaha untuk menangkapnya. Dewasa ini *life style* masyarakat Muslim semakin mengarah kepada religiusitas dengan *performance* yang ingin ditampakkannya.

Wisata halal, perbankan syariah, makanan dan minuman halal, penggunaan produk keuangan Syariah, kegiatan filantropi, dan fashion syariah telah menjadi gaya kehidupan masyarakat Muslim khususnya kelas menengah. Dengan demikian, usaha pemerintah untuk menaikkan keuangan syariah, perbankan syariah dan produk syariah semestinya ditangkap sebagai peluang yang besar.

**Kedua**, makanan dan minuman merupakan kebutuhan primer. Makanya, kebutuhan akan makanan dan minuman tidak akan pernah berhenti kapan dan dimanapun. Di tengah gelegak kehidupan masyarakat yang semakin religius, maka mau tidak mau harus tersedia pemenuhan kebutuhan primer berlabel halal. Dalam lima tahun ke depan, seiring dengan literasi produk halal, maka masyarakat akan melakukan pilihan dalam menentukan keputusan membeli atau tidak membeli makanan dan minuman. Oleh karena itu tidak ada pilihan lain kecuali para pengusaha menengah dan besar untuk bermain di sektor makanan dan minuman halal. Untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri saja dengan jumlah umat Islam 87 persen, tentu membutuhkan produk halal yang cukup banyak. Di sisi lain, juga kebutuhan pasar internasional yang juga akan semakin besar. Seharusnya mulai dipikirkan bagaimana para pengusaha menengah dan besar untuk bisa menguasai pasar Timur Tengah yang tingkat literasi produk halalnya sudah sangat baik.

**Ketiga**, jika pengusaha menengah dan mikro bisa bermain dalam kawasan regional dan nasional, maka para pengusaha menengah dan besar harus bermain di sektor internasional. Yang dilakukan oleh Brazil dengan BRF yang membuka ekspansinya melalui peresmian pabrik makanan halal terbesar di Uni Emirat Arab adalah contoh bagaimana Brazil menangkap peluang usaha. Strategi Brazil ini tentu disebabkan oleh diplomasi pemerintah yang kuat dan juga dukungan pengusaha besar di Brazil. Seandainya ada ekspansi perusahaan besar dari Indonesia, tentu negara Timur Tengah akan memilih bekerja sama dengan perusahaan Indonesia. Namun demikian, kiranya politik perdagangan harus dimainkan agar peluang usaha tersebut akan bisa menjadi realitas.

### **Potensi Filantropi di Indonesia**

Zakat, wakaf, sedekah dan infaq merupakan *public fund* yang keberadaannya dijamin oleh agama. Artinya, bahwa agama memiliki sejumlah konsep yang terkait dengan ajaran ini. Ajaran filantropi merupakan prinsip mendasar di dalam agama Islam, selain syahadat atau persaksian tentang keberadaan Allah

dan utusannya, lalu shalat yang merupakan ritual sebagai tiang agama, dan puasa untuk menahan makan, minum dan relasi seksual di siang hari, serta haji ke Ka'batullah. Zakat menjadi rukun Islam ketiga setelah syahadat dan shalat. Dengan demikian ajaran mengeluarkan sebagian harta untuk zakat merupakan perintah agama yang mendasar.

Zakat dikenal memiliki beberapa dimensi, yaitu zakat harta, zakat fitrah, zakat profesi, zakat pertanian dan peternakan. Semua zakat ini memiliki takaran sesuai dengan aturan di dalam agama atau hukum fiqih. Misalnya zakat fitrah dikeluarkan setahun sekali sebesar 2,5 kg beras atau setara itu, lalu zakat profesi sebesar 2,5 persen dari gaji, dan zakat harta, peternakan dan pertanian tentu sesuai dengan kaidah yang sudah termaktub di dalam ilmu fiqih.

Selain dana zakat yang harus dikeluarkans sesuai dengan nisabnya, maka juga terdapat dana wakaf, infaq dan sedekah. Masing-masing memiliki karakteristiknya, dan cakupannya sesuai dengan prinsip di dalam ajaran Islam. Wakaf merupakan pengeluaran oleh individual atau sekelompok individu dan lembaga yang memberikan barang atau uang kepada pengelola wakaf untuk kepentingan membangun umat Islam di manapun. Sedangkan infaq dan sedekah diberikan kepada siapa saja yang dikehendaki oleh individu yang berinfaq dan bersedekah. Wakaf uang adalah wakaf dalam bentuk uang yang dikeluarkan oleh individu, kelompok atau institusi yang diserahkan pengelolaannya kepada nazir wakaf untuk tujuan kemaslahatan umat.

Indonesia memiliki peluang yang besar dalam *public fund* yang berupa wakaf. Hal ini tentu dikaitkan dengan jumlah penduduk Muslim yang mencapai 87 persen populasi di Indonesia dengan kemampuan finansial dan aset yang relatif memadai. Melalui prediksi yang dilakukan oleh Baznas (2020), maka potensi zakat di Indonesia mencapai angka Rp178,65 trilyun sampai Rp180 trilyun.

Kelas menengah, termasuk ASN, berkecenderungan untuk mengeluarkan anggaran belanja untuk philantropi yang semakin menguat. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Alvara Research Center, bahwa belanja amal sebanyak 5 persen dari porsi belanja rumah tangga atau total pengeluaran. Belanja tersebut meliputi tabungan 12,6 persen, investasi 3,1 persen, asuransi 7,3 persen, cicilan hutang 9,8 persen, kebutuhan keluarga 43,7 persen, zakat/amal 5 persen, telepon 5,4 persen dan hiburan/*entertainment* sebesar 7,5 persen (Baznas, 2021). Melalui angka-angka ini tentu bisa diprediksi besaran potensi wakaf uang yang bisa dikeluarkan oleh ASN di Indonesia.

Berdasarkan atas porsi belanja amal sebesar 5 persen dari total pengeluaran, maka diperkirakan bahwa akan terdapat sebanyak 29 juta KK x Rp7,5 juta (expenses perbulan) x 5 persen maka akan terdapat angka Rp10,875 trilyun, sehingga dalam satu tahun akan didapatkan angka sebesar Rp130 trilyun. (Baznas, 2021). Melalui angka-angka prediktif ini, maka kiranya dapat dikalkulasi bahwa potensi wakaf uang di kalangan ASN dengan menggunakan perhitungan jumlah ASN Muslim sebesar 3.654.000 orang, maka akan ketemu angka sebesar Rp. 4,1 trilyun per tahun.

### **Mendorong Program Sertifikasi Halal**

Jumlah pengusaha kecil yang memang wajib sertifikat sesuai regulasi yang berlaku tentu sangat banyak. Usaha dalam sektor makanan dan minuman, serta usaha-usaha barang gunaan tentu juga sangat banyak jumlahnya. Usaha ini kebanyakan dimiliki dan dikembangkan oleh pengusaha kecil dan mikro yang memiliki sasaran kelas menengah ke bawah dan dengan harga terjangkau. Mereka merupakan usaha-usaha rumahan yang dikelola dengan manajemen tradisional dan dipasarkan secara terbatas.

Industri makanan dan minuman sampai saat ini masih menjadi andalan bagi perekonomian Indonesia. Di tengah pertumbuhan ekonomi yang sangat rendah, maka pertumbuhan industri makanan dan minuman masih cukup menjanjikan. Untuk tahun 2021, Kemenperin masih memprediksi bahwa pertumbuhan industri makanan masih berkisar pada angka 4,49 persen, sedangkan industri minuman sebesar 4,39 persen. Namun peluang realisasinya untuk makanan dan minuman sebesar 4,44 persen pada tahun 2021. Namun demikian, para pengusaha memprediksi di atas angka tersebut (Tempo.co diunduh 24/02/2021). Pertumbuhan sebesar ini bisa diharapkan dengan catatan bahwa penanganan Covid-19 *on the track* dan angka penyebarannya menjadi lebih kecil atau mengecil.

Sesuai dengan regulasi bahwa mulai 17 Oktober 2019 dan seterusnya dinyatakan bahwa semua produk, baik makanan atau minuman, kosmetik dan obat-obatan serta barang gunaan harus terjamin kehalalannya atau bersertifikat halal. UU No 33 tahun 2014 menyatakan bahwa semua produk harus bersertifikat pada lima tahun setelah UU ini diundangkan, artinya semua produk di Indonesia harus bersertifikat halal. Problemnnya adalah pada aspek industri kecil dan mikro yang kebanyakan merupakan industri rumahan dan dikelola secara tradisional. Jumlahnya mencapai jutaan, sehingga akan sangat sulit untuk melakukan sertifikasinya.

Pemerintah berupaya *shortcut* dengan cara *self declare*. Pengusaha harus menyatakan bahwa produknya halal, karena sumber dan teknik yang digunakan sesuai dengan standat halal. Misalnya produk makanan dipastikan bahwa sumber atau bahannya halal dan proses atau tekniknya juga halal. Inilah yang kemudian bisa memastikan bahwa produk tersebut bisa dinyatakan sebagai produk halal. Termasuk juga produk minuman, misalnya minuman dalam kemasan botol seperti minuman beras kencur, jahe merah, jeruk nipis, kopi sachet, asem dan susu sapi perahan, dan sebagainya harus halal dengan cara *self declare* dimaksud. Demikian pula produk makanan kaki lima, seperti nasi goreng, nasi udak, nasi tumpeng, nasi kebuli, tahu goreng, pisang goreng dan sebagainya juga harus jelas halal dengan cara *self declare*.

Namun demikian, *self declare* harus sesuai dengan regulasi dan etika yang berlaku. Makanya ada beberapa catatan yang penting di dalam upaya *self declare*, yaitu: **Pertama**, *self declare* merupakan upaya pemerintah untuk memberi peluang usaha secara lebih berkembang dengan mengedepankan pada transparansi dan kejelasan produk tersebut sehingga dapat menjadi jaminan ketidakraguan konsumen yang memanfaatkan. Di sini maka para pengusaha diminta untuk mengembangkan budaya kejujuran dan keterbukaan. Jangan melakukan kebohongan publik tentang produk yang dipasarkannya.

**Kedua**, diharuskan ada pendampingan di dalam pengembangan usaha berbasis *self declare*, misalnya Perguruan Tinggi, organisasi keagamaan, organisasi profesi dan juga masyarakat lainnya. Perguruan tinggi dapat bekerja sama dengan Badan Pengelola Jaminan Produk Halal (BPJPH) atau organisasi sosial keagamaan untuk melakukan pendampingan atas *self declare* para pengusaha makanan dan minuman. Institusi ini memiliki dan menjadi penjamin kehalalan produk yang dihasilkan oleh pengusaha UMKM. Dengan demikian secara regulatif dan etik, maka terdapat lembaga yang bertanggungjawab atas kehalalan produk.

**Ketiga**, sebagai pendamping dan penjamin kehalalan produk, maka tentu diharuskan untuk melakukan *testing* atau pemeriksaan atas kehalalan produk. Secara periodik dapat dilakukan uji kehalalan dan hasilnya bisa di-*share* melalui media massa atau media sosial terhadap kehalalan produk. Budaya tanggungjawab dan etika berusaha ini harus ditanamkan dengan cara melakukan inspeksi mendadak dan pengambilan sampel tentang produk makanan dan minuman untuk diuji kehalalannya.

**Keempat**, melalui proses yang “berbelit” untuk memperoleh sertifikasi, maka menjadi mustahil jika pada tahun 2019 dan seterusnya akan terjadi *booming*

sertifikasi produk halal khususnya pada industri makanan dan minuman. Tidak hanya prosedur administrasinya akan tetapi juga anggaran yang dibutuhkan. Sementara itu anggaran untuk sertifikasi produk makanan dan minuman untuk jutaan pengusaha tentu tidak mungkin dianggarkan. Anggaran pemerintah untuk program sertifikasi halal tidak akan mencukupi untuk menjangkau semua industri makanan dan minuman. Oleh karena itu, melalui *self declaration* diharapkan bahwa akan tumbuh industri makanan dan minuman halal yang berstandart regulasi dan etika.

**Kelima**, upaya *shortcut* yang dilakukan oleh pemerintah ini tentu akan memiliki dua matra sekaligus, yaitu memotong mata rantai jaminan produk halal yang rumit dan terbatas kapasitasnya, sehingga akan memudahkan bagi para pengusaha untuk masing-masing menjamin bahwa produknya halal sesuai dengan jaminan yang diberikan oleh institusi terkait, lalu juga bisa menjadi penjamin bagi konsumen bahwa produk yang dikonsumsi halal. *Self declare* tidak dimaksudkan untuk melakukan “penipuan” kepada konsumen atas produk yang diperjualbelikan.

Dengan demikian, para pengusaha akan bergairah untuk berusaha dan konsumen juga akan yakin bahwa yang dikonsumsi juga halal. Sekarang masyarakat Indonesia sedang menuju menjadi masyarakat yang lebih *religious*, yang ditandai dengan yang serba syariah, misalnya: makanan dan minuman halal, wisata syariah, hotel syariah, pakaian halal, kosmetik halal, bahkan juga obat-obatan halal. Dengan upaya *shortcut* ini, maka ke depan akan dapat dipastikan bahwa gaya hidup halal akan menjadi trend dan para pengusaha dapat pula memenuhi kebutuhannya.

### **Membangun Kemitraan dengan Perguruan Tinggi**

Ada beberapa alasan tentang pentingnya kerja sama kemitraan dengan perguruan tinggi (PT) untuk pengembangan ekonomi syariah, yaitu; **Pertama**, Perguruan tinggi merupakan mitra strategis bagi perbankan syariah, sebab selain memiliki mahasiswa dan keluarga juga memiliki tenaga pendidik dan kependidikan yang tentu potensial dalam rangka terlibat di dalam pengembangan perbankan syariah. Tidak hanya akan bisa menjadi nasabah tetapi juga mitra strategis untuk memperkuat jaringan pengembangan keuangan syariah, baik keuangan inklusif maupun noninklusif. Selain itu PT juga memiliki sejumlah pakar dalam bidang ekonomi syariah, baik sebagai dosen maupun praktisi perbankan syariah. Melalui mereka maka akan bisa dikembangkan upaya-upaya inovatif untuk pengembangan usaha-usaha

syariah maupun perbankan syariah. Misalnya melalui disertas yang dihasilkan oleh PT, maka didesain untuk problem solving percepatan pengembangan keuangan syariah dan perbankan syariah.

**Kedua**, dewasa ini sedang digalakkan program wakaf uang. Potensi wakaf uang ini luar biasa. Berdasarkan perhitungan yang dilakukan oleh BWI, maka potensi wakaf uang Indonesia mencapai angka Rp. 180 trilyun. Sedangkan potensi wakaf uang ASN se-Indonesia sebesar Rp. 3 trilyun per tahun (data BWI) atau 4,1 trilyun per tahun (Nursyamcentre dan dipublis oleh Kemenag). Artinya, bahwa wakaf uang bisa menjadi dana publik atau *public fund* yang bisa didayagunakan untuk pengembangan Pendidikan.

**Ketiga**, pemerintah sedang menggalakkan produk halal. Indonesia setiap tahun membelanjakan impor produk halal sebanyak 173 Milyar dollar US atau sebesar 12,5 dari produk halal dunia. Artinya pengeluaran anggaran untuk pemenuhan kebutuhan produk halal di Indonesia cukup besar. Dilakukan impor sebab produk halal Indonesia belum bisa memenuhi kebutuhan pasar. Pemerintah sesungguhnya sudah membuat *short cut* untuk memberikan “kemudahan” bagi para pengusaha UMKM, yaitu melalui skema *self declair*. Melalui skema seperti ini, maka sudah dilakukan pemangkasan pembiayaan, rentang waktu dan proses yang relative berbelit di dalam UU No. 33 tentang Jaminan Produk Halal. Melalui UU No 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja, maka pemerintah telah berupaya untuk menolong para pengusaha yang berkeinginan untuk program sertifikasi halal. Tentu jangan dianggap dengan *self declair* segala sesuatunya menjadi mudah, sebab tetap harus ada proses pendampingan yang dilakukan oleh Lembaga Pendidikan tinggi atau organisasi sosial keagamaan atau Lembaga professional lainnya. UIN yang sudah memiliki laboratorium uji halal tentu bisa melakukan pendampingan ini secara terstruktur dan sistematis. UIN yang akan mendekclair terhadap kehalalan produknya. Di sini tentu ada label, institusi pendamping dan pemberitaan di media sosial.

**Keempat**, kemitraan strategis dengan Perbankan Syariah adalah tentang mendesain program, melaksanakan program dan evaluasi program. Desain program terkait dengan bagaimana merancang program pendampingan terhadap sejumlah UMKM (misalnya UMKM di bidang makanan dan minuman). Lalu bagaimana program ini diselenggarakan, misalnya dengan melakukan pemetaan UMKM di wilayah Jawa Timur dan berapa yang bisa dibantu untuk *self declair*. Penting juga dilakukan evaluasi dan monitoring untuk tetap memberikan jaminan bahwa produk dimaksud tetap menjaga

kehalalannya. Melalui program evaluasi dan monitoring, maka akan didapati compliance para pengusaha terhadap label halal melalui *self declair*.

**Kelima**, Perguruan Tinggi harus segera merumuskan kerja strategis terkait dengan wakaf uang dan jaminan produk halal. Ke depan dua area ini akan menjadi andalan. Dunia jaminan produk halal membutuhkan Lembaga yang memiliki kapasitas untuk menjadi Lembaga pemeriksa Halal (LPH) dan juga pendamping UKM/UMKM untuk *self declair* yang juga membutuhkan penyelia halal baik bagi pengusaha (UMKM) atau LPH dan Pendamping JPH. Tentu lalu juga dibutuhkan program studi Audit Halal, yang memiliki tiga fokus yaitu auditor keuangan syariah, auditor perbankan syariah dan zakat dan wakaf (zawa). Sudah saatnya kemitraan strategis ini bekerja untuk memenuhi pangsa pasar ke depan yang variatif dan potensial, sehingga peran PTKIN dan perbankan Syariah untuk mendongkar keuangan Syariah akan semakin nyata.

## **Penutup**

Indonesia merupakan negeri dengan jumlah umat Islam terbesar, sehingga potensi untuk mengembangkan ekonomi syariah tentu sangat besar. Namun demikian masih diperlukan keterlibatan banyak pihak untuk bisa merealisasikannya. Indonesia diharapkan bisa menjadi lokomotif pengembangan ekonomi syariah, karena dukungan pemerintah terhadap perkembangan ekonomi syariah juga sangat kuat. Untuk mengembangkan ekonomi syariah, maka diperlukan kerja sama atau sinergi dan kolaborasi dari berbagai pihak, misalnya pemerintah, dunia perbankan Syariah, dunia nonperbankan, lembaga ekonomi syariah atau usaha-usaha syariah, lembaga sosial keagamaan, lembaga sosial ekonomi dan juga perguruan tinggi.

Ada banyak jenis dan cakupan ekonomi syariah, namun demikian yang diperlukan penguatan adalah mengenai jaminan produk halal, zakat, wakaf dan sedekah. Selain juga asuransi syariah, akuntansi syariah, perbankan syariah dan usaha-usaha syariah. Semua ini dilakukan dalam tujuan untuk meningkatkan peran perekonomian syariah dalam keterlibatannya untuk membangun kesejahteraan umat.

*Wallahu a'lam bi al shawab.*

Surabaya, Desember 2021

**Prof. Dr. H. Nur Syam, M.Si.**

*Guru Besar UIN Sunan Ampel Surabaya/Sekjen Kemenag RI Periode 2014-2018*

## *Kata Pengantar*

**Dr. H. Danial, M.Ag.**  
**(Rektor IAIN Lhokseumawe)**

*Alhamdulillah*, segala puji bagi Allah Swt. atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, terutama nikmat intelektualitas dan spiritualitas, sehingga *book chapter* dengan judul “Masa Depan Ekonomi Syariah Indonesia” telah terbit. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad Saw. sumber aspirasi dan inspirasi serta keteladanan di berbagai aspek kehidupan.

Kami mengucapkan terimakasih kepada Sdr. Angga Syahputra dan tim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam - IAIN Lhokseumawe atas “jihad dan ijtihad” intelektual dalam merealisasikan *book chapter* ini. Ucapan terima kasih dan penghargaan juga kami alirkan kepada para penulis yang telah mengerahkan segenap energi intelektual/keilmuan untuk menyumbangkan tulisan mereka, sehingga lahirnya *book chapter* ini.

Semua lembaga pendidikan termasuk lembaga pendidikan Islam mengemban amanah untuk melaksanakan caturdarma ilmu, yaitu; (1) mentransformasikan ilmu melalui pendidikan-pengajaran; (2) mengembangkan ilmu melalui penelitian; (3) mengaplikasikan ilmu melalui pengabdian; dan (4) melestarikan serta menyebarkan ilmu melalui tulisan dan penerbitan. *Book chapter* ini merupakan wujud pelaksanaan darma keilmuan yang ke-4, yaitu melestarikan dan menyebarkan ilmu melalui tulisan dan penerbitan. Semua upaya untuk mewujudkan terlaksananya caturdarma ilmu di atas khususnya dalam bentuk penerbitan (*book chapter*) sangat patut mendapat dukungan dan apresiasi, apalagi tema yang diusung adalah masa depan ekonomi syariah di Indonesia.

*Book Chapter* yang berada di tangan pembaca ini memiliki beberapa kelebihan. Pertama, ditulis oleh mereka yang memiliki latar keilmuan yang sesuai dengan tema yang diusung dan berasal dari berbagai perguruan tinggi di Indonesia. Kedua, pembahasannya disusun secara sistematis, argumentatif, lugas, dan kaya nuansa. Ketiga, temanya sangat aktual di tengah bangkitnya spirit dan kesadaran keuangan Islam di tengah gempuran persaingan keuangan global.

Kami juga ingin menekankan pentingnya usaha berkelanjutan untuk mengembangkan ekonomi syariah ke tahapan berikutnya dan memperkuat ketahanan pasar untuk kemajuan industri. Dengan upaya dan inisiatif bersama, Kami sangat percaya ekspansi keuangan syariah secara global dan kontribusinya pada sistem keuangan yang adil akan terwujud.

Akhirnya kami ucapkan selamat membaca, semoga *book chapter* ini bermanfaat bagi kita semua.

Lhokseumawe, Januari 2022  
Rektor IAIN Lhokseumawe,

**Dr. H. Danial, S.Ag., M.Ag.**

## Apresiasi Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS)

### *Kata Sambutan*

**Assoc. Prof. Dr. Sutan Emir Hidayat**

Saat ini posisi Indonesia pada tingkat ekonomi dan keuangan syariah global berada dalam posisi yang membanggakan. Hal ini terlihat dalam *Global Islamic Economy Indicator 2020/2021*, Indonesia berada di peringkat ke-4, dimana sebelumnya Indonesia menduduki peringkat ke-5 dunia. Di sisi lain, perkembangan keuangan syariah Indonesia juga kembali mencatatkan prestasi. Pada *Islamic Finance Country Index (IFCI) 2021*, dan *Islamic Finance Development Indicator (IFDI) 2021*, Indonesia juga menempati peringkat ke dua pada masing-masing index. Hal ini tentunya merupakan kabar gembira bagi Indonesia atas usaha yang terus dilakukan berbagai pihak dan dukungan pemerintah dalam memperluas perkembangan ekonomi syariah guna memperkuat ketahanan perekonomian nasional.

Buku *chapter* yang diinisiasi oleh UPT. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam - IAIN Lhokseumawe ini merupakan langkah baik yang terus kami dukung dalam rangka memberikan informasi kepada pembaca tentang Masa Depan Ekonomi Syariah Indonesia melalui hasil kajian riset yang dilakukan oleh akademisi, peneliti dan cendekiawan dari berbagai Perguruan Tinggi yang ada di Indonesia yang *concern* terhadap ekonomi syariah. Selain memberikan informasi, buku ini tentunya dapat menjadi rujukan dan bahan pertimbangan bagi berbagai *stakeholder* dan yang tidak kalah penting menjadi upaya meningkatkan literasi keuangan syariah kepada masyarakat Indonesia.

KNEKS memberikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada para penulis atas dedikasinya memberikan sumbangsih bagi percepatan pengembangan ekonomi dan keuangan syariah nasional. Berbagai pihak perlu terus bersinergi, bahu-membahu, berjabat-tangan dalam berbagai upaya yang dapat dilakukan untuk mengakselerasikan perkembangan ekonomi syariah di negeri tercinta ini. Semoga upaya-upaya yang dilakukan para penulis menjadi amal kebajikan yang tercatat dalam sejarah perkembangan ekonomi syariah di Indonesia.

Jakarta, 22 Desember 2021

**Assoc. Prof. Dr. Sutan Emir Hidayat**

*Direktur Infrastruktur Ekosistem Syariah KNEKS*

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR EDITOR</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR PROF. DR. H. M. YASIR NASUTION</b> .....	xi
<i>(Guru Besar Emiritus UIN Sumatera Utara Medan, Ketua DPS Bank Sumut Syariah)</i>	
<b>KATA PENGANTAR PROF. DR. H. NUR SYAM, M.Si.</b> .....	xiii
<i>(Guru Besar UIN Sunan Ampel Surabaya, Sekjen Kemenag Periode 2014-2018)</i>	
<b>KATA SAMBUTAN DR. H. DANIAL, M.Ag.</b> .....	xxiii
<i>(Rektor IAIN Lhokseumawe)</i>	
<b>KATA SAMBUTAN ASSOC. PROF. DR. SUTAN EMIR HIDAYAT</b> .....	xxv
<i>(Direktur Infrastruktur Ekosistem Syariah KNEKS RI)</i>	
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xxvi
<b>KONDISI TERKINI EKONOMI SYARIAH</b> .....	1
<i>Ahmad Fauzul Hakim Hasibuan., S.E.I., M.E.I. (FEB – Universitas Malikussaleh)</i>	
<b>BONUS DEMOGRAFI BAGI PENGEMBANGAN EKONOMI SYARIAH</b> .....	12
<i>Nursantri Yanti, M.E.I. (FEBI – UIN Sumatera Utara Medan)</i>	
<b>EKONOMI SYARIAH DAN PERKEMBANGANNYA DI INDONESIA</b> .....	23
<i>Khalish Khairina, M.Si. (FEBI – IAIN Lhokseumawe)</i>	
<b>LITERASI EKONOMI SYARIAH</b> .....	34
<i>Wahyu Syarvina, MA. (FEBI – UIN Sumatera Utara Medan)</i>	
<b>RASIO INDEX SAHAM SYARIAH DAN KONVENSIONAL SELAMA PANDEMI COVID-19 DI INDONESIA</b> .....	46
<i>M. Fauzan, M.E.I. (FEBI – IAIN Padangsidimpuan)</i>	
<b>OPTIMALISASI SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI SYARIAH</b> .....	57
<i>Dr. Hj. Asmawati, S.E., MM. (FEM Universitas Indo Global Mandiri)</i>	
<b>LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH BANK</b> .....	66
<i>Asiah Wati, S.E.Sy., M.E. (Fakultas Syariah – UIN Raden Mas Said Surakarta)</i>	

<b>LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH NON-BANK</b> .....	77
<i>Fauzul Hanif Noor Athief, Lc., M.Sc. (FAI – Universitas Muhammadiyah Surakarta)</i>	
<b>POTENSI FINANCIAL TECHNOLOGY</b> .....	87
<i>Ichsan, Lc., M.E.I. (FEB – Universitas Malikussaleh)</i>	
<b>GREEN SUKUK DAN PENYELAMATAN LINGKUNGAN</b> .....	95
<i>Rahmawati, MA. (FEBI – IAIN Lhokseumawe)</i>	
<b>ASURANSI SYARIAH</b> .....	103
<i>M. Iqbal, S.H., M.E. (FEBI – UIN Raden Fatah Palembang)</i>	
<b>WISATA HALAL</b> .....	115
<i>Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM. (Magister Ilmu Agama Islam, FIAI UII Yogyakarta)</i>	
<b>POTENSI HALAL FOOD &amp; BEVERAGES</b> .....	125
<i>Iskandar Chang, M.Si. (FEBI – IAIN Salatiga)</i>	
<b>POTENSI BISNIS HALAL COSMETICS DAN HALAL FASHION DI INDONESIA</b> .....	134
<i>Dr. Hj. Malahayatie, MA. (FEBI – IAIN Lhokseumawe)</i>	
<b>DAMPAK KAWASAN INDUSTRI HALAL BAGI PEREKONOMIAN</b> .....	144
<i>Arna Asna Annisa, MSI. (FEBI – IAIN Salatiga)</i>	
<b>ZAKAT, INFAQ, SEDEKAH DAN WAKAF</b> .....	154
<i>Asra, S.Sy., M.Ag. (FEBI – IAIN Lhokseumawe)</i>	
<b>PERAN AUDITOR SYARIAH PADA LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH</b> ..	163
<i>Henry Rofizar, S.E., M.Si., Ak., CA (FEBI – IAIN Lhokseumawe)</i>	
<b>PERAN AKUNTAN SYARIAH</b> .....	172
<i>Isra Maulina, SE., M.Si. (FEBI – IAIN Lhokseumawe)</i>	
<b>PENTINGNYA AKUNTANSI SYARIAH DALAM PERWAKAFAN INDONESIA</b> .....	181
<i>Dr. Lesi Hertati, S.E., M.Si., Ak., CA., CTA., ACPA., CAPF., CAPM. (Fakultas Ekonomi Akuntansi - Universitas Indo Global Mandiri)</i>	
<b>TANTANGAN PENGEMBANGAN EKONOMI SYARIAH DI PERDESAAN</b> .....	195
<i>Reni Ria Armayani Hasibuan, M.E.I. (FEBI – UIN Sumatera Utara Medan)</i>	

# POTENSI BISNIS HALAL COSMETICS DAN HALAL FASHION DI INDONESIA

Dr. Hj. Malahayatie, MA

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam – IAIN Lhokseumawe

Email: malahayatie@iainlhokseumawe.ac.id

## A. Pendahuluan

Perkembangan penduduk Muslim dunia serta meningkatnya *income* di negara-negara dominan Muslim yang memperlihatkan *trend* positif sudah memberikan dampak yang signifikan terhadap permintaan bisnis produk halal secara global. Jika selama ini pasar produk halal diragukan oleh beberapa negara, saat ini produk halal sudah mampu menjadi primadona yang digunakan oleh beberapa negara untuk meningkatkan devisa mereka. Dengan kemampuan pasar yang diperkirakan mencapai angka \$2,7 triliun secara global (World Halal Forum, 2013) dan juga permintaan yang bukan hanya dari konsumen Muslim, terbukti menjadi motivasi bagi negara-negara lainnya, beberapa industri asing seperti Tesco serta Sainsbury' s yang telah menciptakan lorong spesial yang menjual produk santapan halal. Permintaan produk halal ini juga tidak hanya produk santapan saja, akan tetapi meluas ke jenis produk lain seperti *cosmetics*, farmasi, jasa keuangan, dan pariwisata.

Negara Indonesia masih menjadi pasar dan juga konsumen terbanyak. Dalam ruang lingkup pasar ekonomi halal global pada tahun 2017 yang memiliki jumlah 2,1 triliun dolar AS, Indonesia menjadi sebagai negara urutan pertama sebagai konsumen ekonomi halal, yang mencapai 10% (Nur Hadiati Endah, 2014). Indonesia menjadi incaran industri halal baik dari santapan, *cosmetics*, *fashion* dan juga pasar wisatawan. Jepang, sebagian negara-negara di Asia dan Eropa, ingin merebut pangsa pasar wisata Muslim yang diperkirakan mencapai angka 320 miliar dolar AS pada 2024 mendatang (Annisa Ilmi Faried, 2019).

Sebagai negara dengan lebih dari 200 juta (80,2%) penduduk yang beragama Islam dapat dikatakan negara Indonesia menjadi pasar yang memiliki kemampuan untuk menciptakan produk halal. Bagi konsumen Muslim di Indonesia, status halal menjadi prioritas, sedangkan yang tidak halal akan diyakini akan mendapat konsekuensi tidak hanya di kehidupan di dunia tetapi juga di kehidupan lain (akhirat). Berbagai macam bisnis produk halal sangat banyak diminati oleh pebisnis, sehingga bisnis produk halal memiliki potensi dan prospek yang baik di masa mendatang.

## B. Tren *Halal Cosmetics* dan *Halal Fashion*

### 1. *Halal Cosmetics*

Industri *halal cosmetics* adalah industri yang mempunyai potensi besar dalam perkembangan bisnis syariah. Hal ini sesuai dengan pernyataan Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia yang menyatakan bahwa setelah beberapa tahun mengalami keterlambatan, ekonomi dan keuangan syariah Indonesia memiliki harapan untuk tumbuh secara berkelanjutan melalui potensi pengembangan industri halal seperti *halal food*, *halal travel*, *Islamic fashion*, *halal pharmaceutical & cosmetics* dan *Islamic entertainment* (ISEO 2018). Secara keseluruhan prospek bisnis pada industri *cosmetics* halal satu tahun terakhir tergolong baik, dimana data pada *State of The Global Islamic Economy Report 2017-2018* menyebutkan pertumbuhannya mencapai 8,10%. Berdasarkan *Global Islamic Economy Indicator (GIEI)* negara Indonesia masuk dalam Top 10 di industri farmasi dan *halal cosmetics*.

Produk *halal cosmetics* tergolong pada kategori produk yang memiliki keterbatasan jangka waktu penyimpanan sehingga mudah kadaluarsa. Perempuan yang ada di Indonesia menjadikan *cosmetics* sebagai kebutuhan primer. *Halal cosmetics* memiliki penawaran sebesar 95% bagi perempuan Muslim yang ada di Indonesia. Perkembangan pasar *halal cosmetics* didominasi adanya pengetahuan dan kesadaran konsumen mengenai komposisi yang ada pada produk *cosmetics* tersebut. Konsumen *halal cosmetics* semakin menegaskan *trend* yang positif bagi produk halal karena mengetahui manfaat produk halal bagi kesehatan tubuh (Yavuz dan Emrah, 2017). Setidaknya hal ini menggambarkan jika bisnis *halal cosmetics* memiliki ruang lingkup pasar yang cukup besar. Penempatannya sebagai produk yang memiliki sertifikat halal yang tidak mengandung bahan hewani, sehat, berkelanjutan bahkan organik membuat *halal cosmetics* diminati semua kalangan.

Namun, pemain lokal belum memiliki potensi besar untuk memanfaatkan industri *halal cosmetics* secara nasional. Perkembangan dan peningkatan industri *halal cosmetics* mencapai 25-30 persen dari jumlah total nilai perdagangan domestik (industri.kontan.co.id, 2017) hal ini menggambarkan bahwa merk multinasional masih dominan. Dapat dimaknai minimnya ketersediaan bahan baku halal di Indonesia berdasarkan data 2017-2018 yaitu 90% berasal dari impor (ISEO 2018).

Salah satu sektor industri halal yang sedang diprioritaskan pemerintah adalah industri *cosmetics*. Hal ini disebabkan karena dibuktikan bahwa industri *cosmetics* merupakan sektor andalan oleh Kementerian

Perindustrian Republik Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia pada tahun 2018, permintaan besar dari pasar mengakibatkan berkembangnya industri *cosmetics* dalam negeri dan luar negeri seiring adanya tren dari masyarakat yang serius memperhatikan produk perawatan tubuh sebagai kebutuhan primer.

Walaupun terdapat pertumbuhan pada industri *cosmetics* di Indonesia, namun negara Indonesia belum masuk dalam kategori 10 besar negara yang fokus pada industri *halal cosmetics* dan *halal pharmacy*. Namun data yang signifikan menunjukkan sebesar 4,9% di tahun 2018 terjadi peningkatan pada konsumsi *halal cosmetics* secara global. Hal ini juga disebabkan Indonesia dengan jumlah Muslim terbesar di dunia dan menempati urutan kedua sebagai konsumen *halal cosmetics global* (*State of The Global Islamic Economy Report 2019/2020*).

Potensi lainnya bagi negara Indonesia yang memiliki jumlah penduduk besar yaitu peningkatan jumlah penduduk produktif secara signifikan merupakan kelebihan dari demografi letak negara Indonesia. Mayoritas penduduk produktif tersebut yang dikenal dengan istilah generasi milenial. Generasi milenial sebesar 33,75% dari seluruh total penduduk Indonesia. Jumlah ini lebih dominan dengan generasi pasca milenial yang mencapai 29,23%, selanjutnya generasi X yang mencapai 25,74% dan generasi *baby boom* (tua) mencapai 11,27% (Susenas, 2017).

Indonesia diharapkan mampu menjadi produsen *halal cosmetics* dalam skala global. Karena Indonesia saat ini menjadi pasar *cosmetics* yang cukup besar sebagai konsumen *halal cosmetics*. Jumlah penduduk Muslim terbanyak merupakan peluang besar dan prospektif bagi produsen yang ingin mengembangkan bisnis ini di dalam negeri. Persoalannya adalah negara Indonesia belum fokus terhadap pertumbuhan industri *halal cosmetics*. Potensi yang menjanjikan lainnya adalah gaya hidup *halal* (*halal lifestyle*) sudah menjadi *trend* di berbagai kalangan belahan dunia.

Konsumen yang paling banyak mengkonsumsi *halal cosmetics* di Indonesia adalah perempuan dimana setiap harinya mengkonsumsi produk tersebut untuk menambah kepercayaan diri dalam berpenampilan. Dikarenakan hal tersebut adanya jaminan halal pada *cosmetics* melahirkan rasa lebih aman dan terhindar dari kandungan berbahaya. Sehingga kebutuhan akan jaminan halal pada produk kecantikan menjadi lebih penting. Kepastian adanya kehalalan pada produk kecantikan menjadi hal yang harus diperhatikan oleh pemerintah Indonesia. Sehubungan karena umat Islam sangat melarang mengkonsumsi berbagai produk yang mengandung bahan tidak halal. Keharusan label halal harus terdapat pada

setiap kemasan sehingga memudahkan konsumen dalam membeli. Label halal yang dicantumkan pada produk setidaknya mengurangi keraguan konsumen akan kehalalan produk tersebut. Problematika maraknya berbagai produk *cosmetics* yang ilegal menjadikan masyarakat Indonesia merasa khawatir untuk mengkonsumsi produk *cosmetics* yang ada. Masyarakat saat ini lebih selektif dalam memilih produk *cosmetics* yang *thoyib* dan halal. Mengenai kehalalan suatu produk dibarengi dengan konsep *thoyib*, karena antara halal dan *thoib* merupakan suatu keharusan dalam aturan Islam yang mengacu pada hukum kebolehan atau dilarang ditambahkan dengan aspek kualitas produk (Rafita, 2017).

*Halal cosmetics* identik dikaitkan dengan urusan kesucian dan najis, walaupun produk *cosmetics* ini tidak dikonsumsi dengan memakannya langsung dan masuk ke dalam tubuh melalui pencernaan. Namun produk *cosmetics* juga dapat dikatakan haram jika mengandung bahan-bahan najis dan diharamkan dalam islam. Produk *halal cosmetics* memiliki perbedaan dengan haram *cosmetics* dalam hal unsur yang terkandung dalam produk tersebut diantaranya unsur hewan yang diharamkan, bangkai, darah, najis, binatang buas, *khamar*, dan binatang yang tidak di sembelih secara syar'i seperti kolagen ataupun plasenta (Utami, 2013).

## 2. Halal Fashion

*Lifestyle* (gaya hidup) mengalami pertumbuhan yang sangat pesat di era generasi pasca milenial saat ini. Masyarakat cenderung lebih memperhatikan gaya hidup dan penampilan dalam kesehariannya. Istilah penampilan dan gaya hidup yang melibatkan berbagai benda dan barang-barang sering di istilahkan dengan *fashion*. *Fashion* yang dimaksud mulai dari baju, aksesoris, penutup tubuh dan hiasan lainnya. *Fashion* di sini mengalami konstruksi berbeda sehingga menjadi sebuah alat komunikasi dalam menunjukkan identitas pribadi. Berproses menjadi *fashion* yang bukan saja menyangkut busana dan aksesoris yang melekat pada tubuh si konsumen, akan tetapi *fashion* dipadukan dengan berbagai unsur desain semenarik mungkin dengan desain yang serba canggih dan kekinian serta penuh inovasi yang sangat kreatif, sehingga mampu menampilkan penampilan yang memukai dari si pengguna *fashion*. *Fashion* dapat menjadi etalase kecil tentang jati diri seseorang bagi orang lain dan masyarakat. Berbagai gaya berbusana menjadi bahan penilaian awal seseorang serta menjadi cara untuk mengekspresikan diri seseorang.

Dengan berbagai potensi Indonesia sebagai negara yang memiliki industri halal di dunia, dalam perkembangan *halal life style* memuat industri

antara lain adalah *halal fashion*. Namun berdasarkan data dari *Global Islamic Indicator*, Indonesia tidak termasuk dalam 10 besar negara terbesar dalam industri *halal food*, *halal fashion*, dan *halal media and recreation*. Ternyata di sektor *halal fashion*, masih didominasi oleh negara-negara yang tergabung dalam Uni Emirat Arab, disusul urutan kedua negara Turki, dan urutan ketiga Italia, Singapore, Perancis, China, Malaysia, India, Srilanka dan Maroko. Walaupun jika diperhatikan negara-negara tersebut merupakan negara yang berpenduduk Muslim minoritas tetapi mampu mendominasi sektor *halal fashion* (*Global Islamic Indicator*, 2018). Berbanding sebaliknya dengan kenyataan pada negara Indonesia yang penduduk mayoritas Muslim terbesar di dunia, namun belum mencapai dominasi dalam industri *halal fashion*.

Padahal jika diperhatikan dari data Kementerian Perdagangan di tahun 2019 mengungkapkan bahwa *fashion* di Indonesia terus mengalami perkembangan. Hal ini terlihat dari nilai ekspor produk *fashion* dalam negeri mengalami trend yang terus meningkat sebesar 10,48 %, yaitu dari US 11,28 miliar pada tahun 2012 menjadi US\$ 16,24 miliar hingga akhir 2016. Sementara itu, selama bulan Januari-Juni 2017, transaksi ekspor *fashion* yang sudah terbukukan sebesar US\$ 7,9 miliar atau setara Rp. 102,7 triliun (kurs Rp13 ribu). Beberapa negara-negara tujuan ekspor *fashion* Indonesia antara lain seperti Amerika Serikat, Swiss, Jepang, Singapura, dan Jerman (Kementerian Perdagangan, 2019).

Pertumbuhan akan industri *halal fashion* di Indonesia memiliki tantangan tersendiri bagi bisnis industri halal. Bisnis *halal fashion* sejak tahun 2016 merupakan sektor yang terus di kembangkan oleh perusahaan kecil dengan industri besar. *Trend halal fashion* yang mendunia diharapkan Indonesia mampu mengambil bagian yang sangat signifikan terkait berbagai prospek dan peluang bisnis *halal fashion*. Pengaruh globalisasi saat ini sangat memiliki perkembangan yang sangat pesat sehingga bisnis *halal fashion* menjadi *trend setter* di Indonesia.

Potensi *halal fashion* di Indonesia belum menampakkan ke arah yang lebi maju. Memerlukan berbagai upaya mewujudkan agar Indonesia menjadi kiblat *fashion* Muslim dunia. Beberapa kendalanya yaitu dari bahan baku *fashion* masih diimpor berupa katun dan sutra, selain itu masyarakat masih menggunakan alat tenun bukan mesin sehingga produksinya cenderung lama, kemudian banyak orang ikut dalam persaingan kompetitif dikalangan pengusaha *fashion* dalam negeri, pemasaran yang belum memadai, kekurangan modal yang dimiliki oleh industri kecil dan menengah. Walau demikian peluang ekspor busana Muslim masih sangat menjanjikan karena

pasar yang mendunia. Di samping itu komoditi yang paling potensial untuk menuju pasar Internasional adalah busana Muslim (*halal fashion*). Tentunya hal tersebut menjadi semangat baru dan acuan bagi industri *halal fashion* secara global (Kompasiana.com, 2019).

### C. Produk Halal

Kata halal, berasal dari bahasa arab berakar dari kata *halla* yang artinya "lepas" atau "tidak terikat", secara etimologi kata halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan yang melarangnya, atau bisa juga diartikan sebagai segala sesuatu yang bebas dari bahaya dunia dan akhirat. Produk adalah barang atau jasa yang sudah mengalami proses pembuatan dan di tambah sehingga menambah nilai dan kegunaannya menjadi hasil akhir yang dapat diperjual-belikan. Menurut Kotler dan Amstrong produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, diperjual-belikan, dipergunakan dan untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan konsumen. (Rahman, 2010). Menurut Eldnie produk adalah setiap hal yang diterima orang dalam suatu pertukaran mencakup semua atribut yang tak terukur dan terukur dan diharapkan manfaatnya (Eldnie, 2013).

Syariat Islam memiliki batasan tertentu yang lebih spesifik mengenai definisi produk dan perlu di penuhi beberapa hal dalam menawarkan sebuah produk, yaitu: a) Produk yang dijual dibutuhkan oleh semua orang; b) Produk yang ditawarkan memiliki kejelasan barang dan ukuran; c) Produk yang dijual tidak rusak dan cacat; d) Produk diperjual-belikan adalah produk yang halal. e) Produk yang dijual tidak mengandung boraks dan penipuan. f) Produk yang dijual tidak mencampur antara kualitas yang rendah dengan yang baik. Dalam sebuah Hadis, Rasulullah Saw. bersabda yang artinya:

*“Jika barang itu rusak, katakanlah rusak, jangan engkau sembunyikan. Jika barang itu murah, jangan kau katakan mahal. Jika barang ini jelek katakanlah jelek, jangan kau katakan bagus”.* (HR Tirmidzi).

Hadis tersebut juga didukung HR Ibnu Majah dan Ibnu Hambal:

*“Tidak dihalalkan bagi seorang Muslim menjual barang yang cacat kecuali ia memberitahukannya.”*

Uraian di atas jelas mengatakan bahwa hukum menyembunyikan produk cacat tapi tetap menjualnya ini merupakan perbuatan haram. Penerapan konsep halal telah lama di kenal dalam kehidupan masyarakat

Indonesia. Halal diperuntukkan atas segala sesuatu yang baik dan bersih baik itu dimakan atau dikonsumsi oleh manusia sesuai menurut syariat Islam.

Dalam Q.S. An-Nahl: 114 Allah telah memerintahkan kepada manusia untuk hanya memakan (mengkonsumsi) makanan halal. Konteks ayat tersebut berlaku juga pada segala aspek produk yang digunakan dan dikonsumsi oleh manusia selain makanan dan minuman termasuk *fashion* dan kosmetik (Rafita, 2017).

#### **D. Sertifikat Halal**

Sebagai umat Muslim pemilihan yang selektif dalam membeli makanan dan produk lainnya merupakan sebuah keharusan. Jika meragukan ketika membeli dianjurkan untuk di tinggalkan. Sebuah nilai standar bagi umat Islam dalam berinteraksi bisnis adalah adanya jaminan yang di Indonesia di kenal dengan adanya sertifikat halal. Setiap perusahaan makanan ataupun minuman dan prodk yang di konsumsi banyak masyarakat harus memiliki Sertifikat Halal. Hukum pelabelan nasional dan logo harus mencari keseimbangan antara persyaratan pelabelan dan sertifikasi untuk meminimalkan hambatan perdagangan bebas. Islam sebagai agama yang *Rahmatallilalamin* memiliki pondasi dasar yang kuat di masyarakat Indonesia. Masyarakat Muslim ingin mengkonsumsi dan menggunakan produk dengan tanda-tanda jaminan halal resmi yang dikeluarkan oleh pemerintah (Johan, 2018).

Hal ini menunjukkan bahwa fenomena ini, di satu sisi tingkat kesadaran tentang pelaksanaan akan keyakinan merujuk berdasarkan hukum Islam, di sisi lain mendorong sensitivitas mereka ketika makanan atau produk lainnya bersentuhan dengan unsur-unsur haram dan halal. Ketika adanya pengakuan di seluruh dunia pada roduk halal memberikan tolak ukur bagi keamanan dan jaminan kualitas produk. Sertifikasi halal menjamin bahwa produk yang di produksi halal dan mudah diterima oleh konsumen Muslim maupun konsumen non-Muslim. Konsep kebajikan dari halal adalah dengan membuat produk halal mudah diterima dari berbagai kalangan karena juga mencakup aspek kebersihan, sanitasi dan keselamatan. Kepastian akan halalnya kepada konsumen, standar halal memperkenalkan Sertifikasi Halal ke industri halal dari organisasi Islam yang terpercaya.

Sertifikasi halal di Indonesia ditangani oleh beberapa lembaga. Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) khusus produk untuk makanan kemasan. Sementara Sertifikat Halal yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama

Indonesia (MUI) berdasarkan penilaian yang dilakukan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Proses dan pelaksanaan sertifikasi halal, LPPOM MUI melakukan kerjasama dengan Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM), Kementerian Agama, Kementerian Pertanian, Kementerian Koperasi dan UKM, Kementerian Perdagangan, Kementerian Perindustrian, Kementerian Kelautan dan Perikanan, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif serta sejumlah perguruan tinggi di Indonesia antara lain Institut Pertanian Bogor (IPB), Universitas Muhammadiyah Dr. Hamka, Universitas Djuanda, UIN, Universitas Wahid Hasyim Semarang, serta Universitas Muslimin Indonesia Makasar (Kementerian Perdagangan, 2015).

## E. Kesimpulan

Dinamika berkembangnya produk halal di golongan Muslim kelas menengah tidak dapat lepas dari *style* hidup mereka, apa yang mau ditampilkan serta ditunjukkan pada orang lain senantiasa mencari diferensiasi dengan *style* hidup yang sudah terdapat, menurut Chaney, gaya hidup merupakan pola-pola aksi yang membedakan antara satu orang dengan orang lain. Serta bersamaan waktu bagi Chaney, gaya hidup merupakan seperangkat aplikasi serta tingkah laku yang masuk ide dalam konteks tertentu (Chaney, 2004).

Dengan jumlah Muslim terbanyak di dunia, Indonesia mempunyai kemampuan yang besar buat meningkatkan produk halal. Perihal ini di buktikan dengan penjualan *cosmetics* yang berlabel halal terus bertambah. Peningkatan pemasukan penduduk Indonesia dapat menimbulkan perubahan *style* hidup konsumen terutama kelas menengah. Tidak hanya mencermati kebutuhan bawah, konsumen pula mulai memikirkan kebutuhan sekunder serta tersier mereka. Kebutuhan sekunder yang diartikan sebagai kecantikan serta mode tampilan *cosmetics*. *Cosmetics* menjajaki perubahan *style* hidup sehat natural serta mendesak konsumen dalam perihal ini wanita di Indonesia memakai *cosmetics* halal (*halal cosmetics*) serta organik. Begitu juga dengan *trend* busana yang diminati oleh para konsumen dikala ini merupakan pada tipe halal mode dimana komunitas hijaber serta hijab sudah menjadi keseharian dalam berpakaian (Bahatma, 2021).

Meningkatnya populasi serta energi beli umat Islam di segala dunia, dan masa modernisasi baru menguatkan tren meningkatnya *halal lifestyle* serta perdagangan Islam. Nilai-nilai syariah hendak lebih banyak

dipraktekkan selaku jalur hidup. *Halal lifestyle* dianggap selaku pola baru buat 1,6 milyar penduduk Muslim. Pasar *global* wajib menjawab kebutuhan, preferensi, serta orientasi pasar yang khas dan nilai serta perdagangan ekonomi. Pengembangan pasar halal dengan segmen konsumen Muslim terbesar merupakan peluang dan potensi besar bagi para pebisnis di Indonesia.

Pengeluaran Muslim untuk sektor-sektor tersebut sudah terus meningkat di masa depan dimana tren pemakaian produk halal serta mempraktekkan *style* hidup yang cocok dengan syariat Islam membentuk kepribadian Muslim dalam melaksanakan ajaran Islam secara *kaffah*. Disamping itu perkembangan ekonomi Islam, *style* hidup serta aplikasi bisnis fokusnya pada orientasi implementasi paradigma pasar halal (Meter Dliyaul Muflihin, 2018). Konsep *halal lifestyle* sudah merupakan *basic need* yang harus dipenuhi dari segi fungsi, *value* atau produk *brand* yang potensial bagi dunia bisnis saat ini.

## F. Daftar Pustaka

- Baca, Bahatma. (2021) "*Halal LifeStyle sebagai dakwah determinasi diri dan sosial masyarakat Indonesia.*" Jurnal Al-Hikmah. Vol, 19 No. 1 April 2021.
- Burhan, Artina. 2017. Strategi Penyuluhan Produk Halal Bagi Peserta Diklat Pembina Produk Halal. Jakarta
- Chaney, David. (2004) *Lifestyle: Sebuah Pengantar Komprehensif*, penerj. Nuraeni. (Yogyakarta: Jalasutra), 40. 29 Ibid.
- Eldine, Achyar. (2013). *Pengantar Bisnis Umum Dan Agri*. Penerbit Direktorat Jenderal Perkebunan Kementrian Pertanian: Jakarta
- Endah, Nur Hadiati. (2014). "*Perilaku Pembelian Cosmetics Berlabel Halal Oleh Konsumen Indonesia*", Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Vol 22, No. 1, 2014.
- Hendariningrum, Retno. M. Edy Susilo. (2008). "*Fashion dan Gaya Hidup: Identitas dan Komunikasi*", Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 6, Nomor 2, Mei - Agustus 2008
- Hulwani, Novita Zati. Dr. Multifiah, SE., MS. (2017). "*Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Cosmetics Bersertifikat Halal MUI (Studi Kasus pada Mahasiswi S1 Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang)*", Al

Maal: Journal of Islamic Economics and Banking  
<http://jurnal.umt.ac.id/index.php/jieb> E-ISSN

Kementrian Perdagangan Republik Indonesia. "Nilai Ekspor Fesyen Meningkatkan Hingga US\$ 7,9 Miliar", Dalam <http://www.kemendag.go.id/id/news/2017/08/30/nilai-eksporfesyenmeningkat-hingga-us79-miliar>

Larasati, Ananya, Ikhwan Hamdani, Santi Lisnawati. (2019). "Pengaruh Label Halal Terhadap Produk Kecantikan", Al Maal, Vol. 1, No.1, Juli, 2019

Muflihah, M. Dliyaul. (2018) "*Konstruksi Indikator Halal dan perkembangan industri Halal Fashion*". Tesis, Pasca Sarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya.

Nirwandari, Sapti. (2015), "*Halal Lifestyle In Indonesia*", UNWTO Seminars, The Contribution of Islamic Culture and its Impact on the Asian Tourism Market Brunei Darussalam, November 16th 2015

Nurhasanah, Ai. (2020). "Pemaknaan Label *Halal cosmetics* Wardah Bagi Muslimah (Studi Fenomenologi Tentang Pemaknaan Label *Halal cosmetics* Wardah Bagi Muslimah di Kabupaten Garut)", Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO), Vol. 9, No. 1, April 2018

Rafita, Helfy Zella. (2017). "Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian Produk *Cosmetics* (Studi pada Mahasiswi FEBI Angkatan 2013-2016 pada UIN Raden Intan Lampung)

Septiani, Stevia. Retno Indraswari. (2018). "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Produk *Cosmetics* Halal di Kota Bogor", P-ISSN: 2088-9372 E-ISSN: 2527-8991, Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO), Vol. 9, No. 1, April 2018

Sholikhah, Badriyyatus. Resfa Fitri, Yekti Mahanani. (2021). "Analisis Pengambilan Keputusan Pembelian *Cosmetics* Berlabel Halal MUI pada Generasi Millennial", Jurnal Vol. 2 No. 1 Bulan Januari Tahun 2021 193 - 211 10.31000/almaal. V 1i2.3754

Utami, Wahyu Budi. (2013) Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli. Skripsi: Program Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.



**Prof. Dr. H. M. Yasir Nasution**

Guru Besar Emiritus UIN Sumatera Utara Medan  
Ketua Dewan Pengawas Syariah (DPS) Bank Sumut Syariah

Buku chapter Masa Depan Ekonomi Syariah Indonesia ini merupakan cerminan bagaimana kondisi ekonomi syariah saat ini di Indonesia, serta upaya yang dibangun oleh para penulis dalam menggali dan menguraikan melalui hasil pemikiran maupun riset tentang kondisi ekonomi syariah yang ada pada saat ini dan tentunya masa depan ekonomi syariah di Indonesia. Apresiasi saya kepada seluruh penulis yang turut serta dalam perjuangan membesarkan ekonomi syariah di Indonesia melalui tulisan ini, dan tentunya kepada pihak UPT. Jurnal IAIN Lhokseumawe yang mampu menginisiasi terbitnya buku ini. Tentunya hal ini akan menjadi amal kebaikan dan bagian dari upaya para akademisi, praktisi dan cendikiawan berjuang melalui “kekuatan” yang dimiliki.

**Prof. Dr. H. Nur Syam, M.Si.**

Guru Besar UIN Sunan Ampel Surabaya  
Sekjen Kemenag RI Periode 2014-2018

Sebagai akademisi yang selama ini berkecimpung di dalam program pembelajaran, terutama Metode Studi Islam, termasuk Studi Ekonomi Syariah, pada Program Doktor di UIN Sunan Ampel dan di UIN Mataram dan UIN Malang, maka saya tentu menyambut dengan riang gembira ketika diminta untuk memberikan “Kata Pengantar” dalam buku yang disusun oleh 20 dosen dari berbagai Universitas di Indonesia dengan tema “Masa Depan Ekonomi Syariah Indonesia”. Buku ini diedit oleh Prof. Dr. Nurhayati, M.Ag. (Dosen Ilmu Fiqh pada UIN Sumatera Utara) dan Sdr. Taufiq, SH.I., MA. (Wakil Dekan III FEBI – IAIN Lhokseumawe). Sebuah buku yang bisa menjadi referensi bagi para peneliti, akademisi dan peminat studi ekonomi Syariah di berbagai universitas di Indonesia.

**Dr. H. Danial, S.Ag., M.Ag.**

Rektor IAIN Lhokseumawe

Semua lembaga pendidikan termasuk lembaga pendidikan Islam mengemban amanah untuk melaksanakan caturdarma ilmu, yaitu; (1) mentransformasikan ilmu melalui pendidikan-pengajaran; (2) mengembangkan ilmu melalui penelitian; (3) mengaplikasikan ilmu melalui pengabdian; dan (4) melestarikan serta menyebarkan ilmu melalui tulisan dan penerbitan. Book chapter ini merupakan wujud pelaksanaan darma keilmuan yang ke-4, yaitu melestarikan dan menyebarkan ilmu melalui tulisan dan penerbitan. Semua upaya untuk mewujudkan terlaksananya caturdarma ilmu di atas khususnya dalam bentuk penerbitan (book chapter) sangat patut mendapat dukungan dan apresiasi, apalagi tema yang diusung adalah masa depan ekonomi syariah di Indonesia.

**Assoc. Prof. Dr. Sutan Emir Hidayat**

Direktur Infrastruktur Ekosistem Syariah KNEKS

KNEKS memberikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada para penulis atas dedikasinya memberikan sumbangsih bagi percepatan pengembangan ekonomi dan keuangan syariah nasional. Berbagai pihak perlu terus bersinergi, bahu-membahu, berjabat-tangan dalam berbagai upaya yang dapat dilakukan untuk mengakselerasikan perkembangan ekonomi syariah di negeri tercinta ini. Semoga upaya-upaya yang dilakukan para penulis menjadi amal kebajikan yang tercatat dalam sejarah perkembangan ekonomi syariah di Indonesia.



**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**  
**IAIN Lhokseumawe**  
Jln. Medan-Banda Aceh Km. 275 No. 1  
Buket Rata, Alue Awe, Lhokseumawe

