

**TREND PERKEMBANGAN EKONOMI SYARIAH
GLOBAL; INDONESIA BECOMES AN EXPORTER OF
HALAL PRODUCT FOR THE WORLD HALAL MARKET**

Rini Nisponi¹, Suraya Hidayati²

Mahasiswa STAI Darul Ulum Kandungan

Email: rinicanim@gmail.com¹,

surayahidayati5198@gmail.com²

Abstrak: *The outbreak due to the Covid-19 pandemic that has hit the world, including Indonesia, provides opportunities for the economic development of halal product. People are increasingly concerned about product halal, including hygiene and benefits. This has a good impact on the growth and development of world halal products in the future. The purpose of writing this article is as a reference material for local entrepreneurs to take advantage of the potential of the halal product industry, in addition to filling huge domestic needs as well as taking a role in the global trade in halal products. This study uses a descriptive qualitative method approach, using content analysis techniques and library research. The results show that halal products have spread to various sectors of demand, such as food products, halal tourism, clothing (fashion), media and recreation, pharmaceutical-cosmetics, and finance. Indonesia, with the largest Muslim community and the increasing needs of the world community for halal products, provides an opportunity for the Indonesian state to become one of the countries producing halal products, not only for its own needs, but also to meet the needs of the world halal market.*

Keywords: *halal products, pandemic, economy*

Abstrak: Wabah akibat pandemi Covid-19 yang melanda dunia, termasuk Indonesia, memberikan peluang bagi perkembangan ekonomi produk halal. Masyarakat semakin peduli pada kesehatan produk termasuk higienitas dan manfaatnya. Hal ini berdampak baik pada pertumbuhan dan pengembangan produk halal dunia. Tujuan penulisan artikel ini adalah sebagai bahan referensi bagi pengusaha-pengusaha lokal untuk memanfaatkan potensi industri produk halal, selain untuk mengisi kebutuhan domestik yang sangat besar juga mengambil peran dalam perdagangan produk halal global. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik analisis isi (kontent analysis) dan riset kepustakaan (*library research*). Hasil penelitian menunjukkan produk halal sudah merambat ke berbagai sektor kebutuhan seperti produk makanan, wisata halal, pakaian (*fashion*), media dan rekreasi, farmasi-kosmetik, serta keuangan. Indonesia dengan masyarakat muslim terbanyak dan kebutuhan masyarakat dunia akan produk halal yang semakin meningkat, memberikan peluang negara Indonesia menjadi salah satu negara penghasil produk halal, tidak hanya untuk kebutuhan sendiri, tetapi juga memenuhi kebutuhan pasar halal dunia.

Kata kunci: Produk Halal, Pandemi, Perekonomian

A. PENDAHULUAN

WHO (*World Health Organization*) menetapkan bahwa musibah Covid-19 (*Corona Virus Disease*) sebagai sebuah pandemi, yaitu sebuah penyakit yang disebabkan oleh virus Corona yang ditemukan pada tahun 2019 dan masih ada sampai beberapa tahun belakangan ini. Pandemi yang disebabkan oleh virus Covid-19 ini tidak hanya sekedar masalah kesehatan belaka, tetapi lebih jauh lagi meliputi semua aspek kehidupan, salah satu diantaranya yaitu melemahkan kondisi perekonomian. Negara Tiongkok sebagai titik pusat penyebaran pertama virus ini yang notabenehnya negara dengan ekonomi terbesar kedua di dunia setelah Amerika Serikat, tentunya akan sangat mempengaruhi laju perekonomian global. Bahkan beberapa lembaga riset dunia yang terpercaya ikut memprediksi dampak buruk dari pandemi Covid-19 ini.¹

Sri Mulyani Indrawati (Menteri Keuangan Indonesia) juga turut memprediksi dampak Covid-19 terhadap perekonomian Indonesia. Sri Mulyani memprediksi perekonomian Indonesia akan mengalami skenario terburuk yang bisa mencapai minus 0,4%. Dunia menyerukan untuk melakukan *sosial distancing* (pembatasan sosial/ jaga jarak) sebagai upaya mengurangi penyebaran wabah pandemi Covid-19, di Indonesia sendiri lebih dikenal dengan pemberlakuan *physical distancing* (jaga jarak fisik). Namun sangat disayangkan, gerakan yang diberlakukan dunia ini berpengaruh pada penurunan aktivitas ekonomi secara keseluruhan. Upaya tersebut memberi kebaikan di satu

¹Evita Farcha Kamila, "Peran Industri Halal dalam Mendongkrak Pertumbuhan Ekonomi Indonesia di Era New Normal", *Liquid*, Vol. 1, No. 01, (2020), h. 34.

sisi namun juga memberikan dampak negatif berupa penurunan penawaran dan permintaan pasar akibat pembatasan aktivitas (berdiam diri di rumah), hal ini juga mempengaruhi pada penurunan terus menerus jumlah produksi. Akibat pandemi virus Covid-19 ini, Indonesia bisa memposisikan perannya untuk memaksimalkan kemajuan perekonomian. Saat ini masyarakat tentunya sangat memperhatikan kesehatan, salah satunya mengonsumsi, membeli, dan memakai produk yang kepercayaannya terjamin, maka produk halal dapat mengambil perhatian pasar untuk mengambil posisi pasar pada perekonomian era *new normal*.²

Industri halal yang menghasilkan produk-produk halal sudah menjadi sebuah tren dunia saat ini, hal ini dapat dilihat dari prospek industri halal yang terus tumbuh dan berkembang dari tahun ke tahun. Menurut laporan dari *State of The Global Islamic Report* pada tahun 2019, ada sekitar 1,8 miliar penduduk muslim yang menjadi konsumen industri halal. Peluang konsumen dalam industri halal meningkat setiap tahunnya sebesar 5,2% dengan total pengeluaran mencapai USD 2,2 triliun. Diperkirakan jumlah ini akan terus meningkat setiap tahunnya. CAGR (*Compound Annual Growth Rate*) memprediksi industri halal akan meningkat mencapai 6,2% dalam kurun waktu 2018 hingga 2024. Total dana yang dihabiskan oleh konsumen industri halal meningkat mencapai USD 3,2 triliun. Dari data yang dipaparkan oleh CAGR tersebut, dapat kita lihat bahwa industri halal

² *Ibid.*

memiliki prospek yang sangat cerah dan menjanjikan ke depannya.³

Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki potensi besar untuk mengembangkan industri halal yang menghasilkan produk-produk halal. Hal ini dikarenakan banyaknya jumlah penduduk muslim di Indonesia, yaitu sebanyak 229 juta penduduk muslim tinggal di Indonesia pada tahun 2020, diperkirakan total populasi di Indonesia sebanyak 273 juta jiwa, ini berarti penduduk muslim di Indonesia setara dengan 87,2% keseluruhan populasi di Indonesia.⁴ Meningkatnya gaya hidup halal di masyarakat dunia khususnya di Indonesia akan berpengaruh pada permintaan produk halal. Banyak negara yang memfokuskan diri dan bersaing pada bisnis penyediaan produk halal, yang mana pengaturan kehalalan suatu produk disesuaikan dengan syariaah Islam.⁵

Produk halal secara esensial berfungsi membentuk masyarakat yang berakhlak mulia dan sejahtera. Kehalalan merupakan hal yang sangat penting karena makanan mempunyai implikasi terhadap perilaku. Perilaku yang baik atau buruk itu ditentukan oleh makanan yang dikonsumsinya. Apabila makanan yang dikonsumsi halal akan mendorong kepada perilaku yang baik, begitupula sebaliknya.⁶ Dalam Islam, pada dasarnya semua makan dan minuman halal untuk dikonsumsi

³Muhammad Anwar Fathoni dan Tasya Hado Syahputri, "Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(03), 428-435, (2020), h. 428.

⁴*Ibid.*

⁵Lady Yulia, "Strategi Pengembangan Industri Produk Halal", *Jurnal Bimas Islam*, Vol. 8, No. 01, (2015), h. 123.

⁶ *Ibid.*

kecuali yang sudah jelas diharamkan oleh Allah Swt. karena mengandung mudarat dan membahayakan. Allah Swt. memerintahkan untuk mengonsumsi makanan dan minuman yang halal kepada seluruh umat manusia sebagaimana dalam firman-Nya pada Surah Al-Baqarah ayat 168 berikut.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا
خُطُوتَ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

“Wahai Manusia, makanlah oleh kalian dari apa-apa yang ada di muka bumi yang halal dan thoyyib, dan janganlah mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan adalah musuh nyata bagimu” (QS. Al-Baqarah: 168).

Ayat tersebut menjelaskan bahwa perintah Allah Swt. untuk mengonsumsi yang halal disampaikan kepada seluruh umat bukan hanya kepada kaum muslimin. Makanan yang dikonsumsi memberikan dampak yang sangat besar bagi kehidupan, diantaranya mempengaruhi pertumbuhan, kesehatan fisik, kecerdasan akal, mempengaruhi sifat dan perilaku, kecerdasan akal, dan mempengaruhi diterima atau ditolaknya suatu amalan dan do'a-do'a yang kita panjatkan. Dalam Islam, suatu produk dikatakan halal apabila dzatnya, cara memperoleh, cara memproses, pendistribusian, dan yang lainnya dilakukan secara halal.⁷

Berdasarkan beberapa hal tersebut di atas, produk halal memiliki peran yang strategis dalam meningkatkan pertumbuhan dan perkembangan perekonomian. Maka

⁷Sukuso, *et.al.*, Ekosistem Industri Halal, (Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia, 2020), h. 155.

sudah sepatutnya produk halal lebih dikembangkan di Indonesia. Tidak hanya sebagai konsumen produk halal, Indonesia diharapkan bisa mengoptimalkan produk halal untuk meningkatkan nilai ekspor dan cadangan devisa negara.

B. PEMBAHASAN

1. Ruang Lingkup Produk Halal

Produk halal menjadi bagian penting dalam pembangunan perekonomian negara. Kontribusi belanja produk halal menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi dunia. Semua sektor kebutuhan produk halal akan meningkat setiap tahunnya seiring dengan permintaan produk halal dunia. *State of the Global Islamic Economy Report 2019/20* menyebutkan bahwa kontribusi umat Islam terhadap gaya hidup halal di dunia pada tahun 2018 sebesar USD 2,2 triliun, sedangkan sektor keuangan Islam mencapai USD 2,5 triliun. Untuk produk makanan dan minuman, umat Islam membelanjakan USD 1,369 triliun, diikuti oleh produk pakaian (fesyen) sebesar USD 283 miliar, media dan entertainment mencapai USD 220 miliar, bisnis travel dan pariwisata sebesar USD 189 miliar, dan belanja produk farmasi dan kosmetik sebesar USD 92 miliar dan USD 64 miliar.⁸ Berdasarkan data tersebut, produk halal memberikan kontribusi besar dalam prospek keuangan syariah.

Produk halal adalah hasil olahan yang dinyatakan halal sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Industri produk halal merupakan bagian dari ekonomi syariah yang dikembangkan pemerintah. Dalam perkembangannya, ekonomi syariah menyentuh tiga ranah sektor perekonomian, yaitu pada sektor jasa,

⁸ Sukuso, *et.al.*, *Ekosistem Industri Halal*, *op. cit.*, h. 39.

makanan, dan pakaian. Pada sektor jasa, yakni jasa keuangan, pemerintah mendirikan bank umum syariah seperti Bank Muamalat. Kemudian pada sektor makanan pemerintah mendirikan otoritas khusus salah satunya Badan Penyelenggara Penjaminan Produk Halal yang disebut juga dengan BPJPH. Sedangkan sektor pakaian (fesyen) menjadi kontributor utama PDB ekonomi kreatif yang menjadi penyumbang devisa negara sebanyak USD 4,48 miliar.⁹

Produk halal pada mulanya lahir sebagai kebutuhan konsumen muslim akan produk pangan yang halal, kini berkembang seiring berkembangnya kesadaran umat Islam akan pentingnya mengaplikasikan nilai-nilai syariah dalam kehidupan yang lebih luas. Dalam UU 33, JPH, 2014 Pasal 1 disebutkan bahwa produk halal dapat mencakup barang dan atau jasa yang berkaitan dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, serta barang guna yang dipakai dan dimanfaatkan oleh masyarakat yang barang atau produk tersebut tidak dilarang oleh syara'.¹⁰ Oleh sebab itu, produk halal tidak hanya sebatas produk makanan, tetapi merambat keberbagai produk bahan gunaan yang memungkinkan digunakan oleh konsumen.

2. Inteligensi Produk Halal

Produk halal tidak dapat dilepaskan dari adanya kegiatan sertifikasi halal pada makanan, minuman, obat, kosmetik, dan produk lainnya yang digunakan dalam

⁹ Evita Farcha Kamila, "Peran Industri Halal dalam Mendongkrak Pertumbuhan Ekonomi Indonesia di Era New Normal", *op. cit.*, h. 37.

¹⁰ Sukuso, *et.al.*, Ekosistem Industri Halal, *op. cit.*, h. 43.

kegiatan sehari-hari oleh masyarakat. UU RI Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, dan PP RI Nomor 31 Tahun 2019 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, maka kehalalan makanan, minuman, obat, kosmetika, dan produk lainnya yang semula hanya diatur dalam kitab fiqih, sekarang diatur dalam undang-undang dan peraturan pemerintah untuk pengaturan kehalalan produk. Selain itu, UU ini juga mengatur tentang jasa halal, termasuk pariwisata, travel, media, dan entertain. Dengan demikian, jaminan kepastian hukum halal hasil produksi dan perlindungan terhadap konsumen maupun produsen selain menjadi tanggung jawab pribadi dan ulama, juga menjadi tanggung jawab pemerintah yang diamanatkan kepada Kementerian Agama melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Selain itu, kehalalan suatu produk juga diatur dalam Codex, suatu organisasi dunia yang mengatur sistem perdagangan internasional.¹¹

Halal menjadi *lifestyle* dikalangan masyarakat, industri-industri penghasil produk berbondong-bondong mengenakan label maupun tagline untuk memperkuat brand image produk dan perusahaannya dengan sebutan halal, seperti produsen kosmetik tertentu mengenalkan sebagai kosmetik halal "Halal dari Awal" dan produsen es krim tertentu memberi tagline "*Halal Food is Quality Food*".¹² Dengan lisensi ke-Halal-an tersebut memudahkan konsumen memilih dan mempercayai suatu produk. Sertifikasi halal tidak hanya sebagai pelengkap usaha

¹¹ *Ibid.*, h. 25 & 42.

¹² *Ibid.*, h. 42.

tetapi sebagai bukti bahwa produk tersebut terjamin kehalalannya, mulai dari aktivitas produksi, pemilihan bahan baku, dan proses produksinya sampai produk tersebut beredar di pasaran.¹³

Produk halal bukan hanya menjadi masalah intern umat Islam tetapi sudah masuk pada sistem produksi dan perdagangan internasional. Dengan adanya sertifikasi ketentuan keabsahan kehalalan suatu produk, kini negara-negara produsen walaupun bukan negara yang berpenduduk mayoritas Islam telah menerapkan sistem produksi halal untuk memenuhi angsa pasar ekspornya. Indonesia merupakan salah satu negara yang masyarakatnya mayoritas Islam, sudah seharusnya memacu diri agar jangan sampai tertinggal dalam mengembangkan sistem produksi halal, bahkan diharapkan menjadi pelopor terdepan dalam mengembangkan produk halal secara global.¹⁴

Berikut respon dari berkembangnya produk halal:

- a. Meskipun halal berkaitan dengan kekhususan umat Muslim dalam konsumsi penggunaannya, produk halal tidak hanya diperuntukkan bagi Muslim, tetapi dapat diperuntukkan bagi seluruh umat manusia.
- b. Secara khusus bagi Muslim, halal merupakan pemenuhan terhadap persyaratan keamanan secara religius, sedangkan secara umum, bagi konsumen dan pelaku industri, halal merupakan pemenuhan

¹³Fatmawati Sungkawaningrum dan Amin Nasrullah, "Eksplorasi Peran Perbankan Syariah dalam Memajukan Industri Halal di Sektor Makanan Halal", *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, Vol. 5, No. 2, (2019), h. 43.

¹⁴ Sukuso, *et.al.*, *Ekosistem Industri Halal*, *op. cit.*, h. 25.

- persyaratan mutu, keamanan, dan kesehatan dalam penggunaan dan konsumsi suatu produk.
- c. Produk halal yang diperdagangkan adalah produk yang telah di audit kehalalannya melalui proses sertifikasi halal oleh lembaga audit halal dengan persetujuan lembaga Ulama Islam suatu negara.
 - d. Pelaku bisnis halal dapat merupakan produsen dari negara-negara muslim ataupun non-muslim selama terpenuhinya hal-hal mendasar kehalalan suatu produk halal yang mencakup 4 M, yakni sumber daya manusia (*man*), bahan baku (*materials*), proses (*mechanism*), dan pembiayaan (*monetary*).¹⁵

3. Peluang Produk Halal

Menurut Sukuso, Indonesia dengan potensi jumlah penduduk muslim yang besar diperkirakan akan menjadi negara dengan ekonomi halal terkuat di dunia, jika hal tersebut diikuti dengan upaya mengoptimalkan usaha pengembangan industri produk halal. Indonesia menempati posisi pertama dari 10 negara dengan jumlah belanja makanan halal terbesar di dunia. Namun disayangkan, Indonesia dengan potensinya yang begitu besar dengan populasi jumlah penduduk muslim terbesar di dunia hanya puas menjadi negara jumlah konsumsi makanan halal terbesar di dunia, bukan sebagai produsen penghasil produk.¹⁶ Sedangkan untuk sektor yang lainnya, masyarakat Indonesia juga memegang peringkat tinggi dalam penggunaan produk halal, tidak terkecuali dengan pariwisatanya sebagai destinasi wisata halal dunia no-1 bersama dengan Malaysia berdasarkan riset dan

¹⁵ *Ibid.*, h. 43-44.

¹⁶ *Ibid.*, h. 45.

penilaian Global Muslim Travel Index (GMTI) tahun 2019.¹⁷ Berdasarkan hal tersebut, Indonesia memiliki peluang besar untuk pasar halal dunia.

Meningkatnya populasi Muslim di seluruh dunia juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi dinamika ekonomi bisnis global. Bila pada umumnya konsumen hanya mensyaratkan bahwa suatu produk yang dikonsumsi harus aman, bermanfaat, serta tidak membahayakan. Namun bagi konsumen muslim menambahkan persyaratan kehalalan suatu produk dari segala sesuatunya secara syariat Islam.¹⁸ Hal menarik yang menjadi perhatian dalam perkembangan bisnis produk halal, Muslim bukanlah satu-satunya komunitas yang mengonsumsi produk halal. Kini produk halal merambat ke komunitas lain yang mengenal halal sebagai syarat yang harus dipenuhi bagi produk yang bermutu tinggi. Ketertarikan produk halal juga telah meluas di kalangan non-muslim. Indonesia memiliki peluang besar untuk mengembangkan industri halal, baik pada sektor produk halal maupun jasa. Hal ini juga didukung dengan tren kenaikan konsumsi barang dan jasa halal yang diperkirakan memiliki pertumbuhan cukup tinggi. Bahkan Indonesia telah dinobatkan sebagai destinasi wisata halal terbaik oleh *Global Muslim Travel Index 2019*. Terlebih lagi dengan adanya edukasi dan kesadaran masyarakat Muslim terhadap pentingnya memilih dan menggunakan produk halal yang aman dan terjamin mutunya, masyarakat Muslim juga mendapat keberkahan dari apa yang dikonsumsi. Beberapa produk dan jasa

¹⁷ *Ibid.*, h. 47.

¹⁸ *Ibid.*, h. 48.

halal yang sangat berpotensi di pasar halal global diantaranya produk makanan, wisata halal, fesyen, media dan rekreasi, farmasi-kosmetik, serta keuangan.¹⁹

Pada masa pandemi covid-19 ini, produk halal menjadi salah satu produk yang diminati dan menjanjikan. Dalam sebuah webinar nasional yang bertemakan “Ekonomi Syariah di Indonesia: Kebijakan Strategi Pemerintah Menuju New Normal Life” beliau mengungkapkan bahwa “Pemberlakuan tatanan baru membuat aspek kesehatan dan higienis menjadi hal yang mutlak. Disinilah peran industri halal yang jika diterapkan dengan baik, InshaAllah bisa menjadi pilihan.” Banyak strategi yang dapat ditempuh oleh UMKM pelaku industri halal untuk bertahan di masa pandemi covid-19 ini. Antara lain dengan menyediakan berbagai produk dan jasa halal terkait kesehatan dan higienitas, misalnya masker, *hand sanitizier*, dan pelindung wajah. Selain itu, perubahan perilaku masyarakat dengan kegiatan jarak jauh, seperti transaksi perbankan akan lebih fokus dengan layanan internet banking serta pembelian produk dengan sistem transaksi online.²⁰

¹⁹ *Ibid.*, h. 49-51.

²⁰ Evita Farcha Kamila, “Peran Industri Halal dalam Mendongkrak Pertumbuhan Ekonomi Indonesia di Era New Normal”, *op. cit.*, h. 40.

C. PENUTUP

Produk halal menjadi bagian penting dalam pembangunan perekonomian negara. Indonesia dengan potensi jumlah penduduk muslim yang besar diperkirakan akan menjadi negara dengan ekonomi halal terkuat di dunia. Hal tersebut akan terwujud jika diikuti dengan upaya mengoptimalkan usaha pengembangan industri produk halal yang semakin ditingkatkan. Dengan meningkatnya kualitas industri produk halal, memberikan peluang negara Indonesia menjadi salah satu negara penghasil produk halal, tidak hanya untuk kebutuhan sendiri, tetapi juga memenuhi kebutuhan pasar halal dunia.

DAFTAR PUSTAKA

- Kamila, Evita Farcha. "Peran Industri Halal dalam Mendongkrak Pertumbuhan Ekonomi Indonesia di Era New Normal". *Liquid*. Vol. 1, No. 01, 2020.
- Sukuso, *et.al.* Ekosistem Industri Halal. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia, 2020.
- Sungkawaningrum, Fatmawati, dan Amin Nasrullah. "Eksplorasi Peran Perbankan Syariah dalam Memajukan Industri Halal di Sektor Makanan Halal". *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*. Vol. 5, No, 2, 2019.
- Fathoni, Muhammad Anwar, dan Tasya Hado Syahputri. "Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. 6(03), 428-435, 2020.
- Yulia, Lady. "Strategi Pengembangan Industri Produk Halal". *Jurnal Bimas Islam*. Vol. 8, No. 01, 2015.