

MASTERPLAN EKONOMI SYARIAH INDONESIA 2019-2024



Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/
Badan Perencanaan Pembangunan Nasional

Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024
Hasil Kajian Analisis Ekonomi Syariah di Indonesia

©Pemegang Copyright: Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/
Badan Perencanaan Pembangunan Nasional

Diproduksi : Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Badan
Perencanaan Pembangunan Nasional

Editor : Deputi Bidang Ekonomi

Desainer : PT Zahir Syariah Indonesia

Cetakan Pertama 2018

Hak cipta dilindungi undang-undang







Daftar Isi

- iv Daftar Isi
- vii Daftar Gambar
- ix Daftar Tabel
- xii Daftar Grafik
- xiv Ringkasan Eksekutif
- xvi Sambutan Menteri dan Deputi

2 Lanskap Ekonomi Syariah Indonesia

- 4 Konteks
 - 4 Pengertian Ekonomi Syariah
 - 5 Ruang Lingkup Ekonomi Syariah
- 6 Latar Belakang dan Kondisi Ekonomi Syariah
 - 7 Kondisi Ekonomi Syariah Global
 - 12 Kondisi Ekonomi Syariah Nasional
 - 17 Ekonomi Syariah Nasional
- 18 Kondisi Ekonomi Regional dan Potensi Pengembangan Ekonomi Syariah
- 26 Pemetaan Pemangku Kepentingan (stakeholders) Ekonomi Syariah
- 28 Metode Penyusunan Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia

30 Gambaran Umum Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia

- 32 Kerangka Desain Masterplan Ekonomi Syariah
 - 32 Masterplan Aksi Keuangan Syariah (MAKSI)
 - 32 Kerangkan Cetak Biru Ekonomi dan Keuangan Syariah
 - 33 Pengembangan Kerangka Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia
- 36 Visi Ekonomi Syariah
 - 36 Visi Ekonomi Syariah
 - 38 Target Capaian dan Indikator Utama
- 42 Strategi Utama
 - 42 Penguatan Rantai Nilai halal
 - 42 Penguatan Sektor Keuangan Syariah
 - 43 Penguatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
 - 43 Pemanfaatan dan Penguatan Ekonomi Digital
- 44 Strategi Dasar Ekosistem





3

46 Penguatan Rantai Nilai halal

48	Konteks
51	Klaster Makanan dan Minuman Halal
52	Kondisi Global dan Nasional Klaster Makanan dan Minuman Halal
56	Peluang dan Tantangan Pengembangan Klaster Makanan dan Minuman Halal
62	Strategi Khusus Klaster Makanan dan Minuman Halal
66	Quick Wins Klaster Makanan dan Minuman Halal
69	Klaster Pariwisata Halal
69	Kondisi Global dan Nasional Klaster Pariwisata Halal
76	Peluang dan Tantangan Pengembangan Klaster Pariwisata Halal
82	Strategi Khusus Klaster Pariwisata Halal
87	Quick Wins Klaster Pariwisata Halal
89	Klaster Fesyen Muslim
89	Kondisi Global dan Nasional
92	Tantangan dan Peluang Pengembangan
98	Strategi Khusus Klaster Klaster Fesyen Muslim
102	Quick Wins Klaster Fesyen Muslim
105	Klaster Media dan Rekreasi Halal
105	Kondisi Global dan Nasional Klaster Media dan Rekreasi Halal
110	Tantangan dan Peluang Pengembangan Klaster Media dan Rekreasi Halal
114	Strategi Khusus Klaster Media dan Industri Halal
124	Quick Wins Klaster Media dan Rekreasi Halal
127	Klaster Farmasi dan Kosmetik Halal
128	Kondisi Global dan Nasional Klaster Farmasi dan Kosmetik Halal
138	Peluang dan Tantangan Pengembangan Klaster Farmasi dan Kosmetik Halal
136	Strategi Khusus Klaster Farmasi dan Kosmetik Halal
139	Quick Wins Klaster Farmasi dan Kosmetik Halal
141	Klaster Energi Terbarukan
141	Kondisi Global dan Nasional
154	Peluang dan Tantangan Pengembangan
160	Dukungan terhadap Industri Halal
164	Strategi Khusus Klaster
172	Quick Wins Energi Terbarukan



4

174 Penguatan Keuangan Syariah

- 176 Konteks
179 **Klaster Perbankan Syariah**
180 Kondisi Global dan Nasional Perbankan Syariah
184 Peluang dan Tantangan Pengembangan Perbankan Syariah
189 Dukungan Perbankan Syariah terhadap Industri Halal
192 Strategi Khusus Perbankan Syariah
196 Quick Wins Perbankan Syariah
199 Klaster Pasar Modal Syariah
200 Kondisi Global dan Nasional Pasar Modal Syariah
207 Peluang dan Tantangan Pengembangan Pasar Modal Syariah
212 Dukungan Pasar Modal Syariah terhadap Industri Halal
213 Strategi Khusus Pasar Modal Syariah
219 Quick Wins Pasar Modal Syariah
221 Klaster Jaminan Sosial
222 Kondisi Global dan Nasional
227 Peluang dan Tantangan Pengembangan
232 Dukungan Jaminan Sosial terhadap Industri Halal
233 Strategi Khusus Jaminan Sosial
238 Quick Wins Jaminan Sosial
241 Zakat dan Wakaf
242 Kondisi Global dan Nasional Zakat dan Wakaf
246 Tantangan dan Peluang Pengembangan Zakat dan Wakaf
254 Dukungan Zakat dan Wakaf terhadap Industri Halal
256 Strategi Khusus Klaster
268 Quick Wins Zakat dan Wakaf



5

272 Penguatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

- 276 Kondisi Global dan Nasional Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
280 Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
282 Dukungan terhadap Industri Halal
286 Strategi Khusus Klaster
291 Quick Wins Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah



6

292 Penguatan Ekonomi Digital

- 295 Kondisi Global dan Nasional Ekonomi Digital
- 304 Peluang dan Tantangan Pengembangan
- 306 Dukungan terhadap Industri Halal
- 308 Strategi Khusus Pengembangan Ekonomi Digital
- 317 Quick Wins Pengembangan Ekonomi Digital



7

318 Ekosistem Pendukung

- 323 Literasi, Sumber Daya Manusia, dan Riset dan Pengembangan dan Pengembangan
 - 324 Kondisi Global dan Nasional
 - 330 Peluang dan Tantangan di Indonesia
 - 336 Strategi dan Program
 - 344 Quick Wins
- 347 Fatwa, Regulasi dan Tata Kelola
 - 348 Kondisi Global dan Nasional
 - 388 Peluang dan Tantangan Klaster Fatwa, Regulasi dan Tata Kelola
 - 392 Strategi dan Program
 - 406 Quick Wins



8

407 Kesimpulan dan Rekomendasi

- 410 Program Utama
- 411 Program Utama Penguatan Rantai Nilai halal
- 414 Program Utama Keuangan Syariah
- 418 Program Utama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)
- 420 Program Utama Digital Ekonomi
- 422 Quick Wins Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia



Daftar Gambar

- 10 Peringkat Global Islamic Economy Indicator 2018/2019
20 Peta Kepadatan Penduduk Indonesia
28 Peta Kepadatan Penduduk Indonesia
33 Kerangka Pengembangan Ekonomi dan Keuangan Syariah
35 Kerangka Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia
56 Value Chain Makanan dan Minuman Halal
69 Dampak Pariwisata terhadap Ekonomi Global
70 Perkembangan Wisatawan Muslim dan Prediksi Perkembangannya
76 Value Chain Pariwisata Halal
95 Value Chain Fesyen Muslim
106 Saluran Pengaruh Industri Media dan Rekreasi Halal terhadap Ekonomi
108 Film Terlaris di Indonesia 2007-2018
110 Value Chain Media dan Rekreasi Halal
133 Value Chain Farmasi dan Kosmetik Halal
147 Rasio Elektrifikasi Indonesia 2017
149 Kebijakan Energi Nasional (KEN) untuk Mendukung Energi Terbarukan
155 Value Chain Energi Terbarukan
160 Sinergi EBT dengan Industri Halal
162 Destinasi Wisata Halal Unggulan Indonesia
180 Top Islamic Finance Markets in Assets
185 Value Chain Perbankan Syariah
208 Value Chain Pasar Modal Syariah
229 Value Chain Jaminan Sosial
248 Value Chain Zakat dan Wakaf (Dana Sosial Islam)
274 Perkembangan UMKM di Indonesia
274 Kontribusi UMKM Terhadap PDB Indonesia
275 Penyerapan Tenaga Kerja UMKM
275 Total Ekspor Non Migas oleh UMKM
275 Potensi Penambahan Tenaga Kerja dan Kontribusi PDB dengan
Menaikkan Kelas Usaha Mikro menjadi Usaha Kecil
306 Dukungan Ekonomi Digital terhadap Industri Halal
410 Kerangka Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia



Daftar Grafik

- 7 Perbandingan Skor Antarsektor Halal di Indonesia Tahun 2014-2018
- 12 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia (% yoy)
- 18 PDB Regional Indonesia Atas Harga Berlaku Tahun 2017
- 19 Rata-Rata Laju Pertumbuhan PDB Wilayah Atas Harga Konstan 2010
- 19 PDB Wilayah per Kapita Indonesia Atas Dasar Harga Berlaku
- 52 The Future of Global Moslem Population
- 53 Kontribusi Industri Pengolahan Makanan dan Minuman Terhadap PDB 2014-2018 (%)
- 89 Kontribusi Industri Fashion terhadap Perekonomian (dalam %)
- 89 PDB dan Laju Pertumbuhan Subsektor Fashion
- 90 GIE Score Indonesia dalam Bidang Modest Fashion
- 106 Pertumbuhan PDB Subsektor Ekonomi Kreatif (dalam %)
- 127 PDB dan Laju Pertumbuhan Subsektor Fashion
- 128 Konsumsi Global Muslim terhadap Farmasi Kosmetik (Miliar US\$)
- 129 Pangsa Pasar Farmasi dalam Negeri (Miliar Rupiah)
- 130 Pangsa Pasar Kosmetik (Miliar Rupiah)
- 141 Konsumsi Energi Dunia
- 142 Konsumsi Energi Primer Berdasarkan Kegiatan
- 142 Pemasok Energi Berdasarkan Regional Tahun 1971 dan 2016
- 143 Prediksi Konsumsi Energi Terbarukan 2017-2023 Berdasarkan Teknologi
- 144 Proyeksi TFEC ASEAN dengan Basis Tahun 2015
- 146 Costs and Saving of Remap Options in 2025
- 146 Kebutuhan Energi Berdasarkan Sektor
- 148 Tren Rasio Elektrifikasi Tahun 2007-2017
- 151 Sasaran Energi Primer di Indonesia
- 181 Kondisi Kinerja Bank Syariah (2014 - 2018)
- 190 Perbandingan Pembiayaan ke Sektor-Sektor Lapangan Usaha (2014 - 2018)
- 190 Pembiayaan ke Sektor Jasa Kemasyarakatan, Sosial Budaya, Hiburan dan Perorangan Lainnya
- 202 Perkembangan Jumlah Efek Syariah
- 203 Total Penerbitan (Issuance) Sukuk Negara per 25 Oktober 2018
- 205 Perkembangan Sukuk Korporasi dan Sukuk Negara

- 206 Perkembangan Reksa Dana Syariah
- 222 Jumlah Peserta JKN Per 1 November 2018
- 223 Jumlah Fasilitas Kesehatan JKN
- 224 Data Aset Asuransi Syariah
- 225 Data Aset DPLK Syariah
- 226 Perbandingan Aset Asuransi dan Dana Pensiun Syariah
- 226 Perbandingan Jumlah Aset Dana Pensiun di Indonesia
- 244 Realisasi Penghimpunan dan Pertumbuhan Penghimpunan
- 244 Penyaluran Zakat Berdasarkan Bidang 2016 – 2017
- 245 Penggunaan Tanah Wakaf Indonesia
- 295 Potensi Sektor Ekonomi Digital
- 298 Perkembangan Jumlah Pengguna Internet di Indonesia
- 298 Pertumbuhan (%yoy) PDB Sektor Informasi dan Komunikasi
- 298 Pertumbuhan Transaksi Digital di Indonesia
- 299 Pertumbuhan Nilai Transaksi E-Commerce Ritel di Indonesia
- 300 Distribusi Jenis Layanan Fintech di Indonesia
- 300 Distribusi Fintech Syariah di Indonesia
- 301 Pertumbuhan Aset P2P Lending di Indonesia Tahun 2018
- 327 Jumlah Publikasi Indonesia Tahun 2017 Berdasarkan Bidang
- 327 Jumlah Paten yang Terdaftar di Amerika Serikat
- 328 Peringkat Paten
- 328 Jumlah Peneliti di Indonesia
- 328 Jumlah Peneliti di Kawasan Asia
- 354 Corporate Governance Index Percentage Scores by The Six Corporate Governance Themes



Daftar Tabel

-
- 8 Proyeksi Pertumbuhan Ekonomi Dunia (dalam %)
9 Proyeksi Volume Perdagangan Dunia (dalam %)
9 Proyeksi Laju Inflasi Dunia (dalam %)
13 Laju Inflasi Indonesia 2013 – 2017 (% yoy)
25 Sektor Ekonomi dan Potensi Pengembangan Ekonomi Syariah
26 Pemetaan Pemangku Kepentingan Ekonomi Syariah
41 KPI Strategi/Capaian Utama
54 Jumlah Produk Sertifikasi Halal LPPOM
57 Value Chain Makanan dan Minuman Halal
58 Peluang dan Tantangan Makanan dan Minuman Halal
60 Analisis SWOT Makanan dan Minuman Halal
70 Top 10 Inbond Destinations
71 Daftar Travel & Tourism Countries Power Ranking per 2017
73 Top OIC Countries Destinations
74 Jumlah Wisatawan Asing (Negara OIC) Terbanyak
77 Value Chain Pariwisata Halal
78 Peluang dan Tantangan Pariwisata Halal Berdasarkan Ekosistem
79 Analisis SWOT Pariwisata Halal
93 Value Chain Fesyen Muslim
96 Peluang dan Tantangan Fesyen Muslim
97 Analisis SWOT Fesyen Muslim
111 Value Chain Media dan Rekreasi Halal
112 Analisis SWOT Media dan Rekreasi Halal
113 Peluang dan Tantangan Media dan Rekreasi Halal Berdasarkan Ekosistem
132 Peluang dan Tantangan Klaster Farmasi dan Kosmetik Halal Berdasarkan Ekosistem
134 Value Chain Farmasi dan Kosmetik Halal
135 Analisis SWOT Farmasi dan Kosmetik Halal
144 Target Energi Terbarukan Negara ASEAN
147 Rasio Elektrifikasi Indonesia 2017
152 Potensi Energi Terbarukan di Indonesia
153 Statistik Alternatif Energi Terbarukan di Indonesia
156 Value Chain Energi Terbarukan
159 Analisis SWOT Energi Terbarukan
163 Potensi Energi Laut Per Provinsi

- 163 Potensi Tenaga Surya Per Provinsi
- 184 Peluang dan Tantangan Perbankan Syariah Berdasarkan Ekosistem
- 186 Value Chain Perbankan Syariah
- 187 Analisis SWOT Perbankan Syariah
- 191 Dukungan Perbankan Syariah Kepada Industri Halal Utama
- 191 Dukungan Perbankan Syariah Kepada Sektor
- 207 Peluang dan Tantangan Pasar Modal Syariah Indonesia Berdasarkan Ekosistem
- 209 Value Chain Pasar Modal Syariah
- 210 Analisis SWOT Pasar Modal Syariah
- 227 Peluang dan Tantangan Jaminan Sosial
- 228 Value Chain Jaminan Sosial
- 230 Analisis SWOT Jaminan Sosial
- 232 Dukungan Institusi Jaminan Sosial Terhadap Industri Halal
- 243 Penghimpunan Dana Sosial Islam Menurut Jenis OPZ tahun 2017 (dalam RP)
- 246 Peluang dan Tantangan Zakat dan Wakaf Berdasarkan Ekosistem
- 248 Value Chain Zakat dan Wakaf
- 249 Analisis SWOT Zakat dan Wakaf
- 276 Penyerapan Tenaga Kerja UMKM Berdasarkan Lapangan Usaha
- 282 Peluang dan Tantangan Pengembangan UMKM
- 284 Dukungan UMKM Terhadap Industri Halal Utama
- 296 Kerangka Kebijakan Fintech di Berbagai Negara
- 297 Perbandingan Infrastruktur Digital Indonesia dan Negara-negara ASEAN
- 299 Sepuluh Negara dengan Startup Terbanyak
- 299 Startup Digital dengan Pendanaan Tertinggi
- 301 Aplikasi Fintech Syariah dengan Unduhan Terbanyak
- 302 Regulator dalam Layanan Keuangan Digital
- 303 Daftar Peraturan terkait Transaksi Digital
- 305 Peluang dan Tantangan Ekonomi Digital

- 329 Peringkat dan Nilai Indonesia untuk Pilar Kemampuan Berinovasi GCI 2018
- 331 Peluang dan Tantangan Pengembangan Literasi, SDM, dan Riset dan Pengembangan
- 332 Jumlah Program Studi Berdasarkan Jenjang Pendidikan
- 333 Akreditasi Program Studi Ekonomi Syariah di Indonesia
- 333 Lembaga Sertifikasi Profesi Ekonomi Syariah di Indonesia
- 336 Rencana Aksi Pengembangan Literasi, SDM, dan Riset dan Pengembangan
- 361 Regulasi Perbankan Syariah
- 362 Regulasi Pasar Modal Syariah
- 364 Regulasi Asuransi Syariah
- 365 Regulasi ZISWAF
- 366 Regulasi Dana Haji
- 369 Regulasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
- 372 Regulasi Pelaksana Undang-Undang Jaminan Produk Halal
- 373 Regulasi Pariwisata Halal
- 376 Regulasi Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah
- 388 Peluang dan Tantangan Klaster Fatwa, Regulasi dan Tata Kelola
- 391 Dukungan Fatwa, Regulasi, dan Tata Kelola terhadap Industri Halal
- 392 Rencana Aksi Pengembangan Literasi, SDM, dan Riset dan Pengembangan



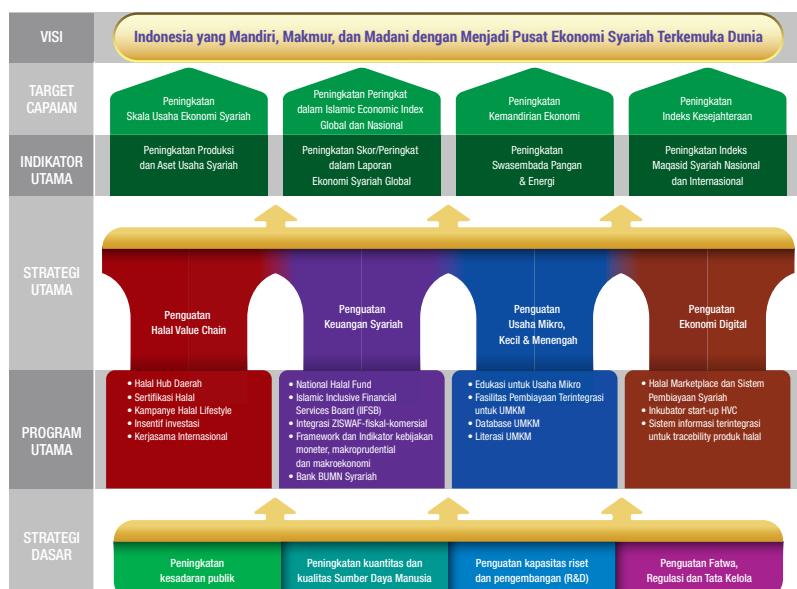
Executive Summary

Ekonomi dan keuangan syariah mengalami perkembangan pesat dalam dua dasawarsa terakhir, baik secara global maupun nasional. *The State of the Global Islamic Economy Report 2018/2019* melaporkan besaran pengeluaran makanan dan gaya hidup halal umat Islam di dunia mencapai USD 2.1 triliun pada tahun 2017 dan diperkirakan akan terus tumbuh mencapai USD 3 triliun pada 2023. Faktor utama yang mempengaruhi hal ini adalah peningkatan jumlah penduduk Muslim di dunia yang pada tahun 2017 mencapai 1.84 miliar orang. Jumlah ini akan terus meningkat dan mencapai 27.5 persen dari total populasi dunia pada 2030. Peningkatan populasi ini akan meningkatkan permintaan terhadap produk dan jasa halal secara signifikan.

Sebagai negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia, Indonesia belum dapat berperan secara optimal dalam memenuhi permintaan ini. Dalam *the Global Islamic Economy Index 2018/2019*, Indonesia tercatat berada di posisi ke-10 sebagai produsen produk halal dunia. Meskipun kinerja ekspor Indonesia pada produk fesyen Muslim, makanan halal, dan pariwisata halal, terus meningkat, namun secara agregat, Indonesia memiliki net impor yang besar untuk produk dan jasa halal. Hal ini mengakibatkan defisit pada transaksi berjalan.

Secara umum, terdapat beberapa tantangan dalam pengembangan ekonomi syariah khususnya industri halal di Tanah Air, yaitu regulasi terkait industri halal yang belum memadai, literasi dan kesadaran masyarakat akan produk halal yang kurang, juga *interlinkage* industri halal dan keuangan syariah yang masih rendah. Lainnya adalah peningkatan konsumsi dan kebutuhan produk halal di dalam negeri yang tidak diimbangi dengan jumlah produksinya. Tata kelola dan manajemen risiko sektor halal masih belum memadai. Pemanfaatan teknologi belum optimal pada industri halal. Standar halal Indonesia belum dapat diterima di tingkat global.

Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia ini disusun untuk menjawab tantangan tersebut. Tentu dengan maksud untuk menjadi referensi mengembangkan ekonomi



syariah agar memberikan kontribusi besar terhadap kesejahteraan masyarakat. Pandangan filosofis dan rencana aksi Masterplan dituangkan dalam kerangka visi, misi, strategi, serta program yang direalisasikan pada lima tahun mendatang. Visi Masterplan ini adalah mewujudkan "*Indonesia yang mandiri, makmur dan madani dengan menjadi pusat ekonomi syariah terkemuka dunia*". Berdasarkan visi tersebut, empat target capaian utama akan dikembangkan lebih lanjut, yaitu: (1) peningkatan skala usaha ekonomi dan keuangan syariah; (2) peningkatan peringkat *Global Islamic Economy Index*; (3) peningkatan kemandirian ekonomi; dan (4) peningkatan indeks kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Untuk mencapai visi tersebut, terdapat empat strategi utama yang menjadi acuan para pemangku kepentingan ekonomi syariah. Strategi tersebut adalah: (1) penguatan rantai nilai halal yang terdiri atas industri makanan dan minuman, pariwisata, fesyen Muslim, media, rekreasi, industri farmasi dan kosmetika, dan industri energi terbarukan; (2) penguatan keuangan syariah; (3) penguatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM); dan (4) penguatan ekonomi digital.

Selain itu, ada enam strategi dasar yang menjadi ekosistem pendukung strategi utama di atas, yaitu: (1) penguatan regulasi dan tata kelola, (2) pengembangan kapasitas riset dan pengembangan; (3) peningkatan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia; dan (4) peningkatan kesadaran dan literasi publik. Berikut ini adalah kerangka Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia:

Dalam menjawab tantangan pengembangan ekonomi syariah, implementasi strategi di atas dituangkan dalam *quick wins* yang dibagi menjadi tiga tahapan utama. Pada tahapan pertama, inisiatif diprioritaskan untuk meletakkan landasan penguatan aspek hukum dan koordinasi. Selain itu, kampanye nasional gaya hidup halal dibutuhkan untuk meningkatkan literasi dan kesadaran mengonsumsi komoditas yang ramah Muslim.

Pada tahapan kedua, beberapa inisiatif harus dilakukan sebagai program utama, antara lain: pembentukan dana halal nasional. Fungsinya untuk memfasilitasi pembiayaan industri halal. Lainnya adalah pendirian badan halal di tingkat regional untuk penguatan industri halal dan aktivasi *Islamic Inclusive Financial Services Board (IIFSB)*. Lembaga ini akan memposisikan Indonesia sebagai referensi internasional dalam pengembangan dan tata kelola dana sosial Islam.

Selanjutnya, dalam tahapan ketiga, harus ada kerja sama dengan luar negeri dalam bentuk pendirian pusat halal internasional. fungsinya untuk mempercepat investasi luar negeri dalam industri halal dan harmonisasi standar sertifikasi halal Indonesia di luar negeri.

Strategi di atas dimaksudkan untuk mewujudkan Indonesia yang mandiri, makmur dan madani dengan menjadi pusat ekonomi dan keuangan syariah terkemuka dunia.



Sambutan Menteri

Tantangan perekonomian setelah satu dekade krisis keuangan global semakin kompleks dan beragam. Risiko perdagangan, keuangan, dan geopolitik, menempatkan berbagai negara pada ketidakstabilan dan kerentanan. Dalam merespons berbagai ketidakpastian eksternal, kemampuan menangkap peluang dan bertransformasi merupakan kunci resiliensi perekonomian nasional.

Indonesia merupakan bagian dari masyarakat global. Sebagai anggota G20, Indonesia berkontribusi besar dalam pembentukan produk domestik bruto (PDB) dunia. Selain itu tidak dapat dipungkiri bahwa dengan mayoritas penduduk beragama Islam, Indonesia adalah bagian dari komunitas Muslim internasional yang ikut menentukan tren ekonomi syariah global.

The State of Global Economic Report 2018/2019 memperkirakan total pengeluaran Muslim mencapai USD 2,1 triliun pada tahun 2017 yaitu sekitar 0,27 persen dari total produk bruto dunia. Angka tersebut terutama berasal dari konsumsi makanan halal, diikuti fesyen, media dan rekreasi, travel, serta farmasi dan kosmetik. Potensi tersebut diperkirakan akan terus meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk Muslim dunia.

Dengan populasi Muslim terbanyak di dunia, Indonesia menjadi konsumen terbesar produk halal pada pasar internasional. Akan tetapi, sumbangsih kita memproduksi produk halal dunia masih belum optimal. Hal ini tercermin dari ranking Indonesia 2018 sebagai konsumen pertama makanan halal, ketiga fesyen terkini, kelima halal travel-halal media dan rekreasi, serta keenam untuk halal farmasi-kosmetik.

Hal ini sangat disayangkan, mengingat potensi ekonomi syariah Indonesia yang begitu besar. Namun demikian, kondisi itu juga mencerminkan peluang pembangunan ekonomi syariah yang dapat berdampak positif pada neraca perekonomian nasional. Di antaranya, pengembangan produk fesyen Muslim mendukung industri tekstil dan pakaian jadi yang merupakan komoditas unggulan ekspor Indonesia. Sedangkan promosi travel ramah Muslim sejalan dengan ekspansi sektor pariwisata yang menjadi penopang neraca perdagangan jasa. Karena itu, ekonomi syariah menjadi keuntungan komparatif perekonomian nasional.

Target capaian ekonomi syariah pada tataran domestik yaitu peningkatan skala usaha, kemandirian, dan kesejahteraan. Sedangkan pada tingkat internasional berupa peningkatan peringkat *Global Islamic Economy Indicator* (GIEI). Pengembangan ekonomi syariah diharapkan mampu memaksimalkan kearifan lokal dalam menangkap peluang global berupa tren gaya hidup halal yang mengedepankan produk etis *ethical products* dari barang dan jasa. Pandangan tersebut sesuai dengan cita-cita nasional sebagai negara yang merdeka, berdaulat, adil dan makmur. Oleh karenanya, pemerintah mengajak partisipasi segenap lapisan masyarakat Indonesia dalam pembangunan ekonomi syariah untuk mewujudkan Indonesia yang mandiri, makmur, dan madani dengan menjadi pusat ekonomi syariah terkemuka dunia.

Jakarta, Desember 2018

**Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional/
Kepala Bappenas**

Prof Bambang Permadi Soemantri Brodjonegoro, S.E., M.U.P., Ph.D.



Sambutan Deputi

Ekonomi syariah menjadi salah satu alternatif dalam menjawab dinamika perekonomian global dan nasional. Berbagai negara berlomba-lomba meraup ‘kue’ ekonomi syariah yang terus membesar seiring dengan pertumbuhan populasi Muslim dunia yang disertai peningkatan kesadaran halal. Kompetisi antarnegara Asia Tenggara sebagai salah satu kawasan dengan konsentrasi penduduk Muslim semakin ketat. Tentunya, Indonesia tidak mau tertinggal dalam persaingan di kancah internasional tersebut.

Bagai dua sisi mata uang, adanya peluang diikuti dengan berbagai tantangan. Oleh karena itu, untuk mewujudkan Indonesia yang mandiri, makmur, dan madani dengan menjadi pusat ekonomi syariah terkemuka dunia diperlukan strategi yang tepat. Strategi utama yang dipilih merupakan hasil masukan para pemangku kepentingan baik pelaku usaha, asosiasi, regulator maupun pakar dan akademisi.

Penguatan rantai nilai halal merupakan strategi utama yang mengakselerasi pertumbuhan ekonomi syariah. Dengan sektor riil sebagai motor penggerak, efek pengganda (*multiplier effect*) yang dihasilkan menjadi lebih optimal. Sektor utama yang menjadi fokus dalam penguatan rantai nilai halal mencakup klaster makanan dan minuman, fesyen, pariwisata, media dan rekreasi, serta farmasi dan kosmetik. Untuk memperoleh hasil yang maksimal, pengembangan berbagai klaster itu juga disertai penguatan keuangan syariah, UMKM, serta ekonomi digital.

Tak hanya itu, strategi utama terpilih memerlukan dukungan berbagai aspek untuk terus berkembang secara berkesinambungan. Strategi dasar dibutuhkan untuk memastikan pondasi ekonomi syariah Indonesia yang kokoh. Penguatan regulasi dan tata kelola merupakan salah satu faktor fundamental. Selain itu pengembangan kapasitas riset dan pengembangan; peningkatan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia; pembangunan energi terbarukan; peningkatan kesadaran dan literasi publik; serta data, informasi dan teknologi, merupakan aspek yang tidak dapat dikesampingkan.

Masterplan ini disusun untuk memperoleh gambaran lanskap ekonomi syariah nasional terkini. Melalui pemahaman yang utuh, identifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi menjadi semakin terukur. Hal ini menjadi dasar perencanaan pembangunan ekonomi syariah yang terintegrasi dengan perekonomian nasional.

Pemerintah Indonesia mengawal penyusunan rencana induk tersebut untuk dapat menjadi referensi pelaku ekonomi baik dari dalam maupun luar negeri dalam membangun ekonomi syariah nasional. Kedepannya, pemerintah akan terus mengawal implementasi rencana induk ini secara dinamis untuk memastikan dampak positif yang nyata bagi segenap bangsa Indonesia terealisasi.

Jakarta, Desember 2018

Deputi Bidang Ekonomi

Dr. Ir. Leonard VH Tampubolon, MA

1

Lanskap Ekonomi Syariah Indonesia





Fokus utama implementasi pengembangan ekonomi syariah adalah sektor riil, terutama yang berpotensi dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara nasional. Secara lebih spesifik, yang dipilih adalah sektor produksi dan jasa. Terutama yang sudah menerapkan label halal sebagai diferensiasi dari produk lain.



Konteks

Ekonomi syariah di Indonesia sedang melewati tahap yang penting di tengah ketidakpastian ekonomi global dan persaingan ekonomi kawasan yang semakin ketat. Peran dan kontribusi ekonomi syariah terhadap perekonomian nasional masih belum signifikan, untuk disebut sebagai pilar penting dalam membantu Indonesia menghadapi kondisi ekonomi dunia yang semakin rentan, tak pasti, kompleks, dan ambigu. Namun, kontribusi yang masih minim ini tidak menggambarkan kondisi dan potensi ekonomi syariah yang strategis dalam perekonomian Indonesia sekarang dan di masa depan.

Peran ekonomi syariah yang minim disebabkan pengembangan berbagai sektor dalam ekosistem perekonomian syariah belum optimal. Cakupan dan pengembangan ekonomi syariah yang masih condong kepada sektor keuangan juga merupakan kendala. Perkembangan keuangan syariah yang lebih pesat dipicu oleh beberapa faktor di antaranya: kebutuhan yang mendesak di masyarakat akan sistem keuangan yang bebas dari riba, regulasi yang responsif terkait kebutuhan keuangan syariah, dan model pengembangan sistem keuangan syariah yang sudah tersedia secara global untuk replikasi.

Di sisi lain yang menyebabkan sektor riil tidak berkembang adalah persepsi dan realitas bahwa sebagian besar sektor industri di Indonesia secara substansi sudah memenuhi syarat halal. Namun persepsi ini terbukti merugikan, karena sertifikasi halal (ramah Muslim) berbagai produk adalah persyaratan utama dalam pemenuhan permintaan pasar. Oleh karena itu, konotasi ekonomi syariah yang sama dengan keuangan/perbankan syariah harus ditinjau ulang.

Masterplan Ekonomi Syariah ini merupakan upaya Pemerintah Republik Indonesia dan semuapemangku kepentingan Komite Keuangan Syariah Nasional

(KNKS). Fungsinya untuk mendukung pembangunan ekonomi syariah Indonesia. Dokumen dan seluruh tahapan dalam penyusunannya merupakan upaya untuk meningkatkan peran berbagai sektor ekonomi syariah dalam pembangunan nasional.

1. Pengertian ekonomi syariah

Ekonomi syariah dalam Masterplan ini diartikan sebagai sistem ekonomi yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam (syariah). Cakupannya adalah seluruh sektor perekonomian yang ada, baik keuangan maupun sektor riil. Sistem ekonomi syariah juga harus memberikan manfaat (maslahah) yang merata dan berkelanjutan bagi setiap elemen dalam perekonomian.

Pengertian ekonomi syariah dalam dokumen ini mengacu kepada Global Islamic Economy Report 2013. Ini merupakan seri laporan global mengenai kinerja perekonomian negara Muslim dunia. Berdasarkan laporan tersebut, Islamic economy diartikan sebagai semua sektor inti perekonomian beserta ekosistemnya yang secara struktural dipengaruhi oleh gaya hidup konsumen dan praktik bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam. Definisi ini konsisten dengan yang diajukan oleh ekonom, seperti Frederic Pryor (1985). Menurutnya, sistem ekonomi syariah adalah konstruksi teoretikal dari sistem ekonomi industri, yang pelakunya mengikuti ajaran Islam.

Meski masih menganggap ekonomi syariah sebatas konstruksi teori, namun Pryor menekankan bahwa sistem ini dijalankan oleh umat Islam, konsisten dengan pengertian yang ditawarkan oleh peneliti dan pemikir ekonomi syariah lain. Timur Kurau (1986) misalkan, menjelaskan pelaku ekonomi Islam membuat keputusan berlandaskan norma yang terkandung dalam Alquran dan sunah. Yang menarik adalah bahwa ekonomi syariah bukan hanya



dijalankan oleh Muslim, sebagaimana pemahaman Pryor, melainkan siapa saja yang keputusannya dipandu oleh prinsip ekonomi bersumber dari dua sumber ajaran Islam tadi.

Umer Chapra (1997) juga menjelaskan hal yang sama. Menurutnya, sistem ekonomi syariah adalah yang mengutamakan keadilan sosial dan ekonomi, serta keseimbangan antara kebutuhan materi dan spiritual. Ini adalah definisi sistem ekonomi syariah yang universal dan konsisten dengan arah pembangunan nasional, dasar negara Pancasila, serta strategi pembangunan berkelanjutan yang telah diadopsi, seperti tujuan pembangunan yang berkelanjutan (sustainable development goals/ SDGS).

2. Ruang lingkup ekonomi syariah

Berdasarkan berbagai definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa cakupan ekonomi syariah sangat luas. Apapun aktivitas ekonomi yang berlandaskan Alquran dan sunah, serta yang dilakukan oleh umat Islam secara benar dan komprehensif merupakan aktivitas ekonomi syariah. Aspeknya bisa dikembangkan meliputi keuangan, filantropi, dan sektor riil secara luas. Karakteristik utamanya adalah bebas dari elemen riba, ketidakpastian (gharar), dan judi (maysir). Dengan kata lain, ini adalah ekonomi

yang halal. Dengan definisi yang komprehensif ini, cakupan pembahasan rencana induk atau peta jalan pengembangan ekonomi syariah meliputi seluruh sektor perekonomian yang dikategorikan halal dan pastinya sesuai dengan tujuan (maqashid) syariah.

Fokus utama implementasi pengembangan ekonomi syariah adalah sektor riil, terutama yang berpotensi dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara nasional. Secara lebih spesifik, yang dipilih adalah sektor produksi dan jasa. Terutama yang sudah menerapkan label halal sebagai diferensiasi dari produk lain. Kategori halal mempunyai cakupan yang sangat luas, karena merupakan bagian tidak terpisahkan dari ekonomi syariah. Dalam Undang-undang No.33/2014, produk halal berarti yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam. Lebih lengkapnya adalah sebagai berikut:

Produk halal adalah barang dan/jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam. Kemudian proses produk halal adalah rangkaian kegiatan untuk menjamin kehalalan produk yang mencakup penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian produk (UU No.33/2014 tentang Jaminan Produk Halal).



Latar Belakang dan Kondisi Ekonomi Syariah

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk Muslim mencapai 87,18 persen dari populasi 232,5 juta jiwa (*Global Islamic Economy Report* 2018-2019). Ini adalah ukuran pangsa pasar produk dan jasa berbasis ekonomi syariah yang sangat besar. Menurut laporan yang sama, Indonesia termasuk 10 besar konsumen pada setiap sub-sektor dalam industri halal. Rinciannya adalah sebagai berikut:

1. Peringkat pertama pada *top muslim food expenditure*.
2. Peringkat kelima pada kategori *top muslim travel expenditure*.
3. Peringkat ketiga pada *top muslim apparel expenditure*
4. Peringkat kelima pada *top muslim media expenditure*.
5. Peringkat keenam pada *top muslim pharmaceuticals expenditure*.

Namun, pada kelima industri tersebut, Indonesia menempati posisi 10 besar menurut pemeringkatan Global Islamic Economy (GIE) Index hanya pada kategori pariwisata halal dan fesyen Muslim.

Kondisi industri syariah di Indonesia saat ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumsi produk yang sesuai syariah atau halal¹ di Indonesia masih dipasok dari produk-produk impor. Pasokan produk halal yang diimpor untuk memenuhi kebutuhan permintaan dalam negeri juga secara tidak langsung mempengaruhi neraca perdagangan Indonesia yang saat ini terus mengalami peningkatan defisit.

Hal ini berarti industri halal Indonesia juga memegang peranan penting untuk dapat menekan defisit neraca perdagangan dengan membesarkan

sisi produksi industri halal. Penerbitan UU No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal merupakan salah satu upaya membesarkan ukuran produksi industri halal. Caranya dengan mewajibkan produk tertentu untuk memiliki sertifikasi halal.

Secara keseluruhan, konsumsi industri halal di Indonesia pada tahun 2017 mencapai lebih dari USD 200 miliar atau lebih dari 36 persen dari total konsumsi rumah tangga dan lembaga non-profit yang melayani rumah tangga. Angka ini juga mencapai lebih dari 20 persen dari total PDB Indonesia. Dari USD 200 miliar yang disumbang oleh konsumsi industri halal di Indonesia, sebanyak USD 169,7 miliar (984,85 persen) disumbang oleh konsumsi makanan halal. Meskipun demikian, dalam hal produksi makanan halal, Indonesia masih belum menempati posisi 10 besar peringkat GIEI sejak tahun 2014.

Berdasarkan peringkat GIEI, Indonesia memiliki kecenderungan stagnan di peringkat 10 sejak tahun 2014 hingga 2018. Bahkan pada 2017, peringkat GIEI Indonesia menurun satu peringkat menjadi urutan ke-11. Stagnansi ini disebabkan enam sektor industri halal yang menjadi bagian dalam pengukuran kompositnya, antara lain *halal food*, *islamic finance*, *halal travel*, *modest fashion*, *halal media & recreation*, dan *halal pharmaceuticals & cosmetics*.

Sektor makanan halal, kemudian media dan rekreasi ramah Muslim di Indonesia secara konsisten tidak pernah memasuki peringkat 10 besar GIEI sejak pelaporannya tahun 2014-2018. Bahkan skornya menurun pada 2018. Sementara itu, meskipun sektor keuangan Islam selalu berada di peringkat 10 besar, namun progress yang diberikan dalam rentang waktu lima tahun terakhir relatif stagnan pada peringkat kesembilan dan kesepuluh.

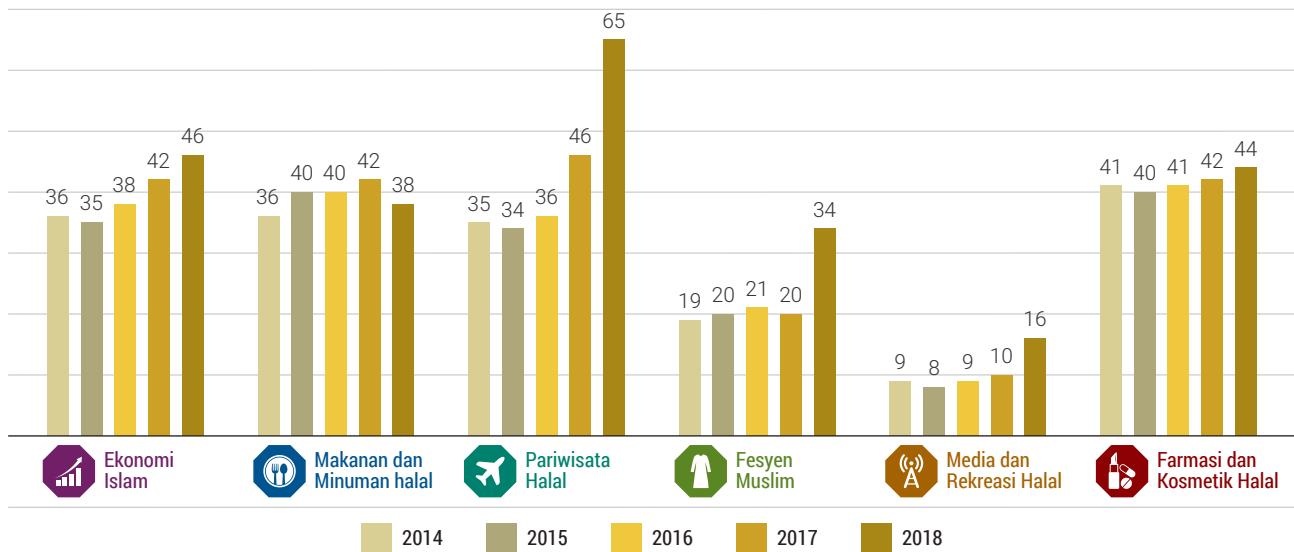
Kenaikan peringkat yang cukup signifikan terlihat pada sektor pariwisata halal yang menempati

1 Dalam dokumen ini, yang dimaksud dengan industri atau ekonomi halal adalah aktivitas ekonomi yang sesuai dengan prinsip syariah. Sehingga istilah ekonomi halal dan ekonomi syariah mempunyai maksud yang sama.

**Grafik 1.2.1**

Perbandingan Skor Antarsektor Halal di Indonesia Tahun 2014-2018

Sumber: Global Islamic Economy Gateway (2018)



peringkat empat pada tahun 2017 dan 2018. Dibandingkan selama tiga tahun sebelumnya, Indonesia belum menembus peringkat sepuluh besar. Hal ini diikuti sektor fesyen terkini dengan kenaikan peringkat yang sangat tajam menjadi peringkat dua pada tahun 2018. Sedangkan pada tahun sebelumnya sejak 2014, sektor ini belum pernah masuk dalam peringkat 10 besar. Namun, kenaikan peringkat kedua sektor di atas tidak diimbangi dengan perkembangan sektor farmasi dan kosmetika halal yang justru keluar dari peringkat 10 besar pada tahun 2018 setelah empat tahun sebelumnya menempati peringkat ketujuh dan kedelapan.

Stagnansi Indonesia dalam peringkat laporan komposit *weighted index* industri halal dipengaruhi oleh rendahnya kapasitas produksi komoditas halal nasional, di saat angka konsumsi relatif tinggi. Hal ini menyebabkan Indonesia hanya menjadi target pasar produk halal dunia, namun belum mampu menjadi pusat produksi barang dan jasanya. Dua sektor yang tidak pernah memasuki peringkat 10 besar, satu sektor yang stagnan, serta lainnya dengan peringkat

yang menurun, menjadi faktor Indonesia belum mampu menembus peringkat yang lebih baik dari ranking 10 walaupun dua sektor lainnya memiliki peringkat yang meningkat.

1. Kondisi ekonomi syariah global

Analisis makroekonomi dan ekonomi syariah global menggunakan pendekatan yang digunakan World Economic Outlook (IMF), Global Economic Prospect (World Bank), dan Global Islamic Economy Report (Thomson Reuters). Terdapat tiga indikator utama yang digunakan dalam analisis makroekonomi global, yaitu indikator aktivitas global (global activity indicators) yang mencakup peningkatan produk domestik bruto (PDB/GDP growth), kemudian perdagangan dunia (world trade), dan inflasi global (global inflation). Sementara itu, analisis sektor ekonomi syariah global akan dibahas dari perspektif ekonomi halal, baik sektor riil maupun keuangan.

Terkait indikator pertama, secara umum makroekonomi global relatif stabil dalam beberapa tahun terakhir. Namun, persaingan perdagangan dunia semakin intens. Misalnya kebijakan proteksi Amerika Serikat (America First). Hal ini mengakibatkan prospek ekonomi global mengalami koreksi, meski masih dalam kisaran yang relatif stabil.

Sementara proyeksi ekonomi syariah global cenderung lebih baik. Seperti perekonomian negara-negara Muslim berpendapatan tinggi di kawasan Teluk (Gulf Cooperation Council – GCC) yang tetap stabil. Lainnya adalah negara-negara dengan pendapatan di tingkat menengah (middle income) dengan populasi Muslim yang besar: seperti Indonesia, Turki, Malaysia, Bangladesh, dan Pakistan, yang juga mengalami hal sama.

a. Makroekonomi global

Selama periode lima tahun terakhir, pertumbuhan ekonomi global berada dalam kisaran 2 – 3 persen (year on year/oy) berdasarkan data International Monetary Fund (IMF) dan World Bank. Proyeksi yang sama pada tahun 2019 dan 2020 juga demikian. Tetap konstan di angka sekitar 3 persen.

Rata-rata pertumbuhan ekonomi tertinggi berada di wilayah Asia Selatan dan Asia Pasifik (6 – 7 persen). Sementara rata-rata pertumbuhan ekonomi terendah terjadi di Amerika Latin dan Karibia (0 – 1 persen), bahkan sempat tercatat negatif. Sedangkan pertumbuhan ekonomi negara-negara maju (advanced economies) dan Eropa tetap stabil di angka 1 – 2 persen.

Pertumbuhan ekonomi global yang relatif stabil ini terjadi di tengah berbagai isu perdagangan global yang suram, seperti Brexit, serta perang dagang antara Amerika Serikat dan China yang berimbang terhadap perdagangan global. Selain itu, anjloknya harga minyak dunia pada tahun 2015, krisis ekonomi negara-negara Eropa Mediterania dan Amerika Latin, kenaikan suku bunga The Fed, serta depresiasi berbagai mata uang terhadap dolar AS, juga mempengaruhi pertumbuhan ekonomi beberapa tahun terakhir.

Namun, secara umum, ekonomi global sedang mengalami cyclical recovery dilihat dari kondisi keuangan global, kebijakan moneter yang akomodatif, consumer confidence index yang meningkat, serta penguatan harga berbagai komoditas. Meskipun demikian, proyeksi pertumbuhan ekonomi cenderung menurun lebih jauh. Hal ini tergambar dari capital deepening yang lemah, lambatnya pertumbuhan produktivitas di berbagai negara, serta perubahan demografi yang kurang menguntungkan perekonomian global.

Tabel 1.1
Proyeksi Pertumbuhan Ekonomi Dunia (dalam %)

Sumber: IMF dan World Bank (2018)

	2015	2016	2017	2018	2019*	2020*
IMF	2.80	2.47	3.16	3.37	3.29	3.00
World Bank	2.80	2.44	3.05	3.10	3.03	2.90

Indikator makroekonomi global yang kedua adalah perdagangan dunia. Pertumbuhan volume perdagangan global (% change) dalam lima tahun terakhir mengalami tren yang positif 3%-5%, meskipun terjadi penurunan pada tahun 2015 dan 2016. Sementara itu, proyeksi pertumbuhan volume perdagangan global 2019 dan 2020 berada di angka 4%, atau lebih rendah dibandingkan pertumbuhan pada dua tahun sebelumnya. Hal ini disebabkan karena makin intensnya tensi dagang yang berhubungan dengan ketidakpastian kebijakan yang akan diambil kedepannya sehingga memberikan sentimen negatif pada bisnis, memicu volatilitas pasar finansial, dan memperlambat investasi-perdagangan.

Peningkatan praktik proteksionisme yang semakin kentara dengan kebijakan America First menciptakan berbagai trade barriers yang mendisrupsi rantai pasokan global. Hal tersebut juga menjadi bagian dalam proses produksi beberapa tahun terakhir. Selain itu, perang dagang juga berakibat pada menurunnya produktivitas global, membuat barang konsumsi yang diperdagangkan



menjadi less affordable, dan akhirnya berakibat pada masyarakat dunia dirugikan, khususnya rumah tangga berpenghasilan rendah.

Tabel 1.2.
Proyeksi Volume Perdagangan Dunia (dalam %)

Sumber: IMF dan World Bank (2018)

	2015	2016	2017	2018	2019*	2020*
IMF	2.74	2.27	4.88	5.08	4.66	4.29
World Bank	2.70	2.30	4.30	4.00	3.90	3.80

Indikator ketiga adalah inflasi global. Selama lima tahun terakhir, inflasi yang terjadi berada pada angka 1 – 2 persen (Bank Dunia) dan 2 – 3 persen (IMF). Angka tersebut cenderung lebih rendah jika dibandingkan dengan proyeksinya pada 2019-2020 menurut *World Economic Outlook*, yaitu 3.36 dan 3.30 persen. Penyebabnya adalah harga komoditas meningkat dalam beberapa waktu terakhir pada kedua kelompok, yaitu advanced economies dan emerging markets/developing economies.

Pada advanced economies laju inflasi diperkirakan berada pada kisaran 2 persen. Sementara pada negara dengan developing economies terkecuali Venezuela, diperkirakan di angka 5 persen. Pada negara-negara sedang berkembang, pusat tingkatan inflasi diproyeksikan akan lebih tersebar, tidak terbatas pada kondisi siklus perekonomian seperti yang terjadi pada advanced economies. Faktor lain yang mempengaruhi antara lain ekspektasi serta target inflasi pemerintah.

Tabel 1.3.
Proyeksi Laju Inflasi Dunia (dalam %)

Sumber: IMF dan World Bank (2018)

	2015	2016	2017	2018	2019*	2020*
IMF	2.78	2.76	3.04	3.49	3.36	3.30
World Bank	1.4	1.5	2.2	n/a	n/a	n/a

b. Ekonomi syariah global

Sektor ekonomi syariah menjadi perhatian ketika lembaga global (Thomson Reuters) mempublikasikan potensi belanja konsumen Muslim untuk berbagai produk konsumtif. Lembaga tersebut mencatat peningkatan daya beli Muslim di seluruh dunia, sehingga mempengaruhi perekonomian global.

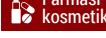
Dalam berbagai laporan yang terbit sejak akhir tahun 2000-an, industri ekonomi syariah global difokuskan pada sektor-sektor konsumtif atau berdaya saing tinggi. Mereka adalah makanan, gaya hidup, pariwisata, dan sektor keuangan. Pada tahun 2021, consumer spending masyarakat Muslim untuk sektor makanan dan gaya hidup diproyeksikan akan mencapai USD 3 miliar. Sementara aset perbankan syariah diproyeksikan akan mencapai angka USD 3,5 miliar. Jumlah tersebut merupakan angka yang sangat besar mengingat peningkatannya mencapai 57 persen untuk sektor makanan dan gaya hidup dan 75 persen untuk keuangan Islam jika dihitung dari tahun dasar 2015.

Jika dijabarkan lebih luas lagi, setidaknya terdapat enam industri halal yang sudah ada dalam lingkup global, antara lain makanan, pariwisata fesyen terkini, media dan halal, farmasi dan kosmetika, serta keuangan. Dari enam sektor yang ada, makanan halal merupakan pilar industri halal terbesar dilihat dari sisi revenue. Hingga tahun 2014, market share sektor ini di tingkat dunia mencapai 17 persen. Angka itu dapat terus bertambah, jika terdapat regulasi dan standar global yang bisa menarik lebih banyak produsen makanan halal untuk masuk ke segmen ini. Dari sisi permintaan, spending Muslim terhadap makanan halal diperkirakan mencapai angka USD 1,9 miliar pada tahun 2021.

Sektor lainnya yang sudah mendapatkan attensi cukup besar dan perkembangan yang sangat signifikan adalah keuangan syariah. Walaupun masih didominasi oleh perbankan, pengembangan keuangan syariah saat ini sudah mengarah pada maksimalisasi potensi zakat dan wakaf, serta crowdfunding. Selain itu, instrumen pasar modal

syariah seperti indeks saham syariah dan sukuk juga sudah banyak digunakan oleh lembaga pemerintahan. Dari sisi market share global berdasarkan aset, perbankan syariah masih 0,9 persen dibandingkan perbankan global. Namun demikian, pertumbuhan laju pertumbuhan majemuk tahunan (compound annual growth rate/CAGR) terhadap asetnya diproyeksikan meningkat sebesar 11 persen setiap tahun.

Sementara itu, empat sektor gaya hidup halal lainnya juga memiliki potensi yang cukup besar sebagaimana digambarkan berikut ini.

 Pariwisata	USD 243 triliun (2021)	8.2%
 Fesyen	USD 368 triliun (2021)	6%-9%
 Media - Rekreasi	USD 262 triliun (2021)	6%-9%
 Farmasi - kosmetik	USD 213 triliun (2021)	6%-9%

Dengan permintaan yang relatif besar, maka keberlangsungan pasokan menjadi keharusan. Hal itu dilakukan dengan cara mengembangkan industri riil dan keuangan halal secara maksimal dan terintegrasi.

Dalam State of the Global Islamic Economy Report 2018-2019, di antara 15 negara besar yang disurvei untuk mengukur total pencapaian perkembangan ekonomi syariah secara global, Malaysia menduduki peringkat pertama untuk hampir semua indikator atau sektor (overall score 127). Sedangkan Indonesia berada pada posisi kesepuluh. Secara keseluruhan, peringkat Indonesia naik dari tahun lalu yang hanya menempati posisi kesebelas.

Gambar 1.1

Peringkat Global Islamic Economy Indicator 2018/2019

Sumber: State of the Global Islamic Economy (2018)





Namun, secara sektoral, Uni Emirat Arab menduduki posisi teratas untuk hampir semua klaster, kecuali keuangan Islam. Sementara Indonesia berada di peringkat yang berbeda untuk masing-masing klaster. Peringkat tertinggi diduduki oleh fesyen pada urutan ke-2, atau naik tajam dari sebelumnya pada peringkat ke-10 dalam laporan tahun lalu. Kemudian diikuti oleh pariwisata halal yang menduduki peringkat ke-4. Ini merupakan posisi yang sama diperoleh tahun sebelumnya. Kemudian keuangan Islam berada pada posisi ke-10. Sementara sektor lain tidak masuk dalam peringkat 10 besar yang dikeluarkan oleh GIEI.

Laporan ini menyebutkan fakta angka berikut ini.



Secara global, konsumen Muslim terus menjadi kelompok yang tumbuh paling cepat di dunia. Perbandingannya adalah satu dari empat orang di seluruh dunia adalah seorang Muslim. Pada 2050, total penduduk bumi yang memeluk Islam diprediksi menjadi 2,8 miliar jiwa atau sekitar sepertiga penduduk dunia. Mayoritas mereka berasal dari kawasan Asia Pasifik (Mastercard, 2018).

Meski mayoritas konsumen Muslim belum sepenuhnya mengonsumsi produk halal, namun kesadaran keagamaan mereka semakin tinggi. Kemudian akses informasi mengenai tren halal dari banyak negara semakin mudah. Biasanya mereka mendapatkan kabar komoditas ramah Muslim dari Uni Emirat Arab, Malaysia, dan Indonesia. Di semua negara itu label halal menjadi keharusan dan penanda suatu produk ramah Muslim.

Sumber: GIER, 2018.

2. Kondisi ekonomi syariah nasional

a. Makroekonomi Indonesia

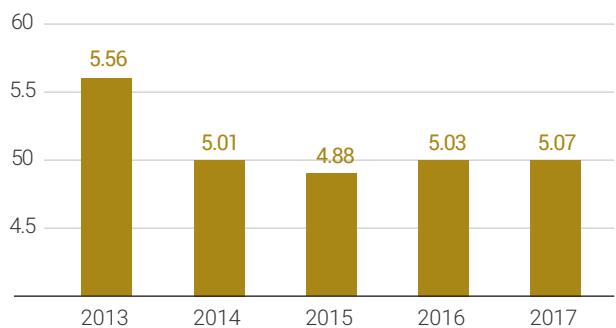
Analisis makroekonomi Indonesia dan sektor ekonomi syariah menggunakan pendekatan analisis indikator makroekonomi kunci, terutama pertumbuhan ekonomi (produk domestik bruto/PDB), distribusi PDB, laju inflasi, dan tingkat pengangguran. Selain key indicators, analisis makroekonomi juga dilakukan dengan melihat aspek politik, ekonomi, teknologi, lingkungan, dan hukum.

Selama periode lima tahun terakhir, pertumbuhan ekonomi Indonesia berada pada kisaran 5 persen (yoY). Pada semester pertama tahun 2018, perekonomian nasional tumbuh sebesar 5,17 persen (yoY) yaitu berasal dari 5,06 persen (yoY) triwulan pertama dan 5,27 persen (yoY) triwulan kedua. Tingkat pertumbuhan tersebut tercatat di tengah berbagai tantangan perekonomian global, mencakup risiko perang dagang, tren kenaikan harga minyak dunia, dan kebijakan moneter berbagai negara mitra dagang.

Grafik 1.2.2

Pertumbuhan Ekonomi Indonesia (% yoY)

Sumber: BPS (2018)



Berdasarkan pengeluaran, pendapatan nasional masih ditopang konsumsi masyarakat yang pada tahun 2017 kontribusinya mencapai 56,13 persen PDB. Akan tetapi, tingkat pertumbuhan konsumsi tersebut berada pada level pertumbuhan ekonomi sekitar 4,95 persen (yoY).

Sedangkan pertumbuhan investasi yang tercermin dari Pembentukan Modal Tetap Bruto (PMTB) sekitar 6,15 persen (yoY) merupakan pendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Secara sektoral, pertumbuhan ini berasal dari sektor informasi dan komunikasi yang pada tahun 2017 tumbuh 9,8 persen (yoY). Pertumbuhan yang pesat tersebut merupakan peluang dalam perkembangan ekonomi digital yang mendorong pertumbuhan sektor informasi dan komunikasi semakin pesat. Selain itu, laju pertumbuhan tinggi juga tampak pada sektor jasa. Hal ini merefleksikan proses transformasi pembangunan ekonomi dari sektor primer dan sekunder ke tersier.

Hingga 2017, PDB Indonesia masih didominasi oleh industri pengolahan dengan share 20,2 persen, diikuti sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan sebesar 13,1 persen. Tiga sektor lain yang mendominasi PDB Indonesia adalah perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil-sepeda motor, konstruksi, pertambangan, dan penggalian. Dari kelima sektor, hanya konstruksi yang tingkat pertumbuhannya di atas tingkat pertumbuhan PDB. Hal ini seiring dengan upaya pemerintah yang menggalakkan pembangunan infrastruktur secara nasional. Kondisi tersebut juga mencerminkan pembangunan di sektor-sektor unggulan lainnya belum optimal. Pembangunan industri halal yang sebagian besar merupakan subsektor dapat menjadi akcelerator pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Pertumbuhan ekonomi disertai dengan tingkat inflasi yang stabil selama beberapa tahun terakhir. Inflasi harga bergejolak semakin ditekan. Kemudian menghasilkan tingkat inflasi umum pada kisaran target pemerintah. Sedangkan menurut kelompok pengeluaran, inflasi bahan makanan dan makanan jadi, minuman, rokok, dan tembakau, mengalami tren menurun. Sedangkan kelompok pengeluaran sandang cenderung meningkat.



Tabel 1.4

Laju Inflasi Indonesia 2013 – 2017 (% yoy)

Sumber: BPS; Keterangan: 2013 (2007=100), 2014 - 2017 (2012=100)

INFLASI	2013	2014	2015	2016	2017
Umum	8,38	8,36	3,35	3,02	3,61
Inti	4,98	4,93	3,95	3,07	2,95
Harga yang Diatur Pemerintah	16,65	17,57	0,39	0,21	8,70
Barang Bergejolak	11,83	10,88	4,84	5,92	0,71

Stabilitas perekonomian disertai dengan perbaikan berbagai indikator sosial ekonomi mencakup PDB perkapita, indeks pembangunan manusia (IPM), tingkat kemiskinan, rasio gini, dan tingkat pengangguran. PDB perkapita dan IPM sejak tahun 2013 menunjukkan tren meningkat yang mengindikasikan peningkatan kualitas hidup masyarakat. Sedangkan hingga awal tahun 2018, tingkat kemiskinan dan rasio gini mengalami tren menurun yang mencerminkan pengentasan kemiskinan disertai dengan pemerataan pendapatan.

Tingkat pengangguran juga mengalami tren menurun dari 11,37 persen pada Maret 2013 menjadi 9,82 persen pada Maret 2018. Meskipun demikian hingga Februari 2018, penyerapan tenaga kerja masih terkonsentrasi pada sektor primer, yaitu pertanian sekitar 30,46 persen dari total penduduk 15 tahun ke atas yang bekerja. Sedangkan tenaga kerja yang terserap pada sektor industri pengolahan sebagai sektor dengan kontribusi terbesar pada PDB hanya 14,11 persen dari total penduduk. Di saat yang sama, penyerapan tenaga kerja pada sektor tersier seperti informasi dan komunikasi serta sektor jasa masih dapat ditingkatkan seiring dengan tingginya tingkat pertumbuhan pada sektor-sektor tersebut.

Selanjutnya, kondisi perekonomian nasional juga dipetakan dengan analisis aspek lingkungan bisnis secara luas melalui pendekatan politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum.

Faktor politik

Perkembangan penting dalam lima-tahun terakhir adalah keseriusan pemerintah memajukan ekonomi syariah. Hal itu direalisasikan dengan penyusunan Masterplan Arsitektur Keuangan Syariah Indonesia (MAKSI). Lainnya adalah Pembentukan Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS) oleh Kepala Negara, melalui Peraturan Presiden (perpres) nomor 91 Tahun 2016.

Selain dua hal di atas, pemerintah juga memprioritaskan 4 bidang utama pengembangan ekonomi syariah:

1. Penguatan sektor ril ekonomi syariah, melalui industri halal.
2. Peningkatan efisiensi keuangan syariah.
3. Penguatan penelitian ekonomi syariah, dengan peningkatan kualitas sumber daya umat Islam.
4. Pembentukan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).

Ekonomi

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia mempengaruhi permintaan terhadap produk-produk keuangan syariah. Pasar global di bidang industri halal sangat tinggi. Peluang pengembangan industri halal di Indonesia sangat besar. Misalnya Sumatera Barat, sebagian besar penduduknya adalah Muslim (98 persen berdasarkan data BPS Sumbar). Kesadaran masyarakatnya untuk menggunakan produk halal juga tinggi. Belum lama ini, provinsi tersebut meraih penghargaan sebagai destinasi kuliner halal terbaik dalam ajang kompetisi World Halal Tourism Award (WHTA) 2016 di Abu Dhabi, Uni Emirat Arab (UEA).

Menurut laporan Global Islamic Economy Report (GIEI, 2018/19), dengan 215 juta penduduk Muslim, secara agregat Indonesia menghabiskan USD 218,8 miliar pada seluruh sektor ekonomi syariah pada tahun 2017. Indonesia merupakan negara dengan tingkat konsumsi makanan halal tertinggi yaitu USD 17 triliun dari total pengeluaran makanan dan minuman halal global sebesar USD 1,303 triliun pada

tahun 2017. Peringkat Indonesia untuk ekonomi syariah global meningkat dari ke-11 menjadi ke-10. Hal ini didorong terutama oleh peningkatan pada peringkat makanan halal. Besarnya jumlah penduduk Muslim dengan nilai konsumsi makanan halal terbesar di dunia ternyata belum menjadi pendorong bagi Indonesia untuk meningkatkan produksi makanan halal yang tersertifikasi. Meski mengalami peningkatan skor dalam indeks GIEI, Indonesia dalam sektor makanan halal tetap berada di peringkat ke-11 seperti tahun lalu.

Sosial-budaya

Selayaknya negara berkembang, sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan, menjadi mata pencaharian utama sebagian besar penduduk di Indonesia. Hal tersebut tercermin dalam tingginya angka partisipasi kerja pada sektor tadi di daerah-daerah. Dalam hal ketimpangan dan kemiskinan, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta tercatat mempunyai nilai rasio gini yang paling tinggi pada bulan Maret 2018, yaitu sebesar 0,441. Sementara nilai paling rendah dimiliki oleh Bangka Belitung sebesar 0,281.

Indonesia memiliki keunggulan berupa daerah yang menerapkan hukum syariat Islam, yaitu Aceh. Pemerintahannya memiliki misi untuk memperkuat pelaksanaan syariat Islam secara sempurna yang tertulis dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Aceh. Kesadaran masyarakat untuk beragama secara komprehensif telah mendorong mereka berusaha mengonversi konsumsi barang dan jasa menjadi halal.

Misalnya terkait lembaga keuangan mikro, berdasarkan keterangan Dinas Koperasi dan UKM Aceh, hampir seluruh lembaga keuangan mikro di Aceh telah meminta penerapan prinsip syariah. Mereka menunggu bantuan dari pemerintah daerah maupun pusat dalam rangka edukasi dan sosialisasi penerapan koperasi yang murni sesuai dengan prinsip syariah.



Sumatera Barat juga memasukkan program pembangunan mental pengamalan agama berdasarkan semboyan tradisi mereka: adat basandi syarak, syarak basandi kitabullah (adat berdasarkan syariat. Syariat berdasarkan kitabullah). Pelaksanaan prinsip-prinsip revolusi mental, pengamalan ajaran agama yang baik, dan penerapan budaya Minangkabau yang intensif di tengah kehidupan masyarakat, diharapkan mencapai sejumlah target: 1) masyarakat yang berakhhlak mulia, bermoral, beretika, berbudaya serta mempunyai etos kerja tinggi dan produktif; 2) kehidupan masyarakat yang harmonis, toleran, dan cinta damai; dan 3) pengamalan nilai-nilai adat dan agama dalam kehidupan sosial ekonomi.



Teknologi

Pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia menunjukkan peningkatan yang memuaskan. Persentasenya pada sektor informasi dan komunikasi lebih tinggi dari pertumbuhan ekonomi nasional yang berkisar pada 5 persen. Dari 2013 hingga 2017, transaksi digital di Indonesia telah tumbuh sebanyak 169 persen dari Rp 49 triliun ke Rp 132 triliun.

Pertumbuhan paling tinggi didominasi oleh transaksi melalui aplikasi ponsel cerdas yang tumbuh sebesar 383 persen sejak 2013. Transaksi untuk retail melalui aplikasi yang sama tumbuh paling tinggi sebesar 2.437 persen dari Rp 1 triliun pada 2013 hingga Rp 38 triliun pada 2017.

Berdasarkan perhitungan BPS, kontribusi ekonomi digital terhadap perekonomian Indonesia terus meningkat. Persentasenya mencapai 3,61 persen pada 2016. Kemudian meningkat menjadi 4 persen pada 2017. Pertumbuhan ini diperkirakan akan terus terjadi hingga mencapai 10 persen dari total nilai PDB Indonesia pada 2018.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengeluarkan data untuk teknologi finansial (financial technology/fintech) berbentuk P2P lending. Pertumbuhan aset dari perusahaan P2P ini meningkat signifikan sepanjang 2018. Pada September 2018, terdapat 67 perusahaan teknologi finansial yang terdaftar di OJK. Dua perusahaan di antaranya merupakan kategori syariah, yaitu PT Ammana Fintek Syariah dan PT Dana Syariah Indonesia

Hukum

Undang-undang nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal berisikan kewajiban semua produk yang beredar di kawasan Republik Indonesia harus memiliki sertifikat halal, kecuali yang ada keterangan tidak halal di kemasannya. Peraturan ini berlaku mulai 17 Oktober 2019.

Undang-undang ini juga mengamanatkan pembentukan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Wewenangnya untuk merumuskan dan menetapkan kebijakan jaminan produk halal, norma, standar, prosedur, dan kriteria jaminan produk halal.

Kewenangan lainnya adalah menerbitkan dan mencabut sertifikat halal, label halal pada produk, mendaftarkan sertifikat halal pada produk luar negeri, mengakreditasi lembaga pemeriksa halal, mendaftarkan auditor halal, melakukan pengawasan terhadap jaminan produk halal, membina auditor halal, dan bekerja sama dengan lembaga dalam dan luar negeri di bidang penyelenggaraan jaminan produk halal.

Sedangkan regulasi terkait perbankan syariah telah diterbitkan sejak satu dekade silam. Undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah menyebutkan prinsip kegiatan usaha perbankan syariah dengan berdasarkan prinsip syariah, demokrasi, ekonomi, dan kehati-hatian.

Bank syariah berfungsi sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat selain juga fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul mal dan menghimpun dana sosial dalam bentuk wakaf uang. Bank syariah yang telah mendapatkan izin usaha wajib mencantumkan dengan jelas kata 'syariah' pada penulisan nama.

Berbagai peraturan lembaga juga telah diterbitkan. Sebagai contoh, Peraturan Badan Amil Zakat Nasional Republik Indonesia nomor 3 tahun 2018 tentang Pendistribusian dan Pendayagunaan Zakat mengatur kelompok mustahik sesuai dengan Alquran. Mereka adalah fakir, miskin, amil (penghimpun dana), mualaf, riqab, gharimin, sabillah dan ibnu sabil. Zakat didistribusikan untuk bidang pendidikan, kesehatan, kemanusiaan, dakwah, dan advokasi. Distribusi dilakukan dengan tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian. Zakat digunakan untuk pemberdayaan ekonomi, pendidikan, dan kesehatan.

Dukungan pemerintah daerah juga terwujud dalam berbagai produk kebijakan regional. Peraturan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat nomor 2 tahun 2016 tentang Pariwisata Halal misalkan, bertujuan untuk mengatur pariwisata halal di provinsi tersebut. Produk legislasi ini menjadi pedoman pengelolaan dan pelayanan pariwisata halal. Ruang lingkupnya destinasi, pemasaran dan promosi, industri, kelembagaan, pembinaan, serta pengawasan. Pemerintah Daerah NTB membina dan mengawasi pelaksanaan pariwisata halal dengan melibatkan berbagai instansi. Mereka adalah Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah (BPPD), Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), Asosiasi Perusahaan Perjalanan Indonesia (ASITA), Forum Komunikasi Daerah (FKD) dan Himpunan pramuwisata Indonesia (HPI).



3. Ekonomi syariah nasional

Bagi Indonesia, halal adalah potensi ekonomi yang belum secara maksimal dimanfaatkan. Meski begitu, berbagai langkah sudah diambil oleh Pemerintah dan semua pemangku kepentingan. Seperti disampaikan oleh Gubernur Bank Indonesia dalam pembukaan konferensi gaya hidup halal, yang diselenggarakan oleh Bank Indonesia dan Indonesia Halal Lifestyle Center (Inhalec). Konferensi ini merupakan bagian dari rangkaian kegiatan menuju pertemuan tahunan IMF-World Bank 2018 dan Indonesia Sharia Economic Festival 2018.

Dalam pengembangan ekonomi dan keuangan syariah khususnya sektor industri halal, Bank Indonesia bersama dengan pemerintah dan institusi terkait berpegang pada prinsip 4 C, yaitu komitmen yang kuat dari pihak-pihak terkait (commitment), program yang konkret sehingga mudah untuk diimplementasikan (concrete), sinergitas antara lembaga dan pihak terkait (collaborative) serta edukasi yang dilakukan secara intens mengenai nilai lebih dari gaya hidup halal (campaign)"

Sebagai bagian dari strategi membangun ekosistem rantai nilai halal tersebut, BI telah melaksanakan berbagai program pengembangan ekonomi syariah di sektor pertanian, makanan, fesyen, pariwisata, dan energi terbarukan. Dalam pelaksanaannya, BI membantu pemberdayaan ekonomi 134 pesantren di 31 wilayah Indonesia.

Sementara itu, MUI dengan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, dan Kosmetika (LPPOM) berperan sebagai lembaga otoritas sertifikasi halal. Produk yang telah disertifikasi oleh lembaga ini sepanjang 2015 mencapai 35.62 dari 33.905 perusahaan. UUD No.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal menegaskan bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia, wajib bersertifikat halal mulai tahun 2019.

Namun demikian, Indonesia sampai saat ini belum terdaftar sebagai anggota SMIIC (The Standards and Metrology Institute for the Islamic Countries). Ini adalah lembaga standarisasi proses halal yang menaungi negara-negara Muslim. Hal ini bisa menjadi kendala dalam memasarkan produk berlabel halal Indonesia ke negara-negara Muslim yang lain.

Pengembangan ekonomi syariah di Indonesia harus memperhatikan profil konsumen masa depan. Dalam hal itu, generasi millenial memainkan peran strategis perkembangan ekonomi di seluruh dunia. Mereka adalah kekuatan ekonomi paling kuat pada abad ke-21.

Populasi Muslim global berkembang karena penguasaan teknologi modern. Jumlah mereka meningkat hampir 73 persen dari 1,6 miliar pada 2010. Angka mereka akan menjadi 2,8 miliar pada 2050. Sepertiga umat Islam ini berusia di bawah 15 tahun. Hampir dua pertiganya berusia kurang dari 30 tahun. Mereka sering disebut sebagai sebagai Generasi Y. Generasi millenial adalah individu yang lahir antara 1980 dan 2000. Studi terbaru menunjukkan mereka memiliki perkiraan daya beli gabungan sebesar USD 2,45 triliun.



Kondisi Ekonomi Regional dan Potensi Pengembangan Ekonomi Syariah

Pertumbuhan ekonomi saat ini menjadi tolak ukur dalam pencapaian pembangunan ekonomi nasional maupun daerah. Pertumbuhan ekonomi daerah di Indonesia tercermin dalam angka pada Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dan laju pertumbuhan PDRB. Data tersebut telah disediakan oleh Badan Pusat Statistik secara berkala sehingga dapat menjadi acuan melihat kinerja masing-masing wilayah dalam level provinsi. Indikator lain untuk melihat kinerja perekonomian yang juga mencerminkan kesejahteraan daerah adalah PDRB per Kapita.

Grafik di atas menunjukkan PDRB seluruh provinsi di Indonesia pada tahun 2017. Wilayah dengan nilai PDRB tinggi masih didominasi provinsi yang berada di pulau Jawa. PDRB paling tinggi disumbangkan oleh Provinsi DKI Jakarta dengan nilai Rp 2,410 triliun. Posisi kedua dan ketiga masing-masing disumbang oleh Provinsi Jawa Timur dan Provinsi Jawa Barat dengan nilai Rp 2,019 triliun dan Rp 1,786 triliun. Ketiga provinsi ini sangat potensial untuk dikembangkan lebih jauh lagi utamanya dalam konteks pengembangan ekonomi melalui industri halal.

Di samping nilai PDRB sendiri, terdapat indikator lain yang mencerminkan kinerja ekonomi suatu wilayah yaitu laju pertumbuhan PDRB. Berdasarkan grafik pada rata-rata laju pertumbuhan PDRB 2014 - 2017 wilayah Sumatera memiliki berbagai variasi laju pertumbuhan. Dari sepuluh provinsi yang ada di Sumatera, provinsi Sumatera Barat memiliki rata-rata laju pertumbuhan tertinggi yaitu 5.49 persen. Provinsi lainnya yang mendekati angka tersebut adalah Bengkulu (5.22 persen), Sumatera Utara (5.16 persen), dan Jambi (5.15 persen). Pertumbuhan ekonomi Sumatera Barat yang pesat merupakan peluang bagi pengembangan industri halal di wilayah tersebut.

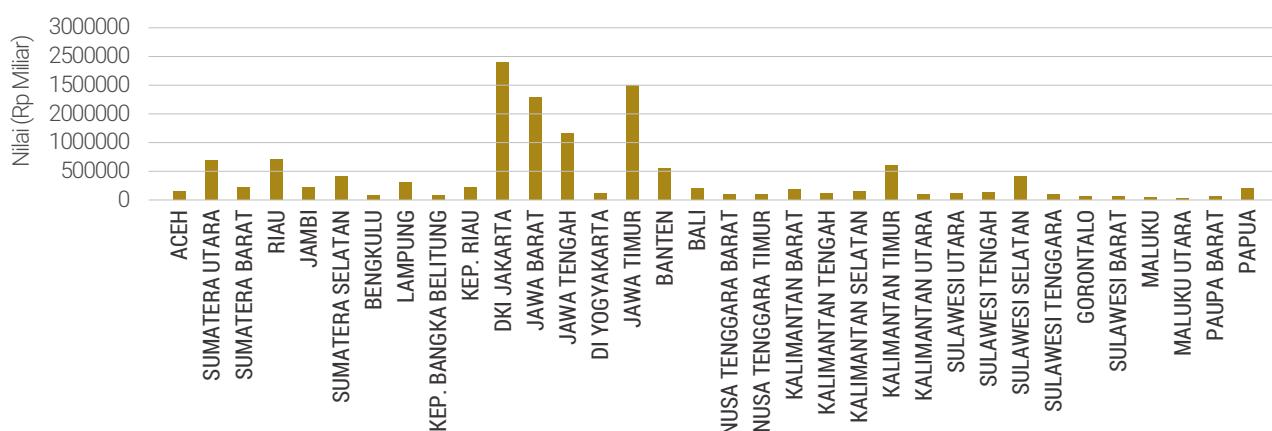
Di sisi lain pada daerah pulau Jawa, nilai rata-rata laju pertumbuhan PDRB 2014 – 2017 tidak memiliki banyak variasi. Rata-rata laju pertumbuhan tertinggi dimiliki oleh Provinsi DKI Jakarta dengan nilai 5.98 persen. Posisi kedua ditempati oleh Provinsi Jawa Timur dengan rata-rata laju pertumbuhan 5.58 persen.

Berdasarkan data PDRB Per Kapita pada tahun 2017, Provinsi DKI Jakarta masih tetap mendominasi dengan nilai PDRB Per Kapita sebesar Rp 232 juta. Sementara itu pada wilayah Sulawesi, PDRB per

Grafik 1.3.1

PDB Regional Indonesia Atas Harga Berlaku Tahun 2017

Sumber: BPS (2018)

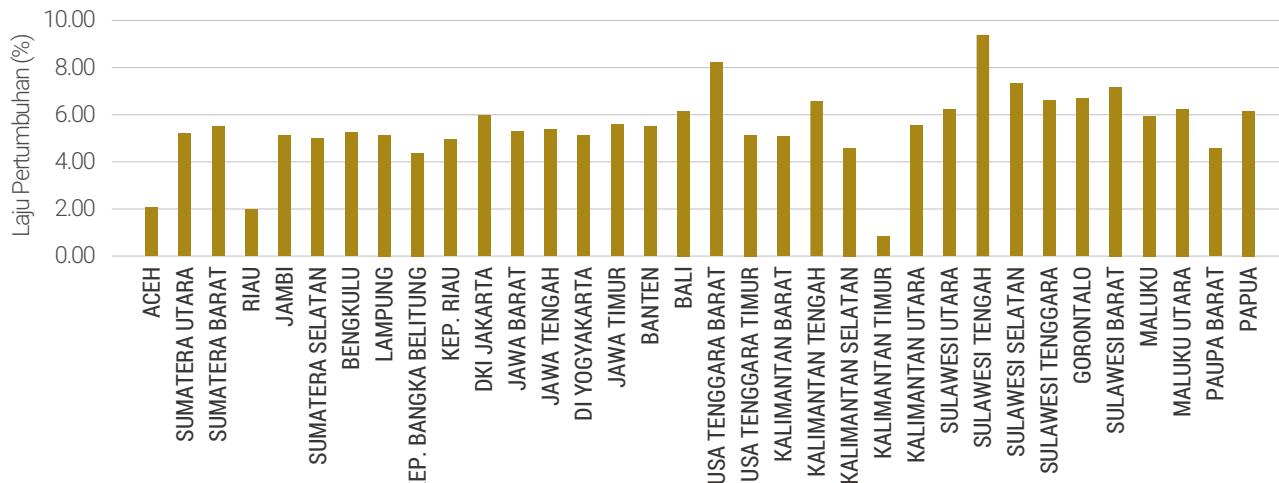




Grafik 1.3.2

Rata-Rata Laju Pertumbuhan PDB Wilayah Atas Harga Konstan 2010

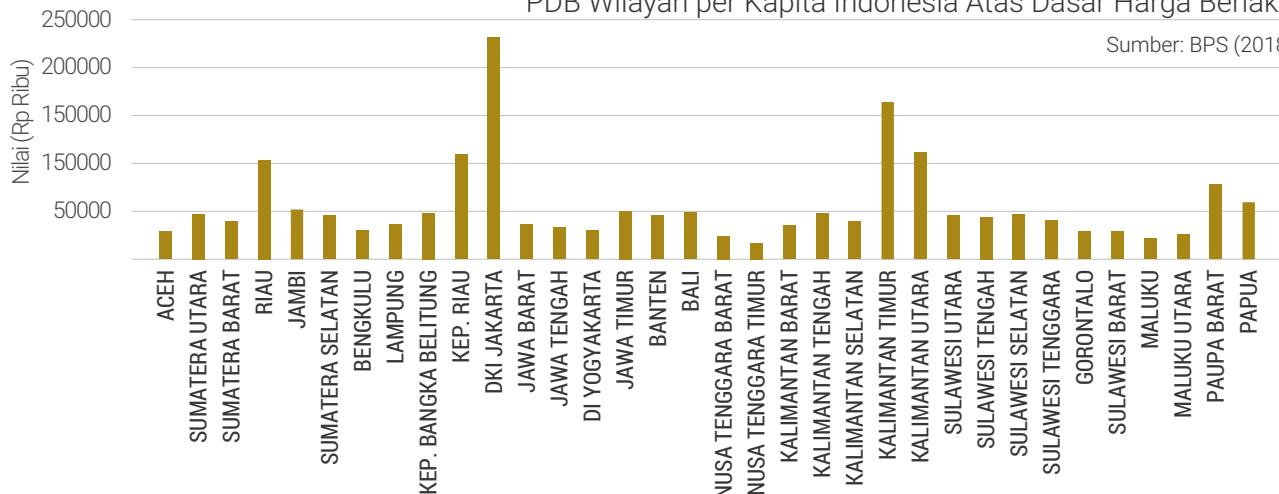
Sumber: BPS (2018)



Grafik 1.3.3

PDB Wilayah per Kapita Indonesia Atas Dasar Harga Berlaku

Sumber: BPS (2018)



kapita tertinggi berada di Provinsi Sulawesi Selatan dengan nilai PDRB per kapita sebesar Rp 48 juta.

Potensi pengembangan ekonomi syariah daerah, selain menekankan potensi industri halal juga mempertimbangkan potensi daya tarik wisata halalnya. Berdasarkan Ripparnas (Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional) 2015-2025, beberapa destinasi halal adalah provinsi Aceh, Sumatera Barat, Yogyakarta dan Sulawesi Selatan. Hal ini di antaranya memperhitungkan aspek sosial mencakup peran budaya dan nilai-nilai Islam pada daerah-daerah tersebut. Oleh karena itu, dalam pengembangan industri halal, Masterplan Ekonomi

Syariah di antaranya mencakup sampel beberapa daerah yaitu provinsi Aceh, Sumatera Barat, Jawa Barat, Jawa Timur, Daerah Istimewa Yogyakarta, Kalimantan Selatan, Sulawesi Selatan, dan Nusa Tenggara Barat.

Aceh

Aceh merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang menjalankan syariat Islam. Pemda setempat memiliki *qanun* atau sejenis dengan perda syariah yang menjadi acuan penyelenggaraan pemerintahan dan kehidupan masyarakat di sana. Termasuk dalam bidang ekonomi, masyarakat di sana

Gambar 1.2
Peta Kepadatan Penduduk Indonesia
Sumber: BPS (2018)



memiliki motivasi yang sangat besar menjalankan perekonomian sesuai dengan syariat Islam.

Qanun yang mendukung mendukung penerapan ekonomi syariah di antaranya adalah Nomor 10 Tahun 2007. Isinya mengatur tentang Baitul Mal untuk mengoptimalkan pendayagunaan zakat dan wakaf. Selanjutnya terdapat Qanun Nomor 8 Tahun 2016 tentang sistem jaminan produk halal untuk melindungi masyarakat dari konsumsi barang haram. Saat ini, Pemerintah Aceh juga sedang merancang Qanun yang mengatur lembaga keuangan syariah.

Industri keuangan syariah di sana memiliki potensi yang sangat besar. Pada tahun 2016, kota serambi Makkah ini merupakan provinsi pertama yang bank daerahnya berkonversi menjadi syariah. Begitupun dengan koperasi yang ditargetkan oleh Dinas Koperasi dan UKM seluruhnya beroperasi secara syariah.

Provinsi ini juga sangat berpotensi dalam pengembangan industri riil halal. Dua klaster industri halal yang menjadi unggulan di Aceh adalah makanan dan pariwisata. Industri makanan dan minuman halal dapat disokong oleh besarnya potensi bahan baku keduanya, seperti hasil pertanian, kehutanan, dan perikanan, yang berkontribusi sebesar 29,6 persen terhadap PDRB.

Terakhir, Aceh juga memiliki warisan budaya yang khas serta kawasan alam yang sangat indah. Kota Sabang merupakan destinasi unggulan Aceh tingkat internasional yang menawarkan keindahan pantai serta memiliki *blue holes* yang merupakan salah satu terdalam di dunia. Selain itu, Sabang juga memiliki pelabuhan yang sangat strategis dan berpotensi berstandar halal internasional.

Sumatera Barat

Perayaan tahun baru Islam 1440 hijriah (2018 M) menjadi momen istimewa bagi Sumatera Barat. Saat itu Pemerintah Kota Padang secara resmi mencanangkan sistem ekonomi syariah. Kebijakan itu membawa angin segar bagi perkembangan ekonomi syariah di sana.

Sebelumnya, pemberdayaan perekonomian syariah dilakukan melalui pembentukan kelompok usaha jasa keuangan syariah (KJKS) yang tersebar di 104 kelurahan. Pada tahun 2018, Gubernur Sumatera Barat juga sudah memerintahkan direksi PT Bank Pembangunan Daerah Sumatra Barat (Bank Nagari) untuk berkonversi menjadi bank syariah. Sejak itu, pelayanan perbankan di lembaga keuangan tersebut terhindar dari riba, ketidakpastian, dan judi.



Selain dari sisi keuangan, Sumatera Barat juga memiliki potensi untuk pariwisata halal karena masuk ke dalam destinasi halal yang tercantum dalam Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional (Ripparnas) 2015/2025. Objek wisata di sana mengandalkan keindahan alam, seperti daerah pesisir, bukit, dan alam yang hijau.

Jika dilihat dari kondisi masyarakat beserta potensi daerahnya, Sumatera Barat memiliki peluang untuk mengembangkan industri halal di bidang makanan dan pertanian, pariwisata, UMKM, dan fesyen. Sektor tersebut memang sejalan dengan prioritas nomor 5 dan 6 pada pembangunan. Pemerintah daerah di sana ingin meningkatkan produksi untuk mendukung kedaulatan pangan nasional dan mengembangkan agribisnis, pariwisata, industri, perdagangan, koperasi, UMKM, dan investasi.

Peluang pengembangan industri halal di Sumatera Barat sangat besar mengingat 98 persen penduduknya adalah Muslim (berdasarkan data BPS Sumbar). Hal ini juga didukung oleh kesadaran masyarakat Sumatera Barat yang tinggi untuk mengonsumsi produk halal.

Prestasi Sumatera Barat di bidang industri halal juga sudah diakui dunia dengan diraihnya penghargaan destinasi kuliner halal terbaik di Abu Dhabi Uni Emirat Arab pada 2016.

Jawa Barat

Jawa Barat memiliki peran krusial dalam pengembangan ekonomi syariah mengingat 46,5 juta penduduk negeri ini berada di daerah tersebut. Sebanyak 98 persen di antaranya beragama Islam. Selain itu, dari total 28.961 pesantren di Indonesia, sebanyak 32 persen di antaranya terletak di Jawa Barat. Potensi ini membuat Bank Indonesia menilai provinsi Jawa Barat berpeluang untuk dijadikan sebagai poros ekonomi syariah.

Jawa Barat sangat berpotensi menjadi unggulan pariwisata halal di Indonesia. Provinsi ini memiliki kekayaan berupa suguhan seni yang atraktif, kebudayaan yang cukup kental, serta potensi

sumber daya alam (faktor geografis) yang dinilai ‘menjual’ sebagai destinasi wisata. Mendeklarasikan diri sebagai salah satu provinsi wisata halal, Jawa Barat dinilai sangat potensial dengan segala aspek pendukungnya. Ada tiga segmen populer yang harus distandardisasi secara internasional pada bidang pariwisata ini: kuliner, fesyen, dan kosmetik. Jawa Barat memiliki banyak peluang untuk mendominasi pasar, dari tiga segmen tersebut.

Beberapa upaya yang telah dilakukan pemerintah Jawa Barat untuk memenuhi standardisasi halal tercermin dalam kebijakan strategis daerah mendorong daya saing industri kecil menengah (IKM) melalui sertifikasi halal. Salah satunya dengan program kerjasama yang dilakukan dengan MUI Jawa Barat untuk memfasilitasi sertifikasi halal bagi produk pangan, famasi, dan kosmetik. Jumlahnya sejak tahun 2010-2016 mencapai 11.572 sertifikat (BPS, 2017).

Jawa Timur

Terdapat 6.044 pondok pesantren di Provinsi Jawa Timur. Jumlah itu merupakan 20,87 % dari seluruh pesantren yang ada di Indonesia (Kementerian Agama, 2018). Sebagian besar memiliki *baitul maal wa tamwil* (BMT) yang dimanfaatkan masyarakat setempat. Hal ini menandakan provinsi ini berpotensi besar untuk pengembangan ekonomi syariah berbasis pesantren. Potensi pengembangan ekonomi syariah juga diperkuat dengan kontribusi UMKM.

Berdasarkan sensus ekonomi nasional pada tahun 2017, jumlah UMKM di Jawa Timur diperkirakan mencapai 9,59 juta unit usaha dengan lebih dari 95 persen di antaranya adalah usaha mikro. Kontribusi keseluruhan dari usaha ini terhadap perekonomian mencapai 54,98 persen. Dari sisi pariwisata halal, Jawa Timur juga menjadi destinasi wisata halal yang ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata.

Dalam konteks keuangan dan perbankan syariah, pemerintah provinsi Jawa Timur juga mulai mempersiapkan percepatan *spin-off* Unit Usaha Syariah Bank Jatim menjadi Bank Umum Syariah pada tahun 2017. Proses ini masih terus

berjalan. Komitmen pemerintah setempat terhadap pengembangan ekonomi dan keuangan syariah sudah tertuang dalam Rencana Kerja Pembangunan Daerah (RKPD) Provinsi Jawa Timur 2019. Dokumen tersebut mencantumkan upaya pengembangan pembiayaan ekonomi syariah yang merupakan salah satu arah kebijakan keuangan daerah. Sumbernya dari pembiayaan non-pemerintah.

Yogyakarta

Dari sisi keuangan, pembiayaan syariah di Yogyakarta memiliki kontribusi penyaluran pembiayaan sebesar 1,18 persen dari total penyaluran pembiayaan bank syariah secara nasional per September 2018. Meskipun kontribusi ini relatif kecil, namun tingkat pertumbuhan pembiayaan di sana relatif tinggi. Pada tahun 2015, pembiayaan syariah tumbuh hingga hampir 8 persen karena banyak UMKM yang mengambil porsi dominan dalam komposisi penyaluran pembiayaan perbankan syariah.

Dari sisi sektor riil atau industri halal, Yogyakarta memiliki potensi besar untuk berkontribusi pada wisata halal Indonesia. Menurut data Kementerian Pariwisata (2018), Yogyakarta merupakan salah satu dari 10 provinsi yang ditetapkan sebagai 10 destinasi pariwisata halal di Indonesia.

Sampai dengan saat ini, destinasi wisata halal di Yogyakarta masih belum secara spesifik dijadikan target oleh pemerintah daerah. Hal ini terlihat dari belum adanya peraturan daerah khusus yang terkait dengan upaya tersebut. Kedepannya, Yogyakarta akan dikembangkan sebagai destinasi wisata halal yang tetap mengakomodasi kearifan lokal dengan pembentukan Perhimpunan Pariwisata Halal Indonesia.

Untuk sertifikasi halal, baru terdapat 299 dari 40.000 pengusaha yang mendapatkan sertifikasi. Selain itu, Media dan Rekreasi Halal juga berpotensi untuk dikembangkan dengan dukungan institusi pendidikan kejuruan bidang seni tradisional seperti SMKN 1 Kasihan Bantul.



Nusa Tenggara Barat

Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) mendapat penghargaan *World Halal Travel Award* 2015 dalam kategori *World Best Halal Tourism Destination* dan *World Best Halal Honeymoon Destination*. Hal tersebut menjadi keunggulan komparatif bagi Provinsi NTB dalam mengembangkan sektor pariwisata halal.

Gelar destinasi pariwisata terbaik di dunia memotivasi para pelancong berdatangan ke sana. Terjadilah kenaikan angka kunjungan wisatawan mancanegara dan lokal yang signifikan pada 2016. Dalam hal regulasi, provinsi NTB menjadi pelopor penyusunan kebijakan pariwisata ramah Muslim. Di sanalah Perda Nomor 2 Tahun 2016 tentang



pariwisata halal dibuat. Selain itu, dibangunnya *Islamic Center Hubbul Wathan* di kota Mataram merupakan upaya pemerintah menambah infrastruktur destinasi pariwisata halal.

Potensi pengembangan industri halal provinsi NTB juga didukung oleh sektor UMKM. Pemerintah provinsi NTB sedang mengembangkan Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika. Di sana terdapat sekitar 300 UKM yang difasilitasi tempat usaha guna mendukung perkembangan pariwisata. Selain itu, pertanian menyumbang 21,97 persen pada PDRB provinsi NTB. Sehingga sektor ini berpotensi untuk mendukung pengembangan industri halal.

Sulawesi Selatan

Sulawesi Selatan merupakan salah satu provinsi yang memiliki potensi mendorong ekonomi syariah Indonesia melalui sektor keuangan syariah dan industri halal. Menurut Kantor Perwakilan Bank Indonesia di sana, pangsa aset pembiayaan perbankan syariah di daerah itu merupakan yang terbesar di Kawasan Timur Indonesia (KTI).

Di samping sisi keuangan komersial, Sulawesi Selatan juga memiliki perhatian terhadap keuangan sosial. Penghimpunan wakaf di sana mencapai hingga 23 persen dari penghimpunan nasional. Dari sisi industri halal, provinsi tersebut juga termasuk sebagai salah satu top 10 destinasi wisata halal di Indonesia menurut Kementerian Pariwisata tahun 2018.

Pengembangan industri halal di sana dapat dimulai dengan mengembangkan wisata halal. Objek yang ditawarkan bervariasi, seperti wisata alam, sejarah, dan konvensi. Pemerintah berusaha mendukung pariwisata daerah dengan membangun infrastruktur, terutama jalan dan rumah sakit. Sementara itu, berdasarkan kontribusi sektoral, industri yang dapat dikembangkan adalah pertanian dan makanan halal.

Saat ini, komoditas utama yang banyak dieksport dari sini masih bertumpu pada industri hulu, yaitu kakao, rumput laut, dan hasil laut. Ke depannya, pengembangan industri pengolahan berbasis komoditas tersebut merupakan strategi untuk meningkatkan nilai tambah sekaligus mengembangkan industri halal di Sulawesi Selatan.

Kalimantan Selatan

Pada tahun 2019, Pemerintah Kalimantan Selatan merancang arah pembangunan dari sektor pertambangan ke kegiatan utama non-tambang. Misalnya pariwisata, kedaulatan pangan, hilirisasi industri, serta perdagangan dan jasa. Pergeseran

fokus pembangunan ini dilakukan sebagai momentum menyambut program *Visit Kalsel 2020*. Ini adalah program pariwisata dengan pendekatan nuansa religius. Kota Banjarmasin dan Kalsel secara umum dijadikan destinasi wisata halal dengan kawasan wisata halal Riam Kanan, Mandiangin, Lembah Kahung, dan banyak lagi.

Harapannya, berbagai kawasan ini dapat dikembangkan menjadi destinasi wisata halal nasional. Pengembangan infrastruktur seperti Bandara Syamsudin Noor yang mendukung program wisata halal menjadi fokus utama untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan.

Kedaulatan pangan juga diharapkan sejalan dengan pengembangan industri makanan halal, salah satunya dengan peningkatan produktivitas pertanian. Selain itu, hilirisasi industri, khususnya optimalisasi fungsi kawasan industri Batulicin dan Jorong sebagai penyedia makanan dan minuman halal akan mendukung aktivitas ekspor dan impor.

Tabel 1.5

Sektor Ekonomi dan Potensi Pengembangan Ekonomi Syariah pada 8 Provinsi di Indonesia

Sumber: BPS pusat dan provinsi terkait (2018)

	SEKTOR EKONOMI UTAMA (TERHADAP PDRB)	SEKTOR POTENSIAL PENGEMBANGAN EKONOMI SYARIAH
Aceh	<ul style="list-style-type: none"> Pertanian, kehutanan, dan perikanan (29,60%) Perdagangan besar, eceran, reparasi kendaraan bermotor (16,07%) Administrasi pemerintahan, pertahanan, dan jaminan sosial wajib (9,56%) 	<ul style="list-style-type: none"> Keuangan syariah Makanan & minuman halal Pariwisata halal
Sumatera Barat	<ul style="list-style-type: none"> Pertanian, kehutanan, dan perikanan (23,55%) Perdagangan besar, eceran, reparasi kendaraan bermotor (15,05%) Transportasi dan pergudangan (12,64%) 	<ul style="list-style-type: none"> Pariwisata halal Makanan & minuman halal
Jawa Barat	<ul style="list-style-type: none"> Industri pengolahan (42,29%) Perdagangan besar, eceran, reparasi kendaraan bermotor (15,10%) Konstruksi (8,26%) 	<ul style="list-style-type: none"> Modest fashion Makanan & minuman halal Pariwisata halal
Jawa Timur	<ul style="list-style-type: none"> Industri pengolahan (29,03%) Perdagangan besar, eceran, reparasi kendaraan bermotor (18,18%) Pertanian, kehutanan, dan perikanan (12,80%) 	<ul style="list-style-type: none"> Makanan & minuman halal Pariwisata halal UMKM
Yogyakarta	<ul style="list-style-type: none"> Industri pengolahan (13,12%) Penyediaan akomodasi, makan, dan minum (10,32%) Pertanian (10,01%) 	<ul style="list-style-type: none"> Makanan & minuman halal Pariwisata halal Media dan rekreasi halal Modest fashion
Nusa Tenggara Barat	<ul style="list-style-type: none"> Pertanian, kehutanan, dan perikanan (21,97%) Pertambangan dan penggalian (19,45%) Perdagangan besar, eceran, reparasi kendaraan bermotor (13,22%) 	<ul style="list-style-type: none"> Pariwisata halal Agrikultur UMKM
Sulawesi Selatan	<ul style="list-style-type: none"> Pertanian, kehutanan, dan perikanan (22,9%) Perdagangan besar, eceran, reparasi kendaraan bermotor (13,9%) Industri pengolahan (13,7%) 	<ul style="list-style-type: none"> Makanan & minuman halal Pariwisata halal Kosmetik halal
Kalimantan Selatan	<ul style="list-style-type: none"> Pertambangan dan penggalian (20,75%) Pertanian, kehutanan dan perikanan (14,59%) Industri pengolahan (14,39%) 	<ul style="list-style-type: none"> Makanan & minuman halal Pariwisata halal



Pemetaan Pemangku Kepentingan Ekonomi Syariah

Identifikasi para pemangku kebijakan ekonomi syariah Indonesia dilakukan berdasarkan kategori kementerian dan lembaga yang menjadi pemangku kepentingan KNKS, kementerian, dan lembaga lainnya, serta asosiasi/organisasi masyarakat.

Berbagai instansi yang ada akan memiliki peran yang secara spesifik berkontribusi terhadap pengembangan industri halal.

Tabel 1.6

Pemetaan Pemangku Kepentingan Ekonomi Syariah

KATEGORI	INSTANSI	PERAN	INDUSTRI YANG DIDUKUNG
Pemangku Kepentingan KNKS	Kementerian Agama	Regulator	ZISWAF, SDM, legal
	Kemenko Perekonomian	Koordinator	Makanan halal, pariwisata halal, modest fashion, obat & kosmetik halal , media dan rekreasi halal, UMKM, ekonomi digital, energi terbarukan, keuangan syariah, ZISWAF
	Bank Indonesia	Regulator	Makanan halal, pariwisata halal, modest fashion, obat & kosmetik halal , media dan rekreasi halal, UMKM, ekonomi digital, energi terbarukan, keuangan syariah, ZISWAF, sumber daya manusia, legal
	Bappenas	Koordinator	Makanan halal, pariwisata halal, modest fashion, obat & kosmetik halal , media dan rekreasi halal, umkm, ekonomi digital, energi terbarukan, keuangan syariah, ZISWAF
	OJK	Regulator	Ekonomi digital, keuangan syariah, SDM. Legal
	LPS	Regulator	Keuangan Syariah, legal
	Kementerian Keuangan	Regulator	Makanan halal, pariwisata halal, modest fashion, obat & kosmetik halal , media dan rekreasi halal, UMKM, ekonomi digital, energi terbarukan, keuangan syariah, ZISWAF, legal
	Kementerian BUMN	Regulator	Makanan halal, pariwisata halal, modest fashion, obat & kosmetik halal , media dan rekreasi halal, UMKM, legal
	Kementerian Koperasi dan UMKM	Regulator	Makanan halal, pariwisata halal, modest fashion, obat & kosmetik halal, media dan rekreasi halal, UMKM, Legal
K/L Lainnya	Majelis Ulama Indonesia	Regulator	Makanan Halal, Pariwisata Halal, Modest Fashion, obat & kosmetik halal, media dan rekreasi halal, UMKM, ekonomi digital, energi terbarukan, keuangan syariah, ZISWAF, legal, riset-pengembangan, legal
	Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal	Regulator	Makanan halal, pariwisata halal, modest fashion, obat & kosmetik halal, media dan rekreasi halal, riset-pengembangan , legal
	Badan Pengelola Keuangan Haji	Regulator	Keuangan syariah, ZISWAF
	Kementerian Ristekdikti	Regulator	SDM, riset-pengembangan

K/L Lainnya	Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan	Regulator	SDM, riset-pengembangan
	Kementerian Perdagangan	Regulator	Makanan halal, pariwisata halal, modest fashion, obat & kosmetik halal, media dan rekreasi halal, UMKM, legal
	Kementerian Perindustrian	Regulator	Makanan halal, pariwisata halal, modest fashion, obat & kosmetik halal, media dan rekreasi halal, UMKM, legal
	Badan Pertanahan Nasional	Regulator	ZISWAF
	Kementerian Pariwisata	Regulator	Pariwisata halal, legal
	Kementerian Pertanian	Regulator	Makanan halal, legal
	Kementerian ESDM	Regulator	Energi terbarukan
	Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi	Regulator	Pariwisata halal, UMKM
	Badan Amil Zakat Nasional	Regulator	ZISWAF, legal
	Badan Wakaf Indonesia	Regulator	ZISWAF, legal
	Badan Pengawasan Obat dan Makanan	Regulator	Makanan halal, obat & kosmetik halal, legal
	Kementerian Komunikasi dan Informasi	Regulator	Media dan rekreasi halal, ekonomi digital, legal
	Badan Ekonomi Kreatif	Regulator	Modest fashion, media, rekreasi halal, dan legal
Asosiasi/ Organisasi Masyarakat	Nahdlatul Ulama	Organisasi Masyarakat	SDM
	Muhammadiyah	Organisasi Masyarakat	SDM
	Asosiasi Industri	Organisasi Masyarakat	Makanan halal, pariwisata halal, modest fashion, obat & kosmetik halal, media dan rekreasi halal, UMKM, ekonomi digital, energi terbarukan, keuangan syariah, ZISWAF
	Komunitas	Organisasi Masyarakat	Makanan halal, pariwisata halal, modest fashion, obat & kosmetik halal, media dan rekreasi halal, UMKM, ekonomi digital, energi terbarukan, keuangan syariah, ZISWAF, SDM, riset-pengembangan



Metode Penyusunan Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia

Selain studi literatur dan analisis data sekunder, penyusunan Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia juga bertumpu pada pengumpulan data dan informasi melalui berbagai diskusi, wawancara mendalam, *courtesy visit*, forum diskusi pemangku kepentingan dan konsultasi publik. Berbagai kegiatan tersebut melibatkan semua unsur pemangku kepentingan baik dari sisi regulator, asosiasi dan pelaku usaha serta akademisi.

1. Diskusi

Pengumpulan data dan informasi melalui cara ini diselenggarakan di Jakarta dan berbagai kota lain: Aceh, Padang, Yogyakarta, Surabaya, Mataram, Makassar, dan Banjarmasin. Pelaksanaannya melalui dua tahap.

a. FGD Jakarta tahap I

Pada tahap ini, FGD bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi awal dalam penyusunan strategi utama Masterplan Ekonomi Syariah. Kegiatan ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2018 secara paralel untuk

masing-masing klaster rantai nilai, keuangan Islam, UMKM, Ekonomi Digital serta ekosistem masterplan ekonomi syariah.

Berbagai Kementerian/Institusi sebagai pemangku kepentingan kunci klaster terkait ikut berpartisipasi dalam FGDI tersebut. Di antaranya Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan, Bappenas, Kementerian Keuangan, Kementerian Agama, Kementerian Kesehatan, Kementerian Pertanian, Kementerian Perindustrian, Kementerian Koperasi dan UMKM, Kementerian ESDM, Kementerian Kesehatan, Mahkamah Agung, Bank Indonesia, OJK, BPJPH, BAZNAS, BWI, LPPOM MUI, BPJS Kesehatan dan BPJS Ketenagakerjaan. Selain itu, FGD pada tahap awal ini juga diikuti peserta dari unsur asosiasi dan pelaku usaha, serta para akademisi.

b. FGD daerah tahap I

FGD di berbagai daerah sampel secara serentak berlangsung pada akhir bulan Oktober hingga awal November 2018. Kegiatan ini

Gambar 1.3

Kota Sampel Penyelenggaraan FGD





bertujuan untuk mendiskusikan potensi pengembangan ekonomi syariah pada provinsi dari masing-masing kota tersebut serta daerah sekitarnya. Hasil yang diperoleh di antaranya adalah gambaran kondisi terkini ekonomi syariah daerah, rencana pembangunan ekonomi syariah daerah, termasuk peluang dan tantangannya, serta identifikasi awal sektor potensial untuk masing-masing daerah.

c. FGD Jakarta tahap II

Kegiatan yang diselenggarakan pada pertengahan bulan Desember ini bertujuan untuk mengkonfirmasi draft awal Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia. Konsultasi khususnya atas berbagai strategi yang disusun merujuk pada data dan informasi yang diperoleh dari FGD di Jakarta dan berbagai daerah pada tahap I serta wawancara mendalam yang telah dilakukan. Tahap ini kembali melibatkan berbagai pemangku kepentingan khususnya regulator kunci sebagai pelaksana strategi pembangunan ekonomi syariah yang telah disusun.

d. FGD daerah tahap II

Sebagaimana FGD Jakarta Tahap II, pelaksanaan FGD ini bertujuan untuk memperoleh tanggapan dan masukan para pemangku kepentingan ekonomi syariah di daerah atas draft awal Masterplan Ekonomi Syariah. Tempat pelaksanaannya adalah kota-kota sampel yang sama pada FGD Daerah Tahap I. Peserta yang dilibatkan adalah pemangku kepentingan ekonomi syariah daerah yang semakin mengerucut pada sektor-sektor potensial daerah tersebut.

2. Wawancara mendalam dan *courtesy visit*

Berbagai isu terkait klaster pengembangan ekonomi syariah khususnya yang muncul dalam

FGD diperdalam melalui wawancara mendalam. Narasumber yang dilibatkan khususnya adalah para pakar klaster terkait. Namun demikian, beberapa narasumber juga berasal dari kalangan pelaku usaha dan regulator. Pemilihannya berdasarkan pada isu strategis yang diangkat dan kebutuhan pengumpulan data dalam penyusunan Masterplan.

Selain itu, tim juga menyelenggarakan *courtesy visit* untuk menyampaikan draft masterplan ekonomi syariah kepada berbagai institusi kunci seperti Bank Indonesia, OJK, Kementerian Keuangan, dan Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. Pada kunjungan tersebut juga diperoleh masukan dan tanggapan untuk menyempurnakan Masterplan.

a. Rapat dan forum diskusi

Berbagai rapat juga diselenggarakan untuk membahas materi dan isi Masterplan. Forum diskusi tersebut diselenggarakan selama periode penyusunan sejak tahap awal hingga finalisasi. Kegiatan tersebut diselenggarakan pada level teknis dan forum yang lebih tinggi dengan melibatkan para pengambil keputusan di lembaga pemerintah maupun pemangku kepentingan lainnya.

b. Konsultasi publik

Konsultasi publik atas laporan Masterplan dilakukan dalam bentuk seminar di beberapa kampus pada akhir 2018. Kegiatan ini bertujuan untuk memperoleh masukan dan tanggapan yang lebih luas lagi baik dari civitas akademika maupun masyarakat umum. Seminar publik Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia telah diselenggarakan pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta, Universitas Darussalam (Unida) Gontor Jawa Timur dan Sekolah Tinggi Ekonomi Islam SEBI Depok.

2

Gambaran Umum Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia





Prinsip sistem ekonomi syariah adalah menjunjung tinggi nilai keadilan dan berkelanjutan.

Capaiannya adalah membawa perekonomian nasional pada pertumbuhan yang inklusif, berkelanjutan, dan kokoh menghadapi krisis.



Kerangka Desain Masterplan Ekonomi Syariah

Kerangka Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia disusun dengan visi yang jelas. Rencana induk ini merupakan pengembangan masterplan, peta jalan dan panduan lain, yang sudah ada sebelumnya. Rencana ini dibuat melalui penyesuaian dengan kondisi dan tantangan terkini baik secara global maupun lokal.

Beberapa dokumen penting yang menjadi acuan adalah Rencana Pembangunan Jangka Menengah dan Panjang (RPJM), Masterplan Keuangan Syariah Indonesia (MAKSI), cetak biru ekonomi dan keuangan syariah, peta jalan yang sudah dimiliki berbagai regulator terkait keuangan syariah. Contohnya *road map* perbankan syariah, industri keuangan non-bank syariah serta pasar modal syariah. Juga peta jalan sektor terkait, seperti peta jalan ekonomi kreatif dan ekonomi digital. Masterplan ini diharapkan bisa menjadi panduan yang lebih relevan dan komprehensif dalam mengembangkan ekonomi syariah di Indonesia.

1. Masterplan Aksi Keuangan Syariah (MAKSI)

Masterplan Aksi Keuangan Syariah (MAKSI) merupakan salah satu dokumen penting dalam perkembangan keuangan syariah di Indonesia. Sifatnya strategis, karena merupakan upaya awal pemerintah menggabungkan berbagai peta jalan lembaga keuangan syariah. MAKSI diluncurkan oleh Kementerian PPN/Bappenas pada *World Islamic Economic Forum* (WIEF) ke-12 di Jakarta pada 2-4 Agustus 2016.

MAKSI memaparkan beberapa hal penting. Antara lain sejarah dan lanskap industri keuangan syariah Indonesia, tinjauan strategis industri keuangan syariah di Indonesia, dan hambatan utama dalam pertumbuhan industri keuangan syariah di Tanah Air. Selain itu, MAKSI juga memberikan dua rekomendasi utama untuk mengembangkan keuangan syariah.

Pertama adalah peningkatan dan perluasan industri perbankan, pasar modal, industri keuangan syariah nonbank, dan dana sosial. Kedua adalah pembentukan Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS) sebagai lembaga koordinator untuk memastikan semua pemangku kebijakan terkait melaksanakan rencana aksi Masterplan dengan efektif.

Dalam implementasinya, hingga akhir tahun 2018, baru rekomendasi kedua yang dilaksanakan dengan baik. Dengan demikian, diperlukan panduan yang lebih terkini untuk melaksanakan rekomendasi yang belum dijalankan dalam jangka menengah tersebut.

2. Kerangka cetak biru ekonomi dan keuangan syariah

Desain pengembangan ekonomi dan keuangan syariah di Indonesia selanjutnya diinisiasi oleh Bank Indonesia yang dibakukan pada 6 Juni 2017. Bentuknya berupa cetak biru (*blue print*) ekonomi dan keuangan syariah Indonesia.

Kerangka ini diusulkan untuk menjadi dasar bagi strategi nasional pengembangan ekonomi dan keuangan syariah oleh seluruh pemangku kepentingan di bawah koordinasi KNKS. Cetak biru ini memiliki cakupan yang lebih luas dari MAKSI, yang hanya berfokus pada sektor keuangan syariah.

Secara garis besar, kerangka ini memuat empat hal utama, yaitu: i) nilai-nilai dan prinsip dasar pengembangan ekonomi dan keuangan syariah; ii) kerangka dasar kebijakan pengembangan ekonomi dan keuangan syariah; iii) strategi dan rencana aksi ekonomi dan keuangan syariah; dan iv) kerja sama dan koordinasi, baik dengan pihak internal maupun eksternal, guna pengembangan ekonomi dan keuangan syariah.

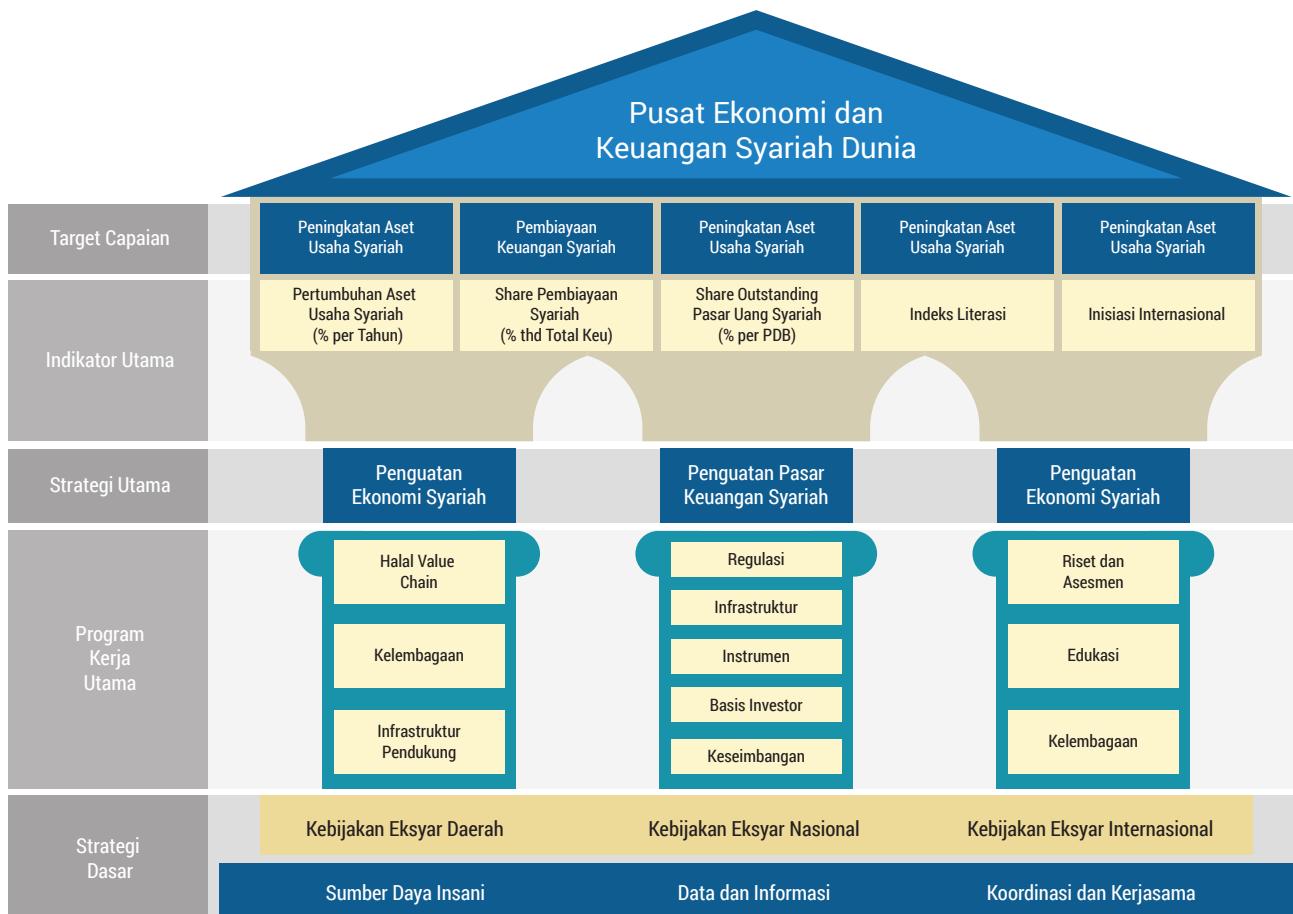
Dalam kerangka desain ini, terlihat bahwa ekonomi dan keuangan syariah tidak dapat



Gambar 2.1

Kerangka Pengembangan Ekonomi dan Keuangan Syariah

Sumber: Cetak Biru Pengembangan Ekonomi dan Keuangan Syariah Bank Indonesia (2018)



berkembang secara parsial. Sektor ekonomi tidak dapat berkembang dengan optimal tanpa dukungan sektor keuangan. Begitu juga sektor keuangan, tidak akan tumbuh tanpa permintaan sektor riil. Selain itu, riset, assessment, dan edukasi, juga merupakan faktor mendasar yang mendukung efektivitas, inovasi, serta perkembangan ekonomi dan keuangan syariah. Oleh karena itu, ketiga sektor ini menjadi faktor pembentuk tiga pilar utama yang diusung dalam kerangka desain pengembangan ekonomi dan keuangan syariah.

Kerangka ini menjadi salah satu acuan untuk pengembangan ekonomi dan keuangan syariah

nasional. Bahkan, pada akhir tahun 2017, dalam rapat terbatas persiapan pleno KNKS, kerangka ini diusulkan sebagai strategi nasional ekonomi dan keuangan syariah di Indonesia. Usulan ini selanjutnya dibawa ke rapat pleno KNKS dengan Presiden Joko Widodo.

3. Pengembangan kerangka Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia

Selanjutnya, pada rapat Pleno Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS) tanggal 5 Februari 2018, Presiden RI mengarahkan pemangku kepentingan KNKS untuk menyusun Masterplan Ekonomi Syariah

yang fokus pada pengembangan sektor riil ekonomi syariah atau yang dikenal dengan industri halal. Hal ini dilakukan untuk mendorong perkembangan keuangan syariah yang mendukung pembangunan ekonomi nasional. Peran keuangan syariah tidak dapat berdiri sendiri tanpa perkembangan sektor riil. Oleh karena itu, dipandang perlu untuk menyusun sebuah Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia yang dapat menjadi acuan dalam pengembangan ekonomi syariah di Tanah Air.

Awalnya, kerangka pengembangan ekonomi syariah merujuk kepada MAKSI dan cetak biru keuangan syariah yang telah ada sebelumnya. Kerangka usulan ini memiliki visi sebagai pusat ekonomi syariah di dunia dan berfokus penguatan ekonomi syariah melalui pengembangan rantai nilai industri halal, peningkatan efektivitas kelembagaan, dan penguatan infrastruktur pendukung. Dalam kerangka ini, terdapat tiga pilar atau strategi yang disusun untuk menguatkan ekonomi syariah: rantai nilai halal, efektivitas kelembagaan, dan penguatan infrastruktur.

Rantai nilai halal merupakan strategi utama yang meliputi beberapa sektor industri halal. Contohnya industri makanan dan pertanian halal, fesyen Muslim, farmasi dan kosmetik, pariwisata, serta media dan rekreasi. Perkembangan industri ini memiliki peran penting dalam mendukung pelaksanaan pembangunan nasional.

Sebagai ilustrasi, industri halal yang dikembangkan dengan baik, dapat berkontribusi pada nilai tambah perekonomian melalui pemenuhan permintaan pasar halal domestik yang saat ini didominasi oleh pemain global. Hal ini sejalan dengan momentum perkembangan permintaan domestik yang tinggi terhadap produk-produk halal. Selain itu, produksi domestik atas produk halal juga dapat berkontribusi pada penguatan neraca pembayaran, terutama jika mampu memenuhi permintaan global terhadap produk-produk halal.

Prinsip sistem ekonomi syariah adalah menjunjung tinggi nilai keadilan dan berkelanjutan. Capaian ini adalah membawa perekonomian nasional pada

pertumbuhan yang inklusif, berkelanjutan, dan kokoh menghadapi krisis. Oleh karena itu, dalam pilar kedua, efektivitas kelembagaan menjadi faktor penting mendukung perkembangan ekonomi syariah. Lembaga asosiasi pengusaha, pesantren, sektor sosial, dan inisiatif kerja sama internasional diperlukan untuk menguatkan kelembagaan dan menjaga sinergi antarlembaga. Tujuannya adalah mencapai kemajuan industri halal yang mendorong inklusifitas lembaga-lembaga pendukungnya.

Sementara dalam pilar ketiga, infrastruktur pendukung pengembangan ekonomi syariah dan industri halal merupakan hal krusial dalam mendorong pertumbuhan industri ini. Infrastruktur itu berupa pedoman yang lengkap, adanya kawasan ekonomi syariah di daerah-daerah, sumber pembiayaan yang memadai, dan kolaborasi serta konektivitas antarpemangku kepentingan industri halal.

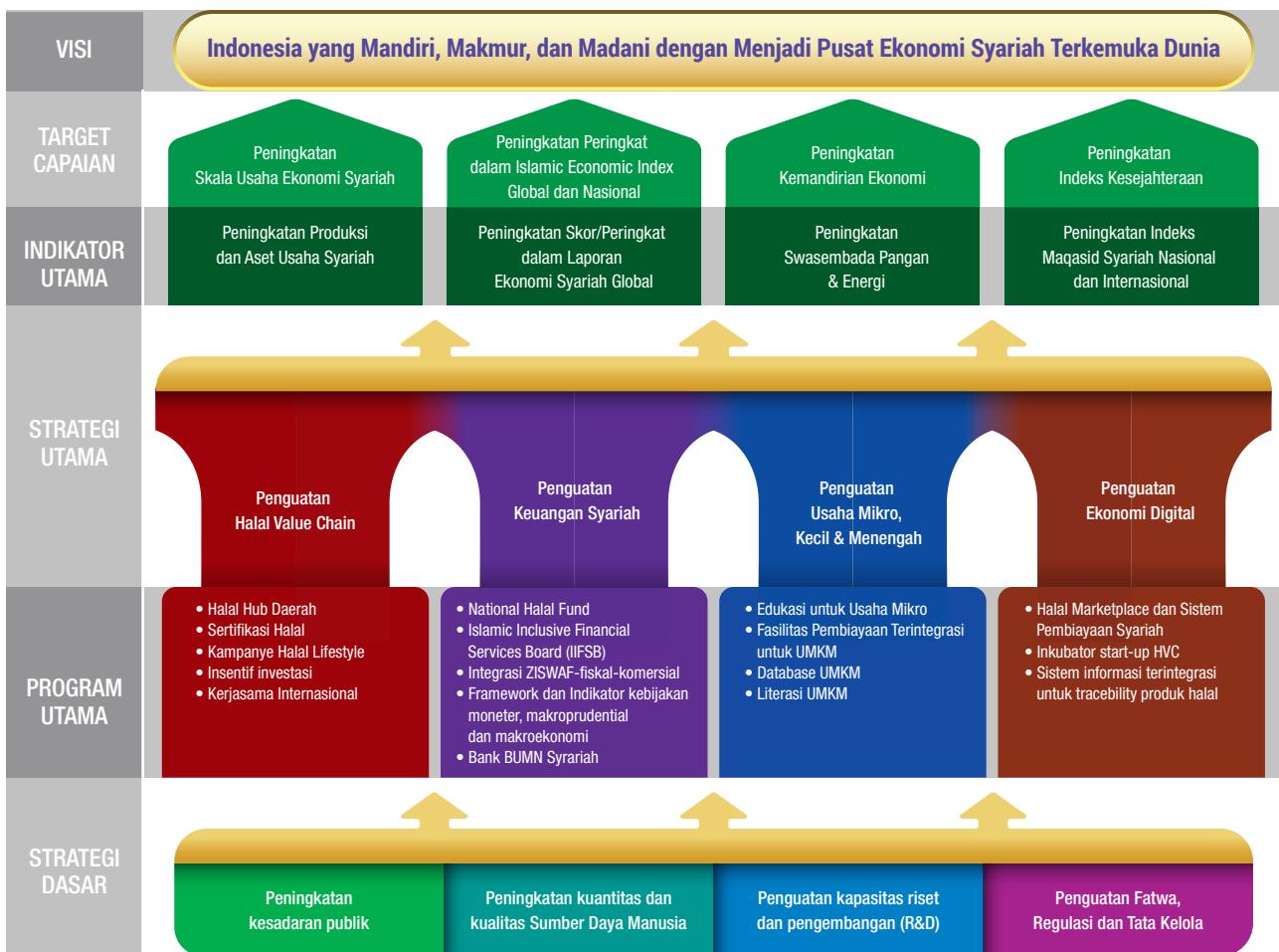
Kerangka usulan pengembangan ekonomi syariah nasional ini kemudian diperkaya dengan peta jalan dari berbagai lembaga terkait. Contohnya peta jalan ekonomi kreatif dan ekonomi digital. Selain itu, perlu juga untuk mengembangkan strategi khusus bagi ekosistem pendukung, seperti UMKM dan ekonomi digital.

Kerangka usulan ini kemudian dipaparkan dalam berbagai forum, seperti *Focus Group Discussions* (FGDs) dan kegiatan uji publik yang melibatkan berbagai pemangku kebijakan ekonomi syariah di Tanah Air. Maksudnya untuk mendapatkan masukan dan perbaikan bagi kerangka ini. Setelah mendapatkan berbagai masukan, kerangka ini kemudian mengalami penyesuaian. Sebagian besar komponen yang ada dalam usulan sebelumnya tetap masuk ke dalam yang baru dengan sedikit penyesuaian.

Salah satu aspirasi terpenting adalah penyamaan persepsi bahwa kerangka Masterplan ini dibuat dalam rangka mendukung perkembangan ekonomi syariah Indonesia. Dukungan itu harus memiliki visi bersama dari pemangku kebijakan ekonomi syariah dan sejalan dengan tujuan pembangunan nasional. Visi tersebut selanjutnya dijabarkan menjadi target capaian, strategi utama, dan strategi dasar yang



Gambar 2.2
Kerangka Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia



termuat dalam rencana induk Indonesia mendorong potensi ekonomi syariah.

Dalam implementasinya, pengembangan ekonomi syariah tidak bisa berdiri sendiri tanpa sistem keuangan syariah yang terintegrasi dengan baik. Begitu juga sebaliknya, keuangan syariah memerlukan sektor riil untuk membuat sebuah ekosistem syariah. Integrasi sistem – sektor ekonomi, keuangan syariah, membutuhkan sarana infrastruktur dan strategi dasar yang mendukung. Oleh karena itu, identifikasi dan strategi yang dilakukan harus dapat mencakup lingkup kerja yang majemuk. Bukan hanya lokal, tapi juga nasional, bahkan internasional. Sumber Daya Insani, riset dan inovasi, lalu regulasi, sampai saat ini masih dianggap

sebagai kendala dan tantangan pengembangan ekonomi syariah.

Pada akhirnya, kerangka pengembangan ekonomi syariah yang disepakati bersama mencakup semua dimensi yang disebutkan di atas. Penyusunannya menggunakan pendekatan pemetaan strategis atau *balanced scorecard*. Strategi dasar menjadi elemen penting yang mempengaruhi program, strategi utama, target capaian, dan visi (Lihat Gambar 2.1.3.).

Kerangka Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia di atas dapat dijelaskan secara detil sebagai berikut:



Visi Ekonomi Syariah

1. Visi ekonomi syariah

Visi ekonomi syariah di Indonesia dikembangkan dari visi dan tujuan yang ingin dicapai oleh negara Republik Indonesia ke depan dengan mempertimbangkan perubahan-perubahan yang terjadi baik secara lokal maupun global. Dalam dokumen Indonesia 2045 yang dikeluarkan oleh Bappenas, visi Indonesia 2045 adalah Indonesia yang berdaulat, maju, adil dan makmur.

Indonesia yang seperti itu menggambarkan kemandirian untuk mencapai tujuan serta keinginan negara untuk melindungi segenap bangsa dan seluruh tumpah darah Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, dan mencerdaskan kehidupan bangsa. Selain itu, Indonesia juga berkomitmen untuk melaksanakan ketertiban dunia berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi, dan keadilan sosial yang merupakan ciri masyarakat madani.

Lebih jauh lagi, secara global, ekonomi syariah sudah mendapat perhatian dunia baik di negara Muslim maupun non-Muslim. Hal ini ditandai dengan industri perbankan syariah dan industri halal berkembang pesat yang ini merupakan tren dunia. Oleh karena itu, banyak negara mulai melakukan reorientasi kebijakan ekonomi untuk memberikan perhatian lebih besar pada industri halal.

Di beberapa negara Islam, pengembangan sektor ini juga telah menjadi kebijakan nasional dengan dukungan konsisten dan berkelanjutan dari pemerintah pusat dan daerah. Akan tetapi, hingga tahun 2018, Indonesia masih tercatat sebagai konsumen atau pasar produk/jasa halal terbesar dan belum menjadi pemain utama dalam ekonomi syariah dunia. Dibandingkan dengan negara lain, Indonesia masih belum mampu meningkatkan literasi dan kesadaran akan pentingnya sektor industri halal yang dijalankan dengan kebijakan pemerintah.

Oleh karenanya, visi yang ingin dicapai dengan adanya Masterplan ini adalah menjadikan Indonesia yang mandiri, makmur dan madani dengan menjadi pusat ekonomi syariah terkemuka dunia. Selain dengan mempertimbangkan berbagai hal di atas, perumusan visi ini juga didasari oleh keinginan untuk menjadikan industri halal dan ekonomi syariah sebagai penopang perekonomian nasional, serta menjadi bagian penting dalam mewujudkan aspirasi bangsa sebagai negara yang adil, makmur, dan berdaulat. Selain itu, visi ekonomi syariah di Indonesia berlandaskan pada nilai-nilai keislaman, prinsip-prinsip dasar ekonomi syariah, serta potensi yang dimiliki oleh ekonomi syariah Indonesia saat ini.

Adapun penjelasan rinci dari visi ini adalah sebagai berikut:

Mandiri

Jika dilihat dari potensi yang ada, Indonesia mampu menggerakkan ekonominya dengan kekuatan dan pemberdayaan domestik, terutama sumber daya alam yang melimpah. Negeri ini mempunyai jati diri sebagai bangsa yang swasembada di berbagai bidang. Oleh karena itu, maksud dari 'Mandiri' adalah Indonesia yang tidak bergantung kehidupannya dengan negara lain, terutama untuk memenuhi kebutuhan dasar rakyatnya.

Dalam konteks industri halal, ekonomi mandiri adalah yang mampu digerakkan dengan potensi dan sumber daya lokal. Terutama yang mempunyai kearifan lokal dan tidak dipunyai oleh negara lain, sehingga menjadi keunggulan. Kemandirian ini juga dapat diartikan dengan mampu mengetahui faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi dalam membangun ekonomi yang berkelanjutan. Definisi ini juga bermakna bahwa kegiatan usaha industri halal yang mandiri adalah yang mampu mengatasi permasalahan rantai nilai dan dapat menggerakkan sektor ini dengan kemampuan sendiri.



Terkait halal industri, kemandirian dapat dilihat dari proses hulu, termasuk rantai nilai halal. Nilai kemandirian akan tercipta jika mata rantai semua sektor industri halal bisa saling terkait dan dapat memanfaatkan satu sama lain. Ekosistem yang dapat terjalin juga akan menjadi prasyarat kemandirian ekonomi di bidang industri halal terwujud. Indonesia, dalam hal ini, sangat dimungkinkan mempunyai ekosistem yang dapat mendongkrak sektor usaha industri halal dengan dukungan kebijakan pemerintah secara *top down* sehingga kemandirian ekonomi syariah dapat dirasakan masyarakat luas.

Di sisi lain, maksud dari kemandirian ekonomi adalah usaha jasa keuangan syariah yang mampu menggerakkan sektor industri halal. Keberpihakan lembaga keuangan syariah sangat berpengaruh untuk mendorong sektor ini lebih maju. Oleh itu, perhatian dan kerja sama lembaga keuangan syariah bukan sekadar pembiayaan tapi juga mampu membuktikan pembiayaan syariah untuk kemandirian industri halal baik di peringkat hulu maupun hilir.

Selain itu, kemandirian ekonomi juga bermakna peningkatan pendapatan masyarakat disebabkan keterlibatan mereka di sektor ini. Hal ini mendorong peningkatan industri halal yang tidak hanya berskala nasional tapi juga internasional. Peningkatan pendapatan akan menaikkan nilai ekspor dan sekaligus mengurangi ketergantungan dan impor Indonesia terhadap produk industri halal. Dengan demikian, swasembada sektor industri halal berjalan dengan baik sehingga menyejahterakan rakyat Indonesia.

Makmur

Kemakmuran adalah tujuan utama dari sebuah tatanan ekonomi nasional. Ekonomi yang makmur berarti menyejahterakan rakyat dan mereduksi ketimpangan ekonomi. Secara mendasar, kemakmuran akan terwujud ketika segala kebutuhan utama rakyat dapat terpenuhi. Kebutuhan dalam

konteks ini adalah yang zahir seperti sandang, pangan – papan, dan batin berupa ketenangan hati.

Secara luas, kemakmuran berarti merasa nyaman, percaya, dan peduli dengan sesama. Kemakmuran menuntut agar semua sumber daya dimanfaatkan untuk mewujudkan tujuan bersyariah, yakni pemenuhan kebutuhan hidup manusia, terutama yang dasar (primer), seperti pangan, pendidikan, dan kesehatan. Persaudaraan dan keadilan juga menuntut agar sumber daya didistribusikan secara adil kepada seluruh rakyat.

Dalam konteks industri halal, makmur adalah sumber daya. Pemanfaatannya untuk memproduksi dan mengonsumsi industri ini sesuai dengan nilai syariah, sehingga proses dan penggunaan barang dan jasa di dalamnya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada konsumen dan produsen.

Lebih jauh lagi, dalam konteks kenegaraan, ekonomi yang makmur dimulai dengan pertumbuhan industri halal yang pesat. Semua lapisan masyarakat menikmatinya, sehingga bisa mendorong kegiatan ekspor di sektor ini. Secara bersamaan industri itu juga mengurangi ketergantung impor. Dengan demikian masalah defisit transaksi berjalan bisa dikurangi dan kemakmuran terwujud.

Madani

Secara teori, masyarakat madani adalah manifestasi nilai-nilai masyarakat ke dalam kehidupan berekonomi yang menjadi nilai bersama. Ekonomi dan masyarakat madani merupakan ciri sekaligus tujuan ekonomi Islam. Kegagalan ekonomi konvensional adalah karena masyarakat madani tak mampu menggerakkan nilai ekonomi sesuai dengan perubahan zaman dan prinsip yang luhur. Mereka mempunyai tingkat peradaban dan dapat merubah kehidupannya dengan cara membangun, menjalani, dan memaknai kehidupannya sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Kegiatan industri halal yang madani digerakkan oleh masyarakat dengan tingkat literasi dan kesadaran tinggi, sehingga meningkatkan kesejahteraan. Hal ini ditandai dengan perbaikan rasio gini dan berkurangnya ketimpangan ekonomi masyarakat. Madani dari perspektif ini berorientasi pada stabilitas kehidupan ekonomi masyarakat dengan memegang teguh nilai-nilai dan prinsip yang sesuai dengan ajaran Islam.

Indonesia dengan mayoritas penduduk beragama Islam sangat memungkinkan untuk mempunyai kegiatan ekonomi yang dimobilisasi oleh masyarakat madani. Dengan demikian, Indonesia dengan visi ekonomi madani adalah manifestasi nilai-nilai agama ke dalam kegiatan ekonomi.

2. Target capaian dan indikator utama

Dengan visi Indonesia yang mandiri, makmur dan madani dengan menjadi pusat ekonomi dan keuangan syariah terkemuka dunia, terdapat empat target capaian utama yang direkomendasikan dalam Masterplan ini, yaitu (1) peningkatan skala usaha ekonomi syariah; (2) peningkatan peringkat dalam *Islamic Economic Index* global dan nasional; (3) peningkatan kemandirian ekonomi; dan (4) peningkatan indeks kesejahteraan. Masing-masing target capaian tersebut memiliki paling kurang satu indikator utama. Selain itu, target capaian utama tersebut juga memiliki koneksi dengan strategi utama dan *quick wins* kebijakan yang direkomendasikan dalam laporan ini.

Berikut adalah penjelasan dari masing-masing target capaian utama dan indikator untuk target utama tersebut.

a. Peningkatan skala usaha ekonomi syariah

Peningkatan skala usaha ekonomi syariah merupakan target utama yang terkait langsung dengan semua pilar dalam visi pengembangan ekonomi syariah di Indonesia. Peningkatan skala usaha ini merupakan prasyarat untuk mengembangkan ekonomi syariah nasional, sehingga kemudian bisa berkembang menjadi pusat ekonomi syariah terkemuka dunia. Dengan menjadi



pusat ekonomi syariah terkemuka dunia, diharapkan masyarakat yang mandiri, makmur dan madani bisa terwujud di Indonesia.

Terdapat dua indikator utama untuk target capaian ini, yaitu:

- Peningkatan skala usaha di bidang ekonomi syariah (produksi dan aset) sebesar 100% (atau menjadi dua kali lipat kondisi saat ini) dalam lima tahun ke depan.

Saat ini, skala usaha di bidang ekonomi syariah di Indonesia – baik dari sisi produksi maupun asset – masih belum didefinisikan secara jelas dan belum bisa diukur secara spesifik. Akan tetapi, dari beberapa indikator (seperti daftar produk non-halal dan daftar investasi negatif), dapat dilihat bahwa potensi pengembangannya sangat besar. Sehingga dengan berbagai strategi akselerasi pengembangan ekonomi syariah yang diusulkan, khususnya di sektor industri halal, diharapkan produksi dan aset sektor ini bisa meningkat



sebesar 100 persen atau menjadi dua kali lipat kondisi saat ini dalam lima tahun ke depan.

- Kenaikan pangsa pasar keuangan syariah menjadi 20 persen dalam lima tahun ke depan.

Hingga akhir tahun 2018, *market share* keuangan syariah di Indonesia baru baru mencapai 8.58 persen. Padahal, potensi pengembangannya masih sangat besar. Oleh karenanya, dengan berbagai strategi akselerasi pengembangan ekonomi syariah yang diusulkan, pangsa pasar keuangan syariah diharapkan bisa meningkat menjadi 20 persen dalam lima tahun ke depan.

b. Peningkatan peringkat dalam *Islamic Economic Index* global dan nasional

Untuk mencapai tujuan menjadi pusat ekonomi syariah terkemuka dunia, Indonesia harus menunjukkan peningkatan dalam berbagai rangking global terkait ekonomi syariah. Tidak hanya itu, mengingat tujuan akhir pengembangan ekonomi

syariah adalah masyarakat yang mandiri, makmur, dan madani dalam kerangka negara kesatuan Republik Indonesia, maka peningkatan indeks nasional yang relevan juga menjadi tujuan.

Ada dua indikator utama untuk target capaian ini, yaitu:

- Masuk ke dalam peringkat lima besar *Global Islamic Economic Index* (GIEI) dalam lima tahun ke depan.

Global Islamic Economy Index (GIEI) merupakan indikator global yang paling sering digunakan untuk mengukur perkembangan ekonomi syariah global. Ini adalah indeks tertimbang komposit yang dibentuk dari rata-rata tertimbang (*equal weighted average*) empat kategori pengembangan ekonomi syariah – yaitu pangsa pasar, tata kelola, kesadaran dan pertimbangan/aspek sosial– yang disusun dari berbagai indikator dan mencakup enam sektor ekonomi syariah di 73 negara Islam. Berdasarkan hasil agregat GIEI 2018, Indonesia

baru berada di 10 besar peringkat dunia (bersama dengan Yordania), walaupun secara parsial Indonesia mendapatkan rangking yang bervariasi dalam berbagai sektor ekonomi dan keuangan syariah. Sehingga, kenaikan peringkat sangat mungkin terjadi jika didukung oleh strategi dan kebijakan yang tepat. Dalam hal ini, Indonesia diharapkan bisa masuk ke dalam peringkat lima besar di GIEI pada lima tahun ke depan.

- Mencapai kinerja memuaskan dalam indeks ekonomi dan keuangan syariah nasional dalam lima tahun ke depan.

Selain *Global Islamic Economy Index*, perlu dikembangkan juga indikator atau indeks nasional yang sesuai dengan tujuan mencapai Indonesia yang mandiri, makmur dan madani melalui pengembangan ekonomi syariah. Indikator ini harus sejalan juga dengan visi pemerintah Indonesia 2045 serta Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN). Dalam lima tahun ke depan, Indonesia diharapkan mencapai kinerja memuaskan dalam indeks ekonomi syariah nasional.

c. Peningkatan kemandirian ekonomi

Kemandirian ekonomi merupakan salah satu tujuan utama dalam pembangunan Indonesia. Hal ini menjadi semakin relevan. Krisis dan turbulensi ekonomi global mempengaruhi kondisi ekonomi Indonesia dan memicu terjadinya kondisi-kondisi seperti defisit transaksi berjalan dan depresiasi nilai tukar yang cukup besar. Padahal, kemandirian ekonomi berperan besar dalam mendorong terwujudnya visi masyarakat yang adil, sejahtera, dan madani, secara berkelanjutan.

Terdapat dua indikator utama untuk target capaian ini, yaitu:

- Peningkatan kontribusi atau share ekspor industri halal terhadap PDB Indonesia sebesar 100 persen (atau menjadi dua kali lipat kondisi saat ini) dalam 10 tahun ke depan.

Peningkatan share ekspor industri halal merupakan indikator yang sangat penting, karena secara langsung menunjukkan kontribusi

ekonomi syariah terhadap perekonomian Indonesia sekaligus menunjukkan peningkatan kemandirian ekonomi yang diharapkan dari ekonomi syariah. Selain itu, peningkatan share ekspor industri halal juga akan berkontribusi langsung untuk meningkatkan peringkat Indonesia dalam indeks ekonomi syariah global seperti GIEI. Berbagai strategi dan kebijakan diharapkan meningkatkan share ekspor industri halal terhadap PDB Indonesia sebesar 100 persen atau menjadi dua kali lipat kondisi saat ini dalam 10 tahun ke depan.

- Peningkatan swasembada pangan dan energi melalui penurunan share impor industri strategis tersebut sebesar 25 persen dalam 10 tahun ke depan.

Swasembada pangan dan energi dapat dilihat sebagai sektor strategis yang sangat menentukan dalam pembangunan dan kemandirian ekonomi Indonesia. Oleh karenanya, peningkatan swasembada pangan dan energi yang ditandai dengan penurunan impor pangan dan energi dipilih sebagai salah satu indikator kemandirian ekonomi. Dengan berbagai strategi dan kebijakan swasembada pangan dan energi dapat terwujud dalam waktu 10 tahun ke depan. Realisasinya dengan cara mengurangi share impor industri strategis tersebut sebesar 25 persen dari kondisi saat ini.

d. Peningkatan indeks kesejahteraan

Peningkatan kesejahteraan, dalam berbagai dimensinya, merupakan tujuan akhir pembangunan nasional Indonesia. Peningkatan ini juga merupakan tujuan dari syariat Islam (*maqasid syariah*). Akan tetapi, pada saat ini, kesejahteraan masih diukur dengan metode konvensional yang tidak selalu sejalan dengan *maqasid syariah*. Oleh karenanya, dipandang perlu untuk mengembangkan indeks *maqasid Syariah* baik secara nasional maupun global. Sehingga, indikator utama dalam target capaian utama ini adalah: (i) pengembangan indeks *maqasid syariah* baik nasional maupun global; dan (ii) peningkatan kesejahteraan dengan menggunakan ukuran-ukuran tersebut. Ke depan,



inisitif ini diharapkan bisa mendorong penggunaan indeks kesejahteraan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dalam mengevaluasi peningkatan kesejahteraan khususnya di negara-negara Islam.

Selanjutnya, target capaian dan indikator utama tersebut diharapkan terlaksana secara bertahap, sebagaimana diringkaskan dalam tabel berikut.

Tabel 2.1
KPI Strategi/Capaian Utama

No	Capaian Utama	Base Line (2018)	2019-2020	2021	2022	2023	2024
1	Peningkatan skala usaha ekonomi syariah						
	a. Peningkatan skala usaha di bidang ekonomi dan keuangan syariah sebesar 100 persen (atau dua kali lipat kondisi saat ini) dalam 5 tahun ke depan.	Belum ada pengukuran skala usaha ekonomi syariah yang spesifik dan menjadi acuan nasional	Kajian pengukuran skala usaha ekonomi syariah				
	b. Kenaikan <i>market share</i> keuangan syariah menjadi 20 persen dalam 5 tahun ke depan.	8.58%	9%	10%	15%	17.50%	20%
2	Peningkatan peringkat Islamic Economic Index						
	a. Masuk ke dalam peringkat 5 besar di Global Islamic Economy Index (GIEI) dalam 5 tahun ke depan.	Peringkat 10 besar (bersama Jordan)	Peringkat 9	Peringkat 8	Peringkat 7	Peringkat 6	Peringkat 5
	b. Mencapai kinerja memuaskan dalam Indeks Ekonomi dan Keuangan Syariah Nasional dalam 5 tahun kedepan.	Belum ada Indeks Ekonomi Syariah Nasional	Penyusunan Indeks Ekonomi Syariah Nasional				
3	Peningkatan kemandirian ekonomi						
	a. Peningkatan share ekspor industri halal terhadap PDB Indonesia sebesar 100 persen (menjadi dua kali lipat kondisi saat ini) dalam 10 tahun ke depan.	Belum ada pengukuran terhadap komponen industri halal dalam PDB Indonesia (PDB Syariah)	Kajian Perhitungan PDB Syariah				
	b. Peningkatan swasembada pangan dan energi melalui penurunan <i>share</i> impor industri strategis sebesar 25 persen dalam sepuluh tahun ke depan.	Belum ada pengukuran yang spesifik	Kajian kontribusi sektor pangan dan energi terhadap PDB				
4	Perbaikan indeks kesejahteraan						
	a. Membangun Indeks maqasid syariah nasional dan internasional	Belum ada Indeks maqasid syariah nasional dan internasional	Kajian penyusunan Indeks maqasid syariah nasional dan internasional				
	b. Meningkatkan skor/kinerja dalam indeks maqasid syariah nasional dan internasional						



Strategi Utama

Kerangka Masterplan ini merekomendasikan empat strategi utama untuk mengembangkan ekonomi syariah di Tanah Air untuk mewujudkan Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah dunia. Pertama, penguatan rantai nilai halal (*halal value chain/ HVC*) dengan fokus pada sektor atau klaster yang dinilai potensial dan berdaya saing tinggi. Kedua, penguatan sektor keuangan syariah, yang rencana induknya sudah dituangkan dalam Masterplan Keuangan Syariah Indonesia (MAKSI) dan disempurnakan dalam rencana induk ini.

Ketiga, penguatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sebagai penggerak utama rantai nilai halal. Terakhir, pemanfaatan dan penguatan platform ekonomi digital dalam hal perdagangan (*e-commerce, market place*) dan keuangan (teknologi finansial/tekfin) yang diharapkan bisa mendorong dan mengakselerasi pencapaian strategi lainnya. Strategi-strategi ini selanjutnya dijabarkan dalam berbagai program kerja utama dan diperkuat dengan strategi dasar terkait ekosistem ekonomi syariah di Indonesia.

1. Penguatan rantai nilai halal

Strategi utama dalam Masterplan ini adalah memperkuat seluruh rantai nilai industri halal di Indonesia, dari hulu ke hilir. Ini dilakukan untuk semua kluster yang menjadi prioritas dan diukur dalam peringkat *Global Islamic Economy Report*, dan untuk klaster/aspek yang diperlukan oleh perekonomian nasional. Seperti energi terbarukan atau jaminan sosial. Strategi utama untuk menguatkan rantai nilai halal di Indonesia dilakukan melalui lima program utama:

1. Membangun *halal hub* di berbagai daerah sesuai dengan keunggulan komparatif (*comparative advantage*) masing-masing daerah unggulan.
2. Mengembangkan standar halal yang efektif dan diterima di seluruh dunia.

3. Kampanye gaya hidup halal.
4. Program insentif bagi pemain lokal dan global untuk berinvestasi dalam mendukung perkembangan industri rantai nilai halal (mulai dari bahan baku, produksi, distribusi dan promosi).
5. Membangun pusat halal internasional untuk memperkuat kerja sama antarnegara.

2. Penguatan sektor keuangan syariah

Penguatan Sektor Keuangan Syariah merupakan pengembangan dari implementasi Masterplan Keuangan Syariah Indonesia (MAKSI) dan dilaksanakan sebagai bagian tak terpisahkan antara program kerja MAKSI dan Masterplan ini. Sasaran strategi utama kedua ini adalah memastikan sektor keuangan syariah bisa menjadi pendorong utama bagi rantai nilai halal atau industri halal Tanah Air. Dalam waktu bersamaan, strategi ini juga ingin meningkatkan volume usaha perbankan dan keuangan syariah dengan *exposure* yang lebih luas ke sektor produksi halal. Program utama untuk melaksanakan strategi ini adalah sebagai berikut:

1. Membangun *national halal fund* untuk mendukung pertumbuhan industri halal dan mempercepat tumbuhnya sentra produksi halal berorientasi ekspor.
2. Membangun *Islamic Inclusive Financial Services Board (IIFSB)* yang berpusat di Indonesia sebagai pusat pengembangan keuangan sosial Islam secara global
3. Integrasi sektor ZISWAF, fiskal, dan komersial untuk meningkatkanjangkauan dan inklusivitasnya dalam melayani seluruh segmen produksi
4. Pengembangan kerangka kerja dan Indikator bagi kebijakan moneter, makroprudensial, dan makroekonomi.
5. Pembentukan Bank BUMN Syariah.



3. Penguatan usaha mikro, kecil dan menengah

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi terbesar di Indonesia dalam kuantitas, meski secara individu skala ekonomi pelaku sangat kecil UMKM. Selain itu UMKM juga menyerap lebih dari 80 persen tenaga kerja nasional, sehingga sektor ini mempunyai daya ungkit yang besar dalam memperkuat rantai nilai halal. UMKM juga merupakan pelaku usaha terbesar dalam rantai nilai halal, sehingga penguatan sektor UMKM akan secara langsung memperkuat industri halal dan mendorong pencapaian indikator atau capaian utama, baik pemerataan, kesejahteraan (*welfare effect*), dan juga kemandirian ekonomi bangsa. Untuk itu, strategi utama untuk menguatkan UMKM dilakukan melalui empat program utama:

1. Pembentukan program edukasi untuk usaha mikro.
2. Fasilitas pembiayaan terintegrasi untuk UMKM.
3. Pembangunan *database* UMKM.
4. Pembentukan program literasi UMKM.

4. Pemanfaatan dan penguatan ekonomi digital

Industri halal global merupakan bagian dari rantai nilai berbagai industri utama dunia: yaitu pangan, fesyen, dan farmasi. Semua industri ini merupakan sektor yang sangat kompetitif dan menjadi andalan banyak perusahaan multinasional. Untuk meningkatkan daya saing dan daya tahan dari persaingan global ini, industri halal nasional harus mengadopsi strategi digital baik dari sisi pembiayaan maupun pemasaran. Ekonomi dan platform digital juga bisa memperkuat beberapa strategi atau sasaran sekaligus, termasuk UMKM, rantai nilai halal, dan juga capaian skala produksi dan ranking dalam laporan global. Oleh karenanya, program utama yang disusun adalah sebagai berikut:

1. Halal *market place* dan sistem pembiayaan syariah.
2. Pembentukan fasilitas inkubator yang dapat memfasilitasi pertumbuhan perusahaan *startup* yang dapat memperkuat rantai nilai halal nasional dan memiliki cakupan global.
3. Sistem informasi yang terintegrasi untuk *traceability* produk halal.



Strategi Dasar Ekosistem

Sebagai prasyarat terwujudnya halal Value Chain yang dapat menjadi komponen penting dalam mendorong perkembangan ekonomi syariah dan perekonomian nasional, ekosistem yang baik, integratif dan efisien sangat penting untuk dikembangkan. Ekosistem yang dimaksud adalah sistem yang menyambungkan rantai nilai halal secara menyeluruh. Ekosistem tersebut juga harus mampu menghubungkan seluruh komponen inti dan pendukung industri halal dari hulu ke hilir.

Di samping pelaku inti atau dunia usaha dari berbagai klaster yang sudah dibahas sebelumnya, bagian yang juga penting dalam ekosistem ekonomi syariah ini adalah sistem pendukung yang terdiri dari literasi (terkait dengan pengetahuan, kesadaran dan edukasi publik), sumber daya manusia, riset dan pengembangan, serta fatwa, regulasi dan tata kelola. Seluruh fungsi ini sangat krusial dalam meningkatkan kapasitas dan skala ekonomi syariah dan industri halal nasional, sehingga pada akhirnya mampu mewujudkan visi menjadikan Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah dunia.

a. Literasi, sumber daya manusia, riset dan pengembangan

Literasi (kesadaran dan edukasi publik), sumber daya manusia (SDM) serta riset dan pengembangan (research and development/R&D) merupakan bagian penting dalam ekosistem dan strategi dasar pengembangan ekonomi syariah di Indonesia. Kesiapan SDM merupakan salah satu modal dasar menghadapi perkembangan ekonomi global dan visi pengembangan ekonomi syariah di Indonesia.

Pada hakikatnya, SDM yang baik berawal dari literasi dan kesadaran mengenai konsep dan/atau suatu tujuan bersama. SDM tersebut juga harus memiliki kemauan untuk terus bersaing dan berinovasi melalui riset dan pengembangan. Hal

ini menunjukkan urgensi sisi literasi, SDM dan R&D sebab pengembangan ekonomi syariah melalui industri riil halal tidak bisa berdiri sendiri tanpa sumber daya manusia yang berkompeten.

Untuk mewujudkan ekosistem yang kondusif tersebut, ada beberapa strategi utama yang direkomendasikan, antara lain:

1. Peningkatan efektivitas literasi publik.
2. Penguatan *database* terkait literasi, pendidikan dan R&D ekonomi syariah.
3. Peningkatan efektivitas keterlibatan pelaku ekonomi syariah, baik dalam kegiatan literasi, pendidikan maupun R&D.
4. Peningkatan kuantitas dan kualitas SDM dan R&D ekonomi syariah, baik di lembaga pendidikan, lembaga sosial-keagamaan maupun lembaga ekonomi dan keuangan syariah.
5. Penguatan R&D di masing-masing sektor dengan pendekatan yang lebih komprehensif dan multiperspektif.

b. Fatwa, regulasi dan tata kelola

Dukungan fatwa, regulasi, serta tata kelola kelembagaan yang andal (*reliable*) adalah salah satu faktor kunci mewujudkan visi menjadi pusat ekonomi dan keuangan syariah dunia. Kepastian hukum, proses yang mudah, serta tata kelola yang baik merupakan faktor yang dimiliki semua negara yang dijadikan acuan (*good practice*) dalam penyusunan Masterplan ini. Kelengkapan regulasi dan kepastian hukum masih menjadi kendala utama dalam pengembangan industri halal khususnya, dan ekonomi syariah pada umumnya.

Dari berbagai sektor utama ekonomi halal, hanya keuangan syariah yang sudah dilengkapi dengan berbagai ketentuan hukum, fatwa, dan mekanisme penyelesaian masalah (*dispute resolution*). Sementara industri halal lainnya masih



mengandalkan beberapa fatwa tentang makanan halal, hotel syariah, serta perangkat hukum lain yang relevan.

Beberapa daerah, seperti Aceh dan Nusa Tenggara Barat, juga mempunyai Peraturan Daerah tentang pariwisata halal. Namun ini adalah kekhususan dan tidak berlaku untuk sebagian besar wilayah di Indonesia. Untuk itu, langkah yang harus segera diambil adalah memastikan semua perangkat hukum yang ada dapat disiapkan untuk mendukung pengembangan rantai nilai halal nasional.

Dengan perspektif ini, Masterplan ini merekomendasikan strategi utama sebagai berikut:

1. Penyusunan regulasi induk ekonomi syariah.
2. Pengupayaan terwujudnya fatwa ekonomi

syariah yang mencakup kebutuhan pasar keuangan syariah, dari institusi yang kredibel dan profesional di bawah payung hukum yang jelas.

3. Pengembangan standar dan sertifikasi produk halal.
4. Perbaikan regulasi sektoral untuk institusi ekonomi syariah, yang antara lain mencakup regulasi perbankan syariah, industri keuangan non-bank (IKNB) syariah, lembaga filantropi Islam, dan industri halal.
5. Penciptaan kerangka hukum yang membangun hubungan antara pembiayaan industri halal dan lembaga keuangan.

3

Penguatan Rantai Nilai Halal



Lambang halal sudah menjadi standar dan barometer dunia yang menentukan kualitas produk. Oleh karena itu, saat ini halal telah menjadi fenomena universal yang diapresiasi berbagai bangsa





Sebagai negara berpenduduk mayoritas Muslim, Indonesia sudah seharusnya menjadi sentra perkembangan ekonomi syariah di dunia. Potensi menuju ke sana sudah ada, mulai dari sertifikasi halal, kepedulian terhadap produk ramah Muslim, pelayanan yang memudahkan Muslim menjalankan keyakinannya, dan banyak lagi.

Strategi untuk mencapai visi Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah terkemuka dunia adalah penguatan rantai nilai halal (halal value chain). Di dalamnya terdapat sejumlah industri yang berkaitan dengan kebutuhan masyarakat Muslim yang terbagi menjad beberpa klaster berikut ini.

1. Makanan dan minuman halal

Dua hal tersebut merupakan kebutuhan dasar setiap insan. Bagi Muslim, makanan dan minuman halal adalah keharusan, karena konsumsi keduanya menggambarkan ketakutan kepada Sang Pencipta.

Alquran, seperti dalam Surat An-Nahl (16): 114, menyebutkan keharusan mengonsumsi makanan dan minuman yang halal dan baik. Konsumsi dua hal tadi yang mengandung dua nilai tadi akan mempengaruhi kualitas nutrisi dan kejernihan hati yang menentukan sikap.

Makanan halal di negeri ini berlimpah ruah, terutama di daerah yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Aneka hidangan khas Nusantara, seperti rendang, gulai, sayuran, dan sajian yang dipanggang, tersedia dengan berbagai kelezatan yang luar biasa. Sumatera Barat menawarkan kelezatan sajian tersebut. Daerah lain juga punya kekhasan aneka hidangan yang menggugah selera, sehingga menjadi daya tarik masyarakat dunia untuk datang ke Indonesia.

2. Pariwisata halal

Hal satu ini menjadi daya tarik berbagai negara di dunia. Mesi bukan mayoritas Muslim, seperti sejumlah negara di Eropa, mereka kini mengembangkan pariwisata halal. Ini adalah genre turisme yang ramah Muslim. Hal tersebut mencakup destinasi ramah Muslim, yaitu ada kandungan sejarah atau nilai Islam di dalamnya, seperti al-Hambra di Granada, dan berbagai situs warisan dinasti Islam di sana. Lainnya adalah pelayanan yang ramah Muslim, seperti hotel yang menyediakan perangkat alat shalat, arah kiblat, Alquran, dan tentu saja makanan halal.

Indonesia sudah mengembangkan pariwisata semacam ini. Kawasan wisata halal di negeri ini berkembang pesat di Nusa Tenggara Barat (NTB) misalnya. Di sana terdapat kawasan ekonomi khusus (KEK) Mandalika, yang memamerkan keindahan pesisirnya.

3. Fesyen Muslim

Busana Muslim menjadi daya tarik para perancang dan umat Islam di berbagai belahan dunia. Mereka menginginkan gaya elegan yang mempercantik penampilan, sehingga menambah percaya diri.

Indonesia kini menjadi acuan perkembangan hal tersebut. Sejumlah perancang busana Muslim lahir dan tumbuh di negeri ini. Komunitas hijab juga bermunculan sebagai perkumpulan yang memperhatikan dan mengonsumsi berbagai busana Muslim terbaru.

Tren ini menjadi ajang silaturahim yang mempererat persaudaraan dan melahirkan gagasan dan gerakan yang mendukung perkembangan tren busana Muslim dunia. Interaksi mereka berlangsung secara tatap muka dan juga daring melalui media sosial.



4. Media dan rekreasi halal.

Industri kreatif bernuansa Muslim menjadi daya tarik masyarakat Indonesia. Di antaranya adalah karya kreatif berupa film dan animasi yang bermula dari novel. Contohnya adalah Ayat-Ayat Cinta. Awalnya adalah karya fiksi yang ditulis Habiburrahman Syirazi. Kemudian dikembangkan menjadi film yang tayang di layar lebar dan menyedot perhatian masyarakat nasional.

Berbagai sinetron juga memasukkan nilai-nilai Islam dalam sejumlah adegannya, sehingga menunjukkan kedekatan produk tersebut dengan mayoritas penduduk di negeri ini yang memeluk Islam.

5. Farmasi dan kosmetik halal

Produk obat-obatan dan kosmetik kini semakin menjadi daya tarik jika berlabel halal. Muslim Indonesia enggan mengonsumsi dua produk itu jika di dalamnya terdapat kandungan zat yang tidak halal.

Hal ini terlihat jelas pada sikap umat Islam terhadap vaksin meningitis beberapa tahun lalu. Ketika terdengar bahwa vaksin itu mengandung unsur babi, maka mereka ramai-ramai menolaknya. Majelis Ulama Indonesia kemudian meneliti seperti apa kandungan vaksin tersebut, dan pada akhirnya memberikan label halal. Muslim yang hendak melaksanakan umrah dan haji mengonsumsi komoditas tadi.

6. Energi terbarukan

Energi fosil akan semakin berkurang, karena konsumsi yang semakin bertambah. Energi terbarukan menjadi alternatif kebutuhan dunia sehingga mobilitas masyarakat tetap tinggi. Energi ini berasal dari tumbuhan dan rekayasa saintifik yang dikembangkan para ilmuwan.

Selanjutnya akan dijelaskan mengenai kondisi global dan nasional masing-masing klaster, tantangan dan hambatan yang dihadapi dan strategi utama serta program-program rencana aksi yang diusulkan.



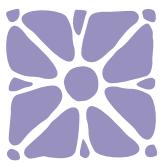


Klaster Makanan dan Minuman Halal

Industri makanan dan minuman mencakup serangkaian kegiatan industri yang mengarah pada pengolahan, konversi, persiapan, pengawetan dan pengemasan bahan makanan. Industri makanan saat ini telah terdiversifikasi. Mulai dari manufaktur kecil, tradisional, usaha keluarga padat karya, serta industri olahan besar yang memiliki modal-intensif tinggi dan proses mekanik (Parmeggiani, 1984). Industri ini memainkan peran penting dalam rantai makanan global dengan mengubah komoditas pertanian menjadi produk akhir yang memenuhi beragam kebutuhan konsumen.

Isu kehalalan suatu produk dan jasa akan selalu melekat pada konsumen Muslim. Dalam Alquran, kata-kata halal adalah istilah umum yang mengacu pada kategori dibolehkan. Sedangkan haram berarti dilarang berdasarkan Hukum Islam (Lowry, 2006). Produk halal tersebar di beberapa industri, termasuk bahan makanan, kosmetik, fesyen, dan perawatan kesehatan. Namun, sensitivitas halal akan meningkat ketika menyangkut hal-hal yang berhubungan dengan makanan. Ruang lingkup makanan halal mencakup daging, unggas, manisan, makanan kaleng dan beku, susu, roti, makanan organik, produk herbal, serta minuman.

Halal ditafsirkan lebih luas. Tidak hanya dibolehkan, tapi juga sehat sehingga layak dikonsumsi. Bagi konsumen Muslim, makanan halal adalah produk yang telah melalui proses sertifikasi halal. Hal itu ditandai dengan pencantuman lambang halal pada kemasan. Bagi Muslim, lambang halal menandakan produk tersebut memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh hukum syariah sehingga layak dikonsumsi. Sedangkan untuk non-Muslim, logo halal mewakili simbol kebersihan, kualitas, kemurnian dan keamanan (Ambali dan Bakar, 2012). Lambang itu kini sudah menjadi standar dan barometer dunia yang menentukan kualitas produk. Oleh karena itu, saat ini halal telah menjadi fenomena universal yang diapresiasi berbagai bangsa. (Nawai, Nooh, Dali dan Mohammad, 2007: p.19-44).



Kondisi global dan nasional Klaster makanan dan minuman halal

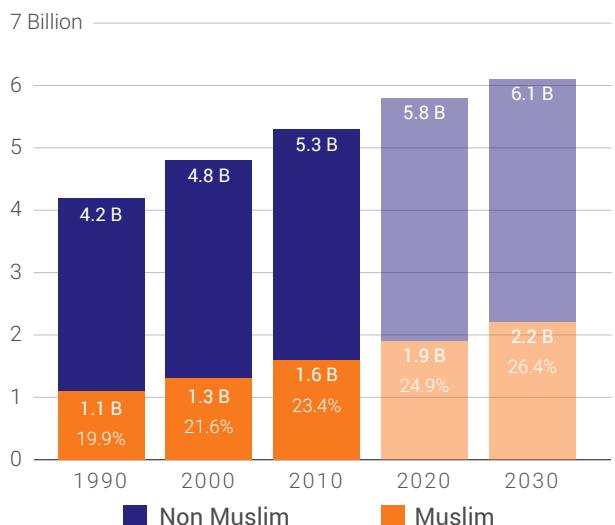
Islam saat ini adalah agama dengan jumlah populasi terbesar kedua di dunia, setelah Kristen. Berdasarkan laporan Pew Research Center Forum on Religion & Public Life (2017), populasi Muslim dunia diperkirakan akan meningkat sekitar 35 persen dalam 20 tahun mendatang, naik dari 1,6 miliar pada 2010 menjadi 2,2 miliar pada 2030 (lihat Gambar 1). Di sisi lain, Surkes (2017) menyebutkan bahwa antara 2010 dan 2050 penduduk Muslim memiliki tingkat pertumbuhan yang diproyeksikan sekitar 73 persen. Pertumbuhannya akan lebih cepat daripada rata-rata pertumbuhan populasi global sebesar 37 persen. Jika tingkat pertumbuhan ini berlanjut hingga tahun 2050, populasi Muslim Global akan menandingi Kristen pada 2060.

Sejalan dengan pertumbuhan populasi Muslim, permintaan untuk komoditas halal terus meningkat. Data Global Islamic Economy Report 2018/2019 menyebutkan bahwa makanan dan minuman memegang saham terbesar di global halal industry. Nilainya USD 1,303 miliar. Makanan dan minuman halal diproyeksikan akan tumbuh mencapai USD 1,863 miliar pada tahun 2023.

Grafik 3.1.1

The Future of Global Moslem Population

Sumber: Pew Research Centre, 2011



Terdapat beberapa kondisi yang dapat memperluas peluang industri makanan halal untuk menjadi kekuatan utama pasar dalam waktu dekat. Elasrag (2016) berpendapat bahwa peningkatan besar populasi muslim dan daya beli Muslim akan membawa banyak peluang pada masa depan industri halal global. Kondisi lain adalah meningkatnya kesadaran di kalangan umat Islam untuk hanya mengonsumsi makanan halal. Lainnya adalah tren mengonsumsi produk makanan halal oleh konsumen non-muslim akan berkembang untuk alasan etis dan keamanan.

Peluang besar pasar halal telah diambil oleh beberapa negara di dunia, baik Muslim maupun non-Muslim. Negara-negara Muslim bersaing satu sama lain untuk menjadi hub halal. Malaysia, Indonesia, dan Pakistan bercita-cita untuk menjadi hub halal dan bekerja secara agresif untuk menjadi pemain kunci dalam memproduksi makanan halal (Mohamad & Backhouse, 2014). Kemudian Turki sudah mempromosikan diri sebagai pintu gerbang halal ke Eropa dan memiliki standar dan sertifikasi halalnya sendiri (Ibrahim, 2009).

Di sisi lain, ada banyak negara dengan populasi Muslim yang kecil tertarik untuk ikut berkompetisi dan mengambil keuntungan dari pasar makanan halal. Mereka adalah Singapura, Selandia Baru, dan Afrika Selatan yang ingin menjadi pemain penting di pasar halal global (Riaz dan Chaudry, 2003). Selandia Baru menyumbang 40 persen pasar daging domba dunia. Sebanyak 95 persen dari semua ekspor domba Selandia Baru merupakan daging halal. Sedangkan produksi non-halal sedang dihapuskan. Kemudian Brasil telah menargetkan menjadi pengekspor daging dan unggas kedua terbesar di dunia untuk negara-negara mayoritas Muslim setelah Australia. Sementara Prancis telah menjadi eksportir ayam potong halal (Ibrahim, 2009).



Akhir-akhir ini makanan halal dianggap sebagai pasar yang sangat berkembang, paling menguntungkan, dan berpengaruh dalam dunia bisnis makanan. Dia menjadi sektor inti yang secara struktural dipengaruhi oleh nilai-nilai Islam, sehingga mendorong gaya hidup dan praktik bisnis konsumen (Shikoh, 2015). Pasar potensial untuk makanan halal tidak hanya tumbuh di negara-negara Muslim, tetapi juga Non-Muslim.

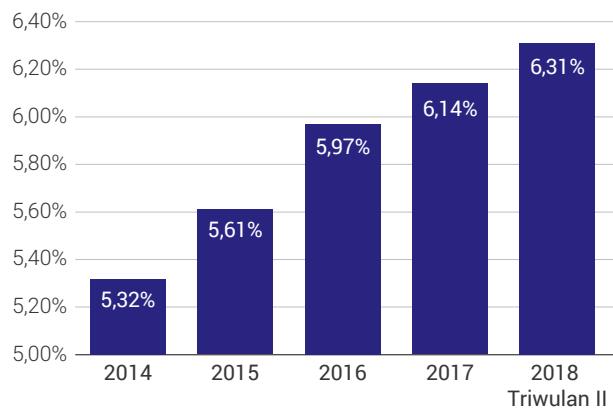
Menurut US Halal Association (Dasgupta, 2011), Muslim AS memiliki daya beli sekitar USD 200 miliar atau USD 25.000 per kapita dan menjadi konsumen untuk 16 persen (USD 32 miliar) daging halal di pasar Kosher karena terbatasnya produk halal yang tersedia secara lokal. Sementara di Inggris, tingkat pertumbuhan pasar halal adalah 15 persen, lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat pertumbuhan nasional yang hanya sebesar 1 persen.

Perkembangan klaster makanan dan minuman halal di Indonesia

Industri makanan Indonesia telah berkembang pesat dengan aneka produk, sebagaimana keragaman budaya Indonesia yang kaya dengan berbagai jenis makanan olahan dan cita rasa. Sektor agrikultur adalah industri yang berkembang, karena Indonesia ingin memperkuat produksi pertaniannya dengan penekanan pada peningkatan produksi dan perdagangan makanan. Dalam rantai nilai makanan halal, produk pertanian merupakan supplier yang berada pada sisi hulu dari rantai nilai makanan halal. Hal ini menjadi kunci dasar pengolahan makanan menjadi produk jadi yang siap dikonsumsi.

Selama kurun waktu lima tahun terakhir, sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan, berkontribusi sebesar 13,63 persen terhadap produk domestik bruto (PDB). Sebagian produk dan jasa berasal dari subsektor pertanian, peternakan, perburuan, dan jasa pertanian yaitu 10,4 persen dari total PDB pada triwulan II-2018.

Grafik 3.1.2
Kontribusi Industri Pengolahan Makanan dan Minuman Terhadap PDB 2014-2018 (%)
Sumber: BPS (2018)



Pada periode yang sama, perikanan menyumbang 2,57 persen, serta kehutanan dan pengolahan kayu sebesar 0,67 persen dari total PDB. Subsektor pertanian, peternakan, perburuan, dan jasa pertanian didominasi oleh produk tanaman perkebunan dan tanaman pangan. Oleh karena itu, pembangunan sektor pertanian melalui dukungan pendanaan serta program peningkatan produktivitas merupakan modal untuk ekspansi industri makanan halal.

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa sektor pengolahan berkontribusi sebesar 20,16 persen dari total PDB Indonesia yang mencapai Rp 13.588,8 triliun pada tahun 2017. Industri makanan dan minuman masih menjadi salah satu sektor dalam industri pengolahan yang menjadi andalan. Peran penting sektor strategis ini terlihat dari kontribusinya yang konsisten dan signifikan terhadap produk domestik bruto industri non-migas serta peningkatan realisasi investasi. Meski industri pada tahun lalu hanya tumbuh 4,27 persen, lebih rendah dari pertumbuhan PDB nasional sebesar 5,07 persen, kontribusi sektor pengolahan makanan dan minuman terus menunjukkan tren positif selama 5 tahun terakhir.

Di samping itu, industri makanan dan minuman nasional semakin kompetitif karena jumlahnya semakin banyak. Tidak hanya meliputi perusahaan skala besar, tetapi juga industri kecil dan menengah yang telah menjangkau tingkat kabupaten. Namun, menurut laporan LPPOM MUI, Indonesia adalah negara pengimpor pangan halal terbesar ke-4 di dunia. Belum menjadi pemain utama dalam industri makanan halal secara keseluruhan. Yang memimpin pasar makanan halal di Indonesia adalah Industri besar (GIEI, 2018/19).

Tabel 3.1
Jumlah Produk Sertifikasi Halal LPPOM

Sumber: LPPOM MUI (2017)

Tahun	Jumlah Perusahaan	Jumlah Sh	Jumlah Produk
2012	626	653	19830
2013	913	1092	34634
2014	960	1310	40684
2015	1052	1404	46260
2016	1335	1789	65594
Okt - 2017	1169	1516	52982
TOTAL	6055	7764	259984

Otoritas sertifikasi Halal di Indonesia sepenuhnya ditangani oleh LPPOM - Majelis Ulama Indonesia, Namun berdasarkan UU No 34 2014 akan diserahkan kepada BPJPH di bawah Kementerian Agama. Logo Halal MUI sudah dikenal di seluruh dunia dan diakui oleh berbagai badan sertifikasi halal. Produk yang mencantumkan label halal menjadi pilihan utama Muslim secara nasional dan global. Sertifikat halal telah mendapatkan pengakuan 48 badan sertifikasi asing di 22 negara. Sementara itu, pada 8 Februari 2018 MUI telah mengakui Lembaga Sertifikasi asing (Certification Bodies/CB) dari 45 negara.

Saat ini, sertifikasi halal bersifat sukarela namun pada 2019 akan bersifat wajib. Dengan memiliki sertifikat halal, produk akan memiliki banyak



keunggulan kompetitif. Saat ini, sertifikat halal adalah jaminan bahwa produk tertentu telah diselidiki secara menyeluruh dan dinyatakan sesuai dengan hukum syariah Islam. Karenanya meyakinkan Muslim untuk mengonsumsi produk tersebut.

Sertifikasi halal oleh MUI memainkan peran penting karena didefinisikan sebagai pemeriksaan proses produk tertentu dan memenuhi persyaratan higienis, sanitasi, dan keselamatan. Produk yang disertifikasi Halal oleh dewan dapat menggunakan logo halal merek dagang terdaftar. Oleh karena itu, Hughes dan Malik (2017) mempertimbangkan sertifikasi halal sebagai kunci yang memungkinkan pengembangan industri halal global yang sukses. Keunggulan kompetitif diperoleh oleh perusahaan



dengan sertifikasi halal, terutama jika mereka ingin menembus komunitas Muslim di banyak negara.

Nooh (2007) berpendapat bahwa sertifikasi halal akan menjadi faktor yang berkontribusi dalam keputusan pembelian konsumen. Sedangkan kegagalan mendapatkan sertifikasi halal akan menjadi kerugian yang relatif besar bagi pengusaha. Namun, di Indonesia, ada banyak perusahaan terutama UKM yang tidak mengajukan sertifikasi karena sumber daya terbatas mengenai standar (Raja Adam, 2012).

Sejalan dengan itu, Talib et.al (2017) menyebutkan bahwa kurangnya kesadaran tentang proses sertifikasi halal dan kerumitan dalam prosesnya merupakan penghalang bagi banyak UKM. Bagi

industri kecil dan mikro, sertifikasi halal belum menjadi prioritas sehingga tidak masuk ke dalam penghitungan produksi makanan halal Indonesia.

Bermodalkan sertifikat halal, kini sejumlah perusahaan multinasional melihat peluang yang jelas mengembangkan produk yang ramah Muslim. Industri besar masih mendominasi pasar makanan dan minuman halal karena seluruh produk yang dijual baik untuk pasar dalam maupun luar negeri sudah tersertifikasi halal. Kemudian skala produksi yang besar dan pangsa pasar yang luas hingga masuk ke dalam pasar internasional menjadikan perusahaan besar makanan dan minuman kemasan menjadi pemain utama dalam sektor makanan dan minuman halal.



Peluang dan tantangan pengembangan Klaster makanan dan minuman halal

Pengembangan industri makanan dan minuman halal di Indonesia membutuhkan rantai yang dapat menggambarkan peta peluang dan tantangan dalam industri. Dalam konteks industri makanan dan minuman halal, nilai kehalalan suatu produk harus terjaga mulai bahan baku hingga produk jadi yang siap konsumsi. Penerapan manajemen rantai nilai halal sangat diperlukan untuk menjamin kualitas kehalalan produk dan jasa. Penanganan produk harus berbeda dan terpisahkan antara yang halal dengan tidak halal. Prosesnya harus berlangsung dari hulu hingga hilir, sehingga masyarakat dapat dengan mudah membedakan keduanya.

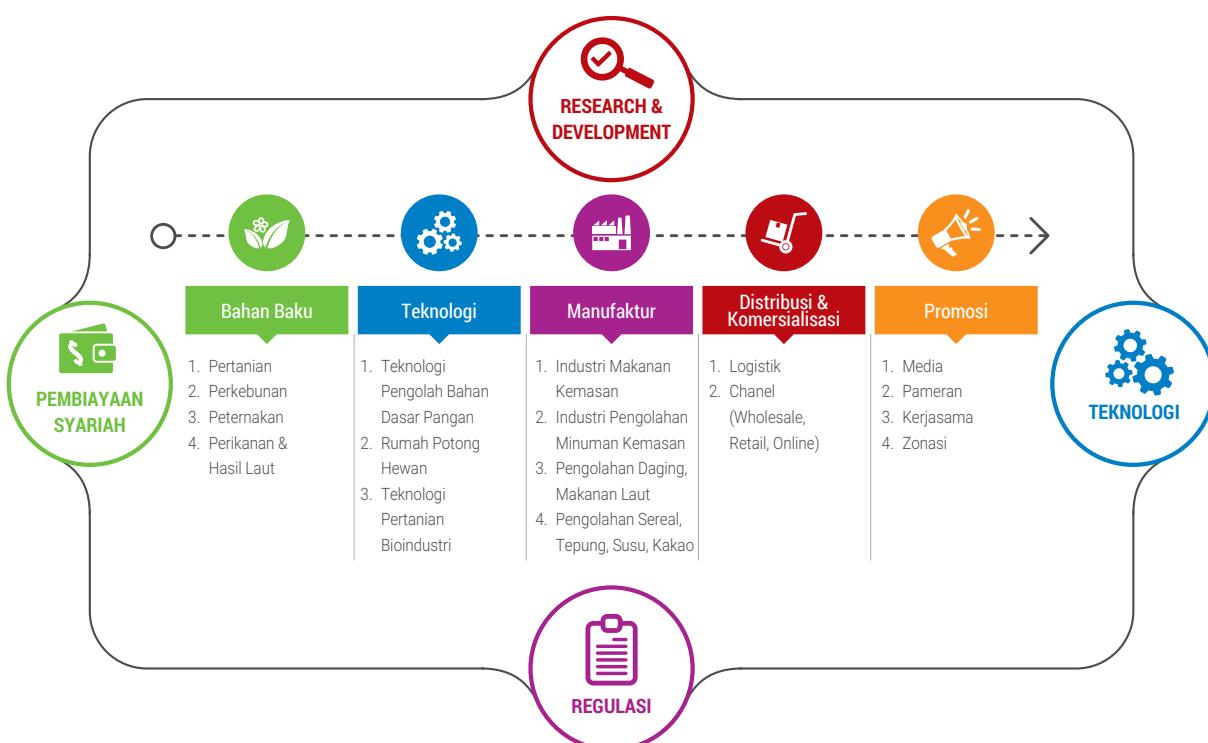
Dengan rantai nilai halal maka harapan akan standar mutu, kualitas, pelayanan produk dan jasa halal menjadi kenyataan. Semuanya terintegrasi mulai dari *input*, produksi, distribusi, pemasaran, dan komsumsi. Produk makanan dalam inputnya harus terjamin halalnya mulai dari saat diternak, pakan

ternak, pupuk dan bahan kimia yang digunakan harus halal. Kemudian nilai kehalalan produk harus tetap terjaga saat dalam proses pengolahan bahan baku sampai kepada hasil akhir produk.

Kemudian proses dan pendistribusian produk makanan dan minuman halal juga harus terjamin di dalam pergudangan, pengepakan, ruang pendinginan, dan pengolahan. Setelah itu dalam pemasaran harus menunjukkan *nilai* syariah, mulai dibawa ke supermarket, *groceries* hingga terakhir sampai ke konsumen di restoran, hotel, dan *rumah makan*. *Produk tadi* tidak boleh bercampur dengan makanan tidak halal. Kemudian sebagai bentuk pengembangan yang utuh dalam menjaga nilai halal dan terintegritas, pembiayaannya harus menggunakan keuangan syariah. Asuransinya juga syariah untuk meminimalisasi risiko usaha.

Gambar 3..1

Value Chain Makanan dan Minuman Halal





Tabel 3.2.
Value Chain Makanan dan Minuman Halal

Value Chain	Industri Utama	Industri Pendukung
Bahan baku	<ul style="list-style-type: none"> • Industri pertanian • Industri perkebunan • Industri peternakan • Industri perikanan dan hasil laut 	<ul style="list-style-type: none"> • Industri riset dan pengembangan • Asosiasi
Teknologi	<ul style="list-style-type: none"> • Teknologi pengolah bahan dasar pangan • Rumah potong hewan • Teknologi pertanian bioindustri 	<ul style="list-style-type: none"> • Industri riset dan pengembangan • Lembaga pendidikan
Manufaktur	<ul style="list-style-type: none"> • Industri makanan kemasan • Industri pengolahan minuman kemasan • Pengolahan daging, makanan laut • Pengolahan sereal, tepung, susu, kakao • Pengolahan sayuran, buah, kacang • Residu dan limbah industri makanan • Industri perlengkapan dan peralatan pengendali mutu 	<ul style="list-style-type: none"> • Industri riset dan pengembangan • Asosiasi • Lembaga pendidikan
Saluran Distribusi	<ul style="list-style-type: none"> • Industri pengemasan • Industri pengangkutan darat • Jasa pengiriman barang 	
Retailer	<ul style="list-style-type: none"> • E-commerce • <i>Retail store</i> • Pameran • Media • Restoran 	
Pembentukan	<ul style="list-style-type: none"> • Industri perbankan syariah • IKNB syariah 	

Sementara itu, penerapan rantai nilai halal pada Industri makanan dan minuman menghadapi peluang dan tantangan yang dikelompokkan dalam beberapa aspek seperti dijelaskan pada tabel 3.3.

Tabel 3.3.

Peluang dan Tantangan Makanan dan Minuman Halal Berdasarkan Ekosistem

Aspek	Peluang	Tantangan
Permintaan dan pasar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan jumlah umat Muslim Indonesia dan dunia 2. Target pasar di Indonesia sangat besar, dengan pertumbuhan masyarakat kelas menengah 7-8% per tahun sehingga daya beli pun meningkat 3. Meningkatnya kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi makanan halal 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk multinasional yang mulai menggarap sektor makan halal 2. Akses ke pasar internasional masih kecil 3. Kurangnya riset mengenai pergerakan pasar, segmentasi dan selera pasar
Teknologi dan informasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perkembangan teknologi yang pesat 2. Bekembangnya e-commerce dan media 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemanfaatan teknologi informasi masih rendah
Regulasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dukungan pemerintah terhadap industri makanan dan halal secara umum melalui UU no 33 tahun 2014 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebijakan pemerintah pusat dan daerah masih belum selaras.
Kerjasama dengan sektor lain	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peluang <i>co-branding</i> dengan sektor pariwisata halal 2. Peluang <i>co-marketing</i> dengan sektor media dan rekreasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Asymmetric information</i> antar sektor 2. Birokrasi kerja sama antar sektor
Pembiayaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Semakin banyak platform alternatif pembiayaan 2. Peluang kolaborasi dengan lembaga perbankan dan keuangan syariah 3. Semakin banyaknya skema pembiayaan yang ramah IKM (KUR, LPEI, Ventura) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lembaga keuangan kurang memahami seluk beluk industri kreatif 2. Lembaga pembiayaan masih membutuhkan jaminan yang tangible, seperti: ijazah, sertifikat, dan terutama <i>business plan</i>, yang kebanyakan belum bisa dipenuhi oleh para pelaku usaha
R&D	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kerja sama riset dengan badan penelitian pangan, universitas dan perusahaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya riset mengenai uji bahan pangan halal 2. Ketersediaan database industri makanan dan minuman halal terbatas



Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atas makanan *halalan-thayyiban*, berbagai negara telah menerapkan standar halal untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Di Asia Tenggara, negara yang telah menerapkan standardisasi halal selain Indonesia adalah Thailand dan Malaysia. Pemerintah Thailand melalui Thai Agricultural Standard (TAS) 8400-2007 telah menetapkan standar halal untuk hasil pertanian. Hal serupa dilakukan oleh pemerintah Malaysia melalui MS1500:2009-Halal Food. Standar tersebut telah memenuhi persyaratan yang diterapkan oleh lembaga standar internasional, *International Standardization Organization* (ISO).

Menanggapi tren standardisasi produk halal tersebut, pemerintah Indonesia telah menerbitkan UU No.33/2014 tentang Jaminan Produk Halal. Pada dasarnya, peraturan pemerintah terkait standar produk khususnya makanan halal di Indonesia bukan tergolong baru. Indonesia telah memiliki panduan sertifikasi halal yang diterbitkan oleh Majelis Ulama Indonesia yaitu *Requirements of Halal Certification HAS 23000 (Policies, Procedures and Criteria)*. Selain itu, berbagai produk hukum pemerintah telah mengatur berbagai elemen untuk memastikan rantai nilai halal produksi pertanian.

Indonesia tidak hanya berpotensi sebagai pangsa pasar konsumsi makanan halal terbesar, tapi juga menjadi produsen makanan halal terbesar dengan kekayaan sumber daya alam yang dimilikinya. Namun peluang tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal. Indonesia masih menjadi tujuan pasar produk halal dari luar negeri. Perkembangan

industri halal Indonesia dinilai stagnan. Hal ini dikarenakan pelaku usaha di Indonesia belum menganggap industri halal sebagai peluang bisnis yang besar dan penting.

Sebagai payung hukum produk halal di Indonesia, UU No. 33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal belum dirasakan pengaruhnya secara signifikan terhadap pertumbuhan dan percepatan industri halal. Perbedaan standardisasi dan sertifikasi produk halal di setiap negara menjadi hambatan industri makanan halal Indonesia untuk menembus pasar internasional. Kemudian pengembangan industri halal masih terkendala dengan terbatasnya suplai bahan baku yang memenuhi kriteria halal.

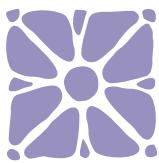
Untuk menyusun strategi pengembangan industri makanan dan minuman halal, kondisi dan posisi Indonesia saat ini harus dipetakan menggunakan analisis SWOT. Pemetaan kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan berdasarkan *value chain* industri makanan dan minuman halal dirangkum dalam tabel 3.4.

Tabel 3.4
Analisis SWOT Makanan dan Minuman Halal

	STRENGTHS	WEAKNESSES
Bahan Baku	<ul style="list-style-type: none"> 1. Keanekaragaman sumber daya (<i>raw material</i>). 2. Inovasi teknologi bahan baku mulai dikembangkan 3. Memiliki kapasitas untuk memenuhi permintaan makanan halal (lokal maupun global). 4. 5. 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya komoditas bernilai tambah, berdaya saing dalam memenuhi pasar ekspor dan substitusi impor 2. Impor komoditas pangan yang bisa diproduksi dalam negeri (beras, garam dan daging) 3. Kurangnya pemanfaatan teknologi dalam industri bahan baku 4. Pendidikan, penelitian dan pengembangan (R&D) pertanian halal masih terbatas. 5. Rantai distribusi yang panjang
SDM	<ul style="list-style-type: none"> 1. Negara dengan jumlah Muslim terbesar dengan 207,18 juta penduduk (BPS 2010). 2. Peningkatan kesadaran akan potensi industri halal termasuk sektor pertanian sebagai mesin pembangunan. 3. Keterlibatan generasi muda dan start-ups dalam industri halal. 4. Semakin banyak program studi terkait teknologi pangan 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya riset sehingga kompetensi SDM yang belum terlalu memadai 2. Kurangnya pemahaman (<i>Gap Skill</i>) <i>halal Value Chain</i> dalam sistem produksi makanan halal. 3. Kesadaran masyarakat Muslim Indonesia atas urgensi produk pertanian halal masih rendah.
Industri	<ul style="list-style-type: none"> 1. Industri utama dalam kelompok industri pengolahan 2. Memiliki distribusi pendapatan yang signifikan terhadap PDB 3. Memiliki standar nasional dalam setiap kegiatan produksi 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Rendahnya pengetahuan mengenai peluang dan kebutuhan pasar halal terutama sektor UMKM. 2. Rendahnya tingkat sertifikasi produk halal. 3. kurangnya efisiensi proses pengolahan dan penjaminan mutu produk
Distribusi, Komersialisasi, dan Promosi	<ul style="list-style-type: none"> 1. Bisnis makanan dan minuman merupakan usaha andalan IKM di seluruh 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya promosi citra barang produksi dalam negeri



	OPPORTUNITIES	THREATS
Bahan Baku	1. Sumber daya alam yang dapat dikembangkan 2. Modernisasi pengelolaan pertanian sebagai introduksi teknologi modern	1. Menjaga halal <i>Value Chain</i> dalam rantai distribusi bahan pangan 2. Ketergantungan terhadap bahan baku impor yang dapat menimbulkan gejolak pada produksi
SDM	1. Proyeksi pertumbuhan industri makanan halal di Indonesia tinggi. 2. Peningkatan kesadaran akan potensi industri halal termasuk sektor pertanian sebagai mesin pembangunan. 3. Pertumbuhan populasi Muslim global. 4. Maraknya kampanye halal <i>lifestyle</i> dalam masyarakat	1. Gap waktu untuk menjawab tantangan pasar halal dan kecepatan perkembangan tren pasar halal global. 2. Jumlah auditor halal yang masih terbatas 3. Tidak adanya program studi atau mata ajar khusus mengenai standar makanan dan minuman halal
Industri	1. Pertumbuhan pangsa pasar makanan halal dalam negeri dan ekspor 2. Dukungan pemerintah untuk mengembangkan industri makanan halal. 3. Pertumbuhan nilai konsumsi makanan halal secara global. 4. Perkembangan teknologi yang mendukung industri halal seperti e-commerce dan fintech.	1. Biaya produksi di negara lain lebih murah, sehingga Indonesia dapat kalah bersaing 2. Persaingan ketat antar produsen makanan halal seperti Malaysia, Thailand dan Australia. 3. Standar pengawasan sistem jaminan halal (<i>Halal Assurance System/HAS</i>) belum tersedia.
Distribusi, Komersialisasi, dan Promosi	1. Jalur distribusi di pasar domestik semakin banyak dan beragam 2. Penggunaan e-commerce dan sosial media sebagai alat untuk promosi dan berbelanja dengan cara yang sangat mudah 3. Pembangunan sektoral dan wilayah untuk meningkatkan keunggulan komparatif dan kompetitif industri makanan halal	1. Masifnya promosi produk negara lain 2. Marketplace produk dari negara lain



Strategi khusus klaster makanan dan minuman halal

No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Strategi I : Penguatan Pasar Dalam Negeri									
1	<p>Standardisasi halal produk-produk dalam negeri.</p> <p>a. Koordinasi pelaksanaan standardisasi dengan stakeholders terkait **</p> <p>b. Merumuskan mekanisme standardisasi yang efisien dan efektif dengan memanfaatkan teknologi</p> <p>c. Merumuskan kebijakan standardisasi produk halal</p> <p>d. Sosialisasi kebijakan dan mekanisme standardisasi produk halal</p> <p>e. Penerapan standarisasi produk halal</p>	<ul style="list-style-type: none"> Terciptanya program standardisasi yang efisien 							MUI, BPJPH, Kementerian Pertanian, Kementerian Perdagangan, Kementerian Perindustrian, Kementerian Koperasi
2	<p>Promosi dan literasi produk halal sebagai muslim lifestyle *</p> <p>a. Penyusunan strategi promosi dan literasi</p> <p>b. Penyusunan kerjasama promosi dan literasi dengan berbagai media dan komunitas</p> <p>c. Pembiayaan promosi dan literasi</p> <p>d. Pelaksanaan promosi dan literasi</p>	<ul style="list-style-type: none"> Terlaksananya promosi dan literasi produk halal ke masyarakat yang efektif 							Kemenko Perekonominan, Kemenkominfo, Kemenperin, Kemendag, Kemenkeu
3	<p>Sertifikasi halal produk UMKM. *</p> <p>a. Sosialisasi manfaat sertifikasi halal terhadap usaha UMKM</p> <p>b. Peningkatan pemahaman UMKM terhadap prosedur dan standar sertifikasi produk halal **</p> <p>c. Pendampingan UMKM dalam sertifikasi halal</p> <p>d. Implementasi sertifikasi produk halal yang dapat diterima secara internasional</p>	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya jumlah produk UMKM tersertifikasi halal 							BPJPH, MUI, KemenKUKM, Kemenperin, Kemendag



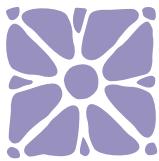
No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Pemangku Kepentingan	
			2019	2020	2021	2022	2023	2024		
Strategi II : diversifikasi pasar tujuan ekspor & spesialisasi produk										
1	Membuka rantai distribusi di Luar negeri *	<ul style="list-style-type: none"> Pembukaan outlet dan rantai distribusi produk halal Indonesia di luar negeri 							Kemenko Perekonomian, Kemendag, Kemenperin, Kementerian Luar Negeri, Asosiasi	
	a. Identifikasi target pasar Luar Negeri									
	b. Konsolidasi dengan stakeholder lokal									
	c. Mencari partner distribusi di negara target									
	d. Ekspansi pasar Luar Negeri									
2	Promosi produk halal Indonesia di Luar Negeri	<ul style="list-style-type: none"> Terlaksananya pemasaran produk halal Indonesia yang efektif 								
	a. Penyusunan strategi pemasaran di LN yang sesuai dengan karakteristik negara target									
	b. Menetapkan brand produk halal Indonesia									
	c. Pembuatan materi/tools pemasaran berdasarkan aplikasi									
	d. Melaksanakan eksibisi dan kegiatan dengan melibatkan komunitas Indonesia di Luar Negeri									
3	Standarisasi mutu halal food bertaraf internasional	<ul style="list-style-type: none"> Pengakuan standar halal Indonesia di tingkat Internasional Meningkatnya jumlah produksi untuk pasar lokal dan ekspor dari pelaku UMKM digital. 							BPJPH, MUI, BPOM, Kemendag, Kemenperin, KemenKUKM, Pemda/ Pemkot, Sektor Swasta	
	a. Sosialisasi konsep Good Hygiene Practices (GHP), Good Manufacturing Practices (GMP) dan Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP)									
	b. Mutual Recognition Agreement (MRA) dengan badan sertifikasi halal negara lain									

No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Strategi III Memperkuat dan Meningkatkan efektifitas institusi terkait halal industri									
1	Investasi untuk mendukung swasembada bahan baku a. Melakukan riset dan pengembangan industri pangan b. Pelatihan pertanian-bioindustri dan <i>Corporate Farming</i> c. Pembangunan infrastruktur dan konektivitas yang dapat menunjang pengembangan industri ** d. Sosialisasi penggunaan instrumen pembiayaan syariah e. Menerapkan sistem pertanian-bioindustri dan <i>Corporate Farming</i>	<ul style="list-style-type: none"> Terciptanya swasembada bahan baku pangan dengan pemanfaatan teknologi 							Kementerian Pertanian, Kementerian UKM
2	Program daerah unggulan a. Identifikasi potensi pasar daerah b. Penyusunan strategi pengembangan industri makanan dan minuman halal daerah c. Sosialisasi program pengembangan industri makanan dan minuman halal d. Pembangunan infrastruktur dan konektivitas yang dapat menunjang pengembangan industri e. Implementasi program pengembangan industri makanan dan minuman halal	<ul style="list-style-type: none"> Penguatan industri makanan dan minuman halal daerah 							Pemda, Kemendag, Kemenperin, BPJPH, Asosiasi
3	Program insentif bagi pelaku usaha a. Penyusunan program insentif yang dapat mendorong pengembangan industri makanan dan minuman halal b. Sosialisasi program insentif c. Implementasi program insentif	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya partisipasi pelaku usaha industri makanan dan minuman halal Nilai tambah <i>value chain</i> dalam produk makanan dan minuman bersertifikasi halal 							



No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Strategi IV Penguatan ekosistem <i>Value Chain halal food</i> dengan teknologi industri 4.0									
1	R&D halal food dengan industri 4.0 <ul style="list-style-type: none"> a. Menyusun Kerangka dan mekanisme untuk mengukur kesiapan dan kapabilitas industri yang ada termasuk UMKM terhadap parameter industri 4.0 b. Melakukan riset pasar, survei preferensi permintaan pasar c. Pembangunan teknologi penelitian yang dapat menunjang pengembangan industri 	<ul style="list-style-type: none"> • Indeks Kesiapan Industri 4.0 • Tersedia pusat data industri makanan dan minuman halal Indonesia • Jurnal penelitian industri makanan dan minuman halal • Meningkatnya volume produk halal Indonesia 							Kementerian Ristekdikti, Kemenperin, Kemendag, Kemenkominfo, KemenKUKM
2	Pendirian pusat halal di setiap daerah * <ul style="list-style-type: none"> a. Kerjasama dengan perguruan tinggi negeri di setiap daerah ** b. Sosialisasi program pendampingan UMKM c. Pendidikan dan pelatihan SDM ahli dibidang makanan halal d. Penerapan program 	<ul style="list-style-type: none"> • Efisiensi penggunaan teknologi dalam pengembangan industri makanan dan minuman halal • Terciptanya halal <i>value chain</i> yang berkelanjutan • Penyerapan tenaga kerja dengan keahlian terkait industri halal 							Kementerian Ristekdikti, Kemenperin, Kemnaker, Kemendag, KemenKUKM

Keterangan : * Merupakan Program Utama ** Merupakan Quick Wins



Quick Wins klaster makanan dan minuman halal

1. Pelaksanaan percepatan regulasi terkait halal industri seperti rancangan peraturan pemerintah terkait BPJPH

Sesuai dengan *quick wins* utama, pengembangan industri makanan dan minuman halal perlu didukung oleh penguatan aspek hukum dan koordinasi. Hal ini dapat dilakukan dengan membuat regulasi yang melindungi industri untuk bekerja. Salah satu regulasi yang paling penting dan sangat berpengaruh dalam pengembangan Industri halal adalah peraturan pemerintah terkait BPJPH. Operasional resmi BPJHP akan mendorong peningkatan sertifikasi yang dapat memberikan efek domino bagi industri makanan dan minuman halal. Namun, sampai saat ini peraturan pemerintah terkait dengan BPJPH belum juga disahkan dan masih dalam proses penyetujuan pihak – pihak yang terlibat di dalamnya.

2. Sistem informasi halal

Permasalahan mengapa Indonesia belum menjadi pemain utama dalam industri makanan dan minuman halal adalah karena produk-produk Indonesia belum terstandardisasi dengan sertifikasi halal. Makanan dan minuman halal ditopang oleh industri kelas mikro, kecil, dan menengah, yang belum memprioritaskan sertifikasi halal.

Padahal, efektifitas proses sertifikasi halal menjadi sangat dibutuhkan untuk menunjang pengembangan industri makanan dan minuman halal. Untuk itu perlu adanya sistem informasi yang

dapat mempermudah pengusaha, terutama UMKM dalam mengakses informasi terkait halal. Contohnya informasi mengenai sertifikasi halal.

Hal ini juga sebagai bentuk pendampingan dalam proses standardisasi halal suatu produk. Sistem informasi ini juga dapat dijadikan media penyampaian produk apa saja yang sudah memiliki sertifikasi halal. Jadi tidak hanya diperuntukan bagi pengusaha, namun juga konsumen sehingga mereka mudah mendapatkan informasi produk halal.

3. Halal center dan lembaga penjamin halal untuk mempercepat proses sertifikasi halal

Pendirian *halal center* dan LPH (lembaga penjamin halal) di seluruh Indonesia dilakukan dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan terkait. Antara lain perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan instansi pemerintah terkait. Mereka dapat berperan sebagai garda terdepan dalam pengembangan industri makanan dan minuman halal. Contohnya kerja sama dengan *halal center* universitas dapat menjadi fondasi penguatan industri makanan dan minuman halal. Pusat halal universitas menjadi penyambung antarpemangku kepentingan dalam industri makanan dan minuman halal.







Klaster Pariwisata Halal

Kondisi global dan nasional klaster pariwisata halal

Pariwisata merupakan sektor yang potensial di dunia. Meningkatnya jumlah destinasi dan investasi pariwisata, mendorong sektor ini menjadi faktor utama dalam pendapatan devisa, penyerapan tenaga kerja, dan pengembangan usaha serta infrastruktur. Selain itu, pariwisata juga menjadi salah satu sektor terbesar dan tercepat pertumbuhannya dibandingkan sektor lain (UNWTO Tourism, 2014).

Laporan World Travel & Tourism Council (WTTC, 2018) menyebutkan sektor pariwisata memiliki sumbangsih positif terhadap perekonomian global. Selengkapnya dijelaskan pada gambar 3.2..

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa sektor pariwisata secara global turut berkontribusi terhadap variabel makro seperti GDP, pertumbuhan ekonomi,

Gambar 3.2

Dampak Pariwisata terhadap Ekonomi Global

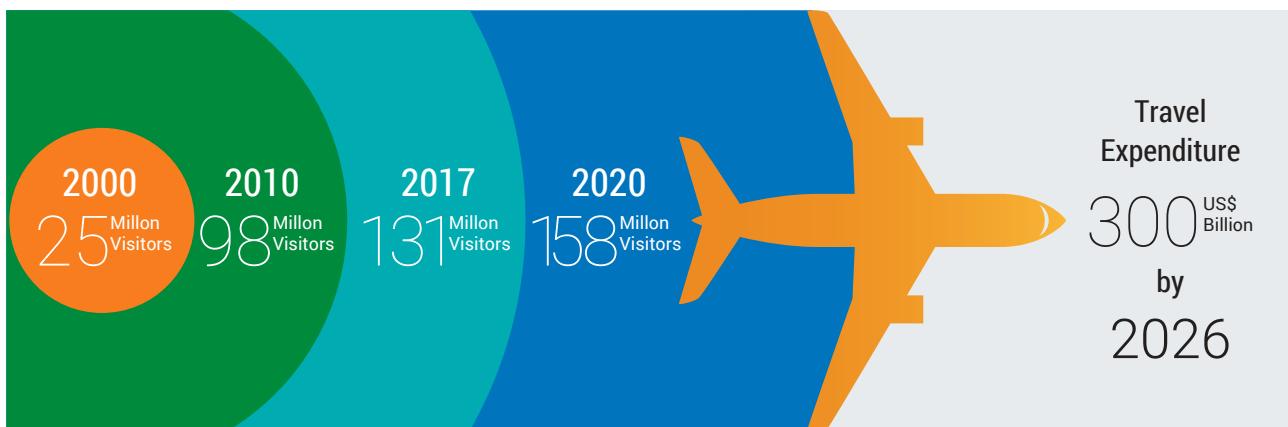
Sumber: Laporan Travel & Tourism Economic Impact World (WTTC, 2018)



Gambar 3.3

Perkembangan Wisatawan Muslim dan Prediksi Perkembangannya Hingga Tahun 2026

Sumber: GMTI, 2018



dan mengurangi pengangguran. Perkembangan pariwisata dan travel secara global tersebut tidak terlepas dari kemudahan akses informasi dan transportasi dalam kunjungan oleh para wisatawan, baik asing maupun dalam negeri.

Salah satu pasar potensial yang diprediksi terus meningkat dari tahun ke tahun yaitu kunjungan wisatawan Muslim. Hal ini seperti yang disebutkan dalam laporan Global Muslim Travel Index (GMTI 2018), bahwa pangsa pasar wisatawan Muslim tumbuh secara cepat, bahkan diprediksi meningkat USD 220 miliar pada tahun 2020 dan diekspektasikan meningkat USD 80 miliar menjadi USD 300 miliar pada tahun 2026. Pada tahun 2017, sebanyak 131 juta wisatawan Muslim secara global meningkat dari tahun 2016 yang hanya 121 juta dan diprediksi semakin bertambah jumlahnya pada tahun 2020 yaitu 156 juta wisatawan. Jumlah ini merepresentasikan 10 persen total segmentasi sektor travel secara keseluruhan.

Selain data di atas, State of the Global Islamic Economy Report 2018/19 (Laporan kerja sama antara Thomson Reuters dan Dinar Standard) juga menguatkan bahwa subsektor pariwisata halal pada tahun 2023 diprediksi meningkat menjadi USD 274 miliar. Subsektor ini pada 2017 hanya mencapai USD 177 miliar. Pengeluaran tersebut paling banyak didominasi oleh wisatawan Muslim yang berasal

dari Timur Tengah khususnya Arab Saudi, Uni Emirat Arab, dan Qatar.

Peningkatan wisatawan Muslim global terdistribusi di negara yang mayoritas berpenduduk Muslim maupun tidak. Penelitian GMTI (2018) mempublikasikan 10 negara yang paling banyak dikunjungi wisatawan Muslim. Negara tersebut

Tabel 3.5

Top 10 Inbond Destinations

Sumber: GMTI, 2018.

No	Top 10 Muslim Inbound Destinations -OIC	Top 10 Muslim Inbound Destinations -Non OIC
1	Arab Saudi	Rusia
2	Turki	Spanyol
3	Malaysia	Prancis
4	Uni Emirat Arab	Thailand
5	Bahrain	Singapura
6	Maroko	Italia
7	Kazakstan	Georgia
8	Libanon	Yunani
9	Tunisia	Inggris
10	Yordania	India



digolongkan kedalam negara OIC dan bukan OIC, sebagaimana dijelaskan pada tabel 3.5.

Menurut laporan GMTI (2018), terdapat tujuh faktor yang menyebabkan pesatnya pertumbuhan sektor pariwisata halal global yaitu pertumbuhan populasi Muslim, pertumbuhan pendapatan kelas menengah (*middle income*) / *disposable income* Muslim, populasi generasi Muslim milenial, meningkatnya akses terhadap informasi travel, meningkatnya penyedia jasa travel yang mengakomodir kebutuhan ibadah Muslim (*muslim-friendly*), travel Ramadhan, dan usaha travel.

Faktor – faktor di atas mendorong negara – negara di dunia secara perlahan mulai fokus pada pengembangan pariwisata halal. Pengembangan tersebut menurut GMTI (2018) perlu difokuskan kepada empat hal utama, yaitu kemudahan akses, komunikasi, lingkungan, dan pelayanan.

Kondisi existing klaster pariwisata halal di Indonesia

Perkembangan pariwisata global yang semakin signifikan secara tidak langsung juga berdampak positif kepada negara berkembang, tidak terkecuali dengan Indonesia. Dalam laporan WTTC (2018) Indonesia menempati peringkat ke-9 dari 10 besar pariwisata terkuat di dunia.

Posisi ini adalah yang terbaik dibandingkan negara – negara ASEAN lainnya seperti Thailand yang berada di peringkat 12, Malaysia dan Filipina di peringkat 13, Singapura di peringkat 16 dan Vietnam di posisi ke-21. Berikut adalah daftar *Travel & Tourism Countries Power Ranking (absolute growth)* per 2017 (WTTC, 2018).

Walaupun berdasarkan tabel 3.6, Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki kekuatan sektor pariwisata, namun data dari Kementerian Pariwisata menyatakan bahwa pada tahun 2017 devisa dari sektor pariwisata mencapai Rp 200 triliun. Kterhadap PDB baru mencapai 5 persen. Salah satu upaya Kementerian Pariwisata

Tabel 3.6
Daftar Travel & Tourism Countries Power Ranking per 2017

Sumber: Laporan *Travel & Tourism Economic Impact World* (WTTC, 2018)

No	Countries	Overall rank	GDP Rank	No	Countries	Overall rank	GDP Rank
1	China	1	1.5	12	Thailand	12	15.5
2	United States	2	2.5	13	Philippines	13	19.75
3	India	3	4.25	14	Malaysia	13	19.75
4	Mexico	4	6.75	15	Sweden	15	24
5	United Kingdom	5	8	16	Singapore	16	25.75
6	Spain	6	9.25	17	Norway	17	26
7	Spain	7	10.75	18	Chile	18	26.75
8	Canada	8	13	19	Italy	19	27.75
9	Indonesia	9	14.25	20	Iran	20	28.75
10	Australia	10	14.75	21	Vietnam	21	29.5
11	UAE	=10	14.75				

untuk meningkatkan jumlah wisatawan domestik dan asing yaitu melalui program 10 destinasi wisata unggulan Indonesia tahun 2018. Kesepuluh tempat wisata tersebut yaitu:

1. Danau Toba, Sumatera Utara
2. Pantai Tanjung Kelayang, Bangka Belitung
3. Pantai Tanjung Lesung, Banten
4. Kepulauan Seribu, DKI Jakarta
5. Taman Wisata Candi Borobudur, Jawa Tengah
6. Taman Nasional Bromo Tengger, Jawa Timur
7. Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika, Lombok, NTB
8. Labuhan Bajo, NTT
9. Pulau Morotai, Halmahera, Mauku Utara
10. Taman Nasional Wakatobi, Sulawesi Tenggara

Selain dengan program wisata unggulan, Indonesia sebenarnya mempunyai potensi besar, yaitu pariwisata berbasis halal. Minimal ada 2 faktor pendukung pariwisata halal, yaitu internal dan eksternal.

1. Faktor internal

Yaitu keberagaman sumber daya alam dan jumlah sumber daya manusia yang banyak. Berdasarkan sensus penduduk 2010, jumlah penduduk Indonesia mencapai angka 237.641.326 jiwa (BPS, 2010). Apabila diklasifikasikan, Islam merupakan agama dengan pemeluk terbesar yaitu berjumlah 207.176.162 jiwa atau 87 persen dari total populasi. Data tersebut mengindikasikan bahwa negeri ini sangat tepat untuk mengadopsi konsep pariwisata halal.

Secara geografis, Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia dengan lebih dari 17.508 pulau (Kementerian Perdagangan, 2018). Wilayah pesisir itu sudah pasti memiliki potensi wisata yang menjadi daya tarik. Kekayaan budaya juga merupakan potensi besar untuk mengembangkan industri pariwisata halal. Namun, perlu ditekankan kembali bahwa harus ada batasan-batasan budaya yang dapat diterima secara syariah dengan mengacu pada standar halal dan tujuan bersyariah.



2. Faktor eksternal

Faktor – faktor tersebut meliputi laporan GMTI 2018 tentang destinasi wisata ramah Muslim di dunia, penghargaan pariwisata halal dalam *World Halal Tourism Awards* 2016, dan kunjungan wisatawan. Masing – masing faktor dideskripsikan seperti di bawah ini.

1. Faktor yang pertama yaitu berdasarkan laporan Global Muslim Travel Index (GMTI) yang diterbitkan pada April 2018 menunjukkan peringkat Indonesia mengalami peningkatan dari ke-3 ke ke-2 (2017 – 2018). Laporan pada Tabel 3.11 menunjukkan 10 destinasi wisata yang ramah Muslim di negara OIC. Hasil temuan GMTI (2018) seperti pada Tabel 3.7.



Tabel 3.7
Top OIC Countries Destinations
Sumber: GMTI, 2018.

Ranking 2017	Negara	Skor		Ranking 2018	Negara	Skor
1	Malaysia	82.50		1	Malaysia	80.6
2	Uni Emirat Arab	76.90		2	Indonesia	72.8
3	Indonesia	72.60		2	Uni Emirat Arab	72.8
4	Turki	72.40		4	Turki	69.1
5	Arab Saudi	71.40		5	Arab Saudi	68.7
6	Qatar	70.50		6	Qatar	66.2
7	Maroko	68.10		7	Bahrain	65.9
8	Oman	67.9		8	Oman	65.1
9	Bahrain	67.9		9	Maroko	61.7
11	Iran	66.8		10	Kuwait	60.5

Peningkatan peringkat Indonesia pada skala global menunjukkan bahwa banyak paket wisata yang telah menyediakan fasilitas ramah Muslim.

2. Faktor kedua yaitu beberapa industri pariwisata halal di Indonesia memperoleh penghargaan di ajang World Halal Tourism Awards 2016. Dari 16 kategori yang dikompetisikan, Indonesia berhasil memenangkan 12 di antaranya.

- *World's best airline for halal travellers (Garuda Indonesia)*
- *World's best airport for halal travellers (Sultan Iskandar Muda Internasional Airport, Aceh)*
- *World's best family friendly hotel (The Rhadana Kuta, Bali)*
- *World's most luxurious family friendly hotel (The Trans Luxury Bandung)*
- *World's best halal beach resort (Novotel Lombok Resort and Villas)*
- *World's best halal tour operator (ERO Tours Sumatera Barat)*
- *World's Best halal travel website (www.wonderfullomboksumbawa.com)*
- *World's Best halal honeymoon destination (Sembalun Valley Region, Nusa Tenggara Barat)*

- *World's best hajj & umrah operator (ESQ Tours and Travel)*
- *World's best halal destination (Sumatera Barat)*
- *World's best halal culinary (Sumatera Barat)*
- *World's best halal cultural destination (Aceh)*

3. Faktor yang ketiga dapat dilihat dari segi kunjungan wisatawan. Perkembangan jumlah wisatawan global yang berkunjung ke Indonesia selama 5 tahun terakhir yaitu dari 2014 sampai dengan 2018 (per Agustus) menunjukkan perkembangan yang signifikan terutama dari Malaysia untuk negara OIC dan China untuk Negara non-OIC. Berikut ditampilkan perkembangan wisatawan asing dari negara OIC dan non-OIC selama 5 tahun terakhir.

Pada tabel 3.12 terlihat jumlah wisatawan terbanyak yang mengunjungi Indonesia berasal dari negara non-OIC yaitu China, Singapura, dan Australia. Sedangkan dari Negara OIC, wisatawan Malaysia menempati posisi pertama yang berkunjung ke Indonesia. Maka berdasarkan hal tersebut, sudah tepat apabila aspek utama dan pendukung pariwisata atau travel harus menyediakan fasilitas ramah Muslim.

Tabel 3.7
Jumlah Wisatawan Asing (Negara OIC) Terbanyak ke 2014-2018
Sumber: BPS, 2018

Negara Non OIC	2014	2015	2016	2017	2018 (s.d Agustus)
China	1.052.705	1.249.091	1.556.771	2.093.171	1.488.168
Singapura	1.559.044	1.594.102	1.515.701	1.554.119	1.214.232
Australia	1.145.576	1090.025	1.302.292	1.256.927	849.807
Jepang	505.175	528.606	545.392	573.310	346.525
Korea Selatan	352.004	375.586	386.789	423.191	241. 856

Negara OIC	2014	2015	2016	2017	2018 (s.d Agustus)
Malaysia	1.418.256	1.431728	1.541.197	2.121.888	1.695.846
Kawasan Timur Tengah	261.589	293.006	367.587	284.369	198.792



Pengembangan pariwisata Muslim juga menjadi keharusan jika Indonesia ingin menarik wisatawan asing dari kawasan Timur Tengah yang notabene merupakan negara-negara Muslim. Mereka adalah negara dengan pengeluaran perjalanan parawisata terbesar.

Fakta Angka

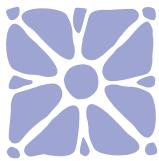
Sumber: GMTI 2018



Konsep pariwisata halal tidak hanya menasarkan wisatawan Muslim, namun juga non-Muslim. Hal ini karena pariwisata halal hanya sebagai subkategori yang ramah terhadap Muslim dan tergolong dalam nilai – nilai *religious tourism* (Gohary, 2016).

Apabila merujuk pada faktor internal dan eksternal di atas, GMTI 2018, World Halal Tourism Awards 2016, dan BPS, menunjukkan data yang komprehensif tentang pariwisata halal di Indonesia dari sisi potensi dan penghargaan yang diperoleh. Namun, laporan akhir kajian pengembangan wisata syariah Kementerian Pariwisata 2015 menyebutkan bahwa kondisi pariwisata halal di Indonesia masih belum maksimal. Padahal jika program ini diprioritaskan maka bukan tidak mungkin akan menjadi sektor unggulan yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Berdasarkan fakta angka tadi, wisatawan Timur Tengah merupakan konsumen pariwisata halal terbesar di dunia. Indonesia harus membuat strategi untuk menarik mereka. Pada pertengahan Februari 2019, Kementerian Pariwisata RI memfasilitasi para pemangku kepentingan pariwisata Indonesia dan Saudi bertemu di Jeddah. Di sana Pemerintah RI mendorong para pelaku industri untuk mempromosikan destinasi wisata Indonesia kepada masyarakat Saudi.



Peluang dan tantangan Pengembangan klaster pariwisata halal

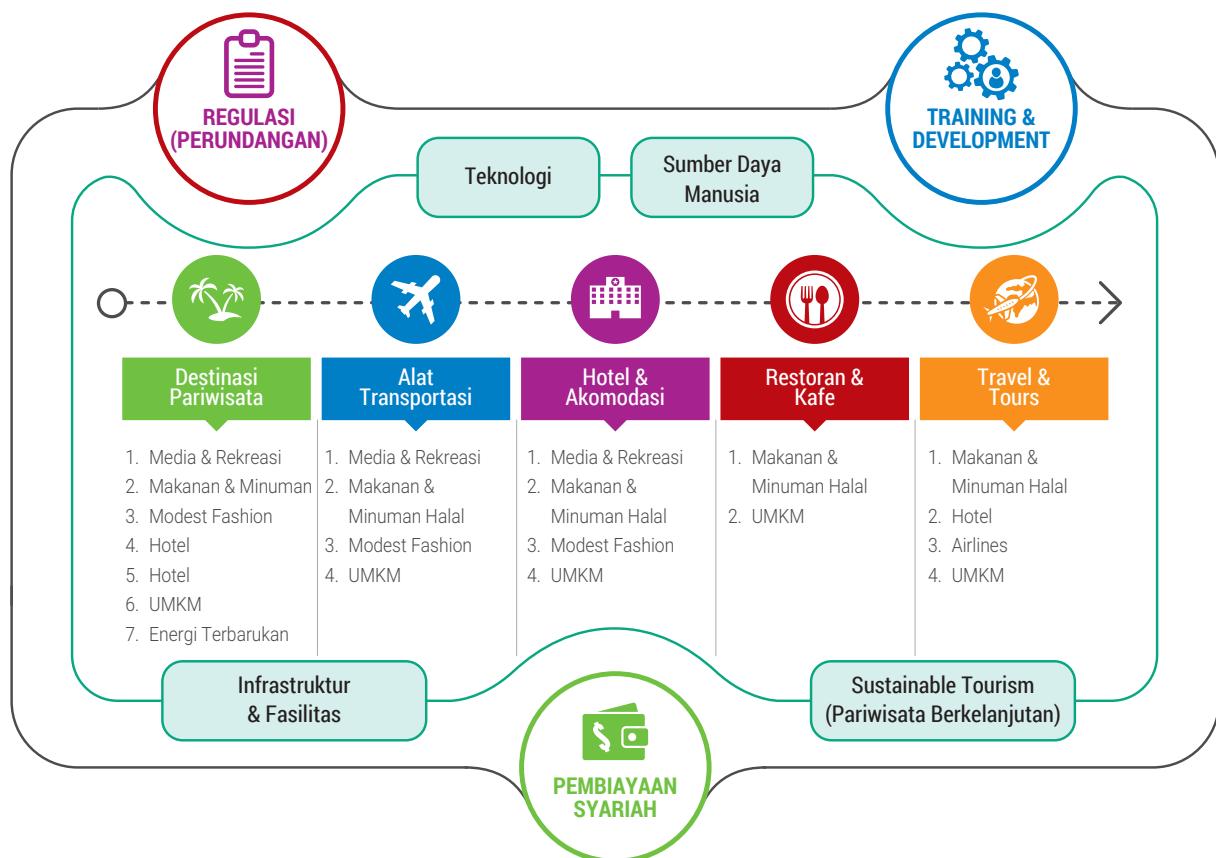
Untuk mengevaluasi peluang dan tantangan dari industri pariwisata halal secara komprehensif, pertama-tama harus mengenali dan mempelajari komponen dari *Value Chain* industri pariwisata halal. Kemudian analisis strategis dikembangkan berdasarkan kelebihan, kekurangan, peluang, dan ancaman (SWOT) dari setiap *entry points* rantai nilai. Tahapan selanjutnya adalah memetakan strategi *quick wins* dan rekomendasi strategi jangka menengah dan panjang.

Value chain industri pariwisata halal

Industri pariwisata halal tidak bisa dipisahkan dari industri pendukungnya atau dalam hal ini dimasukan menjadi rangkaian *entry point*. Beberapa *entry point* tersebut membentuk rantai nilai pariwisata halal yang terdiri dari desinasi pariwisata, alat transportasi, hotel dan akomodasi, restoran dan kafe, serta *travel and tours*. Berikut adalah ilustrasi rantai nilai industri pariwisata halal yang menggambarkan proses dan hubungan setiap *entry point* beserta ekosistem pendukungnya.

Gambar 3.4

Value Chain Pariwisata Halal



**Tabel 3.9***Value Chain Pariwisata Halal*

Sumber: Analisis penulis dari berbagai sumber, 2018

Value Chain	Industri Utama	Industri Pendukung
Destinasi Pariwisata	1. Industri Media & Rekreasi 2. Industri Makanan & Minuman 3. Industri Modest Fashion 4. Industri Perhotelan 5. Industri UMKM 6. Industri Energi Terbarukan 7. Industri Keuangan Syariah	1. Industri Teknologi 2. Industri Training & Development 3. Industri Konstruksi
Airlines & Transportation Hub	1. Industri Media & Rekreasi 2. Industri Makanan & Minuman 3. Industri Modest Fashion 4. Industri UMKM 5. Industri Keuangan Syariah	1. Industri Teknologi 2. Industri Training & Development 3. Industri Konstruksi
Hotel & Akomodasi	1. Industri Media & Rekreasi 2. Industri Makanan & Minuman 3. Industri Modest Fashion 4. Industri UMKM 5. Industri Keuangan Syariah	1. Industri Teknologi 2. Industri Training & Development 3. Industri Konstruksi
Restoran & Kafe	1. Industri Makanan & Minuman 2. Industri UMKM	1. Industri Teknologi 2. Industri Training & Development 3. Industri konstruksi
Travel & Tours	1. Industri Makanan & Minuman 2. Industri Perhotelan 3. Airlines 4. Industri UMKM	1. Industri Teknologi 2. Industri Training & Development

Tabel 3.9 menunjukkan bahwa industri pariwisata memiliki hubungan saling terkait dengan banyak industri, baik utama maupun pendukung. Hal ini menjadi justifikasi betapa besarnya efek pengganda perkembangan sektor pariwisata terhadap perekonomian. Khususnya dalam pariwisata halal, industri yang terkait tentunya merupakan sektor halal, riil dan keuangan. Hubungan simultan ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perkembangan ekonomi syariah di Indonesia.

Dalam ekosistem industri pariwisata halal, terdapat peluang maupun tantangan yang harus dioptimalkan. Beberapa aspek yang diuraikan terdiri dari permintaan dan pasar, teknologi dan informasi, regulasi, pembiayaan, serta riset dan pengembangan. Peluang dan tantangan pada aspek-aspek tersebut dirangkum pada tabel 3.10.

Tabel 3.10

Peluang dan Tantangan Pariwisata Halal Berdasarkan Ekosistem

Sumber: Analisis penulis dari berbagai sumber, 2018

Aspek	Peluang	Tantangan
Permintaan dan Pasar	<ul style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan jumlah Muslim Indonesia dan dunia 2. Pertumbuhan pendapatan kelas menengah muslim 3. Berkembangnya penggiat pariwisata halal 4. Peningkatan kesadaran masyarakat dalam menerapkan gaya hidup halal 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Berkembangnya pariwisata halal di negara-negara Muslim maupun non-muslim di dunia 2. <i>Branding</i> pariwisata halal skala internasional masih lemah 3. Kualitas sarana prasarana pariwisata halal di negara-negara pesaing relatif lebih baik
Teknologi dan Informasi	<ul style="list-style-type: none"> 1. Berkembangnya digitalisasi pada industri pariwisata secara umum 2. Bekembang dan semakin inovatifnya media informasi 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Pemanfaatan teknologi informasi pada industri pariwisata halal masih rendah
Regulasi	<ul style="list-style-type: none"> 1. Dukungan pemerintah terhadap pengembangan pariwisata halal 2. Adanya peraturan daerah terkait pariwisata halal di beberapa provinsi 3. Berjalannya koordinasi beberapa lembaga/kementerian dalam pengembangan pariwisata halal 4. Sudah terdapat strategi dan kebijakan pemerintah terkait dengan pengembangan industri pariwisata dan pariwisata halal. 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Belum terdapat induk hukum tertinggi yang mengatur pelaksanaan pariwisata halal di Indonesia 2. Belum ada regulasi khusus yang mewajibkan lembaga keuangan syariah memberikan pembiayaan kepada industri halal
Pembiayaan	<ul style="list-style-type: none"> 1. Semakin berkembang dan variatifnya pembiayaan syariah 2. Peluang kolaborasi mendapatkan pembiayaan dari perbankan dan penerbitan sukuk 3. Pengembangan dan implementasi skema asuransi syariah untuk perjalanan wisata komersil 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Lembaga keuangan syariah belum memiliki target pembiayaan khusus terhadap industri halal, termasuk pariwisata halal.
Riset dan Pengembangan	<ul style="list-style-type: none"> 1. Adanya sekolah khusus pariwisata yang juga mengajarkan pariwisata halal 2. Mulai berkembangnya riset tentang pariwisata halal 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya riset mengenai segmentasi dan preferensi pasar terhadap pariwisata halal di Indonesia 2. Belum ada kurikulum pariwisata halal tingkat nasional

Analisis SWOT Berdasarkan *entry point* dalam rantai nilai industri pariwisata halal

Untuk menyusun strategi pengembangan industri pariwisata halal perlu dipetakan kondisi dan posisi Indonesia saat ini. Salah satunya dapat menggunakan analisis SWOT. Pemetaan kekuatan,

kelemahan, peluang, dan tantangan berdasarkan masing-masing *entry point* pada rantai nilai industri pariwisata halal dirangkum dalam tabel 3.11.



Tabel 3.11
Analisis SWOT Pariwisata Halal

Sumber: Analisis penulis dari berbagai sumber, 2018

	STRENGTHS	WEAKNESSES
Destinasi Pariwisata	<ol style="list-style-type: none"> Indonesia memiliki keindahan alam yang beragam termasuk pantai, gunung, dan wisata bawah laut yang memukau. Indonesia kaya akan budaya dan peninggalan budaya. Keramahan masyarakat lokal terhadap wisatawan asing menciptakan daya tarik terendiri. Indonesia menempati peringkat ke-2 sebagai tempat yang paling banyak dikunjungi wisatawan muslim di dunia berdasarkan Laporan MasterCard & Crescent Rating tentang Global Muslim Travel Index 2018. Sembalun Valley Region, Nusa Tenggara Barat diakui sebagai <i>world's best halal honeymoon destination</i> pada ajang World Halal Tourism Awards 2016. Padang, Sumatera Barat diakui sebagai <i>world's best halal destination</i> pada ajang World Halal Tourism Awards 2016. Aceh diakui sebagai <i>world's best halal cultural destination</i> pada ajang World Halal Tourism Awards 2016. Tersedianya banyak makanan halal yang sifatnya <i>self-claimed</i> di sekitar destinasi wisata. 	<ol style="list-style-type: none"> Kurangnya konektivitas sektor pendukung (akses ke destinasi wisata). Kualitas sumber daya manusia masih rendah terutama mengenai pariwisata halal. Belum memiliki sertifikasi halal yang masif terutama industri makanan dan minuman di destinasi wisata. Masih buruknya fasilitas seperti toilet dan mushala pada beberapa titik lokasi wisata halal. Bahasa juga menjadi kendala terutama ketika wisatawan asing berkunjung ke destinasi wisata (kecuali Bali dan Lombok). Kurangnya pemanfaatan teknologi dalam membuat kemudahan informasi wisatawan Muslim. Belum adanya regulasi yang me-ngatur tentang pedoman pariwisata halal.
Airlines & Transportation Hub	<ol style="list-style-type: none"> Garuda Indonesia diakui sebagai <i>world's best airline for halal travellers</i> pada ajang World Halal Tourism Awards 2016. Sultan Iskandar Muda Internasional Airport, Aceh diakui sebagai <i>world's best airport for halal travellers</i> pada ajang World Halal Tourism Awards 2016. Hampir semua airports di Indonesia memiliki fasilitas mushola/ tempat ibadah umat Muslim. Tersedianya restoran-restoran bersertifikasi halal di sekitar <i>airport</i>. Banyaknya produk makanan dan minuman halal dalam kemasan yang dijual di toko penyedia kebutuhan sehari-hari. 	<ol style="list-style-type: none"> Infrastruktur mushola di airports masih kurang memadai. Masih buruknya fasilitas seperti toilet dan mushala di terminal bus, stasiun kereta dan pelabuhan kapal. Kurangnya kondisi alat transportasi umum seperti bus, kereta dan kapal. Rendahnya tingkat keamanan di sekitar pusat transportasi. Bahasa asing masih menjadi kendala ketika wisatawan asing berkunjung, terutama pada fasilitas angkutan umum selain <i>airport</i>.
Hotel & Akomodasi	<ol style="list-style-type: none"> Indonesia menempati peringkat ke-2 sebagai tempat yang paling banyak dikunjungi wisatawan Muslim di dunia berdasarkan Laporan MasterCard & Crescent Rating tentang Global Muslim Travel Index 2018. Hotel Sofyan Betawi sebagai <i>world's best family friendly hotel</i> di ajang The World Halal Travel Awards 2015 di Uni Emirat Arab. The Rhadana Kuta, Bali diakui sebagai <i>world's best family friendly hotel</i> pada ajang World Halal Tourism Awards 2016. 	<ol style="list-style-type: none"> Jumlah hotel dan SPA syariah masih terbatas dan tidak terdata dengan baik. Terdapat anggapan bahwa hotel syariah memiliki pangsa pasar yang rendah bahkan tidak menghasilkan omset yang optimal. Minimnya peran LKS dalam memberikan pembiayaan syariah, terutama karena ketatnya persyaratan dari daftar penyaringan syariah.

	<p>4. The Trans Luxury Bandung diakui sebagai <i>world's most luxurious family friendly hotel</i> pada ajang World Halal Tourism Awards 2016.</p> <p>5. Novotel Lombok Resort and Villas diakui sebagai <i>world's best halal beach resort</i> pada ajang World Halal Tourism Awards 2016.</p>	
Restoran & Kafe	<p>1. Padang, Sumatera Barat diakui sebagai <i>world's best halal culinary</i> pada ajang World Halal Tourism Awards 2016.</p> <p>2. Tersedianya banyak makanan halal yang bersifat <i>self-claimed</i> di sekitar destinasi wisata.</p>	<p>1. Masih rendahnya restoran dan kafe bersertifikasi halal, dari 2.916 restoran, namun hanya 303 yang bersertifikat halal. Sebanyak 1.800 mempersiapkan diri sebagai restoran halal.</p> <p>2. Kualitas sumber daya manusia masih rendah terutama mengenai Pariwisata Halal.</p> <p>3. Bahasa juga menjadi kendala terutama ketika wisatawan asing berkunjung ke destinasi wisata (kecuali Bali dan Lombok).</p>
Travel & Tours	<p>1. ERO Tours, Sumatera Barat diakui sebagai <i>world's best halal tour operator</i> pada ajang World Halal Tourism Awards 2016.</p> <p>2. www.wonderfullomboksumbawa.com diakui sebagai <i>world's best halal travel website</i> pada ajang World Halal Tourism Awards 2016.</p> <p>3. ESQ Tours and Travel diakui sebagai <i>world's best hajj & umrah operator</i>. pada ajang World Halal Tourism Awards 2016.</p>	<p>1. Minimnya perusahaan <i>travel & tours</i> dalam menyediakan paket pariwisata halal.</p>
	OPPORTUNITIES	TREATS
Destinasi Pariwisata	<p>1. Tersedianya fatwa DSN MUI No: 108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah.</p> <p>2. Menjadikan Padang, Sumatera Barat sebagai acuan bagi destinasi lain di Indonesia dalam mengembangkan destinasi Pariwisata Halal.</p> <p>3. Sudah adanya Keputusan Menteri Pariwisata No. KM.40/UM.001/MP/2018 tentang Logo Pariwisata Halal Tourism Indonesia dan Logo Pariwisata Halal Indonesia</p>	<p>1. Belum tersedianya peraturan Kementerian Pariwisata tentang pedoman pelaksanaan Pariwisata Halal sehingga menghambat Pemerintah Daerah dan pelaku bisnis dalam mengembangkan destinasi Pariwisata Halal</p> <p>2. Rumit dan mahalnya sertifikasi halal masih menjadi kendala dalam proses sertifikasi makanan dan minuman halal</p> <p>3. Kurangnya kualitas sumber daya manusia akan berdampak pada kualitas pelayanan di destinasi Pariwisata Halal yang pada akhirnya akan berdampak pada tingkat kepuasan wisatawan.</p>
Airlines & Transportation Hub	<p>1. Menjadikan perusahaan maskapai di Indonesia menuju Muslim <i>friendly</i> dengan menjadikan Garuda Indonesia sebagai tolok ukur pengembangan.</p> <p>2. Meningkatkan jumlah bandara udara di Indonesia menuju Muslim <i>friendly</i> dengan mengacu pada Sultan Iskandar Muda Internasional Airport, Aceh yang telah diakui sebagai <i>world's best airport for halal travellers</i> pada ajang World Halal Tourism Awards 2016.</p>	<p>1. Minimnya kualitas infrastruktur dan fasilitas pendukung di pusat transportasi umum akan berdampak pada tingkat kepuasan wisatawan.</p>



Hotel & Akomodasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penduduk Indonesia yang mayoritas muslim sangat sesuai dengan penerapan konsep halal khususnya pada hotel. 2. Adanya landasan Fatwa MUI No:108/DSN-MUI/X/2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah yang didalamnya mengatur tentang hotel, spa, sauna, massage, objek wisata dan biro perjalanan. 3. Kementerian Pariwisata sedang mengembangkan 10 provinsi tujuan pariwisata halal yaitu Sumatera Barat, Aceh, Riau dan Kepulauan Riau, Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, D.I Yogyakarta, Jawa Timur, Lombok NTB dan Sulawesi Selatan. 4. Meningkatkan jumlah hotel dengan konsep Muslim Friendly akan meningkatkan kepuasan wisatawan Muslim dengan merujuk pada Hotel Sofyan Betawi yang memenangi <i>world's best family friendly hotel</i> di ajang The World Halal Travel Awards 2015 di Uni Emirat Arab dan Hotel The Rhadana Kuta, Bali yang memenangi <i>World's Best Family Friendly Hotel</i> pada ajang World Halal Tourism Awards 2016. 5. Meningkatkan jumlah resort dengan konsep Muslim Friendly mengacu pada Novotel Lombok Resort and Villas yang telah memenangi <i>World's Best Halal Beach Resort</i> pada ajang World Halal Tourism Awards 2016. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diterbitkannya Peraturan Menteri Pariwisata No. 11 Tahun 2016 tentang Penghapusan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah. 2. Belum adanya Undang – Undang atau peraturan menteri terkait penyelenggaraan pariwisata berbasis syariah. 3. Kurangnya kualitas sumber daya manusia yang paham tentang syariah. 4. Kurangnya Dewan Pengawas Syariah (DPS) MUI yang ahli tentang hotel syariah.
Restoran & Kafe	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, maka pemahaman tentang bahan makanan halal dan proses pembuatan makanan halal telah mumpuni. Hal ini diharapkan dapat menjadi potensi besar bagi meningkatkan jumlah restoran dan kafe yang tersertifikasi halal di Indonesia. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses sertifikasi halal yang mahal dan rumit akan menghambat pelaku bisnis makanan dan minuman halal dalam mendapatkan sertifikasi halal.
Travel & Tours	<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya potensi destinasi pariwisata halal menjadikan industri ini lukratif bagi pelaku bisnis travel & tours dalam mengembangkan program-program pariwisata halal. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Belum adanya Undang-Undang yang jelas tentang pariwisata halal dari Kementerian Pariwisata dapat menghambat industri travel & tours dalam merangkum program-program Pariwisata Halal.

Setiap *entry points* industri pariwisata halal di Indonesia secara umum memiliki kekuatan peluang yang cukup baik. Hal ini dibuktikan dari penghargaan-penghargaan yang diperolah pada ajang World Halal Tourism Awards 2016 pada semua kategori *entry point* industri pariwisata halal. Meskipun demikian, Indonesia perlu memperbaiki kekurangan dan menjawab tantangan yang dihadapi berupa sumber daya manusia yang masih lemah, khususnya

dalam penguasaan bahasa asing, regulasi yang belum memiliki induk undang-undang tertinggi, pemanfaatan teknologi yang masih rendah, belum masifnya sertifikasi halal, dan infrastruktur yang masih terbatas.



Strategi khusus Klaster pariwisata halal

No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Stakeholder
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Strategi I : Wisata Keluarga dengan Integrasi Alam, Budaya, dan Pusat Perbelanjaan Terpadu.									
1.	Integrasi paket wisata*	• Tersedianya paket wisata halal							• Kementerian Pariwisata • Pemerintah Daerah • Operator Wisata • Agen Travel & Tours • Entitas Terkait Sekunder • Asosiasi
	a. Identifikasi paket-paket wisata terintegrasi di masing-masing daerah unggulan**								
	b. Penyiapan infrastruktur wisata halal bertaraf internasional								
	c. Penyusunan paket-paket wisata unggulan di destinasi unggulan								
	d. Pemberian Insentif dan Stimulus bagi paket wisata dan destinasi unggulan								
	e. Sosialisasi dengan stakeholders terkait								
2.	Penguatan SDM wisata halal	• Tersedianya kurikulum Wisata halal untuk tingkat pendidikan menengah dan tinggi, serta pendidikan profesi.							• Kementerian Pariwisata • Pemerintah Daerah • Operator Wisata • Masyarakat Lokal • Tenaga Kerja Sektoral • Entitas Terkait Sekunder • Organisasi Profesi • Kemendikbud • Kemenristekdikti • Pusat Pendidikan dan Pelatihan Pariwisata • Perguruan Tinggi • Asosiasi
	2.1 Penyusunan kurikulum wisata halal								
	a. FGD dengan stakeholder wisata halal, Kemendikbud dan KemenRistekdikti, serta organisasi profesi untuk menyusun kurikulum wisata halal di tingkat pendidikan menengah dan tinggi, serta pendidikan profesi.								
	b. Penulisan bahan pengajaran yang dapat digunakan untuk bidang studi pariwisata halal di tingkat pendidikan menengah dan tinggi, serta pendidikan profesi.								
	c. Sosialisasi kurikulum terkait dengan stakeholders yang terkait								



No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Stakeholder
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
2.2 Sertifikasi pelaku wisata halal	a. Penyusunan standar sertifikasi profesi pariwisata halal oleh organisasi profesi terkait.	• Tersedianya sertifikasi profesi yang sesuai kebutuhan pariwisata halal							<ul style="list-style-type: none"> • Pemerintah Pusat • Pemerintah Daerah • Organisasi Profesi • Operator Wisata • Masyarakat Lokal • Entitas Terkait Sekunder Asosiasi
	b. Pendaftaran sertifikasi ke BNSP dan organisasi profesi internasional.								
	c. Penawaran sertifikasi ke stakeholder dan publik								
	d. Desentralisasi sertifikasi ke daerah wisata unggulan untuk percepatan peningkatan sertifikasi pelaku wisata halal.								
2.3 Pelatihan wisata halal untuk warga setempat	a. Penentuan kebutuhan pelatihan wisata halal lokal	<ul style="list-style-type: none"> • Tersedianya pemandu wisata lokal yang berkualitas • Terciptanya masyarakat yang sadar wisata halal 							<ul style="list-style-type: none"> • Kementerian Pariwisata • Kementerian Koperasi dan UMKM • Pemerintah Daerah • Operator Wisata • Tenaga Kerja Sektoral • Entitas Terkait Sekunder • Organisasi Profesi • Kemendikbud • Kemenristekdikti • Pusat Pendidikan dan Pelatihan Pariwisata • Asosiasi
	b. Penyusunan kurikulum yang sesuai kebutuhan (lihat 2.1 dan 2.2. sebagai referensi)								
	c. Penyiapan materi pelatihan dan "guide book" untuk pramuwisata lokal di destinasi wisata.								
	d. <i>Train for Trainers</i> untuk peningkatan kapasitas pramuwisata lokal di destinasi wisata.								
2.4 Benchmarking pelaku wisata halal ke luar negeri*	a. Penentuan tempat wisata halal percontohan di luar negeri	• Meningkatnya kemampuan dan kesiapan pelaku industri halal							<ul style="list-style-type: none"> • Kementerian Pariwisata • Pemerintah Daerah • Operator Wisata • Masyarakat Lokal • Entitas Terkait Sekunder • Asosiasi
	b. Koordinasi dengan stakeholder terkait								
	c. Melaksanakan benchmarking bersama								

No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Stakeholder
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Strategi II: Wisata Berkualitas Internasional dengan Harga Terjangkau									
1.	Penyiapan infrastruktur pariwisata halal bertaraf internasional <ul style="list-style-type: none"> a. Identifikasi infrastruktur yang dibutuhkan b. Sosialisasi dengan stakeholders terkait c. Perencanaan pekerjaan dan prioritas d. Pengumpulan dana perbaikan infrastruktur dengan melibatkan keuangan syariah e. Pembangunan infrastruktur pariwisata halal 	<ul style="list-style-type: none"> • Tersedianya infrastruktur berkualitas internasional 							<ul style="list-style-type: none"> • Pemerintah Pusat • Pemerintah Daerah • Operator Wisata • Masyarakat Lokal • Tenaga Kerja Sektoral • Entitas Terkait Sekunder • Asosiasi • Lembaga Keuangan Syariah
2.	Penyusunan standar kualitas pariwisata halal melalui pengembangan <i>muslim friendly rating apps</i> <ul style="list-style-type: none"> a. FGD dengan stakeholders untuk penentuan kriteria dan metode rating b. Pembuatan aplikasi <i>muslim friendly rating</i> sesuai kriteria dan metode yang ditetapkan. c. Penyusunan rating bersama stakeholder d. Publikasi dan sosialisasi rating ke publik 	<ul style="list-style-type: none"> • Tersedianya <i>Muslim friendly rating apps</i> yang dapat mencerminkan pesona pariwisata halal Indonesia 							<ul style="list-style-type: none"> • Pemerintah Pusat • Pemerintah Daerah • Operator Wisata • Masyarakat Lokal • Entitas Terkait Sekunder • Asosiasi • Kemenkominfo • Kemenpar
3.	Kerjasama antara lembaga, perusahaan, dan stakeholder untuk meningkatkan daya saing. <ul style="list-style-type: none"> a. Identifikasi lembaga, perusahaan, dan stakeholder pendukung seperti transportasi, akomodasi, dan industri makanan minuman halal. b. Penyusunan paket kerjasama untuk meningkatkan efisiensi paket wisata halal c. Penandatanganan kerjasama antar perusahaan dan/atau lembaga d. Sosialisasi dengan pelaku bisnis terkait 	<ul style="list-style-type: none"> • MOU antara lembaga dan perusahaan untuk meningkatkan daya saing pariwisata halal. 							<ul style="list-style-type: none"> • Pemerintah Pusat • Pemerintah Daerah • Kemenkominfo • Kemenpar • Operator Wisata • Entitas Terkait Sekunder • Asosiasi



No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Stakeholder	
			2019	2020	2021	2022	2023	2024		
Strategi III: Intensifikasi Promosi dengan Media Sosial, E-Commerce dan Eksibisi										
1.	Penguatan <i>branding</i> pariwisata halal melalui media sosial (*)(**)	<ul style="list-style-type: none"> Terciptanya <i>branding</i> Pariwisata Halal Indonesia melalui media sosial 							<ul style="list-style-type: none"> Kementerian Pariwisata Kementerian Komunikasi dan Informatika Penggiat Sosial Media Asosiasi Pariwisata Masyarakat Lokal 	
	a. Pembentukan tim khusus untuk pengembangan promosi pariwisata halal melalui media sosial									
	b. Menyusun program-program penguatan branding pariwisata halal melalui media social									
2.	Melaksanakan program-program <i>branding</i> Pariwisata Halal melalui media sosial	<ul style="list-style-type: none"> Aplikasi promosi dan e-commerce pariwisata halal Indonesia 							<ul style="list-style-type: none"> Kementerian Pariwisata Pemerintah Daerah Operator Wisata Masyarakat Lokal Entitas Terkait Sekunder Asosiasi Kemenkominfo 	
	a. Membuat aplikasi promosi dan platform e-commerce oleh asosiasi wisata halal dan/atau penyedia jasa e-commerce yang existing.									
	b. Mengundang dan menyeleksi produk-produk dalam industri pariwisata halal untuk ditampilkan dalam platform bersama									
	c. Pemberian rating untuk produk-produk wisata halal									
3.	d. Integrasi promosi platform dengan e-commerce existing, media massa dan media sosial.	<ul style="list-style-type: none"> Eksibisi pariwisata halal secara berkelanjutan di dalam dan luar negeri 							<ul style="list-style-type: none"> Pemerintah Pusat Pemerintah Daerah Kementerian Pariwisata Operator Wisata Entitas Terkait Sekunder Asosiasi Media terkait 	
	Program eksibisi pariwisata halal berkelanjutan									
	a. Identifikasi daerah dan negara target market promosi									
	b. Melaksanakan eksibisi pariwisata halal di dalam dan luar negeri(*)									

No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Stakeholder
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Strategi IV: Pengembangan Kelembagaan Pariwisata Halal									
1.	Perumusan dan pengesahan Undang-Undang tentang Pariwisata Halal dengan Kementerian dan Lembaga Terkait**	• Terbentuknya undang-undang tentang pariwisata halal di tingkat daerah sehingga pelaksanaan pariwisata halal dapat dipercepat							• Pemerintah Pusat • Pemerintah Daerah • Kementerian Pariwisata • DPR dan DPRD • Kemenkumham • Entitas Terkait Sekunder • Asosiasi
	a. Percepatan Peraturan Menteri (Permen) dan/atau Undang-Undang ditingkat Provinsi/ Daerah mencakup Pergub dan Perda.								
	b. Identifikasi Undang-Undang induk yang akan dirumuskan terkait pengembangan ekosistem Pariwisata Halal nasional.								
	c. Kajian dengan Kementerian dan Lembaga terkait untuk merumuskan Undang-Undang terkait pengembangan Pariwisata Halal. (khususnya Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan, ditambahkan terkait pariwisata halal)	• Terbentuknya garis pedoman yang jelas dan berlandaskan hukum di semua tingkat pemerintahan terkait pariwisata halal							
	d. Pengesahan Undang-Undang terkait Pariwisata Halal, khususnya Undang-Undang Induk Nasional tentang Pariwisata Halal								
	e. Harmonisasi antar Undang-Undang, Peraturan Kementerian, Peraturan Daerah pariwisata halal dengan peraturan lain di industri terkait.								
	f. Sosialisasi ke stakeholders terkait								
2.	Pembentukan program penghargaan tingkat kabupaten dan provinsi kategori Pariwisata Halal di Indonesia	• Terciptanya kompetisi yang sehat antar Kabupaten dan Provinsi dengan tujuan mendorong pertumbuhan industri Pariwisata Halal							• Kementerian Pariwisata • Pemerintah Daerah • Operator Wisata • Masyarakat Lokal • Entitas Terkait Sekunder • Asosiasi
	a. Perumusan indikator-indikator program penghargaan untuk kategori Pariwisata Halal merujuk pada Indonesia Muslim Travel Index (IMTI)								
	b. Perumusan kondisi dan syarat program penghargaan kategori Pariwisata Halal, termasuk insentif bagi para pemenang								
	c. Mengesahkan program penghargaan untuk kategori Pariwisata Halal								
	d. Sosialisasi ke provinsi dan daerah di seluruh Indonesia								

Keterangan: (*) merupakan program utama, (**) merupakan quick wins



1. Menyusun paket-paket wisata halal terintegrasi di masing-masing daerah unggulan

Setiap daerah memiliki keunggulannya masing-masing dalam menarik para wisatawan, di antaranya dari aspek kekayaan alam dan budaya. Karakter budaya dan kebiasaan masyarakat menjadi aspek penting yang cukup diperhitungkan dalam menarik wisatawan. Untuk mengoptimalkan *branding* pariwisata yang bisa menyasar pangsa pasar secara luas, perlu dibangun paket-paket wisata halal dengan integrasi alam, budaya, serta pusat perbelanjaan yang ditunjang infrakstruktur yang baik di daerah destinasi wisata unggulan pariwisata halal.

Selain itu, para tokoh masyarakat daerah harus menjadi ujung tombak dalam membangun kesadaran masyarakat dalam mempersiapkan wisata budaya terpadu yang terdapat dalam paket wisata halal. Oleh karena itu, paket-paket wisata terintegrasi yang halal, menjadi produk-produk unggulan pariwisata yang dapat dipromosikan secara tepat untuk mencapai target jumlah wisatawan domestik dan mancanegara yang dibuat oleh Kementerian Pariwisata.

2. Melakukan *branding* pariwisata halal melalui media sosial dan eksibisi

Produk-produk unggulan pariwisata halal harus bisa dikenalkan kepada masyarakat global. Di era revolusi industri 4.0 saat ini, media sosial dapat menjadi sarana yang efektif dan cepat dalam penguatan *branding* pariwisata halal. Oleh karena itu, diperlukan sebuah satuan kerja khusus di tingkat pusat maupun daerah untuk mempromosikan pariwisata halal melalui media sosial untuk mendapatkan tingkat awareness yang bersaing dengan destinasi wisata lainnya.

Eksibisi pariwisata halal adalah program yang harus dijalankan secara berkelanjutan. Dalam jangka pendek, eksibisi diharapakan menjadi sarana promosi produk pariwisata halal unggulan kepada masyarakat luas. Dalam jangka panjang, eksibisi menjadi penguatan *branding* pariwisata Indonesia dalam skala global. Kementerian Pariwisata dapat memimpin koordinasi dalam pelaksanaan eksibisi tersebut, bekerja sama dengan dinas pariwisata daerah, industri pendukung, hingga operator pariwisata halal di seluruh wilayah Indonesia. Program ini merupakan bagian dari *quick wins* utama masterplan ekonomi syariah berupa kampanye nasional "Halal Lifestyle Literacy".

3. Merumuskan dan mengesahkan undang-undang tentang pariwisata halal

Pelaksanaan pariwisata halal akan mendapatkan perhatian lebih besar jika telah mendapatkan mandat dari pemerintah pusat. Namun, kondisinya belum demikian. Belum terdapat induk hukum tertinggi yang mengatur pelaksanaan pariwisata halal di Indonesia, meskipun di beberapa daerah sudah ada peraturan daerah terkait pariwisata halal. Diperlukan terobosan baru dalam proses perumusan dan pengesahan undang-undang pariwisata halal demi mewujudkan cita-cita Indonesia menjadi pusat pariwisata halal terbaik di dunia.

Sebagai strategi jangka pendek (*quick win strategy*), pemerintah daerah dapat merumuskan peraturan daerah tentang Pariwisata Halal dan mengesahkannya bersama dengan wakil rakyat tingkat daerah, selanjutnya pemimpin daerah menjadi ujung tombak perumusan pelaksanaannya sehingga mempunyai daya saing dalam meningkatkan pariwisata daerah. Program ini merupakan bagian dari *quick wins* utama masterplan ekonomi syariah berupa penguatan aspek hukum dan koordinasi.





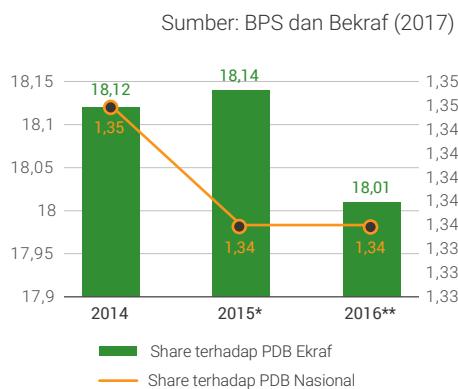
Klaster Fesyen Muslim

Kondisi global dan nasional

Industri fesyen saat ini menjadi subsektor dari bidang ekonomi kreatif. Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) mencatat pada tahun 2016, industri fesyen menyumbang sekitar 18,01 persen terhadap PDB Ekonomi Kreatif. Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif terhadap perekonomian Indonesia adalah sebesar 7,44 persen dengan laju pertumbuhan rata-rata sebesar 3,63% (Laporan PDB Ekonomi Kreatif Tahun 2014 – 2016).

Perhitungan PDB subsektor fesyen dilakukan oleh BPS dan Bekraf berdasarkan pemetaan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2015 subsektor fesyen tersebar pada lapangan usaha seperti industri pengolahan, perdagangan besar dan eceran; reparasi dan perawatan mobil dan sepeda, dan jasa pendidikan.

Grafik 3.3.1
Kontribusi Industri Fesyen
terhadap Perekonomian (dalam %)



Grafik 3.3.2
PDB dan Laju Pertumbuhan
Subsektor Fesyen



Jika dilihat dari tren 2014 – 2016, kontribusi sub sektor fesyen terhadap PDB nasional cukup stabil di kisaran 1,35 – 1,34 persen. Sedangkan kontribusi terhadap PDB ekonomi kreatif mengalami penurunan pada 2016. Hal ini disebabkan karena meningkatnya share subsektor lain seperti televisi dan radio, aplikasi dan *game developer*, serta penerbitan. Dari sisi PDB, baik atas harga konstan maupun atas harga berlaku, keduanya menunjukkan tren positif namun dengan laju pertumbuhan yang cukup fluktuatif. Kementerian Perindustrian mencatat kontribusi bidang fesyen Muslim dalam PDB subsektor fesyen sebesar 28,9 persen pada 2016.

Di luar kontribusinya terhadap PDB, sektor fesyen juga memiliki efek pengganda terhadap *output*, pendapatan, dan tenaga kerja nasional. Berdasarkan hasil analisis Tabel Input-Output Updating Ekonomi Kreatif 2014, sektor fesyen menempati peringkat ke-5 dalam besarnya pengganda *output* dengan angka pengganda sebesar 1,62271. Hal ini berarti setiap terjadi kenaikan permintaan akhir sektor fesyen sebesar 1 satuan akan menaikkan output ekonomi sebanyak 1,62271. Kemudian untuk pengganda pendapatan, sektor fesyen menempati peringkat ke-15 dan untuk pengganda tenaga kerja sektor fesyen menempati peringkat ke-4. Hal ini menunjukkan bahwa sektor fesyen masih menjadi salah satu industri padat karya yang berperan untuk penyerapan tenaga kerja dan meningkatkan *output* perekonomian.

Dari sisi ekspor, pada tahun 2015 Indonesia menempati peringkat lima besar dari negara anggota Organisasi Kerjasama Islam (OKI) sebagai pengekspor tekstil terbesar setelah Bangladesh, Turki, dan Pakistan. Pangsa pasarnya sebesar 11,7 persen (Textile and Ready Garmen Industry in OIC Countries, August 2016).

Sementara itu, khusus untuk fesyen Muslim, Kementerian Perindustrian menyatakan bahwa saat ini nilai ekspor industri fesyen Muslim Indonesia diproyeksi mencapai USD 7,18 miliar, berada di posisi ketiga terbesar dunia setelah Bangladesh (USD 22 miliar) dan Turki (USD 14 miliar) dengan market share sebesar 1,6% berdasarkan data OKI. Performa ekspor Indonesia untuk industri fesyen Muslim memang sejalan dengan performa ekspor komoditas tekstil dan produk tekstil, sebagai salah satu industri hulu fesyen Muslim. Nilainya terus meningkat dan selalu masuk ke dalam 10 komoditas ekspor utama pada tahun 2012 – 2016.

1. Posisi fesyen muslim indonesia di dunia

Secara global, pada tahun 2018 Indonesia menduduki peringkat ke-2 dalam *top 10 gie indicator* bidang fesyen Muslim dan menduduki peringkat ke-3 sebagai negara dengan pengeluaran Muslim apparel tertinggi. Angkanya sekitar 7,4 persen dari *global expenditure*. Hal ini mengindikasikan bahwa Indonesia merupakan negara yang terpandang di bidang fesyen Muslim.

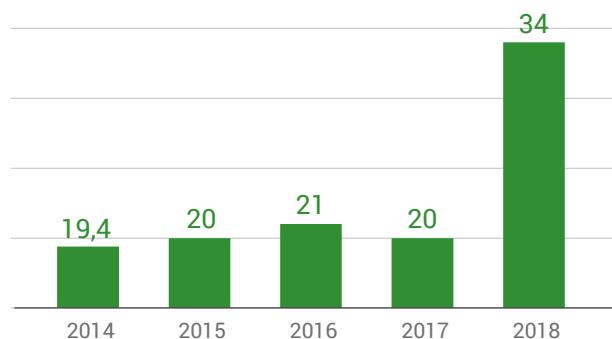
Jika ditarik ke belakang, posisi Indonesia dalam bidang fesyen Muslim terus menunjukkan perbaikan yang signifikan. Sampai dengan 2017, Indonesia belum pernah menduduki peringkat top 10 dalam bidang fesyen Muslim. Begitu pula dengan perolehan GIE Score yang terjebak di kisaran 19 sampai dengan 21.

Namun pada tahun 2018, Indonesia berhasil melesat menduduki peringkat ke-2 dengan peningkatan skor sebanyak 14 dari skor tahun sebelumnya. Indonesia berhasil menggeser Turki yang sebelumnya menduduki peringkat ke-2 dan membuat Maroko harus keluar dari jajaran top 10. Hal ini menunjukkan bidang fesyen Muslim di Indonesia mengalami perbaikan dalam berbagai indikator seperti keuangan (yaitu ekspor ke negara OKI), awareness (jumlah artikel berita dan jumlah kegiatan), serta sosial (*clothing pricing index* dan *labor fairness index*).

Grafik 3.3.3

GIE Score Indonesia dalam Bidang *Modest Fashion*

Sumber: State of the Global Islamic Economy Report 2014 -2018, diolah





Salah satu penyebab pesatnya performa Indonesia dalam bidang industri fesyen Muslim di dunia adalah karena keaktifan Indonesia dalam menyelenggarakan berbagai pagelaran pameran fesyen Muslim berskala internasional. Di antaranya adalah Indonesian Muslim Fashion Week, the International Indonesian Islamic Fashion Fair, Muslim Fashion Festival Indonesia, dan yang terbaru adalah Modest Fashion Summit pada Desember 2018. Pagelaran busana berskala internasional ini menjadi ajang pameran untuk memperkenalkan berbagai produk industri fesyen Muslim Indonesia kepada para pemangku kepentingan bidang fesyen Muslim pada level global.

2. Perkembangan fesyen muslim di Indonesia

Tahun 2010 merupakan periode awal industri fesyen Muslim mulai menggeliat. Dari sisi pasokan, gaung fesyen Muslim terdengar dengan kemunculan para desainer busana Muslim. Sedangkan dari sisi permintaan, gaung fesyen Muslim semakin berkembang dengan berbasis komunitas yang konsen terhadap industri fesyen Muslim sebagai salah satu industri yang menggambarkan gaya hidup halal.

Sampaidengantahun2015,berbagaiajang*fashion week* diselenggarakan untuk memperkenalkan variasi produk industri fesyen Muslim. Misalnya, pada 2010 ada Indonesia Islamic Fashion Fair (IIFF) yang diselenggarakan pertama kalinya oleh Indonesia Islamic Fashion Consortium (IIFC). Kemudian pada 2012 Asosiasi Perancang Pengusaha Mode Indonesia (APPMI) menyelenggarakan Indonesia Fashion Week (IFW). Setelahnya berbagai kegiatan serupa mulai diselenggarakan di level daerah. Pada tahun 2015, Indonesia Fashion Chamber (IFC) menginisiasi Muslim Fashion Festival Indonesia (MuFFest). Semenjak tahun 2016, konsep *ethical fashion* dan *sustainable fashion* pada industri fesyen di Indonesia semakin dikembangkan. Dalam konteks industri fesyen Muslim, hal ini menjadi sinkron dengan nilai-nilai yang yang diusung oleh industri ini.

Pada level nasional, Kementerian Perindustrian memperkirakan fesyen Muslim mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 1,1 juta orang, atau sekitar 29 persen, dari total 3,8 juta tenaga kerja industri fesyen. Kementerian Perindustrian memperkirakan bahwa kontribusi bidang fesyen Muslim dalam PDB subsektor fesyen adalah sebesar 28,9 persen pada tahun 2016.

Dari sisi ekspor, Kementerian Perindustrian menyatakan bahwa saat ini nilai ekspor industri fesyen Muslim Indonesia mencapai USD 7,18 miliar, berada di posisi ketiga terbesar di dunia setelah Bangladesh (USD 22 miliar) dan Turki (USD 14 miliar). Market share fesyen Muslim Indonesia sebesar 1,6 persen berdasarkan data OKI. Performa ekspor Indonesia untuk industri fesyen Muslim sejalan dengan performa ekspor komoditas dan produk tekstil, sebagai salah satu industri hulu fesyen Muslim, yang nilainya terus meningkat dan selalu masuk ke dalam 10 komoditas ekspor utama pada 2012 – 2016.

Melihat performa industri fesyen Muslim yang menjanjikan, Kementerian Perindustrian mempunyai visi untuk Indonesia menjadi kiblat fesyen Muslim dunia pada 2020.



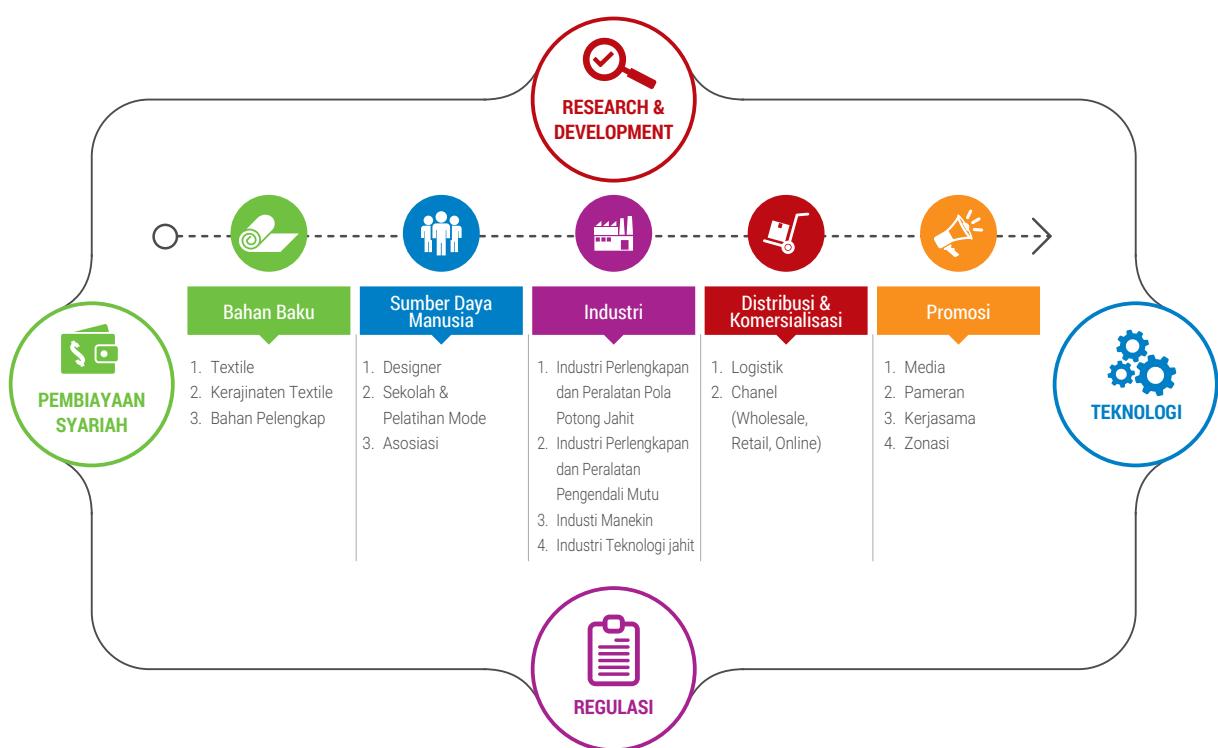
Peluang dan tantangan pengembangan klaster fesyen muslim

Hampir tiga dekade ke belakang industri fesyen Muslim di dunia mulai berkembang dan terdiversifikasi seiring dengan meningkatnya kebutuhan dari para pemeluk agama, termasuk Islam, untuk berpenampilan sesuai dengan aturan

yang berlaku di agamanya (Lewis, 2011). Sebagai sebuah industri, rantai nilai fesyen Muslim secara umum terbagi menjadi empat yaitu bahan baku, desainer, manufaktur, dan retailer.

Gambar 3.5

Value Chain Fesyen Muslim





Tabel 3.12
Value Chain Fesyen Muslim

Sumber: Bekraf (2016)

Value Chain	Industri Utama	Pendukung
Bahan Baku	1. Industri Tekstil 2. Industri Kerajinan Tekstil 3. Industri Bahan Pelengkap	1. Industri Riset dan Pengembangan 2. Asosiasi
Desainer	1. Sekolah Mode 2. Asosiasi	1. Komputer dan Teknologi
Manufaktur	1. Industri Perlengkapan dan Peralatan Pola Potong Jahit 2. Industri Perlengkapan dan Peralatan Pengendali Mutu 3. Industri Manekin 4. Industri Teknologi Jahit	1. Industri Riset dan Pengembangan
Distributor	1. Industri Pengemasan 2. Industri Pengangkutan Darat, Laut, dan Udara 3. Jasa Pengiriman Barang	
Retailer dan Promosi	1. E-commerce 2. <i>Retail Store</i> 3. Industri Perlengkapan Pameran dan Panggung 4. Industri Media 5. Industri Percetakan dan Penerbitan	1. Industri Pariwisata Halal 2. Industri Media Halal
Pembiayaan	1. Industri Perbankan Syariah 2. IKNB Syariah	

Target pasar industri fesyen Muslim di Indonesia sangatlah besar karena mayoritas penduduk beragama Islam. Saat ini pun kesadaran wanita Muslim untuk menutup aurat sudah tinggi sehingga produk fesyen Muslim selalu dicari. Terlebih, banyak bermunculan *fashion influencer* di sosial media seperti Instagram. Penggunaan sosial media yang semakin masif menyebabkan promosi dan pembelian barang fesyen Muslim semakin mudah diakses oleh konsumen.

Sebagai industri yang tengah berkembang dan menjadi perhatian, industri fesyen Muslim banyak diuntungkan dengan pertumbuhan masyarakat kelas menengah yang terus bertambah setiap tahunnya di Indonesia. Pertumbuhan masyarakat kelas menengah akan selaras dengan kemampuan daya beli produk fesyen Muslim .

Selain itu, kaum millenial juga mulai mendominasi piramida penduduk Indonesia. Dalam hal ini peran teknologi sudah sangat dikuasai sehingga dapat

membantu industri fesyen Muslim yang berkembang melalui e-commerce. Dari Sensus Ekonomi 2016 BPS mencatat bahwa jumlah e-commerce di Indonesia mencapai 26,2 juta dengan peningkatan sebesar 17 persen dari 10 tahun terakhir. Jumlah penduduk millenial di tahun 2020 berdasarkan data BPS adalah sebanyak 83 juta orang atau 24 persen dari jumlah penduduk di Indonesia (Ali & Purwandi, 2016).

Dari sisi industri sendiri, jumlah SDM yang bergerak di bidang fesyen sudah terbilang banyak mengingat jumlah lulusan sekolah fesyen semakin meningkat. Namun demikian, kurangnya riset menyebabkan kompetensi SDM di bidang ini tidak berkembang dengan baik. Badan Ekonomi Kreatif (2016) mencatat tiga masalah yang terdapat pada SDM di industri fesyen.

1. Rendahnya daya saing SDM karena kurangnya SDM yang berkualitas dan memiliki *skill* khusus di bidang teknis sehingga menghambat proses produksi;
2. Kesadaran terhadap aspek keselamatan kerja masih rendah;
3. Tenaga SDM belum disiplin untuk mematuhi standar kompetensi kerja yang berlaku sehingga produktivitas menjadi rendah.

Dari segi bahan baku, Indonesia memiliki potensi sumber daya alam yang berlimpah untuk membuat bahan katun yaitu dari tanaman kapas. Namun, bahan baku tekstil jenis katun Indonesia masih dipasok dengan mengimpor dari negara-negara besar seperti China dan Amerika Serikat. Menurut Kementerian Perindustrian, Indonesia mengimpor kapas sebagai bahan baku/kain katun mencapai 99,2 persen dari semua kebutuhan kapas nasional per tahun. Hal tersebut dapat menimbulkan kekhawatiran tersendiri bagi Indonesia karena apabila terjadi kenaikan suku bunga di Amerika Serikat atau pertumbuhan ekonomi China yang melambat akan berpengaruh juga terhadap kelangsungan industri tekstil dalam negeri.

Selain itu, masyarakat masih banyak yang menggunakan alat tenun tradisional sehingga hasilnya sangat terbatas dan proses produksinya



memakan waktu lama. Mesin-mesin produksi pakaian pun banyak yang sudah tua/usang.

Sedangkan untuk masalah pemasaran, sekalipun produk yang dihasilkan bagus dan berkualitas, namun masih terdapat tantangan dalam hal pemasaran. Hal ini dikarenakan pengusaha fesyen masih minim keahlian atau pengetahuan di bidang pemasaran. Mereka juga masih belum menguasai teknologi, padahal penguasaan teknologi terutama sosial media sangat mempengaruhi efisiensi dalam memasarkan produk.

Selain itu, tantangan terbesar dari pengusaha fesyen, terutama industri kecil dan menengah, adalah perihal permodalan. Menurut Kementerian Perindustrian, Industri Kecil Menengah (IKM)



cenderung sulit untuk menjamin permodalan mereka karena bunga yang terlalu tinggi dari bank. Namun demikian, alternatif *platform* pembiayaan seperti *crowdfunding* atau program urun dana mulai bermunculan yang dilakukan oleh Kementerian Koperasi dan UMKM guna mendanai proyek-proyek UMKM berbasis e-commerce, sehingga membawa peluang industri fesyen Muslim untuk terus berkembang.

Di sisi persaingan dengan negara lain, China merupakan salah satu negara yang mendominasi bidang industri fesyen. Saat ini China menduduki peringkat pertama sebagai eksportir tekstil terbesar di dunia yakni menghasilkan USD 110 triliun (Statista, 2017). China mampu memproduksi bahan baku

maupun produk fesyen dengan biaya yang murah karena bahan baku yang melimpah, tenaga kerja yang murah, dan juga penggunaan teknologi yang canggih. Hal tersebut menjadikan Indonesia harus berjuang agar bisa mendapatkan pasarnya tersendiri dan tidak kalah dari China.

Tabel 3.13

Peluang dan Tantangan Fesyen Muslim

Sumber: Kementerian Perindustrian (2018), Bekraf (2016), dan Hasil FGD

Aspek	Peluang	Tantangan
Permintaan dan Pasar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan jumlah umat Muslim Indonesia dan dunia 2. Target pasar di Indonesia sangat besar, dengan pertumbuhan masyarakat kelas menengah 7-8 persen per tahun sehingga daya beli pun meningkat 3. Berkembangnya komunitas hijab dan desainer 4. Kesadaran masyarakat untuk memakai pakaian yang menutup aurat sudah sangat tinggi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Brand Barat yang sudah mapan mulai merambah ke <i>line modest fashion</i> 2. Akses ke pasar internasional masih lemah 3. Produk fesyen Muslim dari Cina dengan harga yang lebih kompetitif
Teknologi dan Informasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perkembangan teknologi yang pesat 2. Bekembangnya e-commerce dan media 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemanfaatan teknologi informasi masih rendah
Regulasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dukungan pemerintah terhadap industri fesyen secara umum 2. Melalui Perpres No. 2 Tahun 2015 (RPJMN 2015 – 2019) dimana Kebijakan umumnya adalah meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan antara lain melalui pengembangan ekonomi kreatif 3. Dukungan pemerintah terhadap industri fesyen Muslim secara khusus 4. Sudah terdapat <i>roadmap</i>, strategi, dan kebijakan pemerintah terkait industri fesyen dan fesyen Muslim yang diusung Kementerian dan lembaga terkait 5. Regulasi hak kekayaan intelektual (HAKI) yang prosedurnya sudah disederhanakan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebijakan pemerintah pusat dan daerah masih belum selaras
Pembiayaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Semakin banyak <i>platform</i> alternatif pembiayaan 2. Peluang kolaborasi dengan lembaga perbankan dan keuangan syariah 3. Semakin banyaknya skema pembiayaan yang ramah IKM (KUR, LPEI, Ventura) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lembaga keuangan kurang memahami seluk beluk industri kreatif 2. Lembaga pembiayaan masih membutuhkan jaminan yang <i>tangible</i>, seperti: ijazah, sertifikat, dan terutama <i>business plan</i>, yang kebanyakan belum bisa dipenuhi oleh para pelaku usaha
Riset dan Pengembangan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kerja sama riset dengan berbagai sekolah mode yang ada 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya riset mengenai pergerakan pasar, segmentasi dan selera pasar

Tabel 3.14
Analisis SWOT Fesyen Muslim

	STRENGTHS	WEAKNESSES
Bahan Baku	<ul style="list-style-type: none"> 1. Bahan baku tersedia, asalkan diatur dan dimanfaatkan secara efisien sehingga bisa memenuhi kebutuhan industri dalam negeri 2. Inovasi teknologi bahan baku (selain tekstil) mulai dikembangkan 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Bahan baku dalam negeri belum bisa mencukupi kebutuhan industri tekstil, sehingga bahan baku masih bergantung pada impor 2. Akses IKM terhadap bahan baku masih terbatas 3. Biaya energi (e.g. listrik) yang mahal
SDM	<ul style="list-style-type: none"> 1. Jumlah SDM yang melimpah 2. Anak-anak muda di Indonesia banyak yang sudah memulai bisnis termasuk bisnis pakaian muslim dan sebagian besar dari mereka melek teknologi 3. Semakin banyak sekolah mode yang berkualitas 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya riset sehingga kompetensi SDM yang belum terlalu memadai
Industri	<ul style="list-style-type: none"> 1. Jumlah perusahaan yang tumbuh dengan cepat 2. 30 persen industri kecil menengah di Indonesia dikuasai oleh industri pakaian Muslim 3. Halangan untuk masuk industri cenderung kecil 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Mesin produksi sudah tua 2. Belum diterapkan standardisasi kualitas dan kuantitas bahan utama dan bahan pendukung bagi industri garmen (kain, bahan lining, interlining, dsb).
Distribusi, Komersialisasi, dan Promosi	<ul style="list-style-type: none"> 1. Bisnis pakaian Muslim di Indonesia sudah sangat menjamur, terutama di Pulau Jawa 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Pemasaran produk yang masih terhambat
	OPPORTUNITIES	THREATS
Bahan Baku	<ul style="list-style-type: none"> 1. SDA yang dapat dikembangkan (batu-batuan, serat alam, dll) 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Kekhawatiran tentang menjaga nilai Islam dalam produksi 2. Ketergantungan terhadap bahan baku impor yang dapat menimbulkan gejolak pada produksi
SDM	<ul style="list-style-type: none"> 1. Jumlah tenaga kerja banyak tersedia 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Masih terbatasnya asosiasi desainer khusus fesyen Muslim. 2. Sejauh ini hanya ada Ikatan Perancang Busana Muslim (IPBM) 3. Beasiswa untuk pendidikan fesyen masih kurang karena bidang fesyen dianggap jenis pendidikan vokasi
Industri	<ul style="list-style-type: none"> 1. Kolaborasi dengan industri tekstil dan desainer 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Biaya produksi di negara lain lebih murah, sehingga Indonesia dapat kalah bersaing
Distribusi, Komersialisasi, dan Promosi	<ul style="list-style-type: none"> 1. Jalur distribusi di pasar domestik semakin banyak dan beragam 2. Penggunaan e-commerce dan sosial media sebagai alat untuk promosi dan berbelanja dengan cara yang sangat mudah 3. Semakin banyak pagelaran fashion week yang terbuka untuk fesyen Muslim baik di level nasional maupun internasional 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Sudah semakin banyak negara lain yang mengadakan pagelaran dan kegiatan serupa



Strategi khusus Klaster fesyen muslim

No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Strategi I: Penguatan Pasar Fesyen Muslim Dalam Negeri									
1	Peningkatan Kompetensi SDM <ul style="list-style-type: none"> a. Menyelenggarakan <i>Business Matching Forum</i> dan <i>coaching clinic</i> (yang melingkupi <i>coaching</i> untuk desain, pemasaran, dan aspek legal) dengan beberapa desainer ternama dan diakui dunia** b. Peningkatan jumlah dan kualitas sekolah mode, kurikulum, SDM Pengajar yang sesuai dengan kebutuhan industri fesyen Muslim c. Temu bisnis desainer dengan universitas dan industri tekstil untuk memahami bahan baku tekstil d. Pendirian <i>center of excellence</i> yang melibatkan kerjasama perguruan tinggi dan pemerintah 	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan jumlah sekolah mode fesyen Muslim • Sertifikasi kompetensi 							Kemenperin, APPM, IKATSI, Industri Fesyen Muslim, Asosiasi Pertekstilan Indonesia, Bekraf, Kemeristekdikti
2	Peningkatan jumlah wirasusaha fesyen Muslim <ul style="list-style-type: none"> a. Melaksanakan business matching forum b. Membangun inkubator bisnis fesyen Muslim c. Memfasilitasi muncul dan berkembangnya <i>start-up</i> baru 	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatnya jumlah wirausaha 							Kemenperin, Asosiasi Desainer dan Asosiasi Pengusaha, BNSP
3	Peningkatan awareness dan kecintaan terhadap produk fesyen Muslim <ul style="list-style-type: none"> a. Kampanye cinta produk fesyen Muslim karya anak bangsa melalui berbagai media dan komunitas** b. Mendorong pemanfaatan pasar <i>online/e-commerce</i> dengan integrasi e-smart IKM 	<ul style="list-style-type: none"> • Munculnya gerakan cinta produk fesyen Muslim dalam negeri 							Kemenperin, Kemenag, Kemendag



No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Pemangku Kepentingan	
			2019	2020	2021	2022	2023	2024		
Strategi II: Market Driver Produk Fesyen Muslim										
1	Penguatan <i>link and match</i> dan peningkatan kapasitas produksi (terutama IKM)	• Berdirinya Material Center untuk IKM							Kemenperin, Kemendag, Kemenkeu, Asosiasi, Kemenkominfo, IKATSI	
	a. Pengembangan produk baru <i>wearable/functional clothing & sustainability clothing</i> dan <i>modest sportwear</i>									
	b. Membuat komunitas pelaku usaha yang menjadi wadah koordinasi dan kerjasama antar pelaku usaha									
	c. Kerjasama bisnis antara lembaga penelitian, desainer, industri fesyen dan universitas									
	d. Pemanfaatan material center IKM untuk meningkatkan akses bahan baku industri fesyen Muslim									
2	Penguatan industri bahan baku dan industri manufaktur fesyen Muslim	• Tersedianya bahan baku alternatif							Kemenperin, Kemenag, Bekraf, Lembaga Penelitian, Kemenristek Dikti, Universitas, IKATSI	
	a. Meningkatkan riset dalam pemanfaatan bahan baku alternatif yang berasal dari alam									
3	Pendirian pusat R&D dan inovasi fesyen Muslim yang terintegrasi	• Tersedianya hibah riset untuk bidang industri fesyen Muslim							Kemenperin, Kemenag, Bekraf, Lembaga Penelitian, Kemenristek Dikti, Universitas, IKATSI	
	Sosialisasi dan penguatan database									
	a. Tersedianya hibah riset terkait bidang industri fesyen Muslim									
	b. Memberikan insentif riset dan inovasi dalam publikasi jurnal ilmiah maupun artikel terkait fesyen Muslim									

No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
4	Perlindungan terhadap plagiarisme dan hak cipta	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya jumlah HaKI untuk bidang fesyen Muslim 							Kemenperin, Kemenkumham
	a. Memfasilitasi pendaftaran paten dan HaKI								
	b. Melaksanakan event promosi yang bertaraf internasional dan partisipasi pada event fesyen Muslim internasional**								
5	Pemanfaatan teknologi industri 4.0 melalui platform digital	<ul style="list-style-type: none"> Adanya platform digital 							Kemenperin, Kemenristekdikti, Kemenkominfo
	a. Membangun platform digital untuk menghubungkan desainer dan industri fesyen								
	b. Fasilitas kemampuan pendirian retail store dan e-commerce serta integrasi dengan e-smart IKM								
Strategi III: Kolaborasi dan Sinergi dengan Sektor Halal Value Chain Lainnya									
1	Co-branding dengan produk kosmetik halal dan co-marketing dengan halal travel/pariwisata halal Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> Co-branding dengan sektor komestik halal dan pariwisata halal 							Kemenperin, Asosiasi, Kemenpar, Bekraf
	a. Co-branding dengan produk kosmetik melalui promosi yang masif dan penunjukkan brand ambassador								
	b. Pelaksanaan co-marketing dengan halal travel/pariwisata halal								
	c. Fasilitas pendirian muslim fashion gallery dan district*								
2	Kolaborasi dengan pembiayaan syariah	<ul style="list-style-type: none"> Peningkatan pembiayaan terhadap pelaku industri fesyen Muslim 							Kemenko Perekonomian, Kemenperin, BI, Lembaga Pembiayaan, Investor, BKPM, KemenKUKM
	a. Inisiasi skema pembiayaan yang ramah IKM: venture capital, koperasi, dan CSR								
	b. Prioritas bantuan pembiayaan kepada IKM industri yang sudah feasible namun belum bankable								
	c. Fasilitas peningkatan kompetensi Manajemen pengelolaan usaha dan administrasi keuangan industri fesyen Muslim								



No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Pemangku Kepentingan	
			2019	2020	2021	2022	2023	2024		
Strategi IV: Penguasaan Pasar Ekspor Industri Fesyen Muslim										
1	Peningkatan ekspor ke negara tujuan potensial sebagai sasaran ekspor utama	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya volume ekspor 							Kemenperin, Kemenlu, Kemendag, Asosiasi, BI, Kemenkeu	
	a. Inisiasi <i>intra trade agreement</i> di antara negara tujuan melalui International Halal Center*									
	b. Fasilitasi kemudahan pembiayaan dan transaksi keuangan internasional untuk negara tujuan ekspor									
2	Pemenuhan standar internasional	<ul style="list-style-type: none"> Tersedianya HS Code untuk fesyen Muslim 							Kemenperin, Kemenlu, Kemendag, Asosiasi, BI, Kemenkeu	
	a. Melakukan identifikasi HS Code untuk fesyen Muslim									
3	Perluasan saluran distribusi global dengan e-commerce	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya jumlah e-commerce bidang fesyen Muslim 							Kemenperin, Kemenkominfo	
	a. Peningkatan jumlah situs e-commerce dan media fesyen Muslim									
	b. Kerjasama dengan situs e-commerce internasional untuk akses pasar ke negara tujuan ekspor									

Keterangan: * merupakan Program Utama dan ** merupakan Quick Wins



1. Melaksanakan *business matching forum*

Business matching forum adalah pertemuan yang bersifat B2B antara pebisnis, pengecer, agen, distributor dengan calon investor atau partner. Kegiatan ini dianggap efisien dalam mempertemukan antara investor dan pelaku bisnis karena *business matching forum* dapat memperluas *networking* yang secara waktu dan biaya lebih efisien.

Keberhasilan kegiatan ini dapat dilihat dari jumlah *Memorandum of Understanding* (MoU). Salah satu K/L di Indonesia yang sering mengadakan kegiatan *business matching forum* adalah Bekraf. Kegiatan ini menjembatani pelaku usaha untuk dapat mengajukan proposal pembiayaan kepada perbankan konvensional. Oleh karena itu, salah satu modifikasi yang dapat dilakukan untuk industri fesyen Muslim adalah mempertemukan pelaku usaha dengan perbankan syariah.

2. Kampanye cinta produk fesyen Muslim karya anak bangsa melalui berbagai media dan komunitas

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh pelaku usaha industri fesyen Muslim adalah derasnya barang fesyen Muslim imitasi dengan harga murah. Hal ini mengakibatkan konsumen akan menggeser permintaannya kepada barang impor dibandingkan produk fesyen muslim dalam negeri.

Dengan demikian, kampanye dalam meningkatkan awareness masyarakat dibutuhkan untuk meningkatkan daya saing produk dalam negeri. Kampanye ini dapat diinisiasi oleh Kementerian Perindustrian melalui berbagai media dan komunitas. Selain itu, penunjukkan ambasador juga dapat dijadikan opsi untuk meningkatkan intensitas dari kampanye ini. Dengan adanya kampanye ini,

diharapkan kesadaran masyarakat terhadap produk halal akan meningkat. Hal ini sejalan dengan *quick wins* utama dari Masterplan Ekonomi Syariah berupa kampanye nasional *halal lifestyle literacy*.

3. Melaksanakan kegiatan promosi yang bertaraf internasional dan partisipasi pada event fesyen Muslim internasional

Selain kegiatan *business matching forum*, pagelaran busana bertaraf internasional juga dapat menjadi sarana yang efektif dalam mempromosikan produk fesyen muslim Indonesia ke pasar internasional. Pada akhir tahun 2018, Indonesia dipercaya menjadi tuan rumah Modest Fashion Summit. Kegiatan ini akan diikuti oleh lebih dari 1.000 delegasi dari 40 negara. Pelaksanaan *quick wins* ini diharapkan searah dengan *quick wins* utama berupa penguatan kerja sama ekonomi internasional.







Klaster Media dan Rekreasi Halal

Kondisi global dan nasional Klaster media dan rekreasi halal

State of the Global Islamic Economy Report 2018/19 menyebutkan angka USD 209 miliar. Uang sebanyak itu dimanfaatkan Muslim menghabiskan waktu untuk media dan rekreasi pada 2017. Pada 2023 nanti, Muslim diperkirakan menghabiskan USD 288 miliar untuk hal yang sama. Pengeluaran tersebut paling banyak didominasi oleh media dan rekreasi yang berasal dari Turki, Amerika Serikat, Rusia, Arab Saudi, Inggris, Indonesia, Jerman, Prancis, Mesir, dan Iran.

Berdasarkan laporan tersebut, Indonesia tidak masuk ke dalam 10 besar di antara 15 negara teratas dalam jasa industri halal global. Di sisi lain, konsumsi masyarakat Indonesia terhadap produk media dan rekreasi halal berada di peringkat enam dengan nilai USD 8,8 triliun.

1. Perkembangan klaster media dan rekreasi halal nasional

Industri media dan rekreasi saat ini menjadi subsektor ekonomi kreatif yang potensial. Laju pertumbuhan PDB subsektor film, animasi dan video melonjak pesat seiring dengan peningkatan produksi dan penonton film nasional. Potensi film pun semakin didukung dengan maraknya berbagai aplikasi dan layanan video *streaming* yang berkembang.

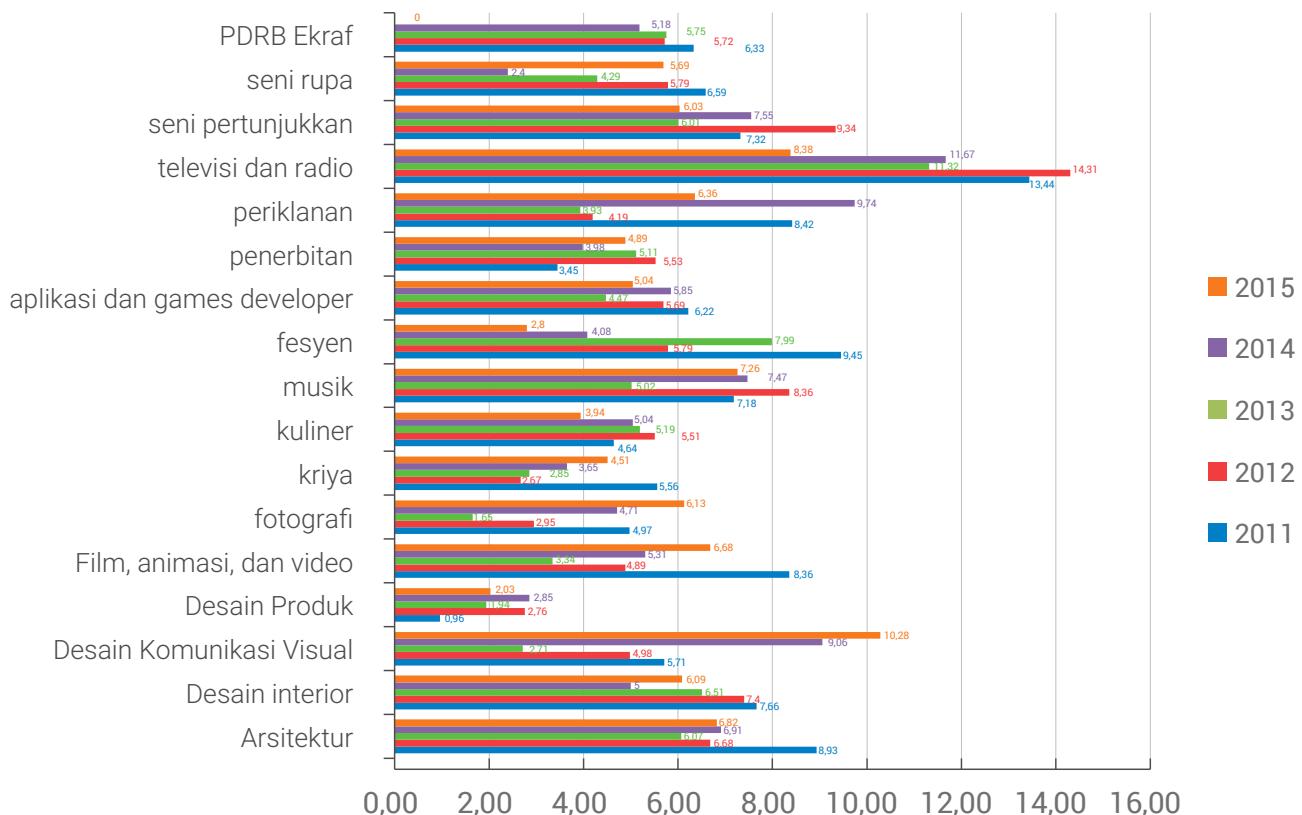
PDB ekonomi kreatif menunjukkan ada tiga subsektor penyumbang paling besar, yaitu kuliner, fesyen, dan kriya. Total kontribusi sekitar 76 persen. Di sisi lain, subsektor media dan rekreasi belum menjadi penyumbang terbesar pada PDB ekonomi kreatif. PDB ekonomi kreatif juga belum menyebutkan secara spesifik kontribusi media dan rekreasi halal.

International Federation of the Phonographic Industry (IFPI) dalam salah satu laporannya menyatakan bahwa Musik dapat menjadi penggerak perekonomian, menyerap tenaga kerja, ekspor, serta sumber pendapatan pajak. Selaras dengan pernyataan tersebut, sub-sektor Musik di Indonesia tengah mengalami perkembangan cukup pesat dengan pertumbuhan nilai PDB di atas tujuh persen pada 2016. Dengan alasan tersebut, BEKRAF optimistis menjadikan subsektor musik sebagai prioritas.

Grafik 3.4.1

Pertumbuhan PDB Subsektor Ekonomi Kreatif (dalam %)

Sumber: Bekraf (2018)



Industri aplikasi digital (*apps*) belakangan ini menjadi primadona dalam menyumbang penurunan angka pengangguran. Subsektor ini diprediksi akan terus berkembang dengan semakin maraknya inovasi *startup* yang bermunculan beberapa tahun terakhir, seperti Agate Studio, Altermyth Studio, Toge Production, Tinker Game, Touch Ten Game, dan lain-lain. Subsektor yang menarik pendanaan dari investor ini pun menghasilkan nilai transaksi yang besar. Situasi ini juga tak lepas dari semakin seringnya penggunaan perangkat ponsel cerdas untuk kebutuhan *game*. Menurut laporan Super Data, rata-rata pengguna ponsel cerdas bermain menggunakan android tiga kali sehari. Rata-rata tiap sesi permainan selama sepuluh menit.

Badan Pusat Statistik (BPS) dan Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) telah mengidentifikasi lapangan usaha yang masuk dalam penerbitan, percetakan, penerbitan koran, dan majalah. Berdasarkan definisi

tersebut, BPS telah mendata beberapa indikator ekonomi sektor ini: nilai tambah, tenaga kerja dan perdagangan internasional.

Kontribusi langsung sektor penerbitan terhadap PDB pada 2015 adalah sebesar sekitar Rp 53,6 triliun. Berdasarkan data yang dirangkum, industri penerbitan memberikan kontribusi 6 persen terhadap total produk domestik bruto industri kreatif pada tahun 2015 dengan rata-rata pertumbuhan nilai tambah bruto sebesar 2,5 persen untuk periode 2010-2015.

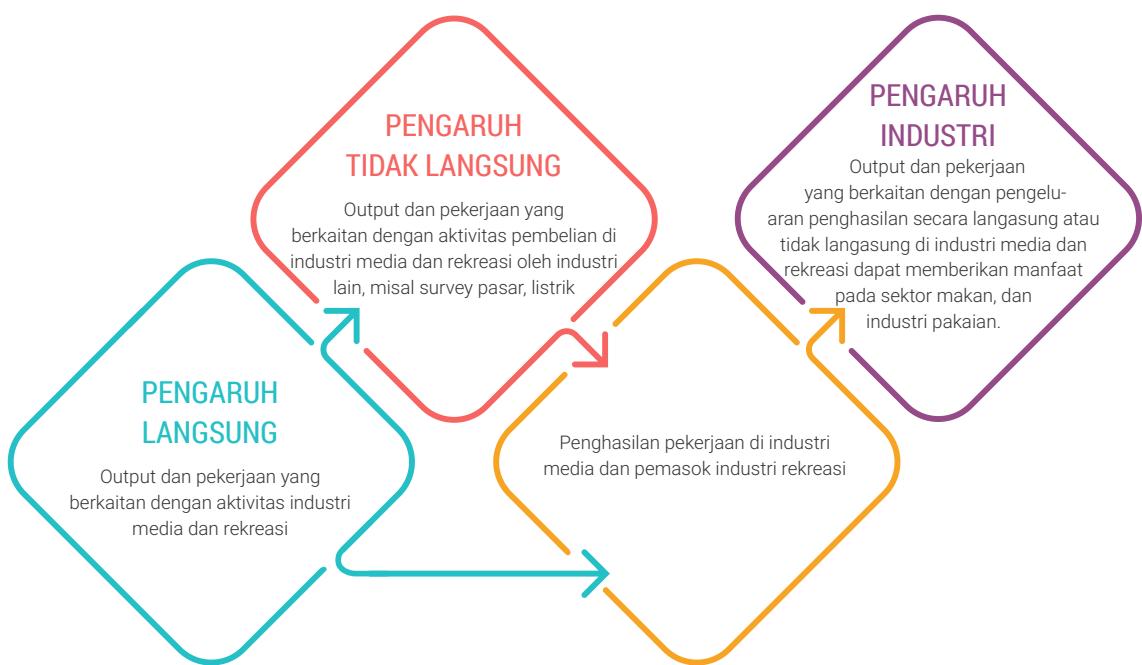
Media dan rekresi halal berkontribusi terhadap total ekonomi yang dilihat dari saluran distribusi dalam sektor media dan rekreasional. Pengaruh langsung berkaitan dengan aktivitas industri film yang berkaitan dengan produksi media dan fasilitas rekreasional. Pengaruh secara tidak langsung terhadap sektor lain berkaitan erat dengan proses pembuatan



Gambar 3.6

Saluran Pengaruh Industri Media dan Rekreasi Halal terhadap Ekonomi

Sumber: oxfordeconomics, 2015



atau produksi industri media dan peningkatan infrastruktur rekreasi. Pengaruh penghasilan atau pendapatan industri media dan rekreasi, baik langsung dan tidak langsung, akan mempengaruhi induksi yang berkaitan erat dengan sektor lain, misal: makanan, pakaian. Hal ini terlihat dari gambar 3.6 di bawah ini.

Industri media dan rekreasi belum maksimal dalam memenuhi pangsa pasar halal industri di Indonesia. Hal ini terlihat dari masih tertinggalnya media Islam dan film Islam. Film Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss! part 1 ditonton oleh 6,8 juta penduduk Indonesia. Sedangkan Film bernuansa religi masih tertinggal, dan ditonton oleh 3,5 juta penonton. Hal ini terlihat dari data pada gambar 3.7.

Media dan Rekreasi Halal sedang mengalami perkembangan yang positif. Namun, kurangnya fasilitas dan rendahnya literasi halal membuat industri media dan rekreasi perlu ditingkatkan. Hal ini terlihat dari film-film yang mengandung nilai keislaman seperti dipaparkan fakta angka berikut ini

Fakta Angka



Sedangkan, mayoritas penduduk Indonesia adalah umat Islam. Program televisi kurang mendukung perkembangan media dan rekreasi halal. Banyak program dan acara televisi yang jauh dari nilai Islam. Dari sisi *supplier*, rumah produksi mulai berlomba-lomba menggenjot produktivitasnya menggarap film bernuansa Islami yang berkualitas dari segi cerita yang inspiratif.

Sedangkan penyedia aplikasi dan games menampilkan konten-konten yang memudahkan orang mempelajari nilai Islam seperti Quranic yang menampilkan ayat-ayat Alquran dan terjemahannya yang diintegrasikan dengan industri musik serta menggunakan bahasa isyarat. Bermunculan juga dakwah melalui media sosial seperti *Youtube*, *Facebook*, *Instagram* dan *Twitter*. Sedangkan dari sisi *demand*, masyarakat mulai peduli untuk memperbaiki diri dan banyak yang belajar nilai-nilai Islam melalui media dan rekreasi halal ini.



Gambar 3.7

Film Terlaris di Indonesia 2007-2018

Sumber: <http://filmindonesia.or.id>

Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss Part 1

Dilan 1990

Lakar Pelangi

Habibie & Ainun

Pengabdi Setan 2

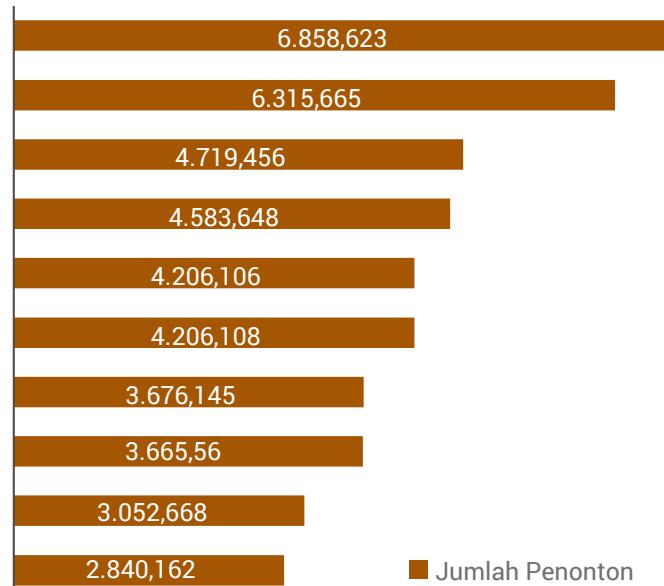
Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss Part 2

Ayat-ayat cinta

Ada apa dengan cinta? 2

My stupid Boss

Ayat-ayat cinta 2







Peluang dan tantangan pengembangan Klaster media dan rekreasi halal

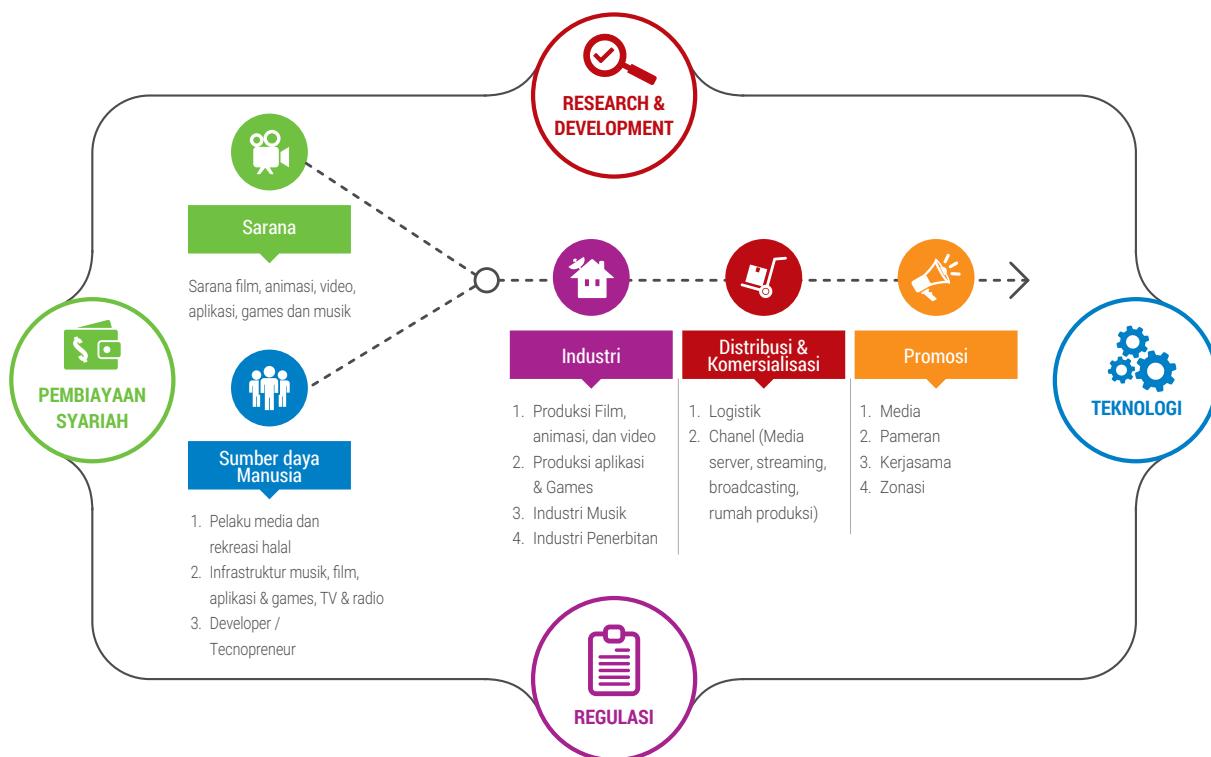
State of the Global Islamic Economy Report 2018/19, menjelaskan, media dan rekreasi halal terdiri dari suppliers (*talent, film & music infrastructure/equipment, toys/games material providers, TV & radio infrastructure/equipment*), service Providers (*online/app production, print production, toys/games production, TV & Radio production* dan *film production*), channels (distributors dan satelit/cable broadcasters), dan konsumen (online/app, TV & radio, retail, mobile celuler, print dan theater). Untuk menghadapi masalah tingginya biaya

operasional, meningkatnya produksi media dan rekreasi, diperlukan manajemen rantai pasokan yang profesional dan efisien.

Dengan standarisasi dan optimalisasi manajemen, rantai pasokan dapat mencapai tujuan yang diharapkan oleh media dan rekreasi. Rantai nilai halal industri media dan rekreasi dapat diringkas, sebagai berikut:

Gambar 3.8

Value Chain Media dan Rekreasi Halal





Tabel 3.15
Value Chain Media dan Rekreasi Halal

Value Chain	Industri Utama	Pendukung
Distributor	1. Rumah Produksi Film 2. TV dan Radio 3. Penerbitan 4. Provider aplikasi dan games 5. Industri musik dan seni	1. Sumber Daya Manusia 2. <i>Research and development</i> 3. HaKI 4. <i>Distribution royalty</i> 5. Teknologi 6. <i>Marketing</i>
Pembayaan	1. Perbankan syariah 2. Industri Keuangan Non Bank Syariah (IKNB)	1. Shariah compliant
Investor	1. Swasta	1. Waqaf, sukuk , crowd funding, modal ventura syariah
Inkubator	1. Jasa Inkubasi Bisnis (<i>Primarily business incubation services</i>) 2. Jasa Inkubasi Teknologi (<i>Primarily technology incubation services</i>) 3. Jasa Inkubasi Campuran (<i>Mixed incubation services</i>)	1. Inkubator universitas 2. Inkubator Perusahaan 3. <i>Corporate university</i> 4.
Festival kebudayaan	1. Pagelaran seni budaya	1. Departemen seni dan budaya 2. Asosiasi seni
Universitas	1. Pusat studi dengan konsentrasi di bidang media dan rekreasi halal	2. Pusat studi media dan rekreasi 3. Pusat studi kebudayaan 4. Fasilitas multimedia 5. Studio musik
Digital Ekonomi	1. <i>e-commerce</i>	1. Technopreneur
Asosiasi	1. Asosiasi TV dan radio islami (ARTIVISI) 2. Badan Perfilman Indonesia 3. Asosiasi Produser Film Indonesia 4. KCI (Karya Cipta Indonesia) 5. GAPERINDO (Gabungan Perusahaan Rekaman Indonesia) 6. IMOCA (<i>Indonesian Mobile & Online Content Provider Association</i>) 7. Asosiasi Game Indonesia (AGI)	

Kondisi dan posisi Indonesia saat ini perlu dipetakan untuk menyusun strategi pengembangan industri media dan rekreasi halal. Salah satunya dapat menggunakan analisis SWOT. Pemetaan

kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan berdasarkan rantai nilai industri media dan rekreasi halal dirangkum dalam tabel di bawah ini.

Tabel 3.16
Analisis SWOT Media dan Rekreasi Halal

	STRENGTHS	WEAKNESSES
SDM	<ul style="list-style-type: none"> 1. Jumlah SDM yang besar 2. Anak-anak muda kreatif di Indonesia banyak yang sudah terjun di media dan melek teknologi 3. Semakin banyak sekolah dengan konsentrasi media dan teknologi informasi yang berkualitas 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya riset sehingga kompetensi SDM belum memadai
Industri	<ul style="list-style-type: none"> 1. Jumlah perusahaan <i>start-up</i> tumbuh dengan cepat 2. Budaya di beberapa daerah telah menganut nilai-nilai islam 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Teknologi media masih belum memadai dan mahal 2. Standardisasi kualitas media dan rekreasi halal belum diterapkan
Distribusi, Komersialisasi, dan Promosi	<ul style="list-style-type: none"> 1. Tingkat interaksi dengan media apps semakin tinggi. 2. Mayoritas Muslim penduduk Indonesia lebih tertarik dengan dakwah melalui media seperti film, aplikasi app store dan program TV yang islami. 	<ul style="list-style-type: none"> 1. kompetisi media & rekreasi halal masih rendah 2. Pemasaran produk belum maksimal 3. Investor tetap memiliki keyakinan dan apresiasi yang sangat terbatas terhadap media dan rekreasi halal
OPPORTUNITIES		THREATS
SDM	<ul style="list-style-type: none"> 1. Jumlah tenaga kerja banyak tersedia 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Masih terbatasnya asosiasi desainer khusus fesyen Muslim. 2. Sejauh ini hanya ada Ikatan Perancang Busana Muslim (IPBM) 3. Beasiswa untuk pendidikan fesyen masih kurang karena bidang fesyen dianggap jenis pendidikan vokasi
Industri	<ul style="list-style-type: none"> 1. Kolaborasi dengan industri lainnya seperti pariwisata, makanan dan minuman halal, farmasi dan kosmetik, serta fesyen muslim 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Berada pada tahap awal pertumbuhan, banyak regulasi yang belum tersedia, SDM tidak memadai (Kualitas & Kuantitas), pembiayaan.
Distribusi, Komersialisasi, dan Promosi	<ul style="list-style-type: none"> 1. Jalur distribusi di pasar domestik semakin banyak dan beragam, Ruuntuk biro iklan, atau <i>platform</i> iklan online 2. Melenial mencari gambaran yang lebih positif tentang Islam di media,potensial bagi game dan apps developer 3. Pertumbuhan industri syariah yang besar dan cepat 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Negara-negara lain yang sudah siap dengan regulasi

**Tabel 3.17**

Peluang dan Tantangan Media dan Rekreasi Halal Berdasarkan Ekosistem

Aspek	Peluang	Tantangan
Demografi	1. 60% dari 237 juta penduduk Indonesia berada dalam usia produktif (15-55 tahun), dan 27% adalah generasi muda (16-30) tahun.	1. Pendidikan kreatif dan peningkatan kapasitas tenaga kerja kreatif.
Meningkatnya permintaan pasar	1. Tumbuh dan berkembangnya media dan rekreasi halal	1. Jumlah layar bioskop yang hanya 10% dari jumlah total kabupaten/kota di Indonesia
Teknologi dan informasi	1. Meningkatnya penetrasi pemanfaatan <i>gadget</i> terhadap aplikasi yang tertanam di dalamnya	1. Kuantitas dan kualitas <i>apps developer</i> yang belum memadai 2. Belum meratanya konektivitas internet di setiap daerah 3. Biaya internet yang masih mahal 4. Lembaga keuangan tidak tertarik untuk investasi dikarenakan tingginya resiko
Budaya	1. Banyaknya jumlah seni pertunjukan baik tradisi maupun kontemporer yang selama ini dikreasikan.	1. Terbatasnya ruang pertunjukan 2. Belum adanya regulasi yang membedakan antara media dan rekreasi halal dengan yang tidak
Aspek	Peluang	Tantangan
Demografi	1. 60% dari 237 juta penduduk Indonesia berada dalam usia produktif (15-55 tahun), dan 27% adalah generasi muda (16-30) tahun.	1. Pendidikan kreatif dan peningkatan kapasitas tenaga kerja kreatif.
Meningkatnya permintaan pasar	1. Tumbuh dan berkembangnya media dan rekreasi halal	1. Jumlah layar bioskop yang hanya 10% dari jumlah total kabupaten/kota di indonesia
Teknologi dan informasi	1. Meningkatnya penetrasi pemanfaatan <i>gadget</i> terhadap aplikasi yang tertanam di dalamnya	1. Kuantitas dan kualitas <i>apps developer</i> yang belum memadai 2. Belum meratanya konektivitas internet di setiap daerah 3. Biaya internet yang masih mahal 4. Lembaga keuangan tidak tertarik untuk investasi dikarenakan tingginya resiko
Budaya	1. Banyaknya jumlah seni pertunjukan baik tradisi maupun kontemporer yang selama ini dikreasikan.	1. Terbatasnya ruang pertunjukan 2. Belum adanya regulasi yang membedakan antara media dan rekreasi halal dengan yang tidak



Strategi khusus Klaster media dan rekreasi halal

No.	Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Strategi I: Peningkatan kuantitas dan kompetensi SDM kreatif disepanjang rantai nilai industri media dan rekreasi dengan memaksimalkan peran universitas, bisnis, dan asosiasi									
1	<p>Peningkatan jumlah dan kompetensi SDM kreatif bidang media dan inovasi produksi media serta memahami kebutuhan dan karakteristik budaya halal di Indonesia.</p> <p>a. Pendampingan industri kreatif untuk media dan rekreasi dengan <i>coaching and mentoring</i> dengan beberapa pelaku usaha di halal media dan rekreasi, produser, artis dan desainer media ternama dan diakui dunia**</p> <p>b. Penyelenggaraan <i>festival media and rekreasi Islam</i> untuk menjaring bakat-bakat baru</p> <p>c. Penyelenggaraan <i>international Islamic book fair, and media recreation indoor or out door, games (Panahan, berkuda, berkuda)</i> untuk meningkatkan awareness, mutu dan jumlah wisatawan ke Indonesia untuk mencapai pusat ekonomi syariah.</p> <p>d. Temu bisnis media dan rekreasi dengan akademi perfilman, desainer dan universitas, serta industry media dan rekreasi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi media dan rekreasi .</p>	<ul style="list-style-type: none"> Mensosialisasikan subsektor media dan rekreasi halal melalui aktivitas yang kreatif sehingga mudah dikenal dimasyarakat 							Kemenperin, Industri media: film, musik, berita, Technopark, Badan ekonomi Kreatif, Asosiasi Industri Media dan Kreatif, Aprofi, BFI, MUI, Bank Indonesia, KemenKUKM, Kemenko Perekonomian, Kemenkeu, Kementerian BUMN, BPJPH, Kemenperin, Kemendag, Kominfo
2	<p>Peningkatan jumlah fasilitas, kualitas, serta produktivitas SDM media dan rekreasi untuk memasarkan media dan rekreasi dengan pemanfaatan teknologi informasi</p> <p>a. Penguatan Lembaga <i>Vocational Training</i> dan ekosistem kompetensi SDM industri media dan rekreasi.</p> <p>b. Pelaksanaan bimbingan teknis produksi media: film, musik, buku/3D drawing/computerized design, rekreasi outdoor dan indoor.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya lulusan yang memiliki kompetensi media dan rekreasi halal Meningkatnya jumlah developer aplikasi dan games, tecnopreneur, musisi, seniman dan penulis yang berkualitas 							Kemenperin, Kemenag, Kemenristekdikti, Kemdikbud, BNSP, LSM, Aprofi, BFI, Industri Media Islam



No.	Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
	c. Pelaksanaan bimbingan teknis pemanfaatan teknologi media dan aplikasi untuk pemasaran media dan rekreasi								
3	Peningkatan jumlah dan kualitas sekolah seni dan media, serta rekreasi, kurikulum, SDM Pengajar yang sesuai dengan kebutuhan industri media dan rekreasi halal	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya jumlah tenaga ahli dan professional yang mempunyai kompetensi media dan rekreasi halal 							Kemenperin, Kemenristekdikt Asosiasi Media dan Asosiasi Pengusaha Pariwisata
	a. Mendorong pembangunan lembaga pendidikan tinggi yang berkualitas.								
	b. Penyelarasan kurikulum dan kompetensi lulusan sesuai dengan kebutuhan industri media dan rekreasi.								
	c. Peningkatan kompetensi dan sertifikasi, inovasi dosen/pengajar.								
	d. Kolaborasi dan kerjasama dengan sekolah media, musik perfilman ternama dari luar negeri.								
4	Peningkatan jumlah wirausaha baru bidang media dan rekreasi halal dan terbangunnya inkubator bisnis	<ul style="list-style-type: none"> Layanan terpadu untuk memudahkan perizinan mendirikan inkiubator media dan rekreasi halal Tersedianya tenaga kerja media dan rekreasi halal 							Kemenperin, Asosiasi Desainer dan Asosiasi Pengusaha, BNSP, OSS, BKF, Pemda/ Pemkot
	a. Melaksanakan bimbingan teknis wirausaha baru bidang media dan rekreasi halal								
	b. Membangun inkubator bisnis media dan rekreasi halal*								
	c. Membuat kebijakan untuk mempermudah usaha dibidang media dan rekreasi halal.								
5	Peningkatan pengakuan dunia internasional terhadap media, label dan produk media dan rekreasi halal nasional	<ul style="list-style-type: none"> Peningkatan produk-produk media dan rekreasi halal yang dapat bersaing didunia global 							Kemenperin, Kemenlu, Kemendag, Bekraf, Asosiasi Desainer, Asosiasi Industri
	a. Memberikan dukungan kepada komunitas untuk berpartisipasi dalam even-even bertaraf internasional baik dalam negeri maupun luar negeri								
	b. Membangun mekanisme kemitraan antara produser film, musik dan rekreasi terkemuka baik lokal maupun internasional dan yang potensial untuk dikembangkan lewat proses coaching, mentoring dan partnership.								

No.	Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
	c. Membangun basis data Indonesia dan mempromosikan secara aktif di dalam dan luar negeri								
	d. Memfasilitasi <i>networking</i> dan kemitraan antara para talenta teknopark, perfilman dan musik, publikasi media Indonesia di mancanegara untuk terjadinya <i>knowledge sharing</i>								
6	Peningkatan riset dan publikasi tentang media dan rekreasi halal serta pemanfaatan media dan internet dalam industri media dan rekreasi halal	<ul style="list-style-type: none"> Peningkatan branding dan <i>market share</i> media dan rekreasi halal 							Kemenperin, Kemendag, Kemenkominfo, Universitas, Akademisi atau Praktisi, Lembaga Jurnal
	a. Mendorong riset dan manfaat intelegence pasar media dan rekreasi halal internasional								
	b. Memberikan insentif riset dan inovasi dalam publikasi jurnal ilmiah maupun artikel terkait media dan rekreasi halal								
	c. Mendorong tumbuh dan berkembangnya media/situs media dan rekreasi halal								
<p>Strategi II: Industri media dan rekreasi halal nasional yang menjadi andalan di pasar ekspor dan menjadi tuan rumah di negeri sendiri serta kemampuan dalam inovasi dan diversifikasi produk</p>									
1	Peningkatan daya tarik subsektor media dan rekreasi halal, sebagai tempat yang menarik untuk berkarir dan berinvestasi	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya lapangan kerja dan penyerapan tenaga kerja media dan rekreasi 							Kemenperin, Kemendag, BKPM, RTSP Daerah, CSS, Kemenkumham, Polri, TNI, Kemenkeu, Asosiasi Distributor Media dan Buku.
	a. Memperluas jangkauan distribusi, misalnya dengan memperluas saluran distribusi								
	b. Meningkatkan apresiasi pasar terhadap yang akan meningkatkan potensi pasar baik domestik maupun internasional di bidang perfilman, musik, dan publikasi, misal film ayat-ayat cinta, novel Islam ketika cinta bertasbih.								
	c. Menata dan merevitalisasi regulasi distribusi (pasar, distributor-produsen), regulasi ekspor-impor (proteksi, tarif, subsidi, dan harmonisasi tarif untuk meningkatkan nilai tambah dan untuk meningkatkan potensi pasar).								
	d. Menegakkan hukum atas penyelundupan, import illegal, pembajakan serta pelanggaran atas HKI yang akan menurunkan jumlah potensi pasar di Industri media dan rekreasi halal.								



No.	Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
2	Peningkatan produksi media dan rekreasi halal yang nyaman dan aman dinikmati dengan peningkatan kualitas dan kuantitas agar tercapainya produksi dan <i>market size</i> melalui kolaborasi produser dengan industri media dan rekreasi	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya jumlah platform yang terlibat dalam media dan rekreasi halal Efisiensi operasi dan produksi, serta meningkatkan ekspor media dan rekreasi halal 							Kemenperin, Asosiasi, Pelaku Usaha, Sutradara, Kominfo, Kemenkumham
	a. Riset pasar dan pengembangan produk bersama								
	b. Membangun kolaborasi bisnis yang saling menguntungkan melalui pemberian royalti kepada sutradara, penulis skrip dan rumah produksi.								
	c. Mendorong sutradara, penulis untuk memberikan nilai-nilai keislaman berkualitas , sehingga dapat dinikmati dan menjadi <i>massa production</i> .								
3	Mendorong pengembangan produk baru media dan rekreasi, berupa film, musik, publikasi dan tempat rekreasi yang bernalih, dan mempunyai spirit kelslaman.	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya jumlah produksi untuk pasar lokal dan ekspor dari media dan rekreasi halal 							Lembaga Penelitian, Universitas, Kemenperin, Kemenristekdikti, Industri Teknologi, Depag, Kominfo.
	a. Riset pasar dan pengembangan produk media dan rekreasi halal sesuai dengan karakteristik dan budaya masyarakat muslim di Indonesia.								
	b. Kerja sama bisnis antara lembaga penelitian, sutradara, industri media dan rekreasi dan universitas.								
	c. Kolaborasi dengan industri teknologi dalam pengembangan produk.								
4	Melaksanakan <i>co-branding</i> dengan industri keuangan syariah dan <i>co-marketing</i> dengan halal travel/pariwisata Indonesia.	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya volume penjualan produk dan jasa media dan rekreasi halal 							Kemenperin, Kemenpar, Bekraf, Pemda, Kemenag, Perbankan Syariah, Asosiasi
	a. <i>Co-branding</i> dengan produk keuangan syariah melalui promosi yang masif dan penunjukkan brand ambassador, seperti film 5 menara.								
	b. Fasilitas pendirian animasi media Islam district halal (8 koridor) dengan melakukan <i>benchmark</i> : (pusat sains Islam malaysia, alhambra spanyol, british museum Islam, Turki)								

No.	Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
	c. Pelaksanaan co-marketing dengan halal travel/pariwisata (perlu dikaji jenis halal travel yang cocok dan menarik wisatawan), seperti dokumenter jejak rasul								
5	Mendorong pemanfaatan jalur pemasaran <i>multichannel</i> (offline-online)	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya market share media dan rekreasi halal 							Kemenperin, Kominfo, e-commerce
	a. Peningkatan kemampuan SDM pemasaran media dan rekreasi								
	b. Fasilitas kemampuan pendirian retail store dan e-commerce serta integrasi dengan <i>halal deal apps</i> , misal halal market.								
6	Mendorong industri media dan rekreasi mengembangkan lini produk	<ul style="list-style-type: none"> Tersedianya produk-produk media dan rekreasi halal untuk millennial yang inovatif 							Kemenperin, Asosiasi Film, Asosiasi Buku, dan Industri
	a. Mendorong kerjasama antar industri untuk memperkuat industri media dan rekereasi halal di Indonesia dengan luar negeri untuk membuat produk media rekreasi halal terbesar di Indonesia, misal musik nasyid, buku sejarah Islam melayu dan kerajaan Islam ottoman, Turki.								
	b. Melakukan riset dan pengembangan produk media dan rekreasi halal bagi generasi milenial.								

Strategi III: Terbentuknya pusat media dan rekreasi, proses produksi, saluran distribusi/pemasaran (media dan internet/e-commerce) dengan memanfaatkan teknologi Industri 4.0

1	Pembentukan basis-basis teknologi pendukung industri kreatif menuju klaster teknologi	<ul style="list-style-type: none"> Peningkatan jangkauan teknologi dan intenet yang cepat dalam media dan rekreasi halal Mendorong tumbuhnya basis-basis pendukung teknologi pada film dan rekreasi halal, komersialisasi khususnya yang terkait dengan teknologi informasi dan komunikasi** 							Kemenperin, Kemenkominfo
	a. Menentukan sektor unggulan maupun prioritas media dan rekreasi halal dan basis-basis pendukung teknologi pada film serta rekreasi halal, komersialisasi khususnya yang terkait dengan teknologi informasi dan komunikasi**								
	b. Memfasilitasi koordinasi dan kolaborasi antara industri pendukung, seperti industri kertas dan majalah Islam, secara intensif antara lembaga riset pemerintah dan universitas								
	c. Mengembangkan inkubator bisnis, dalam rangka penyebaran teknologi								



No.	Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
	d. Mengembangkan industri piranti keras dalam negeri sebagai penopang teknologi industri kreatif	teknologi informasi dan komunikasi							
2	Pemanfaatan teknologi informasi dan implementasi industri 4.0 untuk industri media dan rekreasi**	<ul style="list-style-type: none"> Tersedianya teknologi dan informasi yang mendukung industri 4.0 Peningkatan insentif dan investasi dalam implementasi industri 4.0 bidang media dan rekreasi 							Kemenperin, Kemenristekdikti, Industri Teknologi, Universitas, Lembaga Penelitian
	a. Melakukan pelatihan dibidang komputer dan ICT								
	b. Menjalin strategi partnership dengan negara yang sudah maju pada teknologi kreatif (<i>technocreative</i>)								
	c. Membangun platform bisnis digital yang menggabungkan desainer, industri media dan rekreasi dan e-commerce.								
	d. Mengembangkan internet antar sentra-sentra industry halal								
	e. Insentif dan investasi dalam implementasi industri 4.0 bidang media dan rekreasi								
	f. Memberikan insentif untuk investasi mesin/peralatan modern.								
3	Meningkatkan jumlah situs e-commerce & media media dan rekreasi halal	<ul style="list-style-type: none"> Kemudahan bagi pelaku bisnis untuk masuk dalam ekosistem ekonomi digital Tersedianya aplikasi media dan rekreasi halal terintegrasi 							Kemenperin, Kominfo
	a. Mendorong pertumbuhan situs e-commerce, media dan rekreasi halal								
	b. Mendorong pemanfaatan pasar online /e-commerce dengan integrasi e-smart IKM								
	c. Kerja sama dengan situs e-commerce internasional untuk akses pasar ke negara tujuan ekspor								
4	Mendorong kolaborasi media dan rekreasi serta teknologi bahan baku dengan perusahaan teknologi	<ul style="list-style-type: none"> Interlinkage antar kluster halal industri 							Kemenperin, Kemenristekdikti, Industri Teknologi, Universitas, Lembaga Penelitian
	a. Riset kerja sama dalam pengembangan produk functional media dan rekreasi yang ramah teknologi								
	b. Riset bersama dalam pengembangan bahan baku								
	c. Kerja sama bisnis melalui kolaborasi co-marketing dengan produk teknologi								

No.	Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Strategi IV: Terjadinya forward dan backward linkage dalam rantai nilai industri media dan rekreasi untuk menghasilkan nilai tambah yang tinggi									
1	Meningkatkan <i>linkage</i> antara desainer grafik, industri media, dan rekreasi	• Basis data media dan rekreasi halal							Kemenperin, Kemendag, Kemenkeu, Asosiasi, Kominfo
	a. <i>Bussines matching graphic designer - industri media dan rekreasi – outdoor dan indoor rekreasi, retail store/e-commerce</i>								
	b. Membangun platform online untuk produk grafik desainer, industri media dan rekreasi.								
	c. Sosialisasi dan penguatan database media dan rekreasi								
	d. Optimalisasi <i>supply chain</i> industri media dan rekreasi halal dengan memperkuat kemitraan industri media dan rekreasi halal dan pariwisata								
2	Penguatan inovasi dalam memanfaatkan sumber daya manusia	• Produk media dan rekreasi dengan pemanfaatan sumberdaya pesantren sebagai tempat pusat studi keislaman yang tinggi.							Kemenperin, Kemenag, Bekraf, Lembaga Penelitian, Kemenristek Dikti, Universitas, Pondok pesantren
	a. Mendorong riset dan inovasi produk media dan rekreasi dengan pemanfaatan sumberdaya pesantren sebagai tempat pusat studi keislaman yang tinggi.								
	b. Pengembangan produk-produk media dan rekreasi, film dokumenter pondok pesantren dan tokoh-tokoh Islam di Indonesia								
Strategi V: Terbentuknya ekosistem bisnis dan ekosistem kebutuhan konsumen melalui co-branding dan co-marketing serta jaminan kemudahan dalam memulai usaha dan iklim investasi yang pro bisnis									
1	Penciptaan penghargaan terhadap hak atas kekayaan intelektual (HKI), MURI dan pengakuan terhadap manfaatnya bagi ekonomi	• Perlindungan terhadap pembajakan dan pelanggaran hak cipta							Kemenperin, Kemenkumham, TV & Radio, Label Musik, Penerbit
	a. Mendorong kreativitas dan penciptaan produk-produk media dan rekreasi halal, misal animasi Islam.								
	b. Memfasilitasi pendaftaran paten dan HaKI, serta MURI								
	c. Perlindungan terhadap pembajakan dan pelanggaran hak cipta								
	d. Fasilitasi implementasi penayangan media dan rekreasi dalam skala produksi besar dan massif, seperti iklan rekreasi halal								



No.	Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
2	Peningkatan kebanggan dan cinta umat Islam terhadap produk media dan rekreasi halal*	<ul style="list-style-type: none"> Peningkatan awareness terhadap media dan rekreasi halal karya anak bangsa 							Kemenperin, Kemenag
	a. Kampanye terhadap kecintaan hasil produk media dan rekreasi Islam karya anak bangsa, seperti film laskar pelangi.								
	b. Keberpihakan pemerintah dalam pengadaan fasilitas media dan rekreasi umat Islam dengan menanyangkan program media dan rekreasi Islam di TV.								
3	Peningkatan ekspor media dan rekreasi ke negara anggota OKI dengan kerja sama bilateral/multilateral	<ul style="list-style-type: none"> Peningakatan posisi media dan rekreasi halal di tingkat dunia 							Kemenperin, Kemenlu, Kemendag, Asosiasi, BI, Kemenkeu
	a. Melakukan <i>market intelligence</i> dan penjajakan kerja sama dengan negara-negara anggota OKI, seperti International Islamic book fair di Mesir.								
	b. Insiasi kesepakatan perdagangan antara anggota OKI untuk komitmen peningkatan produk media dan rekreasi halal antaranggota OKI								
	c. Peningkatan produktivitas industri media dan rekreasi dalam negeri dan daya saing produk								
	d. Fasilitasi adopsi model bisnis berstandar internasional								
	e. Fasilitasi kemudahan pembiayaan dan transaksi keuangan Internasional								
	f. Bimbingan teknis pelaksanaan dan penyusunan media ekspor serta pemenuhan standar internasional								

No.	Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
4	Melaksanakan event promosi yang bertaraf internasional dan partisipasi pada event media dan rekreasi halal internasional (pameran/seminar)	<ul style="list-style-type: none"> • Produk media dan rekreasi halal semakin diterima dan dikenal dunia 							Kemenperin, Kemendag, Kemenlu, Asosiasi
	a. Melakukan <i>benchmark</i> terhadap pelaksanaan event internasional media dan rekreasi halal di luar negeri dan mengaplikasikannya di dalam negeri								
	b. Melaksanakan event bertaraf internasional dengan mengundang investor media dan rekreasi internasional								
	c. Identifikasi event di LN yang menimbulkan efek signifikan terhadap citra media dan rekreasi halal Indonesia								
	d. Memfasilitasi label/desainer/industri media dan rekreasi yang potensial di event internasional								
5	Melindungi pasar dalam negeri dari sebutan media dan rekreasi halal impor berkualitas rendah	<ul style="list-style-type: none"> • Produk media dan rekreasi halal yang unggul 							Kemenperin, BSN, Kemendag, Kemenkeu
	a. Menyusun dan menerapkan standar media dan rekreasi halal								
	b. Menciptakan <i>nontarif barrier</i> dalam rangka melindungi industri media dan rekreasi DN								
	c. Mendorong berkembangnya Komunitas media dan rekreasi halal, semacam forum lingkar pena, bikers.								



No.	Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Strategi VI: Kemudahan akses dan pembiayaan dari lembaga keuangan bank maupun bukan bank, serta kemudahan berinvestasi									
1	Penciptaan skema dan lembaga pembiayaan serta mendukung tumbuh kembangnya di Indonesia**								Kemenperin, Kemenko Perekonomian, Bl, Lembaga Pembiayaan, Investor, BKPM, KemenKUKM
	a. Mendorong terciptanya skema pembiayaan industri kreatif seperti: venture capital, seed capital, angel capital, angel investor, kredit perbankan ataupun CSR, seperti wakaf untuk film iqra'2								
	b. Mengembangkan lembaga pembiayaan di sentra-sentra industri kreatif Indonesia								
	c. Memberikan prioritas bantuan pembiayaan pada UMKM/IKM industri kreatif yang sudah feasible tetapi belum bankable								
	d. Fasilitas peningkatan kompetensi manajemen pengelolaan usaha dan administrasi keuangan industri media dan rekreasi								
2	Terlaksananya Skema pembiayaan yang ramah industri/IKM								Kemenperin, Kemenko Perekonomian, Asosiasi, KemenKUKM, Perbankan
	a. Fasilitasi kemudahan dalam perolehan modal kerja (KUR)								
	b. Fasilitas skema pembiayaan Bapak angkat oleh industri besar/buyer/investor dengan kerjasama yang saling menguntungkan								
	c. Mendorong kolaborasi dengan Islamic Finance/pembiayaan syariah								

Keterangan: * merupakan Program Utama dan ** merupakan Quick Wins



Quick Wins

Klaster media dan rekreasi halal

1. Pemanfaatan media dan rekreasi halal dalam mendukung *branding* Industri halal

Dukungan terhadap pencitraan industri halal Tanah Air dapat dilakukan dengan memanfaatkan media dan rekreasi halal dengan cara promosi yang masif. Lainnya adalah penunjukkan *brand ambassador* yang menampilkan kekayaan dan kearifan budaya setempat.

Juga bisa dilakukan dengan memilih *brand ambassador* yang menjadi perwakilan Indonesia dalam festival, misi dagang, *business to business networking* orang/karya/usaha media dan rekreasi halal di dalam dan luar negeri. Semua itu dapat menciptakan hubungan kerja sama antarnegara kreatif sebagai *soft power* untuk mempromosikan karya musik dalam negeri di pasar global. *Quick wins* ini berkaitan dengan program utama masterplan ekonomi syariah yaitu kampanye nasional “*halal lifestyle*” dan penguatan kerja sama ekonomi nasional.

2. Pembentukan sektor unggulan dan prioritas media dan rekreasi

Fokusnya pada subsektor film, animasi, dan video. Kemudian aplikasi dan *games* serta musik dan rekreasi halal sangat dibutuhkan.

3. Mendorong terciptanya skema pembiayaan media dan rekreasi halal

Pemerintah harus Menciptakan skema fasilitas pembiayaan untuk wirausaha kreatif pemula dalam memulai usaha. Juga memfasilitasi kemudahan dalam perolehan modal, skema pembiayaan syariah seperti BUS (Bank Umum Syariah), modal ventura syariah, dan pasar modal syariah. Semua itu akan difasilitasi melalui *halal fund* yang merupakan program strategi utama.



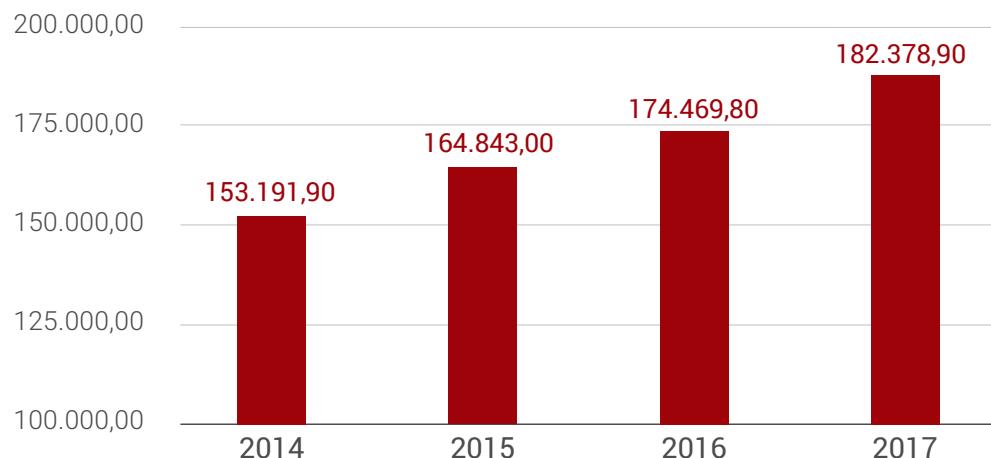


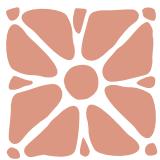


Klaster Farmasi dan Kosmetik Halal

Farmasi dan kosmetik halal merupakan produk yang terbuat dari bahan yang sesuai dengan syariat Islam. Kandungan itu bebas dari unsur binatang yang diharamkan dan yang disembelih tidak sesuai dengan tuntunan Islam. Komoditas itu harus diproduksi dan diproses menggunakan alat yang tidak tercampur oleh zat yang tidak sesuai dengan syariat. Dengan demikian, farmasi dan kosmetik halal merupakan harmonisasi dari syariat Islam, *good manufacturing practice* (GMP) serta bahan baku halal (Rina, Khanapi, & Hasan, 2013)

Grafik 3.5.1
PDB ADHK Menurut Lapangan Usaha





Kondisi global dan nasional Klaster farmasi dan kosmetik halal

Kontribusi PDB industri kimia, farmasi dan obat tradisional mengalami kenaikan selama lima tahun. Selama kurun waktu 2014-2017 nilai pertumbuhan terbesar terjadi di tahun 2015 dengan tambahan nilai mencapai Rp 11.651,1 miliar. Sementara di tahun 2018 pertumbuhan industri kimia, farmasi dan obat tradisional pada triwulan III tercatat pada angka 3,91 persen (yoY).

Pada tingkat global industri kosmetik dan farmasi mengalami tren perkembangan yang baik dari tahun ke tahun. Pada 2017 nilai industri kosmetik naik sebesar 5 persen. Saat ini tren industri kecantikan menawarkan kesempatan premiumisasi tidak hanya melalui harga tinggi dan label mewah melainkan dengan meningkatkan kualitas. Produk perawatan kulit diprediksi akan tumbuh sebesar 31 persen selama 2017-2022 dan akan dipimpin oleh daerah Asia Pasifik. Hal tersebut dilatarbelakangi oleh naiknya kesadaran terhadap perawatan kulit, ekspansi perusahaan serta naiknya konsumsi kelas menengah di Asia Pasifik, Timur Tengah dan Afrika.

Lima kunci utama mengembangkan industri kosmetik global

1. Kecantikan yang telah menjadi gaya hidup. Hal ini sejalan dengan meningkatnya kesadaran gaya hidup sehat untuk merawat diri dengan baik.
2. Aspek kebersihan, kesesuaian dengan etika, dan kecantikan yang inklusif. Tren yang sedang berkembang pesat adalah kosmetik natural dengan bahan baku organik yang mendukung keberlanjutan lingkungan sekaligus memenuhi tujuan sosial. Sementara etika akan mendorong produsen untuk mengaktualisasikan ajaran agama dan budaya sebagai nilai tambah dalam produknya.

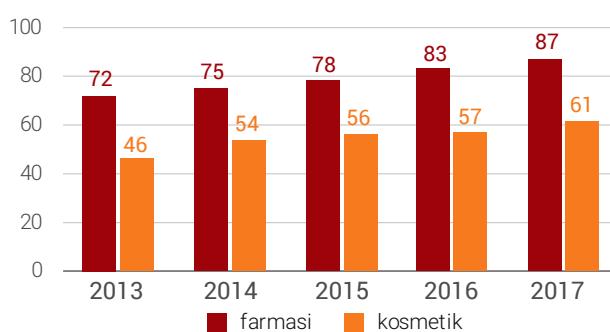
3. Pengalaman dan pemberdayaan. Pengalaman berfokus pada menaikkan ikatan emosional dengan konsumen. Salah satunya upaya yaitu pendekatan secara digital dengan teknologi pemilihan produk, pendidikan, dan pemantauan
4. Digital dan teknologi yang digencarkan. Interaksi antara produsen dan konsumen saat ini gencar dilakukan secara digital.
5. Berkembangnya persepsi premium pada produk kosmetik.

Pada industri farmasi global terdapat empat peluang yang dapat dimanfaatkan. Penjualan obat *Over the counter* atau OTC (obat yang dapat dibeli secara bebas tanpa resep dokter) diperkirakan akan didominasi oleh Asia Pasifik sebesar 36 persen hingga 2022. Kategori obat tidur dan penenang juga diprediksi mengalami kenaikan penjualan selama 2017-2022.

Faktor yang mempengaruhi hal ini yaitu meningkatnya tingkat stress pada masyarakat, tingginya tingkat kesibukan, dan gaya hidup yang serba cepat dan moderen. Penjualan obat secara online dengan kategori vitamin dan suplemen diprediksi akan tumbuh pada periode yang sama. Jika dibandingkan dengan industri kosmetik,

Grafik 3.5.2
Konsumsi Global Muslim terhadap Farmasi Kosmetik (Miliar US\$)

Sumber: Global Islamic Economy Report (2018)





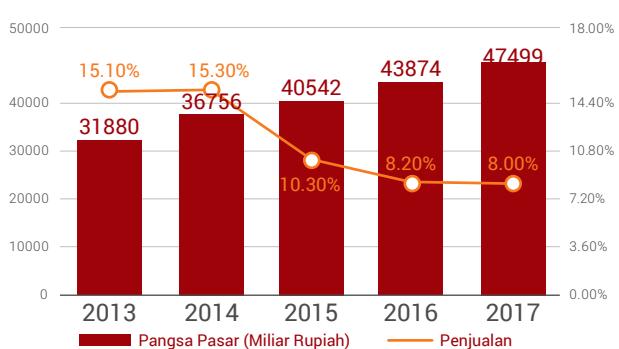
farmasi cenderung lebih cepat tumbuh di negara berkembang, karena secara agregat mengikuti indikator makroekonomi. Hal ini menyebabkan Indonesia masuk pada posisi ketiga dari sepuluh negara dengan perkembangan pasar industri farmasi tercepat.

Secara global, berdasarkan *State of Global Islamic Report* konsumsi muslim terhadap produk farmasi dan kimia dari tahun 2013-2017 menunjukkan tren yang meningkat.

Saat ini Indonesia berada di posisi ke-4 sebagai negara dengan konsumsi produk farmasi terbanyak. Sementara pada sektor kosmetik, Indonesia merupakan negara kedua dengan jumlah konsumsi kosmetik terbesar setelah India. Pada tahun 2023 diperkirakan pangsa pasar farmasi akan naik sebesar 7.1 persen menjadi USD 131 miliar dan pangsa pasar kosmetik naik sebesar 6.9 persen menjadi USD 90 miliar.

Dengan tren yang kian meningkat, perusahaan multinasional mulai menasarkan pasar Muslim dengan mengeluarkan produk halal. Dalam bidang farmasi, perusahaan farmasi Korea Selatan bekerja sama dengan perusahaan Iran untuk memproduksi produk biofarmasi. Japan's MC Biotech berusaha untuk

Grafik 3.5.3
Pangsa Pasar Farmasi dalam Negeri
(Miliar Rupiah)
Sumber: Euromonitor (2018)



memperoleh sertifikasi halal dari Brunei Darussalam dan menjual produknya pada masyarakat. Sementara Pada industri kosmetik terdapat South Korea Beauarti, yaitu merek kosmetik halal yang sedang merambah pasar Malaysia.

Farmasi dan kosmetik telah masuk pada daftar sektor industri andalan Kementerian Perindustrian. Dari tahun 2013 sampai 2017 pangsa pasar produk farmasi di Indonesia mengalami kenaikan. Namun, performa penjualannya menurun.

Berdasarkan Euromonitor Consumer Health in Indonesia Country Report 2017, pangsa pasar farmasi pada tahun 2019 nilainya mencapai Rp 55,874.9 miliar. Pertumbuhan terjadi pada produk analgesik, vitamin, suplemen makanan dan produk herbal. Produk vitamin dan suplemen menyumbang hampir setengah dari seluruh penjualan produk kesehatan selama 2017. Peningkatan konsumsi produk vitamin dan suplemen terjadi karena tiga hal; perubahan cuaca yang tidak terduga di Indonesia akibat pemanasan global, meningkatnya jumlah pekerja di Indonesia yang semakin aktif sampai harus lembur bekerja, sehingga membutuhkan vitamin dan suplemen agar tetap fit.

Selanjutnya masalah sanitasi di permukiman yang kurang bersih. Indonesia sebagai negara berkembang masih memiliki banyak persoalan kesehatan, sehingga produk farmasi akan terus banyak dibutuhkan. Diprediksi konsumsi terhadap vitamin dan suplemen makanan akan terus tumbuh.

Grafik 3.5.4
Pangsa Pasar Kosmetik (Miliar Rupiah)

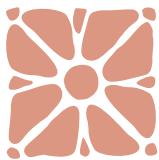
Sumber: Euromonitor (2018)



Nilai pangsa pasar dan performa penjualan kosmetik di Indonesia mengalami tren pertumbuhan yang fluktuatif. dalam kurun waktu 2013-2017, kenaikan nilai pangsa pasar paling besar terjadi pada tahun 2014 dengan penambahan mencapai Rp 6.664,8 miliar. pada tahun yang sama performa penjualan mencapai angka paling tinggi.

Industri kosmetik Indonesia secara keseluruhan pada tahun 2017 pada daya beli mengalami pergeseran yang secara langsung disebabkan oleh perlambatan ekonomi. Namun, faktor utama yang mempengaruhi adalah perilaku konsumen. Mereka cenderung lebih banyak mengutamakan pengalaman dalam membeli, daripada produknya.





Peluang dan tantangan pengembangan Klaster farmasi dan kosmetik halal

Farmasi dan kosmetik merupakan industri andalan yang ditetapkan oleh Kementerian Perindustrian dalam Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional. Berdasarkan data GMP Platform, Pasar farmasi Indonesia tumbuh rata-rata 20,6

persen per tahun (CAGR) Pada 2011-2016. Jumlah penduduk Indonesia yang terus bertambah seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan.

Tabel 3.18
Peluang dan Tantangan Klaster Farmasi dan Kosmetik Halal Berdasarkan Ekosistem

Aspek	Peluang	Tantangan
Permintaan dan pasar	<ol style="list-style-type: none">Pertumbuhan jumlah umat Muslim Indonesia dan duniaTarget pasar di Indonesia sangat besar, dengan pertumbuhan masyarakat kelas menengah 7-8% per tahun sehingga daya beli pun meningkatMeningkatnya tren konsumsi produk kecantikan	<ol style="list-style-type: none">Produk multinasional yang mulai menggarap sektor kosmetik halalAkses ke pasar internasional masih kecilKurangnya riset mengenai pergerakan pasar, segmentasi dan selera pasarKosmetik palsu yang beredar di pasaranTingginya ketergantungan industri terhadap bahan baku impor
Teknologi dan informasi	<ol style="list-style-type: none">Perkembangan teknologi yang pesatBekembangnya e-commerce dan media	<ol style="list-style-type: none">Pemanfaatan teknologi informasi masih rendah
Regulasi	<ol style="list-style-type: none">Dukungan pemerintah terhadap industri halal secara umum melalui UU no 33 tahun 2014Terdapat strategi dan kebijakan pemerintah terkait dengan farmasi dan kosmetik halal yang diusung kementerian dan lembaga terkait	<ol style="list-style-type: none">Kebijakan antar kementerian dan lembaga pemerintah masih belum selaras.belum adanya panduan dan ketentuan untuk infrastruktur yang dapat menunjang produksi farmasi halal.
Kerjasama dengan sektor lain	<ol style="list-style-type: none">Peluang co-branding dengan sektor pariwisata halalPeluang co-marketing dengan sektor media dan rekreasi	<ol style="list-style-type: none"><i>Asymmetric information</i> antar sektorBirokrasi kerja sama antarsektor
Pembiayaan	<ol style="list-style-type: none">Semakin banyak platform alternatif pembiayaanPeluang kolaborasi dengan lembaga perbankan dan keuangan syariahSemakin banyaknya skema pembiayaan yang ramah IKM (KUR, LPEI, Ventura)	<ol style="list-style-type: none">Lembaga pembiayaan masih membutuhkan jaminan yang tangible, seperti: ijazah, sertifikat, dan terutama business plan, yang kebanyakan belum bisa dipenuhi oleh para pelaku usaha
R&D	<ol style="list-style-type: none">Kerja sama riset dengan badan penelitian, universitas dan perusahaan	<ol style="list-style-type: none">Kurangnya riset serta tindak lanjut mengenai uji bahan kosmetik dan farmasi halalKetersediaan database industri farmasi dan kosmetik halal terbatas



Berdasarkan data Kementerian Perindustrian, saat ini produk kosmetik sudah menjadi kebutuhan primer bagi kaum wanita. Industri kosmetik nasional mencantumkan kenaikan pertumbuhan 20 persen atau empat kali lipat dari pertumbuhan ekonomi nasional pada tahun 2017. Industri kosmetik di dalam negeri bertambah sebanyak 153 perusahaan pada tahun 2017, sehingga saat ini jumlahnya mencapai lebih dari 760 perusahaan.

Dari industri skala menengah dan besar, beberapa sudah mengekspor produknya ke luar negeri seperti ke ASEAN, Afrika, Timur Tengah dan lain-lain. Pada 2017, nilai ekspor produk kosmetik nasional mencapai USD 516,99 juta, naik dibandingkan tahun 2016 sebesar USD 470,30 juta. Potensi pasar kosmetik dipengaruhi oleh tren masyarakat untuk menggunakan produk alami (*back to nature*), sehingga membuka peluang munculnya produk kosmetik berbahan alami seperti

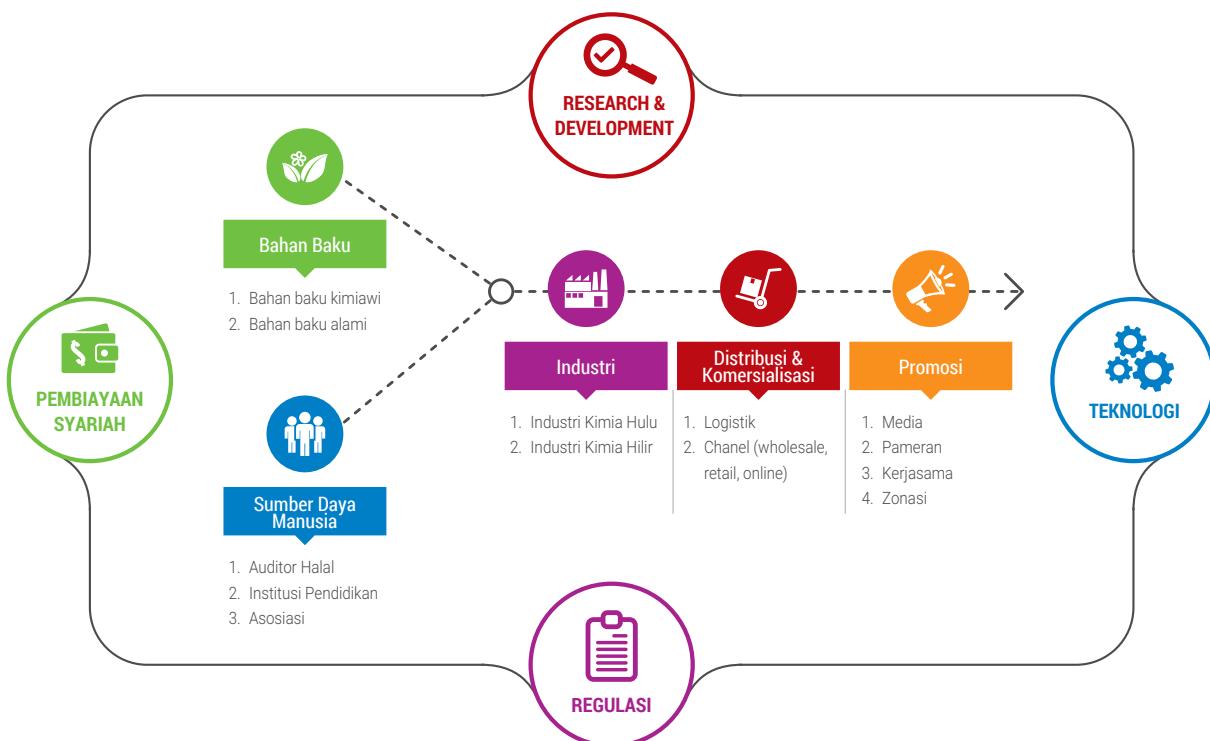
produk-produk spa yang berasal dari Bali. Selain itu meningkatnya jumlah populasi penduduk usia muda atau generasi millenial turut mempengaruhi potensi pasar kosmetik.

Rantai Nilai Halal

Rantai nilai merupakan kegiatan dalam proses produksi yang menampilkan produsen berperan menambah nilai tertentu pada barang tersebut. Rantai nilai halal merupakan proses penambahan nilai halal pada bagian proses produksi sehingga menjaga kehalalan sebuah barang (Wing & Rayner, 2017). Semua sistem dalam rantai nilai harus mengikuti prinsip dan standar halal, serta menghindari yang dilarang oleh syariat. Karena itu perlu ada pengkhususan dalam proses produksi barang halal guna menghindari campuran zat yang tidak sesuai dengan syariat Islam.

Gambar 3.9

Value Chain Farmasi dan Kosmetik Halal



Untuk menjamin proses produksi memenuhi standar halal harus dibuat strategi halal dengan tolak ukur tertentu yang mencakup tujuan rantai nilai, struktur, prosedur bisnis dan kinerja (Tieman, van der Vorst, & Ghazali, 2012). Jika dibanding dengan konvensional, rantai nilai halal memiliki lebih banyak

hal yang harus dipertimbangkan. Beberapa hal yang harus diperhatikan terkait pelaksanaan halal Value Chain (Ab Talib, Hamid, & Zulfakar, 2015), yaitu; peraturan pemerintah, transportasi, data, sumber daya manusia dan pendekatan komunitas

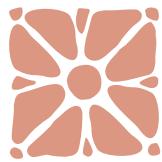
Tabel 3.19
Value Chain Farmasi dan Kosmetik Halal

Value Chain	Industri Utama	Industri Pendukung
Bahan baku	1. Industri kimia hulu 2. Industri kimia anorganik 3. Industri kimia organik	1. Industri riset dan pengembangan 2. Asosiasi
Teknologi	1. Teknologi pendekripsi unsur/kandungan hewani	1. Industri riset dan pengembangan 2. Lembaga pendidikan
Manufaktur	1. Industri kimia hilir	1. Industri riset dan pengembangan 2. Asosiasi 3. Lembaga pendidikan
Saluran Distribusi	1. Industri pengemasan 2. Industri pengangkutan darat 3. Jasa pengiriman barang	
Retailer	1. E-commerce 2. <i>Retail store</i> 3. Pameran 4. Media 5. <i>drugstore</i>	
Pembiayaan	1. Industri perbankan syariah 2. IKNB syariah	

**Tabel 3.20**

Analisis SWOT Farmasi dan Kosmetik Halal

	STRENGTHS	WEAKNESSES
Bahan Baku	1. Aneka ragam hayati yang dapat diolah menjadi bahan baku alami 2. Adanya penelitian yang menghasilkan bahan alternatif pengganti bahan haram	1. Industri besar masih bergantung pada bahan baku impor 2. Akses IKM terhadap bahan baku terbatas
SDM	1. Jumlah penduduk Muslim di Indonesia merupakan mayoritas 2. Terdapat institusi pendidikan khusus farmasi	1. Rendahnya literasi halal 2. Belum paham urgensi label halal
Industri	1. Terdapat beberapa perusahaan yang sudah melakukan ekspor produk farmasi	1. Industri hulu dan hilir belum bersinergi dengan baik 2. 95% industri kecil menengah (Kementerian Perindustrian, 2018) 3. Proses sintesis, pembutan vaksin dan sediaan faarmasi rumit (Slamet Ibrahim, 2017) 4. Bahan aktif, eksipien yang banyak dan kompleks (Slamet Ibrahim, 2017) 5. Penggantian komponen obat akan berdampak pada proses produksi dan harus melalui serangkaian uji (Slamet Ibrahim, 2017)
Distribusi, Komersialisasi, dan Promosi	1. Banyaknya bisnis kosmetik	1. Industri besar mendominasi pasar
	OPPORTUNITIES	THREATS
Bahan Baku	1. Potensi alam Indonesia dapat dijadikan bahan baku pembuatan <i>nutraceutical</i> 2. Sumber hasil laut yang kaya	1. Bahan baku impor yang murah 2. Bahan baku impor dari negara yang tidak ada regulasi sertifikasi halal
SDM	1. Adanya lembaga penelitian halal di perguruan tinggi	1. Lembaga halal tingkat perguruan tinggi masih sebatas melakukan penelitian di lab, tidak melakukan sosialisasi/gerakan literasi halal
industri	1. Market driven	1. Kosmetik impor
Distribusi, Komersialisasi, dan Promosi	1. Penggunaan e-commerce yang cenderung memudahkan transaksi	



Strategi khusus Klaster farmasi dan kosmetik halal

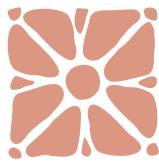
No.	Program/Aktivitas	Indikator Target 2019	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Strategi 1: Halal Value Literation									
1	Membuat program edukasi dan literasi tentang produk halal**	Tersedianya SDM yang berkompeten pada bidang halal							Lembaga Pendidikan, Kominfo, LPPOM MUI, BPJPH, Asosiasi, Kemenkop dan UMKM
	a. Pelatihan dan pendidikan untuk stakeholder terkait, dan pelaku industri terutama UMKM								
	b. Gerakan halal awareness *								
	c. Iklan layanan masyarakat pada media publik, televisi dan sosial								
	d. Tersedianya halal directory yang berisi daftar barang dan jasa tersertifikasi halal								
2	Membuat program hiburan	Naiknya literasi halal dan trend gaya hidup halal di semua kalangan masyarakat							Kominfo, Stasiun TV, MUI, Kemenag
	a. Talkshow khusus pembahasan dan produk halal yang ditayangkan di televisi								
3	Program dakwah	Masyarakat tereduksi dengan konsep dan produk halal							Kominfo, Stasiun TV, MUI, Kemenag
	a. Penyampaian urgensi mengkonsumsi produk halal								
4	Sosial media	Gerakan edukasi halal secara online							Asosiasi, Lembaga Pendidikan, LPPOM MUI, BPJPH, Kemenag
	a. Word of mouth produk Halal								
	b. Akun sosial media khusus membahas halal								
5	Sosialisasi dari halal centre universitas	Timbul kesadaran dari lembaga pendidikan/mahasiswa mengenai pentingnya produk halal							Lembaga Pendidikan Tinggi, Asosiasi, MUI, BPJPH, Kemenag
	a. Gerakan halal lifestyle di tingkat universitas								
	b. dibentuknya Halal Galery di Universitas (Benchmark Galeri Investasi)**								
	c. Penuansaan gaya hidup halal								
	d. Sosialisasi pada sivitas akademika kampus								
	e. Sosialisasi pada masyarakat umum								



No.	Program/Aktivitas	Indikator Target 2019	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Strategi 2: Menjadi market driver produk kesehatan dan kosmetik halal									
1	R&D elemen pengganti untuk farmasi dan kosmetik**	Menarik minat sivitas akademika untuk riset dengan tema halal							Kemenristekdikti, Lembaga Pendidikan Tinggi, Institusi/ Lembaga Keuangan, Asosiasi
	a. Research grant bagi peneliti								
	b. Kompetisi ilmiah tingkat nasional dengan tema halal dalam semua bidang								
2	Integrasi Halal Centre Universitas	Ditemukannya bahan pengganti/ alternatif untuk bahan haram							Lembaga Pendidikan Tinggi, Kemenristekdikti, BPJPH, LPPOM MUI, BSN
	a. Terbentuknya wadah Kerja sama berkelanjutan antarpusat halal universitas**								
	b. Diberlakukannya standardisasi nasional laboratorium penelitian di tingkat universitas								
	c. Penelitian untuk mencari bahan alternatif pengganti bahan haram								
	d. Uji coba material pengganti bahan haram								
3	Promosi produk halal Indonesia ke luar negeri	Produk halal Indonesia dikenal pada tingkat internasional							Kementerian Luar Negeri, Asosiasi, Kadin, Kemenperin, BPJPH, LPPOM MUI, kemenkop dan UMKM
	a. Kerjasama dengan kedutaan besar								
	b. Mengikuti pameran internasional**								
	c. Berpartisipasi dalam acara kebudayaan Indonesia								
	d. Harmonisasi dan Standardisasi sertifikasi halal pada tingkat internasional								
Strategi 3: Konsolidasi Pasar Dalam Negeri									
1	Pengoptimalan penggunaan bahan baku lokal	Berkurangnya penggunaan bahan baku impor							Kemenperin, Kadin, Asosiasi, Kemenkes, Kemendag, Kementan
	a. Subtitusi bahan baku impor dengan bahan baku lokal								
	b. Pemberdayaan pelaku usaha dalam negeri (contoh: petani) penghasil bahan baku farmasi dan kosmetik								
2	Membuat award untuk produk halal	industri halal menjadi kompetitif							Asosiasi, Kemenperin, Bekraf
	a. Diselenggarakannya program penghargaan bagi produk dan manajemen halal terbaik setiap tahun								

No.	Program/Aktivitas	Indikator Target 2019	Tahun						Pemangku Kepentingan		
			2019	2020	2021	2022	2023	2024			
3	Perbaruan dalam teknologi produksi	Modernisasi industri farmasi dan kosmetik halal							Kemperin, Asosiasi, BPJPH, LPPOM MUI, BPOM, Kemenkes, DSN, BSN, Institusi Pendidikan Tinggi		
	a. Standardisasi nasional alat uji coba kandungan pada produk farmasi dan kosmetik pada laboratorium industri dan Institusi Pendidikan Tinggi**										
	b. Tersedianya PCR untuk deteksi DNA Babi										
	c. Terbentuknya forum komunikasi antara pembuat fatwa dengan pelaku industri guna mendiskusikan teknologi/penemuan terbaru										
	d. Pameran alat produksi farmasi dan kosmetik buatan dalam negeri										
Strategi 4: Sinergi											
1	Membuat pusat penjualan kosmetik dan farmasi halal	Menaikkan penjualan produk yang telah tersertifikasi halal							Kementerian Pariwisata, KemenKUKM, Asosiasi		
	a. Pusat oleh-oleh farmasi dan kosmetik halal pada destinasi wisata										
	b. Membuat acara festival/pameran/exhibition produk farmasi dan kosmetik										
2	Sinergi dengan produsen internasional untuk pengembangan produk*	Produk farmasi dan kosmetik halal memenuhi standar internasional							Kemenkes, Kemenperin, BPOM, Asosiasi, Kadin, Kemendag		
	a. Kerjasama dalam bidang riset										
	b. Penyusunan strategi untuk bersaing secara global										
3	Terbentuknya kerjasama antar stakeholders	Harmonisasi peraturan							LPPOM, BPOM, asosiasi		
	a. a. kerjasama dalam bentuk harmonisasi kebijakan antara BPOM dan LPPOM terkait perizinan peredaran obat dan kosmetika halal*										
4	Adanya konsorsium farmasi dan kosmetik	Pendanaan kegiatan riset dan pengembangan industri farmasi kosmetik halal							Lembaga/ Institusi Keuangan, Asosiasi, Kemenristekdikti, Kemenperin, Halal Centre Perguruan Tinggi		
	a. Adanya alokasi dana khusus untuk penelitian dan pengembangan industri halal										

Keterangan: * merupakan Program Utama dan ** merupakan Quick Wins



Quick Wins

Klaster farmasi dan kosmetik halal

3



Penguanan
Rantai Nilai Halal

1. Dibentuknya gerakan gaya hidup halal melalui berbagai kegiatan dan media, seperti sosialisasi.

Saat ini kesadaran masyarakat cukup tinggi serta kritis untuk mengetahui komposisi dan status halal pada produk kosmetik. Namun, kesadaran tersebut belum berlaku untuk produk farmasi. Rencana pemberlakuan UU Jaminan Produk Halal pada tahun 2019 membuat beberapa pelaku industri farmasi secara perlahan mulai mendaftarkan produknya untuk mendapat sertifikasi halal.

Sayangnya kesadaran tersebut belum tersebar secara luas di masyarakat. Kesadaran untuk mengkonsumsi produk farmasi dan kosmetik halal harus disosialisasikan kepada seluruh lapisan masyarakat sehingga menciptakan permintaan yang tinggi akan produk farmasi dan kosmetik halal. *Quick wins* ini sekaligus mendukung dan menjadi bagian dari *milestone* program utama Masterplan Ekonomi Syariah mengenai kampanye nasional literasi halal.

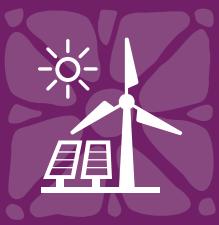
2. Kerja sama dalam bentuk harmonisasi kebijakan antara BPOM dan LPPOM terkait peredaran obat dan kosmetika halal.

BPOM dan LPPOM merupakan lembaga yang mengatur, mengawasi serta mengkaji peredaran farmasi dan kosmetik di Indonesia. Kerja sama dan harmonisasi peraturan akan menguatkan industri farmasi dan kosmetik halal.

3. Pengelompokan bahan baku yang terindikasi tercampur atau mengandung bahan haram atau tidak jelas status halalnya.

Pengelompokan bahan baku dilakukan untuk memudahkan proses sertifikasi halal pada produk farmasi dan kosmetik.





Klaster Energi Terbarukan

Kondisi global dan nasional Klaster energi terbarukan

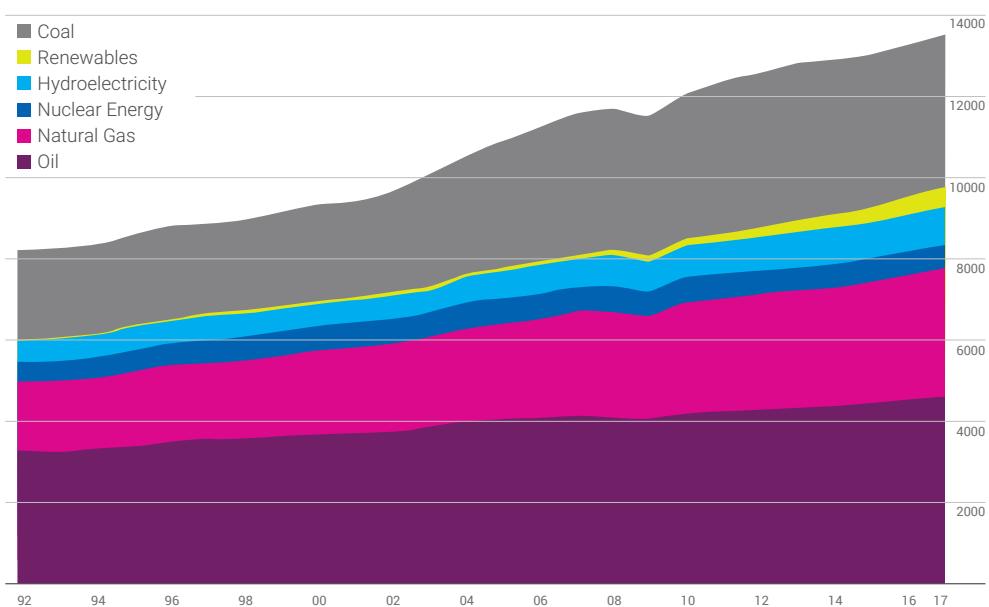
Secara global, kebutuhan akan energi dalam kehidupan manusia diprediksi akan terus meningkat. Hingga tahun 2017, 80 persen kehidupan manusia tergantung pada energi yang berasal dari bahan bakar fosil seperti minyak, gas dan batu bara. Pada grafik 3.6.1 dapat diketahui konsumsi tertinggi energi saat ini masih didominasi oleh minyak, batubara dan gas.

Sedangkan, sumber energi lain seperti hidroelektrik, nuklir dan energi terbarukan masih mengambil porsi yang lebih sedikit. Hal ini menunjukkan bahwa energi terbarukan merupakan sumber yang belum dimanfaatkan potensinya secara maksimal untuk menyokong kebutuhan global maupun regional.

Konsumsi energi hingga tahun 2040 akan terus meningkat. Permintaan energi di seluruh dunia hingga tahun 2040 berkisar antara 13.000 Mtoe. Negara yang

Grafik 3.6.1
Konsumsi Energi Dunia

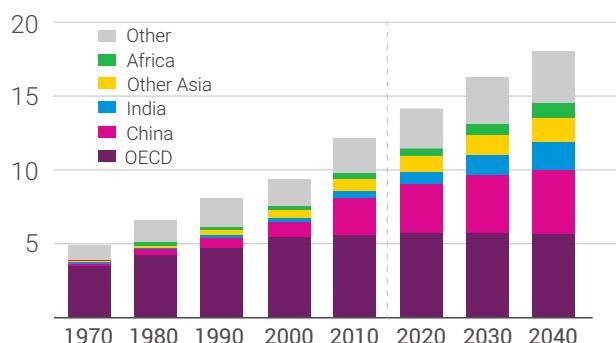
Sumber: BP Statistical Review of World Energy 2018



Grafik 3.62

Konsumsi Energi Primer Berdasarkan Kegiatan

Sumber: BP Statistical Review of World Energi 2018



mendominasi konsumsi energi adalah yang tergabung dalam Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). Mereka mengonsumsi 50 persen rata-rata energi dunia. Kemudian Cina yang memiliki peningkatan konsumsi diprediksi akan mengonsumsi energi dengan jumlah sangat signifikan. Secara umum dapat dikatakan bahwa konsumsi tertinggi terdapat di wilayah Asia. Hal ini dapat menjadi sinyal bagi berbagai pihak untuk mengembangkan industri yang medukung energi terbarukan, khususnya di wilayah Asia.

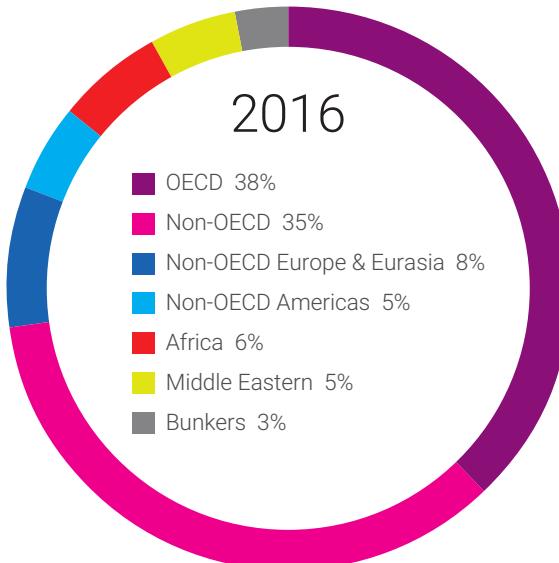
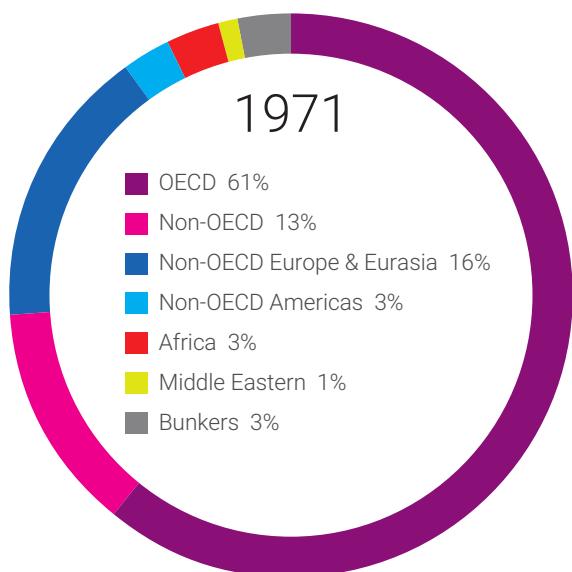
Perbandingan jumlah pasokan energi Pada laporan World Energi Balance 2018 menunjukkan peningkatan yang signifikan. Secara universal peningkatan pasokan bahkan bertambah lebih dari 100 persen. Uniknya ada fenomena pergeseran pemasok. Pada tahun 1971, 61 persen energi dunia dipasok dari negara-negara OECD. Sedangkan 23 tahun kemudian terjadi penurunan yang cukup signifikan sebesar 62 persen. Perubahan-perubahan yang didapatkan bahkan terjadi kurang dari tiga dekade terakhir. Informasi ini dapat menjadi tanda bagaimana dinamisnya pemasok energi secara global.

Energi terbarukan dibagi menjadi beberapa jenis: bioenergi, hidropower, angin, surya-PV, surya-thermal, geo-thermal dan laut. Ketujuh energi tersebut memiliki peran dan pasarnya masing-masing. Berdasarkan *International Energy Agency's (Iea) Renewables 2017 Report* hingga tahun 2016 China merupakan negara yang unggul dalam produksi energi terbarukan. Kemudian disusul oleh Amerika Serikat dan India.

Grafik 3.6.3

Pemasok Energi Berdasarkan Regional Tahun 1971 dan 2016\sls

Sumber: World Energi Balance 2018





Keberhasilan Cina dalam memimpin produksi energi terbarukan adalah pembangunan panel surya secara masif pada tahun 2016 sehingga mampu meningkatkan 74 gigawatts energi listrik. Penggunaan energi terbarukan telah dimulai sejak beberapa tahun lalu. Diprediksikan angka pengguna dari energi terbarukan akan terus meningkat hingga tahun 2023 dengan didominasi oleh bioenergi.

Untuk kawasan Asia, pemimpin dalam energi terbarukan adalah India. Hal ini cukup membuat banyak pihak kagum dengan keberhasilan negeri tersebut. India termasuk negara berkembang dan memiliki banyak keterbatasan dalam pengembangan energi terbarukan. Seperti yang telah umum diketahui bahwa energi terbarukan hingga saat ini merupakan jenis yang eksklusif dan terbilang memiliki harga yang kurang kompetitif di pasaran.

Secara regional, anggota ASEAN dengan populasi 630 juta penduduk dan total GDP USD 2.4 Triliun pada tahun 2015 secara konsisten telah melampaui pertumbuhan ekonomi global dengan *annual real GDP growth rate* mencapai 5,3 persen selama periode 2007-2015.

Pembentukan Asean Economic Community pada akhir 2015 adalah *milestone* integrasi agenda regional ekonomi yang menghasilkan kesempatan

maupun tantangan untuk memenuhi kebutuhan energi yang rata-rata tumbuh sebesar 3,6 persen per tahun untuk periode 2007-2015.

Salah satu faktor yang terpengaruh secara signifikan adalah pemetaan energi regional. Pada tahun 2015 diestimasi sebanyak 107 juta penduduk hidup tanpa *grid-connected electricity*. Konsumsi listrik regional rata-rata per kapita hanya sebesar 1.287 kWh per tahun. Nilai ini tidak sampai setengahnya rata-rata konsumsi global.

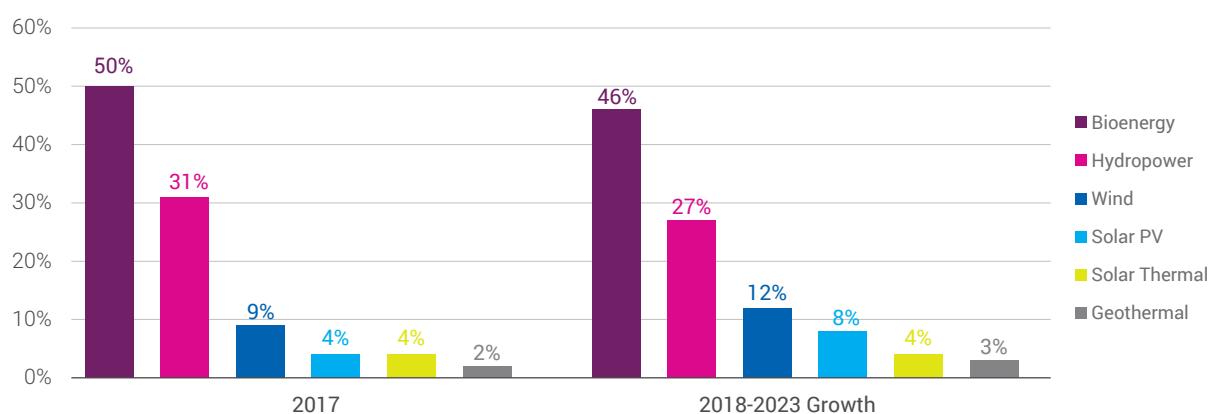
Lebih lanjut dari hasil analisa ASEAN Energi Outlook 2015-2040, proyeksi *total final energi consumption* (TFEC) tahun 2040 akan meningkat sebanyak 2,4 kali dibandingkan dengan TFEC 2015 sebesar 427 Mtoe untuk skenario Business as Usual (BAU) dan meningkat sebanyak 2 kali untuk skenario AMS (Asean Member States) *target scenario* (ATS).

Sedangkan untuk yang lebih ambisius yaitu target Regional Asean Plan of Action For Energy Cooperation (APAEC) 2016-2025, TFEC akan meningkat sebanyak 1,8 kali untuk skenario ASEAN Progressive Scenario (APS) di tahun 2040. Hal ini menunjukkan penurunan TFEC sebanyak 18,2 persen untuk skenario ATS dan 26,3 persen untuk skenario APS. Untuk mencapai target dalam skenario ini masing-masing negara anggota harus mencapai target yang telah ditentukan

Grafik 3.6.4

Prediksi Konsumsi Energi Terbarukan 2017-2023 Berdasarkan Teknologi

Sumber: International Energi Agency Report 2017

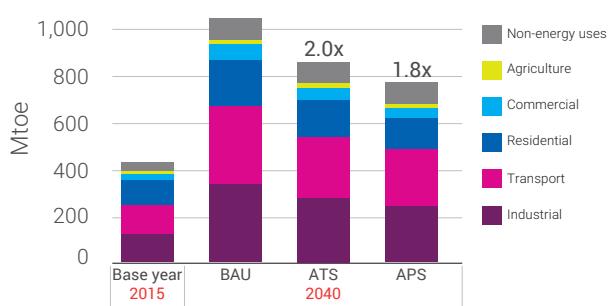


secara nasional maupun regional. Salah satunya dengan mengembangkan energi terbarukan sebagai sumber yang dimanfaatkan secara maksimal. Sektor industri, transportasi dan residensial merupakan tiga sektor terbesar dalam konsumsi energi sebagaimana dijelaskan pada Grafik 3.6.5.

Grafik 3.6.5

Proyeksi TFEC ASEAN dengan Basis Tahun 2015

Sumber: The 5th ASEAN Energi Outlook 2015-2040 (ACE, 2017)



Skenario BAU merefleksikan asumsi tidak ada perubahan signifikan dari praktik yang telah dilakukan masing-masing negara anggota dan tidak ada kebijakan spesifik untuk mencapai target *Energi Efficiency* (EE) dan energi terbarukan. Sedangkan skenario ATS menggambarkan skenario berbasis target. Masing-masing negara anggota berhasil mencapai target nasional yang telah ditetapkan untuk EE dan RE. Skenario yang paling optimis adalah APS. Seluruh negara anggota ASEAN berkontribusi secara maksimal untuk mencapai target regional APAEC 2016-2025.

Pada studi tahun 2016, "Renewable energy Outlook for ASEAN: A Remap Analysis" target energi terbarukan yang diharapkan adalah sebesar 23 persen dari total pasokan energi pada tahun 2025. Untuk dapat mencapai target skenario AMS, masing-masing negara anggota ASEAN diharapkan dapat mencapai target nasional yang telah ditetapkan sesuai data pada Tabel 3.21.

Tabel 3.21

Target Energi Terbarukan Negara ASEAN

Sumber: The 5th ASEAN Energi Outlook 2015-2040 (ACE, 2017)

AMS	Sectors	Reference Documents	Official Targets
Brunei Darussalam	EE	Energy White Paper 2014	a. Reducing Energy Intensity (TFEC/GDP) to 2035 by 45% based in 2005 level
	RE	Energy White Paper 2014	a. In Power Generation: 124 GWh RE by 2017 and 954 GWh by 2035 (10% RE share in power generation)
Cambodia	EE	Cambodia Energy Efficiency Plan	a. Reducing Energy Consumption (TFEC) by 20% in 2035 as compared to BAU b. Ibdstry: Up to 20% in garment factories and 70% in ice factories c. Residential: Up to 50% d. Commercial: 20 to 30% e. Rural Electrification Energy Savings: Up to 80% f. Replacement of Biomass use 30-50%
	RE	PDP 2008-2021 (For Hydro Target)	a. No specific energy target, excluding large hydro: 2241 MW (approximately 80% of total installed capacity) by 2020
Indonesia	EE	Government Regulation No 79/2014 National Energy Policy	a. to achieve 1% energy intensity reduction per annum, up to 2025 and energy elasticity less than 1 in 2025. b. reducing energy consumption (TFEC) in 2025 by 17% in industry, 20% in transportation, 15% in household, 15% in commercial building as compared to BAU.



AMS	Sectors	Reference Documents	Official Targets
	RE	Government Regulation No 79/2014 National Energy Policy	a. 23% share of TPES (around 92.2 Mtoe in 20250 which consists of 69.2 Mtoe (45,2 GW) for electricity and 23 Mtoe for non electricity and 31% RE share in 2030.
Lao PDR	EE	National Energy Efficiency Policy 2016	a. reducing TFEC 10% in 2030 compared to BAU.
	RE	RE Development Strategy Policy	a. 30% RE share of total energy consumption by 2025 (approximately 1479 ktoe) excluding large hydro (>15 MW capacity)
Malaysia	EE	National Energy Efficiency Action Plan	a. reducing electricity consumption by 8% in 2025 as compared to BAU
	RE	National RE Policy and Action Plan and 11th Malaysia Plan	a. RE installed capacity of 2080 MW (excluding large hydro) b 2020 contributing to 7.8% of total installed capacity in Peninsular Malaysia and Sabah
Myanmar	EE	National Energy Efficiency and Conservation Policy, Strategy and Roadmap	a. reducing electricity consumption by 8% in 2030 as compared to BAU
	RE	National RE Policy and Planning (Draft)	a. by 2030-2031, energy mix of 38% hydro, 20% natural gas, 33% of coal and 9% of renewable sources.
Phillipines	EE	Energy Efficiency Roadmap for the Phillipines, 2017-2020	a. reducing TFEC by 1% per year as compared to BAU until 2040, equivalent with the reduction of one third of energy demand. b. reducing energy intensity (TFEC/GDP) by 40% in 2040 as compared to 2005 level
	RE	National RE Program Roadmap 2010-2030	a. 15,2 GW RE installed capacity in 2030; RE additional target additional biomass capacity of 277 MW in 2015, additional wind capacity of 2345 MW in 2022, additional hydro of 5398 MW in 2023, additional ocean energy capacity of 75 MW in 2025, additional solar capacity of 284 MW in 2030, and additional geothermal capacity of 1495 MW.
Singapore	EE	Singapore Sustainable Blueprint 2009	a. reducing EI (TFEC/GDP) by 35% from 2005 levels by 2030
	RE	Singapore Sustainable Blueprint 2015	a. solar power installation of 350 MWp by 2020 and 10140 tonnes per day by 2018 for waste to energy plant.
Thailand	EE	Thailand EE Policy 2015	a. reducing energy intensity (TFEC/GDP) by 30% compared 2010 level
	RE	Alternative Energy Development Plan 2015-2036	a. 30% renewable in total energy consumption by 2036, in form of electricity (20.11% in generation, approximately 19,684 MW), heat (36.67% heat production, approximately 25088 ktoe), and biofuels (25.04% in transportation sector, approximately 8712,43 ktoe)
Vietnam	EE	National Target Program for EE and Conservation	a. Reducing TFEC by 8% in 2020 as compared to BAU. b. Reduce energy intensity of energy intensive industries by 10% by 2020
	RE	Decision 428/QD TTg dated March 18 March 2016	a. 21% RE of 60 GW installed capacity on 2020, 13% RE of 96 GW in 2025 and 21% RE of 130 GW consist of 2.1% wind, 15.5% hydro, 2.1% biomass and 3.3% solar.

Dari sisi produksi yang diukur dengan *total primary energi supply* (TPES), untuk skenario BAU, tanpa adanya peningkatan EE dan RE, TPES akan meningkat sebesar 2,3 kali dan mencapai 1.450 Mtoe pada tahun 2040. Target EE dan RE yang dioptimalkan akan menurunkan TPES sebanyak 13.9 persen untuk skenario ATS dan 22.6 persen untuk skenario APS pada tahun 2040 dibandingkan dengan BAU. Pada tahun 2040, minyak diproyeksikan tetap menjadi sumber konsumsi energi terbesar di semua skenario, diikuti dengan batu bara di skenario BAU dan ATS. Sedangkan untuk skenario APS, energi terbarukan menjadi sumber energi kedua terbesar setelah konsumsi minyak.

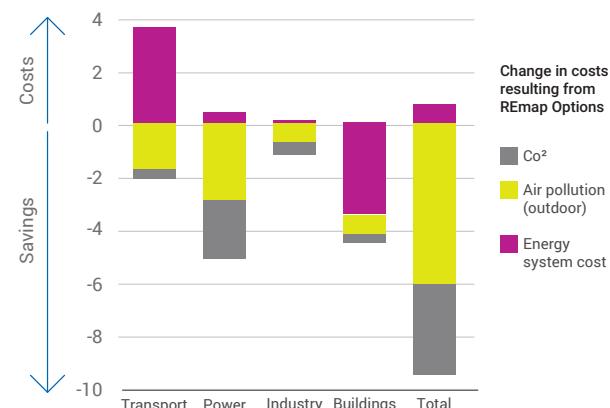
Tantangan yang dihadapi oleh negara-negara di regional ASEAN, termasuk Indonesia adalah bagaimana mengimplementasikan pencapaian target 23 persen tersebut pada tahun 2025. Menurut International Renewable energy Agency (IRENA), portofolio untuk opsi RE untuk meningkatkan porsi RE dalam total energi hanya menghabiskan USD 1,9 per megawatt-hour (MWh) dari total RE pada tahun 2025. Nilai ini hanya sebesar annual GDP di tahun 2025.

RE map options mengidentifikasi adanya 60 persen *cost-effective* dengan 40 persen *additional costs*. Benefit yang diperoleh akan melebihi biaya yang dikeluarkan secara signifikan jika pengurangan *externalities* diperhitungkan, yaitu dari turunnya level polusi udara *outdoor* dan Emisi CO₂. Sektor energi (listrik) memainkan peran kunci dalam penghematan ini (pengurangan dari polusi udara dan emisi CO₂), diikuti dengan sektor transportasi yang mengakibatkan pengurangan tingkat polusi udara di perkotaan, yang digambarkan sesuai pada grafik 3.6.6

Indonesia adalah negara yang memiliki keunikan karena kaya akan sosio-ekonomi, demografi, politik dan geografis. Hal ini tentu akan sangat berdampak pada agenda pembangunan negara ini. potensinya terdiri dari 17.000 pulau, sistem demokrasi baru dan memiliki jumlah penduduk tertinggi ke-4 di dunia.

Selain itu Indonesia juga kaya akan budaya, sehingga memiliki ciri khas. Ekonominya telah berkembang selama dua dekade terakhir.

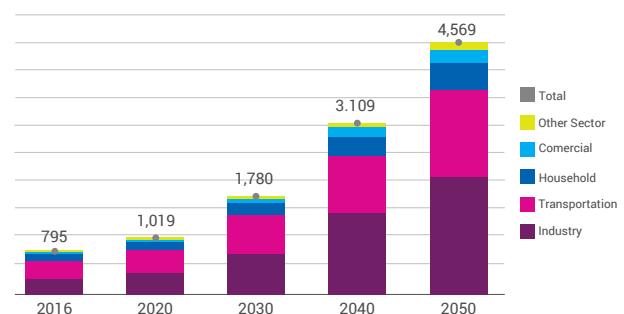
Grafik 3.6.6
Costs and Saving of Remap Options in 2025
Sumber: IRENA 2018



Perkembangan ekonominya banyak berkontribusi pada penurunan kemiskinan dan menempatkannya masuk ke dalam 10 negara berpenghasilan tertinggi di dunia (World Bank, 2018). Menurut Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (2016), energi menjadi kebutuhan dasar dengan per tahun rata-rata pertumbuhannya mencapai 7 persen. Lebih lanjut lagi, 94 persen kebutuhan masih tergantung pada energi fosil.

Berkaca pada kondisi saat ini, Indonesia berkontribusi menyumbangkan emisi karbon terbesar dari sektor Land Use, Land Use Change and Forestry (LULUCF) sebanyak 50 persen.

Grafik 3.6.7
Kebutuhan Energi Berdasarkan Sektor
Sumber: BPPT Outlook Energi Indonesia 2018

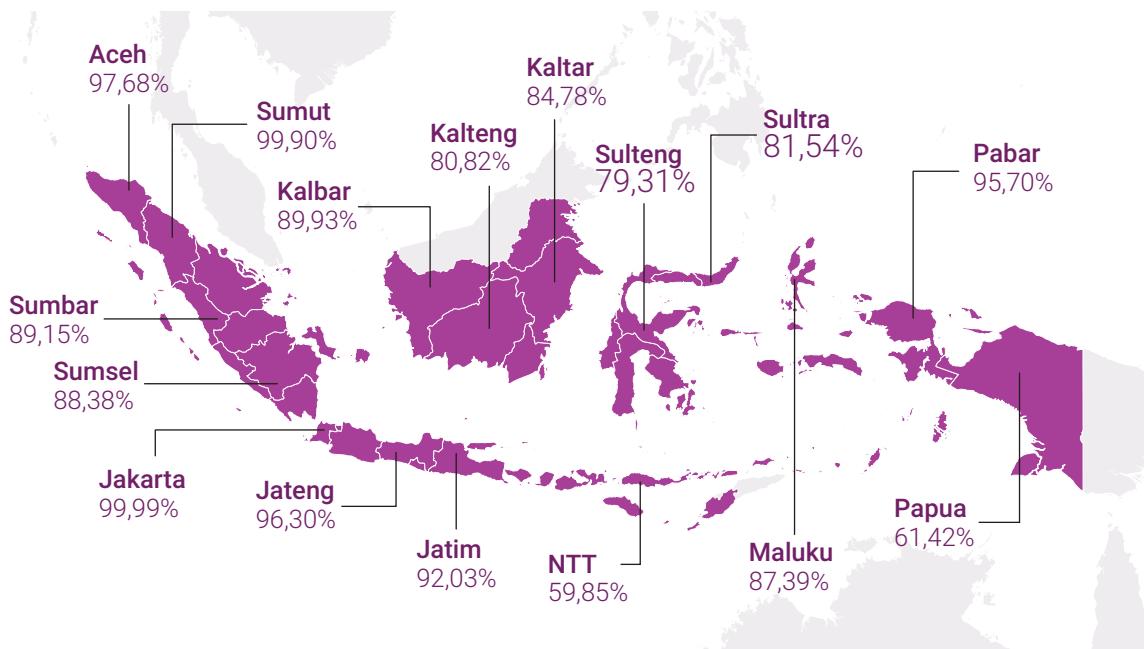




Sektor energi menyumbangkan emisi karbon sebesar 30 persen, dan dari sektor transportasi mencapai 12 persen. Dalam pandangan Yudha (2017), persoalan polusi ini bisa ditekan melalui kebijakan pemerintah, khususnya di sektor energi. Caranya dengan pemanfaatan energi baru dan terbarukan (EBT) yang ramah lingkungan.

Penggunaan energi di Indonesia masih didominasi oleh kebutuhan pemenuhan listrik. Mayoritas untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga dan industri. Kebutuhan energi di Indonesia sampai dengan tahun 2050 masih didominasi sektor industri, disusul oleh sektor transportasi dan rumah tangga sesuai grafik 3.6.7.

Gambar 3.10
Rasio Elektrifikasi Indonesia 2017



Tabel 3.22
Rasio Elektrifikasi Indonesia 2017

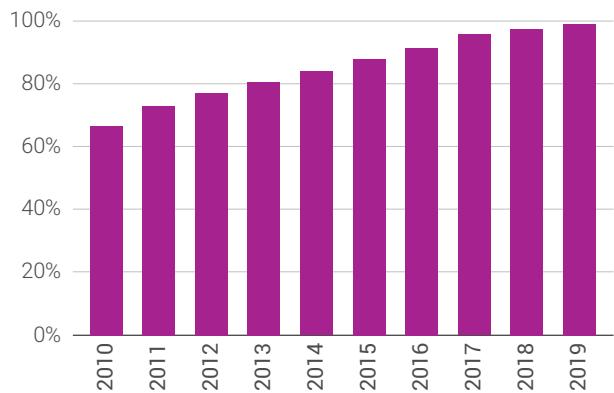
Sumber: Direktorat Jenderal EBTKE 2017

No	Sumatra		Jawa-Bali-Nusra		Sulawesi		Kalimantan		Maluku dan Papua	
1	Aceh	97,68%	Banten	99,99%	Sulsel	99,12%	Kalbar	89,93%	Maluku	87,39%
2	Sumut	99,90%	Jakarta	99,99%	Sultra	81,54%	Kalteng	80,82%	Malut	96,09%
3	Sumbar	89,15%	Jabar	99,99%	Sulbar	95,28%	Kalsel	92,12%	Pabar	95,70%
4	Riau	95,25%	Jateng	96,30%	Sulteng	79,31%	Kaltim	99,99%	Papua	61,42%
5	Kepri	76,97%	DIY	99,99%	Gorontalo	86,56%	Kaltara	84,78%		
6	Jambi	93,68%	Jatim	92,03%	Sulut	94,56%				
7	Bengkulu	96,49%	Bali	97,12%						
8	Sumsel	88,38%	NTB	84,11%						
9	Lampung	91,96%	NTT	59,85%						
10	Babel	99,99%								

Indikator energi Indonesia meliputi potensi energi, bauran energi, pasokan energi primer, konsumsi energi final, rasio elektrifikasi, konsumsi listrik, dan pertumbuhan konsumsi listrik. Salah satu indikator penggunaan energi adalah rasio elektrifikasi. Rasio ini pada tahun 2017 telah mencapai 95,35 persen. Indonesia dinilai memiliki sebaran yang baik untuk rasio elektrifikasi karena sebagian besar wilayahnya memiliki rasio lebih dari 70 persen. Hanya ada dua wilayah yang memiliki rasio masih kurang dari 70 persen, yaitu Papua dan NTT.

Grafik 3.6.8
Tren Rasio Elektrifikasi Tahun 2007-2017

Sumber: Direktorat Jenderal EBTKE 2017



Isu dan permasalahan energi nasional saat ini telah dituangkan dalam RUEN. Hal itu menjadi dasar pemerintah dalam melakukan pemodelan kebutuhan pasokan energi sampai dengan tahun 2050. Pokok permasalahannya adalah sebagai berikut:

- Sumber daya energi masih diperlakukan sebagai komoditas yang menjadi sumber devisa negara, belum sebagai modal pembangunan.
- Penurunan produksi dan gejolak harga minyak bumi
- Akses dan infrastruktur energi yang terbatas
- Ketergantungan terhadap Impor BBM dan LPG
- Harga Energi Baru dan Terbarukan (EBT) belum kompetitif dan subsidi energi belum tepat sasaran
- Pemanfaatan energi belum efisien
- Penelitian, pengembangan dan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi masih terbatas

- Kondisi geopolitik dunia dan isu lingkungan global
- Cadangan penyanga energi belum tersedia

Secara khusus, di bidang kemandirian energi pada pemerintah Indonesia, sasaran kemandirian energi tahun 2020 dilakukan antara lain untuk memenuhi rasio elektrifikasi mendekati 100 persen dan peningkatan produksi sumber daya energi dari sumber baru dan terbarukan (EBT). Di sisi distribusi energi terutama gas bumi, penekanan dilakukan untuk pembangunan ruas pipa transmisi dan jaringan pipa distribusi gas sepanjang 12.597 km, SPBG sebanyak 2 unit (APBN), serta jaringan gas kota di 12 lokasi (Kementerian Keuangan RI, 2017).

Asas pengembangan energi nasional mengacu pada prinsip KEN yang berkeadilan, berkelanjutan, dan berwawasan lingkungan. Tujuannya untuk menciptakan kemandirian dan ketahanan energi nasional. Dorongan pemerintah dalam mencapai kemandirian energi di Indonesia dilakukan dengan peningkatan EBT yang saat ini telah dituangkan dalam:

- Perpres Nomor 2 tahun 2017 tentang RUEN (Rencana Umum Energi Nasional)
- Peraturan Kemenkeu tentang skema pembiayaan Kemitraan Pemerintah-Swasta yang menyediakan fasilitas termasuk Dana Pengembangan Proyek (PDF), Viability Gap Fund (VGF), Pembayaran Ketersediaan (AP) dan jaminan Pemerintah untuk proyek-proyek infrastruktur. PMK No. 223 / PMK.011 / 2012; PMK No.190 / PMK.08 / 2015 dan PMK No. 95 / PMK.08 / 2017.
- Peraturan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral - Peraturan Menteri ESDM No. 50/2017 tentang Pemanfaatan energi terbarukan dalam pembangkit listrik.
- Peraturan Menteri ESDM No.38 / 2016 tentang Percepatan pelistrikan pedesaan di pelosok, perbatasan dan pulau-pulau kecil berpenghuni melalui bisnis pasokan listrik skala kecil.
- Peraturan Pemerintah PP No.23 / 2014 sebelumnya PP No.14 / 2012 tentang Bisnis Kelistrikan yang memungkinkan perusahaan swasta untuk berpartisipasi.
- Peraturan Menteri ESDM Nomor 35/2014 tentang Pembentukan "Pelayanan Satu Pintu" tentang



penerbitan izin untuk sektor listrik.

- Peraturan Pemerintah PP No. 79 /2014 tentang Kebijakan Energi Nasional.
- Peraturan Menteri Keuangan (Peraturan Menteri Keuangan) PMK No.21 / PMK.011 / 2010 tentang Pemberian fasilitas perpajakan dan bea cukai untuk kegiatan menggunakan energi terbarukan sumber.
- Revisi Undang-Undang No. 30 Tahun 2009 tentang Ketenagalistrikan agar swasta mendapat kesempatan untuk membantu kemandirian dalam penyediaan tenaga listrik dan peraturan pelaksanaan yang berkaitan peraturan di bidang Energi Baru dan Energi Terbarukan (EBT).
- Undang-Undang No.30 Tahun 2007 tentang Energi

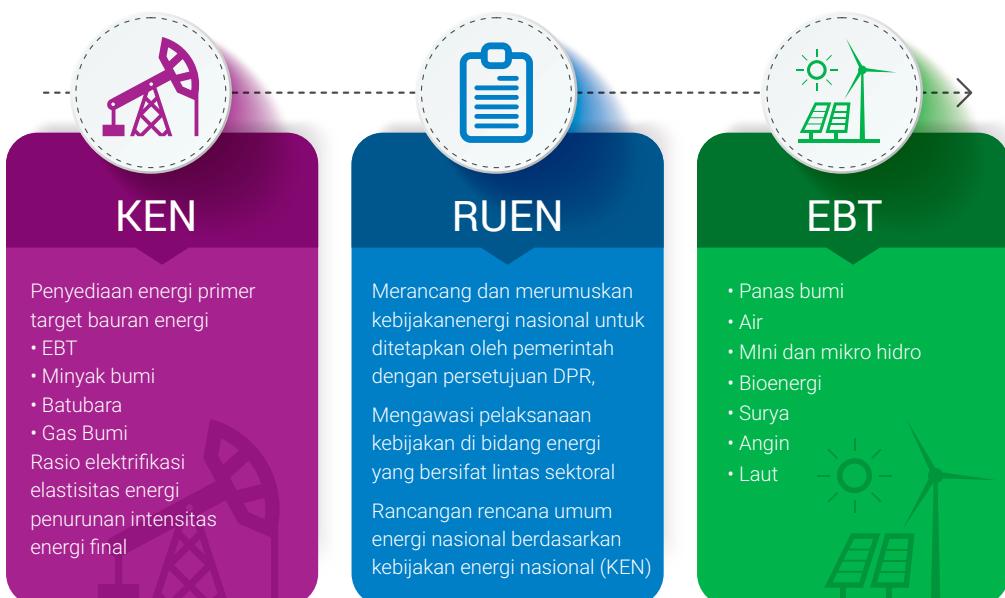
Indonesia telah dikondisikan untuk mendukung program-program energi terbarukan pada tahun 2050. Pada tahun 2017 lalu Perpres Nomor 2 Tahun 2017 telah ditandatangani tentang Rencana Umum Energi Nasional (RUEN). Hal yang perlu digarisbawahi pada Perpres ini adalah fungsi dari RUEN untuk menjadi rujukan penyusunan dokumen perencanaan pembangunan pusat dan perencanaan pembangunan daerah. Selain itu, Perpres ini sejalan dengan isu energi terbarukan karena berfungsi juga sebagai penyusunan Rencana

Umum Ketenagalistrikan Nasional (RUKN) dan Rencana Usaha Penyediaan Tenaga Listrik (RUPTL). RUEN ditetapkan sebagai realisasi dari pasal 12 ayat 2 dan pasal 17 ayat 1 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2007 tentang Energi. Juga bersinggungan kuat dengan kebijakan energi nasional dan energi terbarukan. Karena ini didasarkan pada Kebijakan Energi Nasional (KEN). Salah satu target yang ingin dicapai KEN adalah bauran energi yang salah satunya melalui energi terbarukan.

Sasaran kebijakan energi nasional yang telah ditetapkan pemerintah dalam pemenuhan energi terbarukan telah dituangkan dalam PP No.79/2014 adalah sebagai berikut:

- Tercapainya elastisitas energi lebih kecil dari 1 (satu) pada tahun 2025 yang diselaraskan dengan target pertumbuhan ekonomi.
- Tercapainya penurunan intensitas energi final sebesar 1% (satu) persen per tahun sampai dengan tahun 2025.
- Tercapainya rasio elektrifikasi sebesar 97,5 persen (sembilan puluh tujuh koma lima persen) pada tahun 2018 dan mendekati sebesar 100 persen (seratus persen) pada tahun 2020.

Gambar 3.11
Kebijakan Energi Nasional (KEN) untuk Mendukung Energi Terbarukan



- Pada tahun 2025 peran energi baru dan energi terbarukan paling sedikit 23 persen (dua puluh tiga persen) dan pada tahun 2050 paling sedikit 31 persen (tiga puluh satu persen) sepanjang keekonomiannya terpenuhi.
- Lebih lanjut lagi, pemanfaatan sumber daya energi nasional dilaksanakan oleh pemerintah dan/atau pemerintah daerah mengacu pada strategi sebagai berikut:
- Pemanfaatan sumber terbarukan jenis energi aliran dan terjunan air, energi panas bumi, gerakan dan perbedaan suhu lapisan laut, dan energi angin diarahkan untuk ketenagalistrikan;
- Pemanfaatan sumber terbarukan dari jenis energi sinar matahari diarahkan untuk ketenagalistrikan, dan nonlistrik untuk industri, rumah tangga, dan transportasi;
- Pemanfaatan sumber terbarukan dari jenis bahan bakar nabati diarahkan untuk menggantikan bahan bakar minyak terutama untuk transportasi dan industri;
- Pemanfaatan Sumber dari jenis bahan bakar nabati dilakukan dengan tetap menjaga ketahanan pangan;
- Pemanfaatan energi terbarukan dari jenis biomassa dan sampah diarahkan untuk ketenagalistrikan dan transportasi;
- Pemanfaatan minyak bumi hanya untuk transportasi dan komersial yang belum bisa digantikan dengan energi atau sumber energi lainnya;
- Pemanfaatan sumber energi gas bumi untuk industri, ketenagalistrikan, rumah tangga, dan transportasi, diutamakan untuk pemanfaatan yang memiliki nilai tambah paling tinggi;
- Pemanfaatan sumber energi batubara untuk ketenagalistrikan dan industri;
- Pemanfaatan sumber energi baru berbentuk cair yaitu batubara tercairkan (*liquified coal*) dan hidrogen untuk transportasi;
- Pemanfaatan sumber energi baru berbentuk padat dan gas untuk ketenagalistrikan;
- Pemanfaatan sumber energi berbentuk cair di luar *liquified petroleum* gas diarahkan untuk sektor transportasi;



- Pemanfaatan sumber energi gerakan dan perbedaan suhu lapisan laut didorong dengan membangun percontohan sebagai langkah awal yang tersambung dengan jaringan listrik;
- Peningkatan pemanfaatan sumber energi sinar matahari melalui penggunaan sel surya pada transportasi, industri, gedung komersial, dan rumah tangga; dan
- Pemaksimalan dan kewajiban pemanfaatan sumber energi sinar matahari dilakukan dengan syarat seluruh komponen dan sistem pembangkit energi sinar matahari dari hulu sampai hilir diproduksi di dalam negeri secara bertahap.

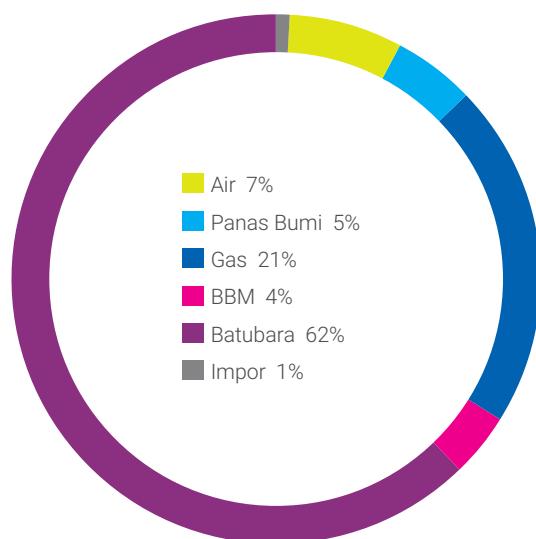
Deangan banyaknya jenis opsi sumber energi yang ada di Indonesia, penting bagi pemerintah untuk mempertimbangkan potensi daerah konsumsi dan



daerah produksi untuk efektivitas pencapaian target pengembangan energi terbarukan. Menurut Statistik RUPTL PLN Tahun 2018, Porsi energi terbarukan di Indonesia baru mencapai 12,5 persen dalam bauran energi. Dengan kenaikan perlahan, target 23 persen energi terbarukan hingga 2025 masih menyisakan tujuh tahun².

Grafik 3.6.9
Sasaran Energi Primer di Indonesia

Sumber: RUPTL 2018-2027



² <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/08/23/111000326/melihat-skema-pendanaan-energi-terbarukan-indonesia-pasca-piagam-paris>

Dari segi sumber daya alam, Indonesia memiliki sumber daya alam yang berlimpah. Sumber daya alam ini tidak hanya terbatas pada satu energi saja, karena seluruh komponen energi terbarukan ada di Indonesia. Sumber-sumber energi terbarukan mencakup air, angin, surya, panas bumi dan biogas tersedia di Indonesia. Fakta yang terjadi di Indonesia, hingga saat ini pemenuhan kebutuhan energi saat ini masih tergantung pada energi fosil. Sedangkan, penggunaan energi terbarukan belum optimal. Padahal Indonesia memiliki sumber daya alam yang memadai untuk mendukung penggunaan energi terbarukan.

Pertama, Indonesia sebagai negara dengan iklim tropis akan mendukung pemenuhan sumber daya surya sepanjang tahun. Bahkan, hal ini akan menyebar ke seluruh daerah. Imbuhan klasik bahwa kekayaan Indonesia menyebar dari Sabang sampai Merauke, bukan terbatas pada kebudayaan, tetapi pada kekayaan alam yang melimpah. Jika sebelumnya pemanfaatan dari kekayaan alam adalah untuk menghidupkan ekonomi dengan kegiatan perdagangan. Maka untuk mendukung energi terbarukan ini, sejatinya kekayaan yang melimpah dapat dimanfaatkan untuk membangun energi terbarukan untuk Indonesia.

Kedua, Indonesia memiliki air yang berasal dari berbagai sumber. Ada sumber-sumber mata air, air terjun, bahkan air laut yang melimpah. Hal ini merupakan potensi yang idealnya dapat dimanfaatkan oleh masyarakat. Indonesia sendiri masih mengalami permasalahan dalam mengoptimalkan air bersih untuk kehidupan masyarakat daerah yang memiliki keterbatasan akses terhadap air bersih. Di luar daripada itu, pengelolaan yang optimal akan memberikan nilai tambah selain dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap air bersih. Potensi energi air yang ada di Indonesia dapat menjadi salah satu alternatif energi terbarukan.

Panas bumi berasal dari aktivitas dalam perut bumi. Kembali, Indonesia merupakan daerah yang memiliki 127 gunung merapi yang masih aktif dan memiliki potensi besar di dalamnya. Terdapat ancaman yang mengharuskan kita waspada akan kemungkinan-kemungkinan bencana alam. Namun, disamping itu, potensi ini seharusnya dapat dikelola dengan baik. Energi yang berasal dari panas bumi ini masih minim pengelolaannya karena sejauh ini

Tabel 3.23

Potensi Energi Terbarukan di Indonesia

Sumber: IRENA Analysis from MEMR 2016

GW	Reference case 2030		Potential For Renewable Power Capacity	Theoretical Potential by Renewable Energy Power Techology						
	On Grid Power Capacity	On Grid Renewable Power Capacity		Solar PV	Large Hydropower	Small Hydropower	Bioenergy	Geothermal	Marine Energy	Wind
Total Indonesia	193,5	55,8	716,4	532,6	75	19,4	32,7	29,5	18	93
Sumatra	39,2	17,6	196,2	137,1	15,6	5,7	15,6	12,9	8,3	1
Jawa-Bali	119,8	19,1	71,5	38,7	4,3	2,9	9,2	10,1	2,4	3,9
Kalimantan	10,3	5,4	184,2	149	21,6	8,1	5,1	0,2	-	0,3
Sulawesi dan Nusa Tenggara	20,3	11,6	97,6	66,8	10,8	1,8	2,6	4,8	6,9	3,9
Maluku dan Papua	3,9	2,1	166,8	140,9	22,8	0,8	0,2	1,5	0,4	0,3



Tabel 3.24

Statistik Alternatif Energi Terbarukan di Indonesia

Sumber: Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral Direktorat Jenderal EBTKE

	Kapasitas Terpasang PLT Panas Bumi (MW)	Kapasitas Terpasang PLT Bioenergi (MW)	Kapasitas Terpasang PLTS dan PLTM/MH (MW)	Bahan Bakar Nabati (Juta KL)	Penurunan Emisi CO ₂ (Juta Ton CO ₂)	Investasi (Triliun Rupiah)
2014	1404,5	898,5	122,7	3,32	23,38	8,63
2015	1438,5	1767,1	160,4	1,62	29,64	13,96
2016	1643,5	1787,9	247,4	3,65	31,60	21,25
2017*	1808,5 – 1858,5	1812,7 – 2093	259,8 – 371,7	3,23 – 4,6	33,9	11,74 – 21,6 (Sep 2017)

energi terbarukan yang digunakan secara masif masih didominasi oleh bioenergi.

Berdasarkan laporan dari Kementerian ESDM, Indonesia setidaknya memiliki 6 indikator dalam komitmennya mendukung energi baru dan terbarukan. Sejak tahun 2014-2017 energi alternatif seperti panas bumi, bioenergi, PLTS dan PLTM mengalami peningkatan yang bervariasi, seiring dengan penurunan emisi CO₂. Peningkatan tertinggi diperoleh oleh kapasitas terpasang PLT panas bumi, diikuti dengan PLT Bioenergi. Ditambah dengan target meningkatnya investasi untuk mendukung energi baru terbarukan ini diharapkan dapat memaksimalkan potensi sumber daya alam.

Berdasarkan RUEN, rendahnya pemanfaatan dan pengembangan EBT pada pembangkit listrik terjadi karena berbagai permasalahan, antara lain:

- Belum maksimalnya pelaksanaan kebijakan harga
- Ketidakjelasan subsidi EBT pada sisi pembeli (*off-taker*)
- Regulasi yang belum dapat menarik investasi
- Belum ada insentif pemanfaatan EBT
- Minimnya ketersediaan instrument pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan investasi

- Proses perizinan yang rumit dan memakan waktu lama
- Permasalahan lahan dan tata ruang.

Demi pengoptimalan penggunaan energi terbarukan ini investasi ditargetkan untuk mendukung agenda energi terbarukan. Melalui Direktorat Energi Baru Terbarukan Dan Konservasi Energi (EBTKE), Kementerian ESDM menargetkan peningkatan dalam bidang EBT. Kementerian ESDM optimistis akan target investasi sektor tersebut.

Tahun 2018 ditargetkan investasi sektor EBTKE bisa mencapai USD 2 miliar. Jumlah ini meningkat 49,2 persen dibandingkan pencapaian investasi tahun lalu sebesar USD 1,34 miliar. Direktur Panas Bumi Kementerian ESDM Ida Nuryatin Finahari menyatakan, target investasi EBTKE meliputi investasi energi sebesar USD 5 juta, dan investasi bioenergi sebesar USD 72 juta. Lalu investasi aneka EBT sebesar USD 718 juta dan investasi panas bumi sebesar USD 1,21 miliar. Namun, hingga akhir triwulan I-2018 realisasi investasi sektor EBTKE baru mencapai USD 294 juta atau 14,7 persen dari target 2018³.

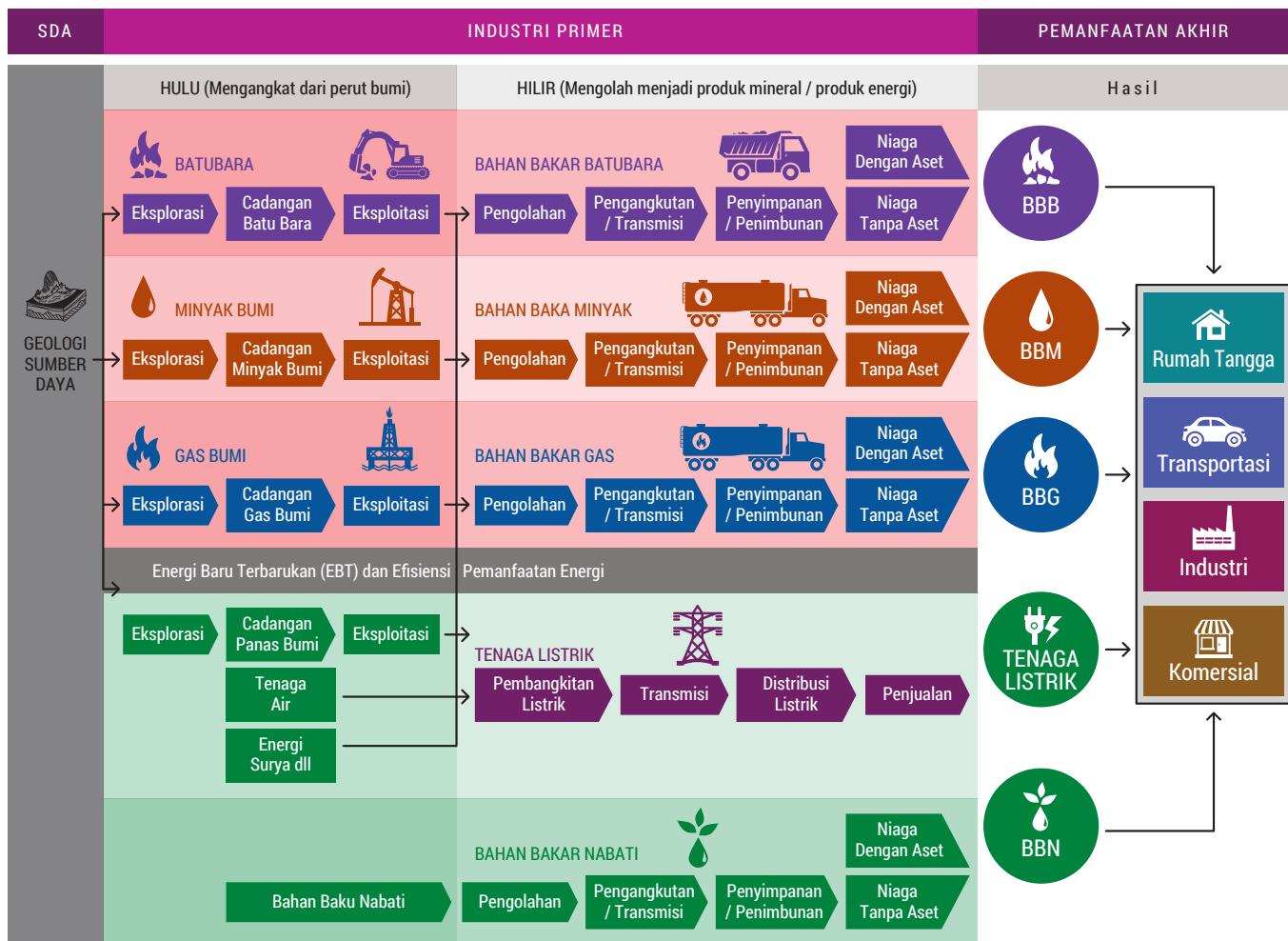
³ kontan.com, 2018



Peluang dan tantangan Pengembangan Klaster energi terbarukan

Rantai nilai energi terbarukan dimulai dari kesediaan sumber daya alam sampai dengan pemanfaatan akhir dari energi itu sendiri. Pemanfaatannya untuk berbagai sektor, seperti kebutuhan rumah tangga, transportasi industri, dan

komersial. Terdapat juga industri primer yaitu terdiri dari hulu (mengangkat dari sumber asalnya) dan hilir (mengolah menjadi produk energi) yang tergambar dari bagan gambar 3.12.

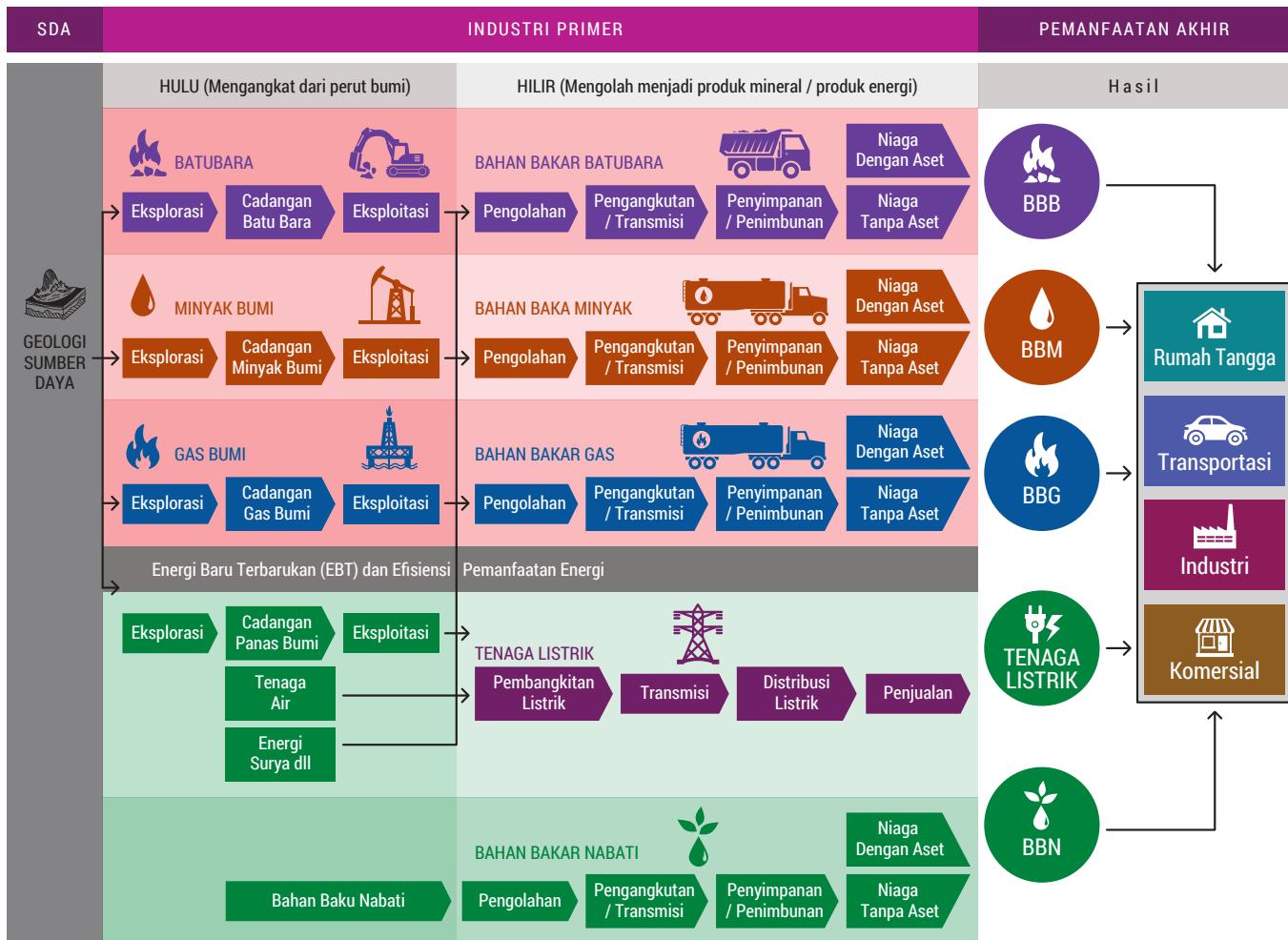




Gambar 3.12

Value Chain Energi Terbarukan

Sumber: Kementerian ESDM Direktorat EBTKE



Dalam pengembangan, industri energi terbarukan dapat menjadi peluang sekaligus tantangan. Fokusnya pada aspek pasar, sumber daya manusia (SDM), teknologi, regulasi, pembiayaan dan *research & development* (R&D).

Tabel 3.25
Value Chain Energi Terbarukan

Value Chain	Produk	Pendukung
Input (Pendanaan/ funding)	1. Dana pihak ketiga (giro, tabungan, deposito berjangka) 2. Pembiayaan yang diterima	1. Nasabah perorangan 2. Nasabah UMKM 3. Nasabah lembaga keuangan lainnya 4. Nasabah komersial dan korporasi 5. APBN 6. BI, OJK, Kemenkeu, LPS, DSN-MUI, Kemenag, Bapepam LK
Proses	1. Instrumen likuiditas 2. <i>Interbank call money market</i> 3. <i>Hedging</i> 4. Otomasi proses 5. SDI 6. <i>IT system</i> 7. <i>Digital banking</i>	1. BI 2. OJK 3. LPS 4. Ekonomi digital
Output (Pembiayaan/ financing)	1. Akad jual beli: <i>murabahah</i> , salam, dan istisna 2. Bagi hasil: <i>mudharabah</i> dan <i>musyarakah</i> 3. Sewa: <i>ijarah</i> dan <i>ijarah muntahiya bi tamlik</i>	1. Nasabah perorangan 2. Nasabah UMKM 3. Nasabah lembaga keuangan lainnya 4. Nasabah komersial dan korporasi 5. APBN 6. BI, OJK, Kemenkeu, LPS, DSN-MUI, Kemenag, Bapepam LK

Keunggulan Indonesia adalah memiliki sumber daya yang melimpah dalam mengimplementasikan energi terbarukan. Hal itu dapat disediakan secara lokal. Lainnya adalah payung kebijakan di skala regional dan nasional. Potensi ketersediaan sumber energi terbarukan di Indonesia beragam dan cukup besar, juga teknologi yang sudah ada untuk pengembangan energi terbarukan relatif mudah dipelajari untuk diimplementasikan.

Meski sudah memiliki keunggulan, pengembangan energi terbarukan di Indonesia masih belum optimal. penyebabnya pengembangan energi terbarukan memerlukan biaya investasi yang tinggi dan harga jual produk belum kompetitif. Distribusi energi terbarukan masih memiliki akses pasar yang

terbatas dan belum dapat diproduksi secara massal. Selain itu, saat ini pengembangan energi terbarukan belum didukung oleh infrastruktur yang memadai. Hal lain yang perlu menjadi perhatian adalah belum adanya sinergi dari para pemangku kebijakan untuk mengeksekusi potensi pengembangan energi terbarukan yang dimiliki oleh Indonesia.

Dengan pengembangan energi terbarukan, ketergantungan akan energi fossil dapat berkurang. Selain itu, sektor ini berpotensi untuk menyerap banyak tenaga kerja yang dapat menurunkan tingkat pengangguran. Pengembangan energi terbarukan ini berpotensi untuk dapat meningkatkan nilai tambah dari sumber energi dan membuka kesempatan perluasan skala usaha. Dari segi otonomi daerah,



energi terbarukan membuka peluang daerah untuk memiliki otonomi sumber energi.

Hal lain yang harus diperhatikan adalah ancaman dalam pengembangan energi terbarukan. Hal itu berupa perubahan kebijakan baik dari tingkat regional, nasional maupun daerah yang dapat menghambat pengembangan energi terbarukan. Ditambah lagi kemungkinan penurunan pasokan bahan baku dan peningkatan persaingan dalam pemanfaat sumber daya.

Dalam mendukung pengembangan dan implementasi energi terbarukan terdapat faktor-faktor internal dan eksternal yang mampu menjadi pendukung atau rintangan untuk pengembangan energi terbarukan di Indonesia. Saat ini, kontribusi energi terbarukan di Indonesia masih berkisar diantara angka 10 persen, menurut laporan GSI hambatan terbesar untuk pengembangan energi terbarukan di Indonesia adalah:

- Harga pembelian untuk energi terbarukan terbatas sehingga tidak menarik bagi pengembang pembangkit baru.
- Subsidi dan dukungan finansial untuk bahan bakar fosil khususnya batubara bertentangan dengan transisi ke energi terbarukan.
- PLN sebagai pemilik utama aset pembangkit berbahan bakar fosil saat ini masih memiliki pengalaman yang sedikit di bidang energi terbarukan

Mengacu pada kondisi klaster saat ini, konsumen energi di Indonesia terbagi menjadi dua, yaitu rumah tangga dan industri. Berdasarkan data IRENA analysis 2015 konsumen terbesar pada pasar energi di Indonesia adalah industri. Jika disandingkan dengan mahalnya komponen untuk menunjang energi terbarukan, maka akan tepat apabila memilih industri sebagai *potential customer*. Mendorong industri untuk mendukung energi terbarukan akan

mendatangkan beberapa keuntungan. Menurut International Finance Corporation World Bank, keuntungan untuk perusahaan dalam menerapkan energi terbarukan itu antara lain:

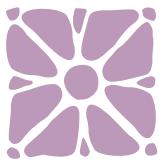
- Membantu perusahaan untuk menghemat biaya listrik saat tarif dasar listrik terus meningkat: Melakukan investasi di teknologi efisiensi energi/ energi terbarukan dapat menghemat biaya listrik hingga 30%.
- Meningkatkan kinerja mesin industri dan mendukung produksi ramah lingkungan: Mesin-mesin dan teknologi tua umumnya tidak efisien dari segi hasil produksi, operasional, perawatan, dan biaya tenaga kerja.
- Menerapkan praktik yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial: *Sustainable energi* mendukung produksi energi yang ramah lingkungan dan mengurangi emisi gas rumah kaca.

Hal-hal yang disebutkan di atas dapat disinergikan dengan para penggerak industri halal sebagai salah satu penerima manfaat dari energi terbarukan. Dari faktor-faktor yang mempengaruhi potensi dan tantangan pengembangannya, pemerataan kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan dapat dilakukan berdasarkan masing-masing unsur yang terdapat dalam analisis nilai industri energi terbarukan yang digambarkan tabel 3.26.

Tabel 3.26
Analisis SWOT Energi Terbarukan



	STRENGTHS	WEAKNESSES
Bahan Baku	<ul style="list-style-type: none"> 1. Bahan baku yang tersedia beragam 2. Sebaran bahan baku di berbagai daerah di Indonesia 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Biaya investasi yang cukup tinggi untuk pengolahan bahan baku
SDM	<ul style="list-style-type: none"> 1. SDM lokal yang berlimpah 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Ketergantungan masyarakat pada energi berbasis fosil 2. Kesadaran masyarakat akan energi terbarukan yang masih kurang
Industri	<ul style="list-style-type: none"> 1. Teknologi relatif mudah dipelajari 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Belum dapat diproduksi massal 2. Harga jual produk belum kompetitif.
Distribusi, Komersialisasi, Promosi	<ul style="list-style-type: none"> 1. Mendapat dukungan kebijakan nasional maupun regional 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Akses pasar masih terbatas
	OPPORTUNITIES	THREATS
Bahan Baku	<ul style="list-style-type: none"> 1. Potensi peningkatan nilai tambah 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Penurunan pasokan bahan baku
SDM	<ul style="list-style-type: none"> 1. Penyerapan banyak tenaga kerja 2. Peningkatan <i>potential buyer</i> 	
Industri	<ul style="list-style-type: none"> 1. Terbukanya kesempatan perluasan skala usaha 2. Swasembada energi di masing-masing daerah 3. Sinergi dengan industri lain untuk memaksimalkan pemnafataan energi terbarukan 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Perubahan kebijakan baik secara nasional maupun di daerah
Distribusi, Komersialisasi, Promosi	<ul style="list-style-type: none"> 1. Kerja sama pemerintah dengan swasta 2. Pemanfaatan ekonomi digital 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Kesadaran masyarakat akan energi terbarukan



Dukungan terhadap industri halal

Adapun untuk mendukung tercapainya visi Indonesia yang mandiri, makmur dan madani dengan menjadi pusat ekonomi dan keuangan Syariah terkemuka dunia, klaster energi terbarukan dapat menjadi katalisator untuk penguatan halal rantai nilai. Kontribusinya terlihat dalam peningkatan kemandirian ekonomi melalui swasembada energi.

Sebagai titik awal sinergi, ekosistem industri halal melalui sektor keuangan Syariah dapat menjadi salah satu solusi bagi permasalahan minimnya ketersediaan instrumen pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan investasi EBT. Melalui berbagai pembiayaan berbasis syariah dengan berbagai skema, ekosistem industri halal dapat berkontribusi menjadi salah satu faktor pendukung pencapaian target EBT yang telah ditetapkan untuk tahun 2025 dan 2050.

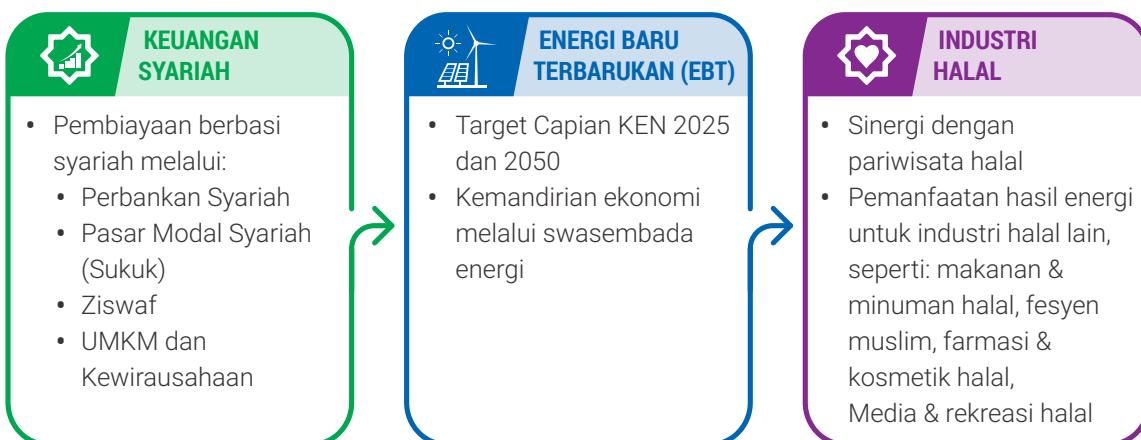
Dengan optimalnya pemanfaatan EBT di Indonesia, diharapkan hasil energi tersebut menjadi pendukung untuk ujung tombak industri halal, diantaranya: pariwisata, industri makanan dan minuman, fesyen Muslim, farmasi dan kosmetik, serta media dan rekreasi. Khususnya dengan pariwisata halal, Indonesia dapat menyinergikan tempat produksi EBT menjadi salah satu destinasi pariwisata berbasis *green tourism*.

Dalam mengembangkan investasi energi terbarukan, pemerintah dan swasta membagi porsinya dalam investasi. Sumber-sumber pendanaan energi terbarukan di Indonesia meliputi kementerian dan perusahaan PLN, APBD, hibah, dan obligasi hijau. Hingga tahun 2018 pendanaan untuk EBT disalurkan melalui Kementerian Energi Sumber Daya Meneral (ESDM) dan PLN. Skema pendanaan lainnya adalah melalui KPBU (kerja sama pemerintah dan badan usaha) dengan *independent power producer*. Investasi melalui skema APBD (dana alokasi khusus/DAK) dan Investasi oleh kementerian lain.

Secara teknis Kementerian ESDM telah mengalokasikan anggaran untuk pembangunan pembangkit/infrastruktur EBT pada Direktorat Jenderal Energi Baru, Terbarukan dan Konservasi Energi Kementerian ESDM (Ditjen EBTKE Kementerian ESDM). Dana hibah juga termasuk salah satu sumber pendanaan non-APBN. Skema pendanaan lainnya didapat dari hibah luar negeri seperti MCA-Indonesia, Green Climate Fund, ESP3, USAID-ICED, dan lainnya.

Gambar 3.13

Sinergi EBT dengan Industri Halal





Studi dari Kementerian ESDM menyebutkan untuk mencapai target 23 persen Indonesia membutuhkan dana sebanyak Rp 1,600 triliun menurut laporan Tim Percepatan Pengembangan Energi Baru Terbarukan (P2EBT), 2016. Saat ini, Mata Anggaran Kegiatan (MAK) belanja barang dan belanja modal terdiri dari belanja barang dengan anggaran sebesar Rp 3,22 triliun dan realisasi Rp 2,053 triliun. Selanjutnya belanja modal dengan anggaran sebesar Rp 37,258 miliar dan realisasi sebesar Rp 25,463 miliar (LHP BPK 2017).

Keperluan pendanaan yang cukup tinggi untuk pengembangan energi terbarukan menjadi potensi bagi keuangan Syariah untuk dapat berkontribusi melalui produk-produk keuangannya. Salah satu pilihan Instrumen keuangan syariah yang dapat dimanfaatkan adalah sukuk. Proyek yang berkaitan dengan *sustainable energi* dapat didanai oleh sukuk. Hal itu meliputi energi bersih, transportasi massal, konservasi air, kehutanan, dan teknologi rendah karbon.

Selain itu, sinergi dengan sektor keuangan syariah dapat dilakukan dengan pengembangan struktur keuangan Islam yang lebih kreatif. Hal itu dapat memanfaatkan aset dasar proyek; meningkatnya jumlah bank syariah dan konvensional yang sekarang bersedia meminjamkan atas dasar keuangan islami; kesediaan agen ekspor kredit untuk bekerja dengan struktur pembiayaan syariah dan pemberi pinjaman; dan preferensi beberapa sponsor sektor swasta untuk mendapatkan pembiayaan atas dasar keuangan syariah.

Alternatif pembiayaan untuk energi terbarukan yang dapat dilakukan adalah dari lembaga keuangan syariah melalui skema pembiayaan. Hal ini sudah pernah dilakukan di lembaga perbankan dengan memberikan pembiayaan solar panel atap. Contohnya di BPRS Lantabur Tebuireng Jawa Timur. Akad pembiayaan ini digunakan prinsip jual-beli (*murabahah*). Bank akan membeli paket produk listrik surya atap. Kemudian menjualnya kepada nasabah dengan kesepakatan harga jual ditambah dengan margin penjualan kepada nasabah secara angsuran.

Sinergi antara sektor energi terbarukan dengan bidang keuangan syariah lebih lanjut telah dilakukan oleh BAZNAS. Lembaga ini berkomitmen untuk mendukung program *appropriate mitigation actions in the energi sector* (MTRE3). Pada bulan Juli 2017, Rudi Mulyana selaku Dirjen Energi Terbarukan dan Konservasi Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral bersama dengan Zainulbahar Noor selaku Deputi Komisioner BAZNAS menandatangani penyerahan simbolik sumbangan sebesar USD 350,000 dari BAZNAS untuk mendukung program *Sustainable Development Goals* (SDGs). Pada bulan September lalu BAZNAS baru saja meresmikan Pembangkit Listrik Tenaga Mikro Hidro (PLTMH) di Desa Lubuk Bangkar, Kecamatan Batang Asai, Kabupaten Sarolangun, Provinsi Jambi. Program ini memberikan akses listrik pada 4.448 orang dari 803 rumah tangga.

Hal ini menjadi sasaran yang perlu dicapai bagi sektor energi terbarukan untuk bersinergi dengan sektor keuangan syariah sebagai alternatif sumber pembiayaan dalam mendukung pencapaian target pemenuhan energi terbarukan di Indonesia. Adanya ahli di lembaga keuangan syariah maupun investor lain yang memahami industri energi terbarukan diperlukan untuk menilai risiko investasi sektor energi terbarukan. Tentu dengan nilai *capital expenditure* yang tinggi, marjin yang tidak besar, dan periode pembiayaan yang cukup panjang.

Lebih lanjut lagi, hasil dari industri energi terbarukan dapat dimanfaatkan oleh industri halal yang dapat berkontribusi untuk meningkatkan rantai nilai halal. Telah dipaparkan sebelumnya, salah satu pengguna energi terbesar adalah dari sektor industri. Sinergi pemanfaatan energi terbarukan oleh sektor-sektor yang ada dalam ekosistem industri halal dapat mendukung peningkatan ekonomi yang berkelanjutan secara jangka panjang. Energi terbarukan dapat dimanfaatkan di antaranya oleh industri halal berikut:

- Makanan dan minuman halal
- Fesyen muslim
- Pariwisata halal
- Farmasi dan kosmetik halal
- Media dan rekreasi halal

Sebagai contoh, beberapa negara Eropa seperti Jerman dan Inggris telah mengintegrasikan sektor energi terbarukan dengan pariwisata. Hal ini dikenal dengan *green tourism*. Jerman melalui program Energiewende telah menerapkan integrasi sektor energi terbarukan dengan pariwisatanya.⁴ Walaupun terdapat beberapa pihak yang keberatan dengan adanya program Energiewende, namun selain mampu memberikan energi terbarukan di Jerman program tersebut mampu meluaskan fungsinya sebagai lokasi pariwisata tanpa mengganggu fungsi utamanya untuk menghasilkan energi. Tidak dapat dipungkiri, penambahan fungsi dari sumber-sumber energi terbarukan akan meningkatkan kontribusi secara ekonomi di negara tersebut.

Model lainnya terdapat di Inggris dengan nama Gladwinsfarm. Tempat wisata ini telah mendapatkan beberapa penghargaan salah satunya dalam kategori *green tourism*. Pariwisata ramah lingkungan di dalamnya memiliki konsep yang mirip dengan Energiewende. Kebijakan yang diterapkan oleh tempat wisata ini adalah pengurangan *carbon footprint*, *solar tracker panel* dan *biomass boiler*. Kelebihan dari Gladwinsfarm adalah fasilitas yang

lebih lengkap sehingga aktivitas yang ditawarkan kepada para pengunjung lebih beragam untuk mempromosikan energi terbarukan dan *green tourism*.

Sinergi EBT dengan industri lain terjadi di Jerman dan Inggris yang telah memanfaatkan EBT untuk industri pariwisatanya. Saat ini hal tersebut belum dilakukan di Indonesia. Berdasarkan potensi yang ada di setiap daerah di Indonesia, salah satu yang dapat disinergikan adalah dengan melihat potensi pengembangan EBT dengan potensi pariwisata halal di setiap wilayah.

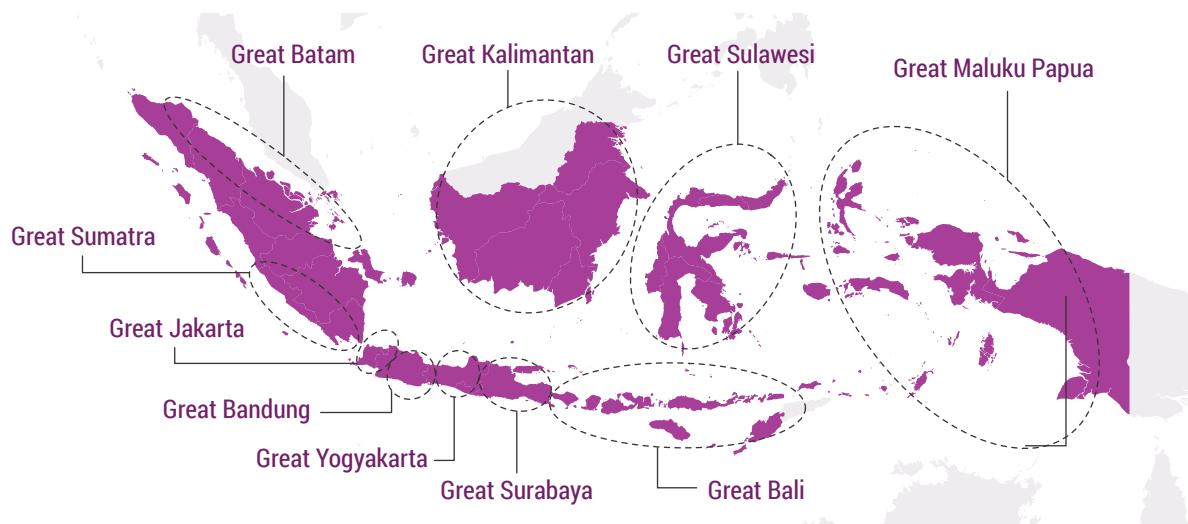
DI Indonesia, Kemenpar telah membuat destinasi wisata halal unggulan. 10 destinasi wisata tersebut meliputi Kepulauan Riau dan Sumatera, Bandung, Jakarta, Yogyakarta, Surabaya, Kepulauan Bali-Nusa Tenggara, Kalimantan, Sulawesi, serta Kepulauan Maluku dan Papua.

Salah satu potensi pariwisata halal unggulan di area Great Bali adalah wilayah Nusa Tenggara Barat (NTB). Wilayah tersebut memiliki potensi energi laut dan tata surya seperti dijelaskan data 3.27.

Gambar 3.14

Destinasi Wisata Halal Unggulan Indonesia

Sumber: Indonesia Sharia Economic Outlook 2018, PEBS FEB UI



⁴ <https://www.cleanenergiewire.org/news/energi-transition-becomes-tourist-attraction>

**Tabel 3.27**

Potensi Energi Laut Per Provinsi

Sumber: Direktorat Jenderal EBTKE 2015

No	Wilayah/Provinsi	Potensi		
		Teoritis	Teknis	Praktis
1	Nusa Tenggara Barat	138308	34577	8644
2	Kepulauan Riau	96432	24108	6027
3	Jawa Barat - Lampung	36367	9092	2273
4	Papua Barat	6261	1565	391
5	Nusa Tenggara Timur	5335	1334	333
6	Bali	5119	1280	320
	TOTAL	287882	71955	17989

Tabel 3.28

Potensi Tenaga Surya Per Provinsi

Sumber: Direktorat Jenderal EBTKE 2015

No	Wilayah/Provinsi	Potensi
1	Kalimantan Barat	20113
2	Sulawesi Selatan	17233
3	Kalimantan Timur	13479
4	Sumatera Utara	11851
5	Jawa Timur	10335
6	Nusa Tenggara Barat	9931
7	Jawa Barat	9099
8	Jambi	8847
9	Jawa Tengah	8753
10	Kalimantan Tengah	8459
11	Aceh	7881
12	Kepulauan Riau	7763
13	Sulawesi Selatan	7588
14	Nusa Tenggara Timur	7272
15	Papua Barat	6307
16	Sulawesi Tengah	6187
17	Kalimantan Selatan	6031

No	Wilayah/Provinsi	Potensi
18	Sumatera Barat	5898
19	Kalimantan Utara	4643
20	Sulawesi Tenggara	3917
21	Bengkulu	3475
22	Maluku Utara	3036
23	Bangka Belitung	2810
24	Banten	2461
25	Lampung	2238
26	Sulawesi Utara	2113
27	Papua	2035
28	Maluku	2020
29	Sulawesi Barat	1677
30	Bali	1254
31	Gorontalo	1218
32	D.I Yogyakarta	996
33	Riau	753
34	DKI Jakarta	225
	Total	207898



Strategi khusus Klaster energi terbarukan

No	Strategi/Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Strategi 1: Terjadinya hubungan berkesinambungan dalam rantai nilai industri energi terbarukan untuk menghasilkan sustainable energy									
1	Peningkatan optimalisasi produksi bahan baku dalam negeri.	<ul style="list-style-type: none"> Pemetaan mengenai <i>supply</i> dan <i>demand</i> energi terbarukan serta insentif industri 							Kementerian ESDM, BUMN Energi, NGO Energi Terbarukan, Pemerintah daerah.
	a. Pemetaan potensi sumber energi terbarukan berdasarkan jenis energi								
	b. Pemetaan potensi sumber energi terbarukan berdasarkan daerah sebaran								
	c. Pemetaan potensi konsumen potensial energi terbarukan								
2	Optimalisasi <i>supply-chain</i> industri energi terbarukan dengan memperkuat kemitraan industri energi.*	<ul style="list-style-type: none"> Pemetaan mengenai <i>supply</i> dan <i>demand</i> energi terbarukan serta insentif untuk mitra industri energi terbarukan 							Kementerian ESDM, Kementerian Keuangan, BUMN Energi, NGO Energi Terbarukan, Asosiasi, Pemerintah daerah.
	a. Pemetaan skala <i>supply chain</i> industri energi terbarukan								
	b. Pemetaan prioritas pengembangan <i>supply-chain</i> energi terbarukan*								
	c. Insentif bagi mitra industri energi terbarukan untuk mencapai target pencapaian <i>sustainable energy</i> *								
Strategi 2: Tercapainya peningkatan jumlah dan kompetensi SDM disepanjang rantai nilai industri energi terbarukan dengan memaksimalkan peran universitas, bisnis dan asosiasi									
1	Peningkatan jumlah dan kompetensi serta produktivitas SDM produksi energi terbarukan serta SDM industri terkait lainnya yang memahami industri energi terbarukan.	<ul style="list-style-type: none"> Dengan adanya kurikulum kompetensi di bidang <i>renewable energy</i> dan industri terkait, diharapkan akan melahirkan individu-individu berwawasan dan berkemampuan mumpuni demi meningkatkan penggunaan <i>renewable energy</i> 							Kementerian ESDM, Kemenristekdikti, Kemendikbud, BUMN Energi, NGO Energi Terbarukan, Asosiasi.
	a. Penyelenggaraan Inovation <i>renewable energy competition</i> untuk menarik bakat-bakat baru.								
	b. Penyelenggaraan <i>International conference of Renewable Energy</i> untuk memahami tren nasional dan global.								
	c. Temu bisnis dan coaching clinic dengan universitas, industri dan pengembang energi terbarukan di dunia.								
	d. Pembentukan Lembaga Vocational Training dan ekosistem kompetensi SDM industri energi terbarukan.								



No	Strategi/Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
2	Peningkatan jumlah dan kualitas Kampus berkurikulum energi terbarukan, standarisasi kurikulum, SDM Pengajar yang sesuai dengan kebutuhan industri energi terbarukan.								Kementerian ESDM, Kemenristekdikti, Kemendikbud, BUMN Energi, NGO Energi Terbarukan, Asosiasi, Lembaga Pendidikan, Akademisi dan Praktisi.
	a. Mendorong pembangunan lembaga pendidikan tinggi yang berkualitas dan kolaborasi/kerjasama dengan sekolah energi ternama								
	b. Penyelarasan kurikulum dan kompetensi lulusan sesuai dengan kebutuhan industri energi terbarukan.								
	c. Peningkatan kompetensi dan sertifikasi dosen/pengajar								

Strategi 3: Terciptanya Industri energi terbarukan nasional yang menjadi tuan rumah di negeri sendiri serta kemampuan dalam Inovasi dan diversifikasi produk

1	Peningkatan daya tarik industri energi terbarukan agar menjadi tempat yang menarik untuk berkarir dan berinvestasi.	<ul style="list-style-type: none"> Adanya perhatian yang lebih banyak pada industri energi terbarukan baik dalam bentuk investasi maupun tenaga ahli yang mumpuni. 							Kementerian ESDM, Kementerian Keuangan, BUMN Energi, NGO Energi Terbarukan, Asosiasi, Pemerintah daerah.
	a. Memberikan insentif pada industri yang berpartisipasi mendukung energi terbarukan.**								
	b. Menata regulasi distribusi pasar dan regulasi tarif untuk menjadi menarik dan kompetitif bagi produsen maupun konsumen.								
	c. Meningkatkan apresiasi pasar terhadap yang akan meningkatkan potensi pasar.								
2	Peningkatan efisiensi serta produktivitas industri energi terbarukan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif.	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya produktivitas energi terbarukan serta jangkauannya. 							Kementerian ESDM, Kementerian Keuangan, BUMN Energi, NGO Energi Terbarukan, Asosiasi, Pemerintah daerah, Lembaga keuangan Syariah.
	a. Mendorong peningkatan produktivitas industri melalui investasi mesin/peralatan.								
	b. Mendorong peningkatan produktivitas SDM melalui bimbingan teknis teknologi produksi.								
	c. Mempermudah dan mempermurah akses energi terbarukan.**								

No	Strategi/Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
3	Peningkatan produksi produk energi terbarukan untuk meningkatkan pangsa pasar serta melalui kolaborasi dengan industri lain untuk mencapai target capaian industri.	<ul style="list-style-type: none"> Hasil riset tentang potensi energi terbarukan sebagai <i>tourism spot</i> untuk pariwisata halal Meningkatnya pangsa pasar energi terbarukan Meningkatnya penyediaan energi menggunakan energi terbarukan Adanya kerjasama bisnis antara pelaku energi terbarukan dan pariwisata halal. 							Kementerian ESDM, Kementerian Keuangan, BUMN Energi, NGO Energi Terbarukan, Asosiasi, Pemerintah daerah, Kemenpar, Kementerian lain terkait industri halal
	a. Riset pasar dan <i>benchmarking</i> untuk kolaborasi antara energi terbarukan dengan industri halal dengan prioritas pariwisata halal.**								
	b. Penggunaan energi terbarukan sebagai sumber energi bagi industri halal di Indonesia.*								
	c. Membangun kolaborasi bisnis yang saling menguntungkan melalui integrasi antara pariwisata halal dan energi terbarukan.**								
4	Peningkatan pengakuan dunia internasional terhadap kontribusi energi terbarukan dari Indonesia terhadap pencapaian target energi terbarukan regional dan SDGs.*	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya pengakuan dunia internasional mengenai energi terbarukan di Indonesia melalui studi banding Adanya basis data energi terbarukan di Indonesia 							Kementerian ESDM, BUMN Energi, NGO Energi Terbarukan, Asosiasi.
	a. Memberikan dukungan kepada komunitas untuk berpartisipasi dalam acara-acara bertaraf internasional baik dalam maupun luar negeri.*								
	b. Membangun basis data Indonesia dan mempromosikan secara aktif di dalam dan luar negeri.*								
	c. Memfasilitasi kemitraan antara Indonesia dengan mancanegara untuk <i>knowledge sharing</i> .*								



No	Strategi/Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Strategi 4: Terbentuknya ekosistem bisnis dan ekosistem kebutuhan konsumen melalui co-branding dengan industri halal, peningkatan awareness serta jaminan kemudahan akses dan informasi terhadap energi terbarukan									
1	Kerja sama distribusi dan komersialisasi melalui BUMN dan sektor swasta.								Kementerian ESDM, BUMN Energi, NGO Energi Terbarukan, Asosiasi, Kemenkominfo.
	a. Memfasilitasi kerja sama distribusi dan komersialisasi antar BUMN dan sektor swasta.								
	b. Membuat prioritas basis-basis pendukung teknologi pada distribusi komersialisasi khususnya yang terkait dengan teknologi informasi dan komunikasi.*								
2	Melaksanakan <i>co-branding</i> dengan produk industri halal lainnya, terutama pariwisata halal.								Kementerian ESDM, BUMN Energi, NGO Energi Terbarukan, Asosiasi, Kemenpar dan Kementerian lain terkait industri halal.
	a. <i>Benchmarking</i> sinergi antara industri energi terbarukan dengan industri halal lainnya, terutama pariwisata halal.								
	b. Sinergi sasaran branding industri energi terbarukan dengan industri halal lainnya, terutama pariwisata halal.								
3	Mendorong pemanfaatan ekonomi digital untuk komersialisasi dan promosi*								Kementerian ESDM, BUMN Energi, NGO Energi Terbarukan, Asosiasi, Kemenkominfo, Kemenpar, Kementerian lain terkait industri halal
	a. Mendorong tumbuhnya situs e-commerce dan media energi terbarukan.								
	b. Kerjasama bisnis melalui kolaborasi co-marketing dengan industri halal lain								
4	c. Penggunaan platform digital untuk mengampanyekan keunggulan energi terbarukan**								
	Peningkatan awareness dan penggunaan produk energi terbarukan nasional.								Kementerian ESDM, BUMN Energi, NGO Energi Terbarukan, Asosiasi, Kemenkominfo.
	a. Kampanye terhadap keunggulan energi terbarukan untuk mencapai swasembada energi nasional**.								
	b. Keberpihakan pemerintah dalam pengadaan kebutuhan industri dan rumah tangga berbasis energi terbarukan.								

No	Strategi/Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Strategi 5: Terciptanya inovasi dalam proses produksi untuk pengembangan industri dan kolaborasi dengan industri lain									
1	Peningkatan riset dan publikasi tentang energi terbarukan serta potensi kolaborasi dengan industri lain dalam halal <i>Value Chain</i> .**								Kementerian ESDM, BUMN Energi, NGO Energi Terbarukan, Asosiasi, Kemenristekdikti, LIPI, Universitas dan Akademisi.
	a. Mendorong riset dan publikasi mengenai energi terbarukan dan potensi kolaborasi dengan industri lain dalam rantai nilai halal yang dapat diaplikasikan.**								
	b. Memberikan insentif riset dan inovasi dalam publikasi jurnal ilmiah maupun artikel terkait energi terbarukan potensi kolaborasi dengan industri lain dalam rantai nilai halal.*								
2	Mendirikan pusat R&D dan inovasi energi terbarukan yang terintegrasi.	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya pemetaan mengenai sumber daya ahli • Meningkatnya jumlah riset mengenai energi terbarukan 							Kementerian ESDM, BUMN Energi, NGO Energi Terbarukan, Asosiasi, Kemenristekdikti, LIPI, Universitas dan Akademisi.
	a. Pemetaan sumber daya ahli dan kordinasi pihak-pihak terkait dalam bidang riset energi terbarukan.								
	b. Pendirian pusat R&D inovasi energi terbarukan yang terintragasi yang berkualitas internasional.*								
Strategi 6: Terciptanya kemudahan akses dan pembiayaan dari lembaga keuangan bank maupun bukan bank serta kemudahan berinvestasi									
1	Terciptanya kemudahan akses dan skema pembiayaan yang menarik untuk mendukung energi terbarukan.**	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya skema pembiayaan baru untuk industri energi terbarukan baik dari pihak swasta maupun pemerintah. 							Kementerian ESDM, Kementerian Keuangan, BUMN Energi, NGO Energi Terbarukan, Asosiasi, Pemerintah daerah, Lembaga keuangan Syariah.
	a. Mendorong terciptanya skema pembiayaan industri energi terbarukan, baik dari pihak pemerintah maupun pihak swasta.**								
	b. Fasilitas peningkatan kompetensi manajemen pengelolaan usaha dan administrasi keuangan industri energi terbarukan untuk skala kecil.								
	c. Menjadikan industri energi terbarukan menjadi salah satu prioritas pembiayaan bagi investor maupun lembaga keuangan di Indonesia.**								



No	Strategi/Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
2	Mendorong kolaborasi dengan keuangan Syariah melalui pembiayaan Syariah.**	<ul style="list-style-type: none"> Adanya kebijakan yang mendukung pembiayaan untuk pengembangan energi terbarukan. Adanya skema produk alternatif pembiayaan keuangan Syariah yang dapat digunakan untuk pengembangan energi terbarukan dan kolaborasi dengan industri halal lainnya.** 							Kementerian ESDM, Kementerian Keuangan, BUMN Energi, NGO Energi
	a. Penguatan kebijakan yang mendukung pembiayaan terhadap pengembangan energi terbarukan.								Terbarukan, Asosiasi, Pemerintah daerah, Lembaga keuangan Syariah.
	b. Pembuatan skema produk alternatif pembiayaan keuangan Syariah yang dapat digunakan untuk pengembangan energi terbarukan dan kolaborasi dengan industri halal lainnya.**								

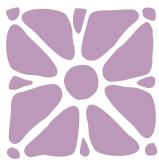
Strategi 7: Terlaksananya implementasi teknologi untuk produksi energi terbarukan serta untuk keperluan distribusi, komersialisasi dan promosi

1	Pembentukan basis-basis teknologi pendukung untuk akselerasi industri energi terbarukan.*	<ul style="list-style-type: none"> Dibangunya teknologi yang memadai untuk mendukung industry energi terbarukan 							Kementerian ESDM, BUMN Energi, NGO Energi Terbarukan, Asosiasi, LIPI.
2	Pemanfaatan teknologi informasi (ekonomi digital) untuk mengoptimalkan distribusi, komersialisasi dan promosi industri energi terbarukan.	<ul style="list-style-type: none"> Coverage informasi yang banyak mengenai energi terbarukan 							Kementerian ESDM, BUMN Energi, NGO Energi Terbarukan, Asosiasi, Kemenkoinfo.
3	Peningkatan efisiensi produksi melalui pemanfaatan teknologi untuk mendapatkan harga yang kompetitif.								Kementerian ESDM, BUMN Energi, NGO Energi Terbarukan, Asosiasi, LIPI.
4	Mendorong Kolaborasi pemanfaatan teknologi energi terbarukan dengan industri halal lain.								Kementerian ESDM, BUMN Energi, NGO Energi Terbarukan, Asosiasi, Kemenpar, Kementerian lain terkait industri halal

No	Strategi/Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Strategi 8: Tersedianya peraturan yang mendukung untuk mengembangkan ekosistem bisnis energi terbarukan									
1	<p>Pemetaan kebijakan nasional dan daerah serta pembuatan <i>action plan</i> untuk mencapai target yang telah ditetapkan dalam PP mengenai Kebijakan Energi Nasional.</p> <p>a. Pemetaan kebijakan nasional dan kebijakan daerah dalam bidang energi terbarukan untuk mencapai target pencapaian energi terbarukan.</p> <p>b. Analisa gap kebijakan nasional dan kebijakan daerah dalam bidang energi terbarukan untuk mencapai target pencapaian energi terbarukan.</p> <p>c. <i>Action plan</i> pengisian gap kebijakan nasional dan kebijakan daerah dalam bidang energi terbarukan untuk mencapai target pencapaian</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pemetaan serta koordinasi kebijakan antara pusat dan daerah mengenai energi terbarukan agar tidak overlap dan efisien. 							Kementerian ESDM, Kementerian Keuangan, BUMN Energi, NGO Energi Terbarukan, Asosiasi, Pemerintah daerah.
2	<p>Pengkajian dan pembuatan kebijakan insentif bagi produsen dan konsumen untuk menarik pelaku industri energi terbarukan.*</p> <p>a. Analisa urgensi pemberian insentif bagi produsen dan konsumen untuk mencapai target pencapaian energi terbarukan.*</p> <p>b. Sinergi antara para pemangku kebijakan untuk formulasi insentif bagi produsen dan konsumen untuk menarik pelaku industri energi terbarukan.*</p> <p>c. Pemantauan dan analisa berkala terhadap efektifitas pemberian insentif terhadap target pencapaian energi terbarukan.*</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya kajian mengenai insentif yang cukup untuk memotivasi pelaku industri energi terbarukan • System pemantauan yang berkala mengenai efektifitas insentif tersebut terhadap produktivitas. 							Kementerian ESDM, Kementerian Keuangan, BUMN Energi, NGO Energi Terbarukan, Asosiasi, Pemerintah daerah.

Keterangan: *Masuk dalam Program Utama **Masuk dalam Quick Wins





Quick Wins Klaster energi terbarukan

1. Kampanye terhadap keunggulan energi terbarukan untuk mencapai swasembada energi nasional

Salah satu permasalahan di sektor energi terbarukan ialah kurangnya kesadaran atau dukungan serta kedulian masyarakat terhadap energi terbarukan. Kemudian masyarakat masih sangat bergantung pada energi fosil. Sebanyak 94 persen kebutuhan masih tergantung pada energi fosil. Semua kebutuhan energi yang belum efisien dipenuhi energi fosil tersebut dan malah disubsidi pula.

Hal yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan ini adalah dengan berkampanye atau menyosialisasikan keunggulan energi terbarukan dibandingkan dengan fosil, serta peningkatan kesadaran masyarakat akan potensi energi terbarukan ini dalam mencapai swasembada energi. Hal ini juga sejalan dengan *quick wins* utama yaitu kampanye nasional gaya hidup halal.

Sebagai contoh, Kementerian ESDM melalui Direktorat Jenderal Energi Baru dan Terbarukan dan Konservasi Energi sudah mulai melakukan sosialisasi mengenai konservasi energi dengan. Taglinenya "Potong 10 persen" sebagai bentuk dari kampanye untuk menghemat penggunaan energi di tahun 2015 di sebuah Sekolah Dasar di Denpasar. Sesuai dengan audiensinya, rangkaian acara sosialisasi tersebut meliputi lomba dan hiburan dengan tema konservasi energi. Hal ini sangat penting dilakukan untuk energi terbarukan untuk membangun kesadaran anak-anak dari kecil juga. Selain itu, sosialisasi energi terbarukan juga sudah sudah menyentuh aspek pemanfaatan energi baru dan terbarukan di sebuah universitas. Kampanye serta sosialisasi harus lebih digencarkan lagi.

2. Terciptanya kemudahan akses dan skema pembiayaan yang menarik untuk mendukung energi terbarukan.

Masalah lain yang dihadapi oleh sektor energi terbarukan ialah sulitnya mendapatkan investasi dan pembiayaan untuk proyek pembangunannya. Sektor ini membutuhkan dana yang cukup besar. Hal ini sangat berkaitan dengan persepsi serta pemahaman masyarakat tentang energi terbarukan itu sendiri yang masih rendah.

Persepsi mereka masih belum terlalu peduli dan sadar akan lingkungan ditambah dengan pemahaman masyarakat yang masih rendah tentang energi terbarukan. Hal itu menyebabkan masyarakat berpikir bahwa energi terbarukan merupakan bisnis yang tidak menguntungkan, sehingga proyek ini sulit mendapatkan pembiayaan.

Selain itu, sektor energi terbarukan juga dapat bersinergi dengan keuangan syariah. Pembiayaan syariah dapat menjadi salah opsi pembiayaan proyek energi terbarukan. Banyak instrumen keuangan syariah yang berpotensi untuk mendukung energi terbarukan, dari pembiayaan perbankan syariah, pasar modal syariah, sampai instrumen ZISWAF. Hal ini juga sejalan dengan *quick wins* utama yaitu mendorong pendirian *national halal fund*. Oleh karena itulah dibutuhkan skema pembiayaan yang menarik sekaligus dukungan pemerintah dalam berbentuk insentif untuk mendukung proyek energi terbarukan secara finansial.



3. Mengadakan riset dan publikasi mengenai energi terbarukan dan potensi kolaborasi dengan industri lain dalam rantai nilai halal yang dapat diaplikasikan di Indonesia , terutama pariwisata halal

Riset serta inovasi sangat dibutuhkan dalam sektor energi terbarukan. Sumber energi dapat berasal dari berbagai macam. Sebagai contoh sudah ada pembangkit listrik yang berasal dari sampah dan kotoran hewan di Amerika Serikat. Hal ini sangatlah bermanfaat di satu sisi untuk mengurangi sampah dan kotoran dan menggunakan sebagai sumber energi.

Di Indonesia juga sudah ada beberapa penelitian mengenai sumber energi terbarukan dari cangkang kakao. Selain dari penelitian mengenai energi terbarukan itu sendiri, dibutuhkan juga riset mengenai potensi kolaborasi antara sektor energi terbarukan dengan sektor lain. Sebagai contoh, berbagai negara Eropa seperti di Jerman dan Inggris telah mengintegrasikan sektor energi terbarukan yang lebih dikenal sebagai *green tourism*. Jerman

melalui program Energiewende (meski ada yang keberatan dengan program tersebut) dan Inggris melalui Gladwinsfarm nya, menambahkan fungsi dari sumber energi terbarukan tersebut sehingga meningkatkan kontribusi ekonomi.

Hal ini juga sangat mungkin untuk direalisasikan di Indonesia, sehingga selain energi terbarukan dimanfaatkan sebagai sumber energi untuk mendukung industri halal lainnya. Hal ini juga sejalan dengan *quick wins* utama yaitu pendirian halal hub untuk penguatan industri halal dalam negeri. Energi terbarukan juga dapat berkolaborasi dengan sektor lain untuk dapat memberi nilai tambahan pada perekonomian secara keseluruhan.

4

Penguatan Keuangan Syariah





Generasi milenial dan produktif merupakan investor yang mempunyai potensi besar di retail pasar modal syariah di Indonesia (IFN Indonesia Report, 2018). Kebanyakan dari mereka melek teknologi, sehingga dalam pengembangan sektor pasar modal syariah tidak melupakan peran teknologi.



Ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari perilaku manusia untuk memenuhi kebutuhannya dalam rangka memaksimalkan tujuan hidup, yaitu untuk beribadah kepada Allah SWT. Ilmu ini mengupas bagaimana menjaga agar semua sumber daya ekonomi atau faktor produksi dapat terjaga kelancaran aliran atau distribusinya (wealth and income distribution), menjangkau semua manusia, sampai tidak ada kesulitan ekonomi yang menghambat manusia untuk beribadah kepada Allah SWT. Hal ini penting, karena ekonomi pada dasarnya hanya alat bantu bagi manusia menjalankan tujuan utama hidupnya, yaitu beribadah.

Secara sederhana proses distribusi sumber daya dalam ekonomi terjadi dalam aktivitas jual-beli di pasar atau sektor riil. Namun untuk mereka yang memiliki dana dan bermaksud memperoleh keuntungan tetapi tidak memiliki waktu untuk usaha riil, dapat memanfaatkan sektor keuangan, termasuk yang berbasis syariah.

Indonesia merupakan negara yang sedang mengembangkan sektor tersebut. Keuangan syariah di negeri ini telah berkembang sejak kelahiran Bank Muamalat Indonesia. Ini merupakan bank syariah pertama di Indonesia. Usianya lebih dari dua dekade.

Perkembangan keuangan syariah telah membawa berbagai capaian yang memuaskan, dari makin banyaknya produk dan layanan, hingga berkembangnya infrastruktur yang mendukung keuangan syariah. Bahkan di pasar global, Indonesia termasuk dalam sepuluh besar negara yang memiliki indeks keuangan syariah terbesar di dunia.

Masyarakat memanfaatkan pelayanan keuangan syariah sebaik mungkin. Mereka menilai pelayanan seperti perbankan syariah harus dikembangkan lebih lanjut karena kepercayaan yang semakin tinggi untuk menyimpan atau memanfaatkan kredit perbankan syariah yang dinilai menguntungkan.

Pelayanan yang berbasis pada tradisi Islam berupa Alquran, hadis, dan ijihad ulama, membuat mereka semakin nyaman.

Dalam perkembangannya, industri keuangan syariah memiliki karakteristik yang khas. Konsepnya tak seperti keuangan syariah di Malaysia dan Negara Teluk yang lebih fokus pada perbankan investasi dan instumen keuangan syariah. Indonesia memiliki kompleksitas yang melingkupi banyak jenis industri jasa keuangan serta lebih berorientasi pada segmen ritel.

Operasionalnya melibatkan lembaga jasa keuangan syariah dan nasabah keuangan syariah terbesar dalam satu yurisdiksi tunggal, selain adanya pengembangan hal-hal tertentu yang menampilkan karakteristik khas keuangan syariah seperti Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dan institusi keuangan mikro syariah informal. BPRS merupakan lembaga keuangan yang tersebar di berbagai daerah. Pelayanannya dimanfaatkan masyarakat kabupaten, terutama pedesaan.

Dalam kondisi demikian, lembaga keuangan syariah akan semakin besar kontribusinya di dalam mengoptimalkan efektivitas transmisi kebijakan moneter guna mencapai targetnya. Lembaga keuangan syariah Indonesia kini bersaing bukan hanya dengan bank konvensional, tetapi juga lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah dari seluruh Negara-negara

ASEAN. Tentunya hal ini bukanlah mudah untuk dihadapi. Bukan pula sesuatu yang tidak mungkin dapat diatasi. Kerja sama dari semua pihak sangatlah dibutuhkan, mulai dari praktisi, akademisi, pemerintah, dan para ulama dalam meningkatkan kinerja dan pangsa pasar lembaga keuangan syariah. Dengan demikian skala ekonomi yang besar akan tercapai sehingga lembaga keuangan syariah menjadi lebih efisien dalam kegiatan usahanya.



Penjelasan pada bab IV akan mencakup beberapa hal. Pertama adalah perbankan syariah. Cendekiawan Muslim di negeri ini adalah kelompok yang menginisiasi bank syariah. Lewat ijtihad mereka, Bank Muamalat lahir dan menjadi bank syariah pertama di Indonesia. Setelah itu, bank konvensional membuat unit usaha syariah sehingga semakin diterima kalangan Muslim baik dari Indonesia maupun negara lain. Pada subbab ini, Masterplan akan menjelaskan proyeksi perbankan syariah kedepan dan langkah apa saja yang harus diambil untuk memajukan sektor tersebut.

Kedua adalah pasar modal syariah. Industri satu ini mencakup penerbitan saham syariah, sukuk, dan reksadana syariah. Pasar modal syariah merupakan unsur mendasar sistem keuangan syariah. Dalam perjalannya, industri satu ini mengacu kepada pada prinsip syariah sehingga sejalan dengan konsep Islam dalam pemerataan dan peningkatan kemakmuran.

Ketiga adalah jaminan sosial. Subsektor tersebut memberikan jaminan keamanan masyarakat meski mengalami musibah. Jaminan ini melindungi dan mempertahankan taraf hidup dan perekonomian seseorang meski mengalami suatu musibah atau hal yang membuatnya jatuh pada kerugian. Islam memandang jaminan semacam ini sangat mendasar, karena merupakan bagian dari menjaga diri, keturunan, dan harta.

Keempat adalah zakat, infak, sedekah, dan wakaf. Ini merupakan kekhasan keuangan syariah. Pada saat memiliki harta berlebih, Muslim diwajibkan untuk menyisihkan sebagian di antaranya untuk disalurkan kepada kaum lemah. Penyaluran yang wajib dilakukan melalui zakat. Bila tak cukup, maka Muslim bisa menginfakkan atau menyedekahkan sebagian hartanya.

Kalau masih berlebih juga, maka seseorang bisa mewakafkan hartanya. Tradisi yang terakhir ini sudah dilakukan Muslim dari berbagai zaman dan wilayah. Kerajaan Arab Saudi memiliki sejumlah aset wakaf. Bahkan salah satunya adalah wakaf dari alim asal Aceh, Habib Bugag al-Asyi. Asetnya berupa sejumlah hotel yang ditempati jamaah haji dan umrah. Setiap tahunnya jamaah haji asal Aceh menerima manfaat wakaf produktif ini.

Wakaf skala besar yang manfaatnya dirasakan bangsa ini juga berlangsung pada abad ke-20. Contohnya adalah Pondok Modern Darussalam Gontor di Ponorogo Jawa Timur. Aset wakafnya dari yang semula hanya berupa lahan pondok di Desa Gontor, kini sudah berkembang ke sejumlah daerah di Indonesia. Uraian lebih lanjut mengenai proyeksi keempat bagian keuangan syariah ini akan dibahas lebih lanjut berikut ini.



Saving



Klaster Perbankan Syariah

Perbankan syariah merupakan subsektor industri keuangan syariah. fungsinya menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan pelayanan jasa perbankan kepada nasabahnya. Dalam pelaksanaannya, industri perbankan syariah mengacu pada prinsip-prinsip syariah yang diatur dan diawasi oleh beberapa lembaga dan tim. Antara lain Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan, dan Dewan Pengawas Syariah yang terdapat pada internal perusahaan.

Alur klaster perbankan syariah dalam Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024 akan bermula dari pembahasan kondisi dan perkembangan perbankan syariah di tingkat global dan nasional. Kemudian dilanjutkan dengan pemaparan peluang dan tantangan perbankan syariah, penjelasan rantai nilai (*value chain*), analisis SWOT, dan analisis dukungan perbankan syariah terhadap industri halal. Sementara pada bagian terakhir akan dibahas strategi, program, aktivitas, dan *quick wins* dari perbankan syariah pada periode 2019-2024 beserta narasinya.



Kondisi global dan nasional Perbankan syariah

Berdasarkan data dari *State of the Global Islamic Economy* tahun 2018, keuangan syariah global pada tahun 2016 tercatat memperoleh pemasukan sebesar USD 2.202 miliar. Pada tahun 2022 diproyeksikan meningkat menjadi USD 3.782 miliar. Sementara itu, sektor perbankan syariah komersial pada tahun 2016 menerima pemasukan USD 1.599 miliar dan diproyeksikan akan mengalami peningkatan menjadi USD 2.439 miliar pada tahun 2022.

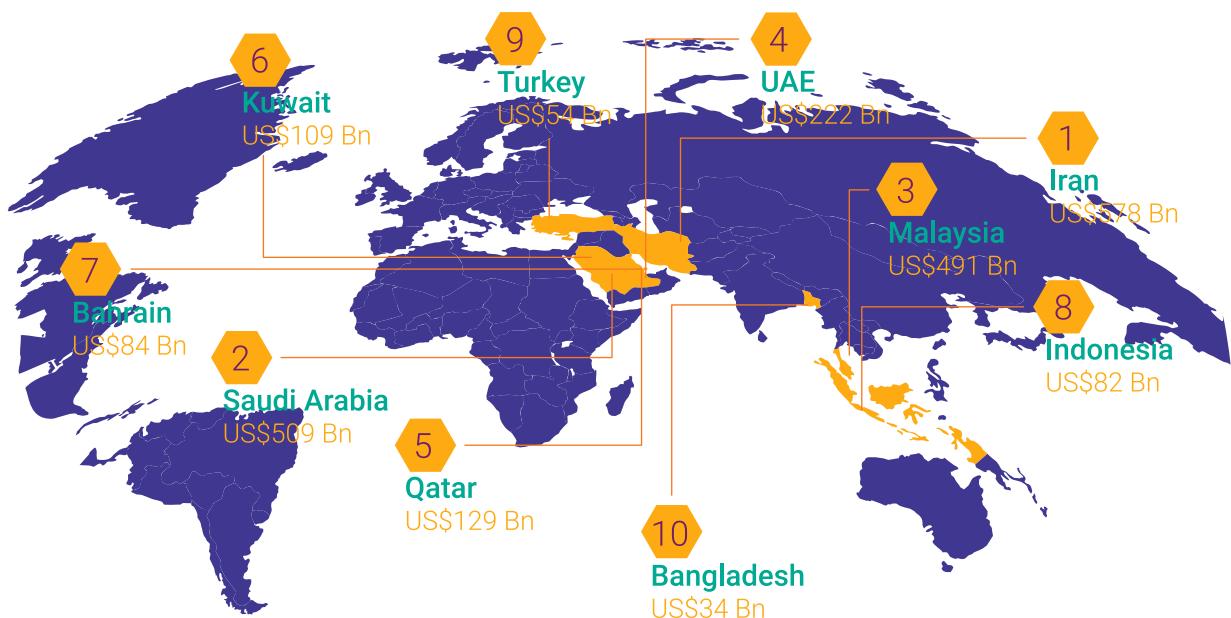
Selain itu, pangsa pasar Muslim terhadap pasar ekonomi syariah global dari sisi pengeluaran mencapai 11,9 persen pada tahun 2016, dan diproyeksikan akan meningkat dari USD 2.006 miliar pada tahun 2016 menjadi USD 3.081 miliar pada 2022. Secara umum, keuangan syariah global dalam kurun waktu 2014 hingga 2018 masih dikuasai oleh negara-negara yang sama, antara lain Malaysia, Uni Emirat Arab (UEA), dan Bahrain.

Di sisi lain, perkembangan ekonomi syariah secara global mulai bergeser. Semula mendorong pengembangan industri keuangan syariah. Kini fokusnya menjadi sektor riil. Dasarnya adalah asas syariah. Maka konsep ekonomi halal secara global mulai digaungkan. Di dalamnya terdapat berbagai produk halal yang siap dikembangkan. *Halal Industry Development Corporation* (HDC) menjabarkan bahwa produk halal saat ini menjadi nilai utama rantai pasokan dalam sektor industri yang beragam. Produk halal berpotensi besar mengembangkan sektor keuangan baik secara global maupun domestik dari sektor riil. Sehingga secara global, perkembangan ekonomi syariah akan sesuai dengan fitrahnya, yaitu menjadi kesatuan antara keuangan dan sektor riil.

Gambar 4.1

Top Islamic Finance Markets in Assets

Sumber: Global Islamic Economy Report (2018)





Sementara itu, industri keuangan syariah Indonesia dalam Global Islamic Economy Index (GIEI) 2018/19 menempati posisi ke-8 di dunia, meningkat dua poin setelah di tahun sebelumnya Indonesia menempati posisi ke-10. Dalam pemaparan ini, industri keuangan syariah yang dimaksud mencakup perbankan syariah dan pasar modal syariah, baik dari sisi sukuk negara (*sovereign sukuk*) maupun sukuk korporasi (*corporate sukuk*).

Jika dilihat berdasarkan urutan aset keuangan syariah secara global, seperti yang diungkapkan ICD Thomson Reuters pada tahun 2018, aset keuangan syariah Indonesia mengalami peningkatan dari sebesar USD 47,6 miliar pada Tahun 2016 menjadi USD 81,8 miliar pada tahun 2017, atau meningkat dari peringkat ke-9 menjadi ke-7 di dunia pada periode tersebut. Masuknya Indonesia ke dalam 10 besar pemilik aset keuangan syariah terbesar di dunia menjadi pertanda bahwa

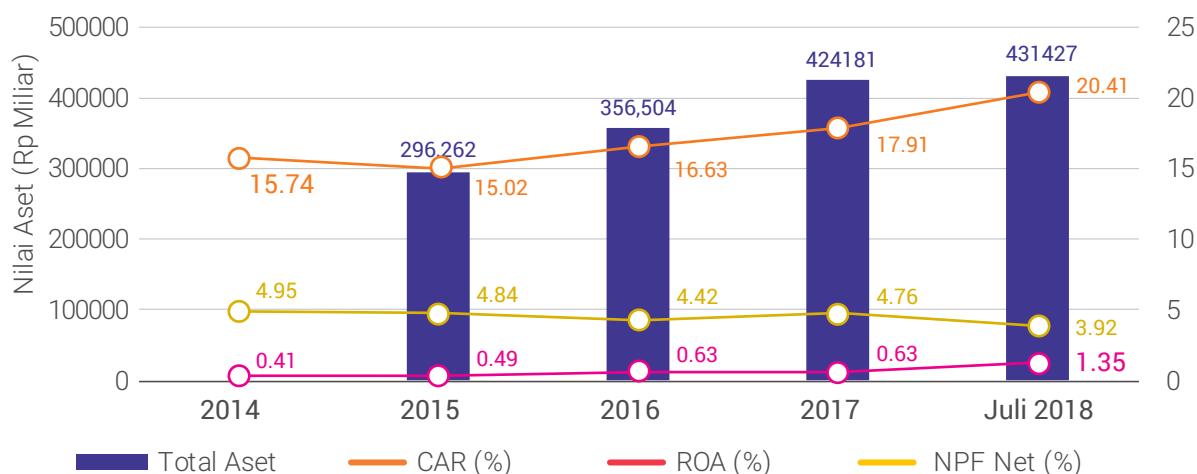
Indonesia semakin kompeten untuk turut serta melejitkan perkembangan keuangan syariah di dunia.

Sektor perbankan syariah menjadi salah satu sorotan dalam perkembangan industri keuangan syariah. Meskipun demikian, jika dilihat dari jumlah aset, rasio kecukupan modal (CAR), potensi pengembalian (ROA), dan penurunan kredit macet (NPF Net), data perbankan syariah di tahun 2014 hingga 2018 menunjukkan tren yang positif. Per bulan Juli 2018, aset bank syariah telah mencapai Rp 431.4 triliun dengan CAR 20.41 persen, ROA 1.35 persen, serta NPF Net sebesar 3.92 persen. Sementara itu, jika dilihat melalui total aset perbankan syariah menurut data Kementerian Keuangan sampai April 2018, total aset perbankan syariah Indonesia mencapai Rp 435 triliun atau 5,79 persen dari total aset industri perbankan nasional.

Grafik 4.1.1

Kondisi Kinerja Bank Syariah (2014 - 2018)

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2018)



Pencapaian pangsa pasar perbankan syariah Indonesia selama 20 tahun masih berada di angka 5%, walaupun sudah dilakukan berbagai upaya yang dilakukan pemangku kepentingan melalui kebijakan-kebijakan dalam rangka meningkatkan pangsa pasar sesuai dengan yang ditargetkan. Beberapa hal yang dapat dikemukakan menyangkut permasalahan pada perbankan syariah di Indonesia, antara lain sebagai berikut:

Pertama, potensi pasar yang cukup besar tidak dibarengi dengan pertumbuhan pangsa pasar yang besar, mengingat mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam. Kedua, Kondisi SDM perbankan syariah, baik dari sisi kuantitas maupun kualitas, serta teknologi informasi yang belum dapat mendukung pengembangan produk dan layanan (*Roadmap Perbankan Syariah 2018-2019*). Ketiga, berdasarkan data statistik perbankan Indonesia periode Desember 2014 sampai Mei 2017, jika dibandingkan kinerja perbankan syariah dengan perbankan konvensional, dalam berbagai ukuran penilaian kinerja industri perbankan, yaitu CAR, ROA, BOPO, LDR/FDR, NIM/NOM, NPL/NPF berada dibawah kinerja konvensional. Keempat, upaya perbaikan regulasi belum maksimal sehingga masih harus terus menerus dilakukan agar terjadi keselarasan dalam operasional perbankan syariah dengan kondisi-kondisi yang terus berubah dalam perekonomian secara makro. Kelima, aspek penelitian dan pengembangan yang masih harus terus dikembangkan untuk mengetahui kondisi terbaru, baik menyangkut peluang, tantangan, maupun kelebihan dan kekurangan yang dimiliki. Terakhir, edukasi dan sosialisasi yang belum inklusif dan menyentuh masyarakat luas sehingga harus terus dilakukan agar pertumbuhan dan keberlangsungan industri keuangan dan perbankan syariah dapat sesuai yang ditargetkan.







Peluang dan tantangan pengembangan Perbankan syariah

Sebagai salah satu sektor unggulan dalam industri keuangan syariah, perbankan syariah memiliki beberapa peluang dan tantangan dalam praktik di lapangan. Peluang dan tantangan ini diidentifikasi

dari sudut pandang sumber daya manusia, regulasi dan tata kelola, riset dan pengembangan (*research and development*), literasi, data, dan teknologi.

Tabel 4.1
Peluang dan Tantangan Perbankan Syariah Berdasarkan Ekosistem

Aspek	Opportunities	Threats
SDM	<ol style="list-style-type: none">Populasi dan pertumbuhan masyarakat Muslim Indonesia.Program studi ekonomi syariah bermunculan di PT Negeri atau PT swasta dapat memasok kebutuhan bank syariah akan SDM yang mumpuni.	<ol style="list-style-type: none">Kurangnya tenaga kerja yang spesifik menguasai industri perbankan syariah.
Regulasi & Tata Kelola	<ol style="list-style-type: none">Terdapat dukungan regulasi/master plan dari regulator seperti OJK, Bank Indonesia, Bappenas, Kemenkeu, Depag, dsb.Pemerintah dan unsur regulator memiliki visi masing-masing dalam pengembangan ekonomi syariah.Regulasi terkait industri halal dan <i>social Islamic finance</i> merupakan peluang bagi bank syariah untuk dapat meningkatkan aspek pendanaan dan memperluas segmen/alokasi pembiayaan.Program-program pemerintah.	<ol style="list-style-type: none">Berbagai kebijakan/rencana induk pemerintah dan otoritas terkait belum terintegrasi dan tersinergikan dengan baik.Belum ada keselarasan visi dan misi dari regulasi yang terdapat pada masing-masing <i>master plan/blue print</i> yang dibuat antardepartemen atau regulator.
Riset dan pengembangan	<ol style="list-style-type: none">Meningkatnya jumlah program studi terkait perbankan syariah di tingkat perguruan tinggi.Terdapat berbagai lembaga riset/<i>training</i> yang fokus pengembangan ekonomi syariah.Bermunculannya hasil-hasil riset dari PTS/PTN yang membuka program studi syariah.	<ol style="list-style-type: none">Kurangnya tenaga akademisi terkait industri perbankan syariah.
Literasi	<ol style="list-style-type: none">Dukungan regulator untuk meningkatkan inklusi keuangan syariah, khususnya perbankan, contohnya dengan program laku pandai.Literasi keuangan yang dilakukan ke berbagai segmen masyarakat.Literasi dapat digunakan sebagai alat untuk lebih meningkatkan pemahaman masyarakat akan perbankan syariah dalam upaya memperbesar <i>market size</i> perbankan syariah.	<ol style="list-style-type: none">Penetrasi sektor perbankan syariah masih rendah.Kesadaran masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah masih rendah.

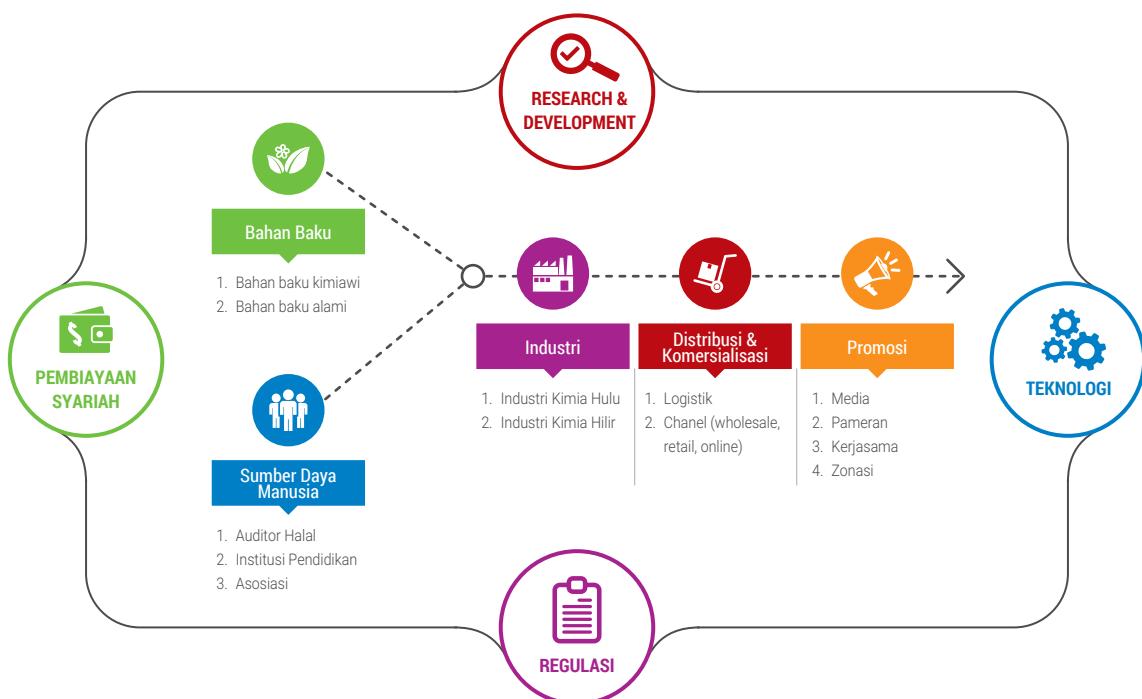


Data & Teknologi	<ul style="list-style-type: none"> 1. Unit usaha syariah dapat memanfaatkan teknologi yang dimiliki bank induk. 2. Berkembangnya <i>financial technology (fintech)</i> sebagai sarana pengembangan industri perbankan syariah. 	<ul style="list-style-type: none"> 1. BUS memiliki kualitas teknologi yang masih di bawah teknologi bank konvensional. 2. Berkembangnya <i>financial technology (fintech)</i> jika tidak dapat dimanfaatkan dengan baik akan mengancam pengembangan industri perbankan syariah.
------------------	--	---

Perbankan syariah memiliki alur rantai nilai mulai dari proses penghimpunan (*funding*), proses manajemen dalam perbankan, hingga proses pembiayaan (*financing*). Secara umum rantai nilai perbankan syariah terdiri dari dana pihak ketiga dan pembiayaan sebagai *input*, dilanjutkan dengan instrumen, kebijakan, dan jasa keuangan perbankan

syariah sebagai proses manajemen, dan diakhiri dengan proses pembiayaan dan komersialisasi kepada *mudharib* sesuai akad dan prinsip syariah. Rantai nilai tersebut diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan industri halal di Indonesia

Gambar 4.2
Value Chain Perbankan Syariah



Dalam pelaksanaan teknis, rantai nilai perbankan syariah dijabarkan kembali dari sisi produk yang dihasilkan serta pendukung atau pemangku

kepentingan yang terlibat dalam setiap rantai seperti yang akan dijelaskan pada tabel 4.2.

Tabel 4.2.
Value Chain Perbankan Syariah

Value Chain	Produk	Pendukung
Input (pendanaan)	<ul style="list-style-type: none"> Dana pihak ketiga (giro, tabungan, deposito berjangka) Pembiayaan yang diterima 	<ul style="list-style-type: none"> Nasabah perorangan Nasabah UMKM Nasabah lembaga keuangan lainnya Nasabah komersial dan korporasi APBN BI, OJK, Kemenkeu, LPS, DSN-MUI, Kemenag, Bapepam LK
Proses	<ul style="list-style-type: none"> Instrumen likuiditas <i>Interbank call money market</i> <i>Hedging</i> Otomasi proses SDI Sistem IT <i>Digital banking</i> 	<ul style="list-style-type: none"> BI OJK LPS Ekonomi digital
Output (Pembiayaan/ financing)	<ul style="list-style-type: none"> Akad jual beli: <i>murabahah</i>, salam, dan <i>istisna</i> Bagi hasil: <i>mudharabah</i> dan <i>musyarakah</i> Sewa: <i>ijarah</i> dan <i>ijarah muntahiya bi tamlik</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Nasabah perorangan Nasabah UMKM Nasabah lembaga keuangan lainnya Nasabah komersial dan korporasi APBN BI, OJK, Kemenkeu, LPS, DSN-MUI, Kemenag, Bapepam LK

Untuk memaksimalkan peluang dan menghadapi tantangan perbankan syariah dalam sudut pandang SDM, regulasi, tata kelola, R&D, literasi, dan data & teknologi serta ruang lingkup *value chain* yang ada, maka dibutuhkan analisis kekuatan, kelemahan,

peluang, dan tantang yang dimiliki perbankan syariah di Indonesia. Analisis SWOT dalam perbankan syariah terbagi atas rantai *value* antara lain *funding*, proses manajemen, dan *financing*.

Tabel 4.3

Analisis SWOT Perbankan Syariah



Aspek	Kekuatan	Kelemahan
Input (Pendanaan)	<ol style="list-style-type: none"> Sumber pendaanan berasal baik dari masyarakat Muslim yang loyalis syariah maupun non-Muslim yang percaya dengan sistem syariah atau dari lembaga-lembaga bisnis dengan azas operasional syariah. Sumber dana dari BPKH. 	<ol style="list-style-type: none"> Pendanaan masih didominasi oleh bentuk simpanan berbiaya mahal (deposito berjangka), dan jangka pendek, sehingga tidak tepat jika akan dialokasikan untuk pembiayaan jangka panjang.
Proses	<ol style="list-style-type: none"> Regulasi dalam berbagai aktivitas operasional bank sudah jelas dari BI, OJK, dan lembaga lain yang terkait. UUS dapat memanfaatkan semua fasilitas bank induk dalam operasionalnya sehingga dapat menekan biaya operasional yang menimbulkan potensi peningkatan keuntungan. Kinerja UUS (ROA, BOPO, NPF, NOM) lebih baik dibanding BUS. UUS dapat memanfaatkan tenaga ahli dari bank Induk. 	<ol style="list-style-type: none"> SDI baik dalam jumlah maupun kualitas masih belum sesuai yang diharapkan/belum memadai. Efek dari kebijakan <i>spin-off</i> terdapat BUS yang masih terkendala permodalan dan perluasan usaha karena membutuhkan investasi tinggi. Kinerja BUS (ROA, BOPO, NPF, NOM) berada di bawah UUS. Masih sedikitnya tenaga ahli yang dimiliki Bank Syariah dengan pengalaman yang juga belum banyak.
Output (Pembiayaan)	<ol style="list-style-type: none"> Pengakses utama pembiayaan syariah adalah loyalis syariah. Perusahaan-perusahaan dengan azas operasional syariah. 	<ol style="list-style-type: none"> Kualitas SDI dalam manajemen risiko pembiayaan dan analisis pembiayaan masih kalah berpengalaman dibandingkan bank konvensional. Belum dapat mengalokasikan pembiayaan secara maksimal karena terkendala permodalan yang masih terbatas dan adanya aturan CAR. Sumber dana dengan dominasi berbiaya mahal dan jangka pendek menyebabkan terjadi <i>mismatch</i> pada saat bank syariah harus mengalokasikan pembiayaan pada jangka waktu yang panjang. Disamping itu, karena <i>cost of fund</i> mahal maka imbal hasil/margin yang ditetapkan untuk pembiayaan menjadi relatif mahal.
Permodalan	<ol style="list-style-type: none"> Kelimpahan dana haji yang cukup besar. 	<ol style="list-style-type: none"> Regulasi <i>spin-off</i> mengakibatkan bank-bank yang akan berubah menjadi BUS mengalami ketidakcukupan modal.

Aspek	Kesempatan	Ancaman
Input (Pendanaan/ Funding)	<ul style="list-style-type: none"> 1. Perkembangan industri halal. 2. Perkembangan UMKM. 3. Potensi masyarakat yang belum memiliki akun bank syariah masih tinggi 4. Pangsa pasar masih rendah sehingga terdapat potensi pendanaan besar yang belum terealisasi. 5. Dukungan pemerintah untuk pengembangan ekonomi syariah sudah mulai terlihat dengan kebijakan tentang dana BPKH. 6. Perkembangan pengelolaan dana ZISWAFAF dan instrumen sukuk. 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Kuatnya eksistensi bank konvensional untuk menarik konsumen skala besar. 2. Kualitas dan kuantitas SDM yang paham tentang syariah masih rendah. 3. Permodalan yang sulit meningkat. 4. Skala ekonomi yang masih rendah.
Proses	<ul style="list-style-type: none"> 1. Terdapat beberapa instrumen likuiditas yang dapat dimanfaatkan bank syariah untuk mengatur likuiditasnya, namun tetap menghasilkan profit, seperti surat-surat berharga jangka pendek dengan prinsip syariah. 2. Otomatisasi proses dapat dimanfaatkan bank syariah dalam mempermudah operasionalnya/bisnis prosesnya. 3. Digital banking dapat dimanfaatkan bank syariah dalam mempermudah layanan kepada nasabah/masyarakat. 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Masih kekurangan SDI yang paham syariah maupun ilmu ekonomi sekaligus. 2. Sistem teknologi informasi yang dimiliki masih belum secanggih bank konvensional. 3. Edukasi dan literasi perbankan syariah yang masih rendah.
Output (Pembiayaan/ Financing)	<ul style="list-style-type: none"> 1. Perkembangan industri halal. 2. Perkembangan UMKM. 3. 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Kuatnya eksistensi bank konvensional untuk menarik konsumen skala besar. 2. Ekonomi digital dapat merupakan ancaman bagi bank syariah dalam upaya meningkatkan segmen pembiayaan retail.
Permodalan	<ul style="list-style-type: none"> 1. Dana sosial lain yang belum sepenuhnya dikelola melalui bank syariah. 	



Dukungan perbankan syariah Terhadap industri halal

Keuangan syariah memiliki potensi besar untuk memberikan kontribusi pada perekonomian melalui dua aspek utama, yakni pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi dan inklusif, serta stabilitas perekonomian dan keuangan yang lebih baik (Kementerian Keuangan, 2018). Salah satu contohnya adalah prinsip bagi hasil dan risiko dalam keuangan syariah yang dipandang sangat sesuai dengan pembiayaan sektor riil terutama kepada UMKM. Hal ini dapat mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkualitas. Sedangkan prinsip bagi hasil dan risiko serta *asset-based financing* yang diterapkan dalam keuangan syariah akan mendorong manajemen risiko yang lebih baik serta menghindari terjadinya krisis yang disebabkan oleh *credit booms*. Dengan demikian, hal tersebut dapat menjadi keutamaan bank syariah dalam mendukung industri halal secara keseluruhan.

Secara umum, dukungan utama yang bisa diberikan perbankan syariah yaitu pembiayaan. Namun demikian, untuk memaksimalkan potensi pembiayaan, bank mengalami permasalahan informasi yang asimetris. Oleh karena itu dibutuhkan sebuah sistem teknologi informasi dan sinergisitas ekonomi digital dalam menjangkau masyarakat secara lebih luas.

Dukungan kedua yang dapat diberikan antara lain mengenalkan produk perbankan baru yang cocok dengan setiap industri halal, sehingga permasalahan dalam setiap industri halal dapat teradaptasi dengan baik melalui sistem keuangan (perbankan).

Dukungan ketiga yang bisa dilakukan adalah posisi perbankan sebagai lembaga intermediasi antara investor halal domestik dan global yang tertarik untuk berinvestasi pada industri halal Indonesia. Dengan demikian, dibutuhkan suatu basis data pelaku industri dalam setiap sektor dan investor potensial, sehingga kolaborasi dan transaksi bisa dilakukan menggunakan akad *mudharabah muqayyadah*

(*project-based investment*). Dukungan ini penting dilakukan oleh perbankan karena merupakan sistem keuangan yang masih mendominasi di Indonesia.

Dukungan keempat yang bisa dilakukan adalah dengan peningkatan fasilitas dan kemudahan akses dari perbankan syariah kepada industri halal. Hal ini penting agar perbankan syariah memiliki daya tarik selain sebagai institusi yang menyandang nama syariah. Sebagai contoh, berikut merupakan dukungan perbankan syariah terhadap industri makanan dan minuman halal dan media dan rekreasi halal dalam bentuk pembiayaan dari tahun ke tahun, dan perbandingannya dengan kredit yang diberikan oleh perbankan konvensional.

1. Dukungan terhadap klaster makanan dan minuman halal

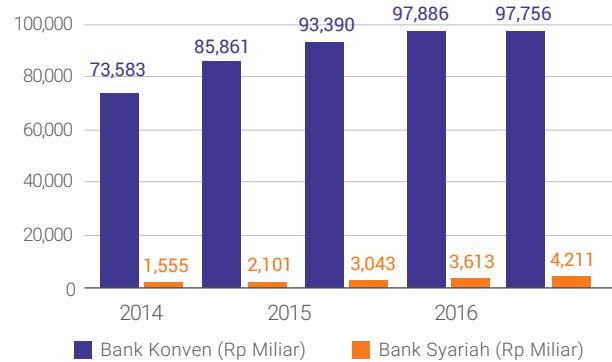
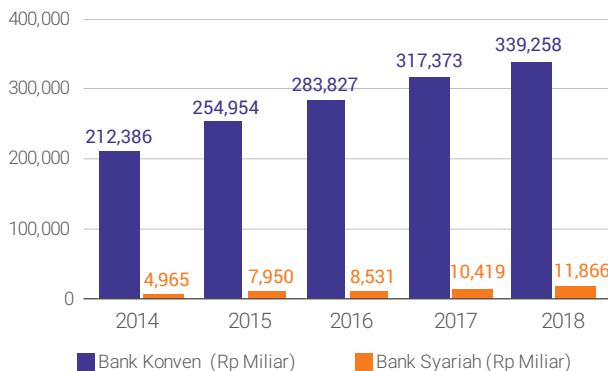
Sektor makanan dan minuman halal didukung oleh dua sektor lapangan usaha, yaitu: (1) pertanian, perburuan dan kehutanan serta (2) penyediaan akomodasi dan penyediaan makanan minuman. Kedua lapangan usaha ini banyak mendapatkan pembiayaan dari bank konvensional.

Bank syariah, di sisi lain, menyalurkan pembiayaan dalam sektor lapangan usaha yang sama, namun dengan jumlah yang masing sangat kecil. Penyaluran yang kecil ini justru menjadi indikasi besarnya peluang bank syariah dalam menyasar kedua sektor tersebut. Hal ini tentu juga bertujuan dalam rangka pengembangan industri makanan dan minuman halal di Indonesia.

Grafik 4.1.2.

Perbandingan Pembiayaan ke Sektor-Sektor Lapangan Usaha (2014 - 2018)

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2018)



2. Dukungan terhadap klaster media dan rekreasi halal

Sedikit berbeda dengan makanan dan minuman halal, sektor media dan rekreasi belum memiliki pemisahan kategori khusus halal. Besarnya penyaluran pembiayaan dapat dilihat melalui sektor lapangan usaha yang mencakup jasa kemasyarakatan, sosial budaya, hiburan, dan perorangan lainnya dengan titik tekan pada subsektor hiburan.

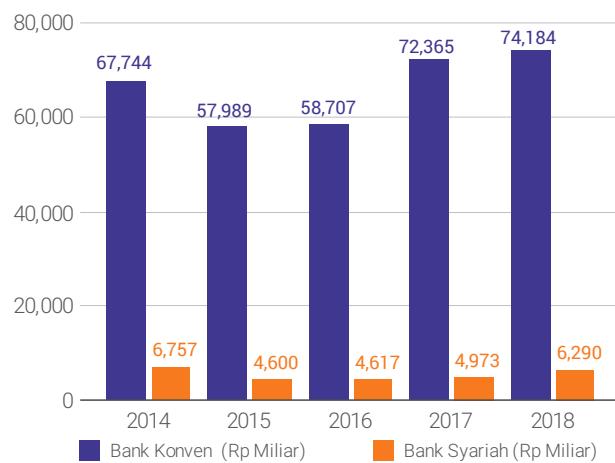
Dari grafik di atas, terlihat bahwa pembiayaan yang disalurkan bank pada sektor lapangan usaha ini sedikit mengalami penurunan di tahun 2014 hingga 2016. Meskipun demikian, bank meningkatkan kembali pembiayaannya mulai tahun 2017. Pada tahun 2018, proporsi pembiayaan bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional mencapai 8,4 persen. Oleh karena itu, masih banyak ruang bagi

bank syariah untuk menyasar sektor lapangan usaha ini sebagai pengejawantahan dari dukungannya dalam pengembangan industri halal.

Grafik 4.1.3

Pembiayaan ke Sektor Jasa Kemasyarakatan, Sosial Budaya, Hiburan dan Perorangan Lainnya

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2018)



Berikut merupakan penjelasan tabel dukungan perbankan syariah kepada industri halal utama yang terbagi atas *halal food, halal tourism, modest fashion, halal media & recreation, halal pharmaceutical & cosmetics*, dan *renewable energy*.

Tabel 4.4
Dukungan Perbankan Syariah Kepada Industri Halal Utama

Sektor	Bentuk Dukungan Strategis
Makanan dan minuman halal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pembiayaan khusus bagi sektor pertanian. 2. Meningkatkan pembiayaan sektor pengolahan makanan dan minuman. 3. Meningkatkan pembiayaan bagi sektor kemasan makanan dan minuman.
Pariwisata halal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pembiayaan khusus bagi industri pariwisata halal, seperti bisnis hotel, bisnis restoran halal, transportasi, <i>tour and travel</i>, <i>tour guide</i>, dll. 2. Meningkatkan pembiayaan bagi pengembangan objek wisata halal. 3. Meningkatkan pembiayaan bagi UMKM (penyedia jasa makanan dan minuman, kerajinan-kerajinan, spa halal) yang terletak di sekitar objek wisata.
Fesyen Muslim	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pembiayaan bagi pengembangan industri fesyen Muslim, yang terkait dengan perusahaan: <ol style="list-style-type: none"> a. Pengadaan bahan baku b. Para desainer c. Penerbitan d. Distributor e. Retailer
Media dan rekreasi halal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pembiayaan bagi pengembangan industri media dan rekreasi halal, yang terkait dengan bidang usaha: <ol style="list-style-type: none"> a. Rumah produksi film b. TV dan Radio c. Penerbitan d. Provider aplikasi dan <i>games</i> e. Industri musik dan seni.
Farmasi dan kosmetik halal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pembiayaan bagi pengembangan industri farmasi dan kosmetik halal, sebagai berikut: 2. Sektor farmasi halal, yang menyangkut perusahaan penyedia bahan baku, manufaktur, distributor, dan <i>retailer</i>. 3. Sektor kosmetik halal bagi perusahaan penyedia bahan baku, manufaktur, jasa pengemasan, distributor, dan retailer.
Energi terbarukan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pembiayaan bagi pengembangan industri energi terbarukan.

Selanjutnya merupakan penjelasan tabel dukungan perbankan syariah kepada pendukung industri halal yang terbagi atas UMKM dan ekonomi digital.

Tabel 4.5
Dukungan Perbankan Syariah Kepada Sektor Pendukung Industri Halal

Sektor	Bentuk Dukungan Strategis						
UMKM dan Ekonomi Digital	<p>Meningkatkan pembiayaan bagi UMKM dengan basis <i>start up</i> yang terdapat pada sektor:</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">1. Agrikultur</td> <td style="width: 50%;">4. Pariwisata</td> </tr> <tr> <td>2. Pendidikan</td> <td>5. Logistik</td> </tr> <tr> <td>3. Kesehatan</td> <td>6. Sektor lainnya yang berkembang.</td> </tr> </table>	1. Agrikultur	4. Pariwisata	2. Pendidikan	5. Logistik	3. Kesehatan	6. Sektor lainnya yang berkembang.
1. Agrikultur	4. Pariwisata						
2. Pendidikan	5. Logistik						
3. Kesehatan	6. Sektor lainnya yang berkembang.						



Strategi khusus Perbankan syariah

No.	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Strategi I: Penguatan Pendanaan Perbankan Syariah									
1	Diversifikasi Produk dan Jasa Perbankan Syariah. <ul style="list-style-type: none"> a. Melakukan <i>market research</i> terkait kebutuhan produk jasa keuangan perbankan syariah yang sesuai dengan kondisi masyarakat dan industri. b. Mengenalkan produk dan jasa perbankan syariah yang baru sesuai kebutuhan pasar (<i>Product Development</i>). c. Membangun <i>platform mudharabah muqayyadah</i> oleh bank syariah. d. Mendorong penggunaan Wadiyah bil Wakalah sebagai basis simpanan (giro, tabungan, dan deposito). e. Mengembangkan produk pengelolaan investasi sesuai <i>life cycle</i> nasabah. f. Memperbaiki struktur dana untuk mendukung perluasan sektor pembiayaan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatnya jumlah produk dan jasa perbankan syariah. 							Bank Syariah, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bank Indonesia (BI), dan Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), Kemenko Perekonomian
2	Integrasi Antarsektor. <ul style="list-style-type: none"> a. Integrasi dengan sektor keuangan lainnya (pasar modal, keuangan mikro, <i>takaful</i>, dan dana pensiun syariah). b. Pemanfaatan ekonomi digital melalui pembuatan dan penggunaan <i>platform</i> untuk keperluan <i>funding</i>. c. Pemanfaatan ekonomi digital melalui pembuatan dan penggunaan <i>platform</i> untuk keperluan <i>financing</i>. d. Optimisasi pengelolaan dana haji. e. Mendorong keterlibatan bank syariah dalam pengelolaan dana pemerintah pusat/daerah dan dana BUMN/BUMD. f. Mendorong BUS untuk menjadi bank kustodian sehingga penempatan dana emisi obligasi syariah dapat ditempatkan di bank syariah. 	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatnya jumlah program kerja sama antara bank syariah dengan berbagai institusi dan lembaga (pemerintah dan swasta) 						BI, OJK, DSN-MUI, Kementerian BUMN, Kementerian Keuangan, Baznas, Badan Wakaf Indonesia (BWI), Kemenko Perekonomian, Kementerian Koperasi	



	g. Optimalisasi dana ZISWAF sekaligus peningkatan integrasi fungsi sosial bank syariah dengan mengambil zakat dari rekening nasabah melalui sistem yang adil.*							
3	Peningkatan Insentif Untuk Bank Syariah. a. <i>Spin-off</i> bank syariah. b. Akuisisi dan <i>merger</i> perbankan syariah. c. Mendirikan Bank BUMN Syariah (Opsi <i>merger</i> BUS milik BUMN atau konversi bank konvensional milik BUMN). * d. Membentuk Investment Bank Syariah. ** e. Mendorong pengembangan model leverage bank syariah (memaksimalkan fasilitas induk). f. Menjadi lembaga intermediasi bagi investasi domestik dan asing yang masuk ke Indonesia untuk membiayai industri, terutama industri halal.	• Peningkatan aset dan dana pihak ketiga bank syariah dari setiap aktivitas yang dilakukan						Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan, dan Kementerian BUMN
4	Membentuk National Halal Fund (*) (**) a. Konsolidasi dan perencanaan pembentukan National Halal Fund dengan koordinasi bersama bank syariah dan LKS lainnya. (*) (**) b. Perumusan kebijakan pendirian <i>national halal fund</i> . (*) (**) c. Penguatan operasional National Halal Fund. (*) (**) d. Pengembangan infrastruktur mekanisme operasional <i>national halal fund</i> . (*) (**) e. Sosialisasi dengan stakeholders, peresmian, dan pelaksanaan <i>national halal fund</i> . (*) (**)	• Terbentuknya <i>national halal fund</i>						Bappenas, Kemenkeu, Bank Indonesia, OJK, LPS, DSN-MUI, Bank Syariah, BUMN, Lembaga ZISWAF

5	Value Enhancement Perbankan Syariah.	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatnya tingkat kepuasan nasabah terhadap bank syariah • Meningkatnya jumlah nasabah bank syariah terhadap bank konvensional 							BI, OJK, DSN-MUI
	a. Enhancing customer experience.								
	b. <i>Enhancing service quality</i> dengan memanfaatkan regulasi yang sudah ada, mengevaluasi regulasi yang berlaku, serta memberikan usulan kepada regulator terkait peraturan yang belum tersedia.								
	c. Melakukan kampanye menabung di bank syariah dan anti riba.								
	d. Mensosialisasi, mengedukasi, dan meningkatkan tingkat literasi masyarakat terhadap bank syariah, khususnya pada pelaku UMKM dan industri halal.								

Strategi II: Penguatan Proses Manajemen Perbankan Syariah.

1	Melakukan kegiatan penguatan <i>financial safety net</i> dan <i>service excellence</i> .	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatnya kinerja operasional bank syariah (<i>Balance Score Card</i>) 							Otoritas Jasa Keuangan dan Bank Indonesia
	a. Mengoptimalkan sumber daya yang ada dan potensial (R & D, SDI dan TI) untuk secara berkala meng-update perubahan preferensi dan kebutuhan layanan konsumen.								
	b. Pengembangan konsep indeks sektor rill*								
	c. Melakukan kostumisasi layanan sesuai dengan perubahan tersebut.								
	d. Menciptakan panduan <i>contingency plan</i> , <i>recovery plan</i> , dan <i>resolution plan</i> bank syariah.								
	e. Membangun platform <i>standard stress test</i> bank syariah.								
	f. Evaluasi penerapan IFSB standard untuk industri perbankan syariah.								
	g. Memperbaiki kuantitas dan kualitas SDM dan penguatan infrastruktur TI.								
2	Optimalisasi peran bank umum konvensional (BUK) dalam mengembangkan layanan bank syariah.	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatnya layanan unit usaha syariah melalui bank umum konvensional 							Otoritas Jasa Keuangan dan Bank Indonesia
	a. Kemudahan akses nasabah konvensional dalam mengambil pembiayaan dari unit usaha syariah bank terkait.								
	b. Integrasi fasilitas dan layanan bank umum konvensional terhadap unit usaha syariah terkait.								



Strategi III: Penguanan Pembiayaan Perbankan Syariah.									
1	Memberikan stimulus terhadap BUMN/BUMD syariah. a. Membuat database pembiayaan BUMN/BUMD, terutama yang terkait dengan industri halal. b. Memberikan pembiayaan kepada BUMN/BUMD yang berhubungan dengan industri halal dan sejalan dengan program pembiayaan sektor hulu-hilir bank syariah terkait di tingkat nasional dan daerah.	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya jumlah pembiayaan bank syariah kepada BUMN/BUMD 							
2	Menambah jumlah BUS, UUS, dan BPRS yang terdaftar menjadi Lembaga Penyalur KUR Syariah.** a. Mempersiapkan ketersediaan fasilitas pusat dan daerah yang disyaratkan untuk menjadi bank penyalur KUR syariah.** b. Tahap pengajuan BUS, UUS, dan BPRS sebagai lembaga penyalur KUR Syariah.** c. Memberikan pembiayaan terhadap UMKM yang sejalan dengan penguanan industri halal nasional dan daerah** d. BUS, UUS, dan BPRS yang telah memenuhi persyaratan sebagai penyalur KUR Syariah untuk dapat berkontribusi dalam meningkatkan penyaluran KUR Syariah dan menjadi opsi utama pembiayaan UMKM industri halal.**	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatkan jumlah BUS yang menjadi lembaga penyalur KUR Syariah 							
3	Perluasan pembiayaan syariah produktif sektor corporate dan long term (<i>infrastructure</i>). a. Melakukan perumusan kerangka insentif perluasan pembiayaan produktif sektor corporate dan long term (<i>infrastructure</i>). b. Memetakan sektor corporate dan long term (<i>infrastructure</i>) yang sejalan dengan pengembangan industri halal. c. Tahap implementasi perluasan pembiayaan produktif Bank Syariah pada sektor corporate dan long term (<i>infrastructure</i>).	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya jumlah pembiayaan bank syariah pada sektor corporate dan long term (<i>infrastructure</i>) 							

Keterangan: *merupakan Program Utama dan **masuk dalam Quick Wins



Quick wins Perbankan syariah

1. Membentuk *national halal fund*.

National Halal Fund (NHF) adalah dana untuk mendukung pengembangan industri halal di Indonesia secara spesifik. Dana tersebut tidak menyediakan pembiayaan secara langsung, namun menggunakan mekanisme subsidi tingkat pembiayaan seperti praktik dalam KUR. Subsidi ini diberikan kepada nasabah bank syariah yang terlibat dalam pengembangan industri halal dan memenuhi syarat ketentuan pemberian pembiayaan.

Pada tahap awal, dana harus didistribusikan untuk sektor halal yang diprioritaskan. Pendanaan NHF akan berasal dari dua sumber utama, yaitu Kementerian Keuangan (dari Dana Pengeluaran Pemerintah) dan *crowdfunding*. Tujuan *crowdfunding* adalah untuk menarik wakaf, zakat, infaq, sedekah, dan dana lainnya yang diperoleh dengan cara halal. Dana dari *crowdfunding* tersebut akan digunakan untuk peningkatan kapasitas klien yang memenuhi syarat dan dapat dilakukan oleh bank syariah atau lembaga lainnya.

2. Membentuk *investment bank syariah*.

Pembentukan *investment bank syariah* hadir sebagai solusi atas permasalahan perbankan syariah yang masih berfokus pada segmen ritel, sehingga pengembangan dalam segmen korporasi menjadi tidak signifikan. Kapasitas dan kapabilitas yang terbatas dan kurang berkontribusi dalam transaksi korporasi juga menjadi hal yang dinilai perlu pengembangan walaupun pada dasarnya saat ini sudah terdapat layanan investasi korporasi dan prioritas di industri perbankan syariah nasional. Kekurangan ini perlu ditambal dengan cara pembentukan *sharia investment bank* yang diharapkan memiliki kapabilitas teknis dan keuangan

yang dibutuhkan untuk pembiayaan berskala besar, khususnya proyek infrastruktur dan proyek pemerintah.

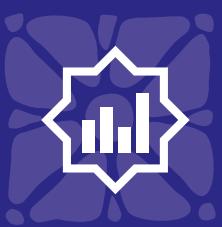
3. Menambah jumlah bank umum syariah yang terdaftar menjadi lembaga penyalur kur syariah.

Sebagai tahap awal dalam program menjadikan bank umum syariah sebagai lembaga penyalur KUR syariah, maka hal pertama yang harus dilakukan adalah memastikan bahwa fasilitas dan pelayanan yang selama ini ditawarkan bank syariah terkait di pusat maupun daerah sudah sesuai dengan hal-hal yang disyaratkan. Dengan demikian, masing-masing bank syariah dalam jangka pendek dapat memfokuskan diri untuk meningkatkan kinerja, fasilitas, dan layanan yang dibutuhkan untuk menjadi lembaga penyalur KUR syariah, sebelum akhirnya mengajukan diri.

Sementara itu, Kemenko Perekonomian, OJK, dan Bank Indonesia juga berperan dalam mendorong bank umum syariah untuk segera mendaftarkan diri. Hal ini penting karena KUR Syariah merupakan salah satu cara potensial untuk mendukung pembiayaan UMKM berbasis industri halal, terlebih peraturannya terkait KUR Syariah sudah tersedia. Dengan demikian, BUS hanya perlu memanfaatkan peraturan dan peluang yang sudah ada tersebut. Selain itu, bank syariah memiliki potensi untuk menaikkan tingkat dana penyaluran KUR Syariah yang masih jauh di bawah KUR konvensional. Poin *quick wins* ini akan menjadi prioritas klaster perbankan syariah dengan memasukkannya menjadi salah satu *quick wins* utama dalam poin pendirian *national halal fund* pada Masterplan Ekonomi Syariah.

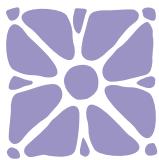






Klaster Pasar Modal Syariah

Pasar modal syariah adalah salah satu subsektor dalam industri keuangan syariah yang berfungsi sebagai intermediasi sirkulasi modal. Secara global, industri pasar modal syariah mencakup penerbitan saham syariah, obligasi syariah atau sukuk, dan reksa dana syariah (Omar et al., 2013). Pasar modal syariah, seperti halnya pasar modal konvensional, merupakan komponen penting dalam sebuah sistem keuangan secara keseluruhan. Dalam praktiknya, industri pasar modal syariah mengacu pada prinsip-prinsip syariah yang operasionalnya secara umum sejalan dengan konsep Islam dalam pemerataan dan peningkatan kemakmuran.



Kondisi global dan nasional Pasar modal syariah

1. Posisi klaster global

Dalam dekade terakhir, pasar modal syariah adalah kontributor terbesar kedua dalam aset industri keuangan syariah global setelah sektor perbankan. Laporan yang dirilis oleh Thompson Reuters dalam *Islamic Finance Development Report* 2018 melaporkan total aset industri keuangan syariah pada tahun 2017 mencapai USD 2.4 triliun. Sebanyak 17 persen diantaranya berasal dari sukuk (sekitar USD 426 miliar) dan 4 persen diantaranya berasal dari reksa dana (sekitar USD 110 miliar).

Sukuk masih menjadi instrumen dengan pangsa pasar yang besar di dunia. Dari seluruh penerbit sukuk, 63 persen diantaranya berasal dari emiten korporasi, diikuti oleh sektor pemerintahan (31 persen), dan pihak lainnya seperti agensi (6 persen). Hingga tahun 2017, terdapat 19 negara yang telah melakukan penerbitan sukuk dengan total valuasi sebesar USD 85 miliar. Sukuk negara juga diminati oleh beberapa negara seperti Maroko, Kazakhstan, dan Inggris. Maroko telah menerbitkan sukuk negara pertamanya pada bulan Oktober 2018, sementara Kazakhstan dan Inggris sedang mempersiapkan penerbitan sukuk negara dalam waktu dekat ini. Indonesia sendiri menempati posisi kuat sebagai penerbit sukuk negara global terbesar di dunia di tahun 2017.

Manajemen aset syariah, di sisi lain, juga berkembang dengan total aset dalam pengelolaan (*assets under management*) sebesar USD 110 miliar di tahun 2017. Sektor ini masih terkonsentrasi di beberapa negara, seperti Iran, Malaysia, dan Arab Saudi. Ketiganya menyumbang total 87 persen dari seluruh aset reksa dana syariah global. Namun dari sisi jumlah penerbitan, hanya Malaysia yang menduduki posisi tiga besar dunia dengan 41 penerbitan reksa dana.

Posisi selanjutnya ditempati oleh Pakistan dengan 32 penerbitan dan Indonesia dengan 31 penerbitan. Meskipun demikian, Pakistan dan Indonesia belum masuk dalam daftar lima besar negara dengan aset reksa dana syariah terbesar di dunia, meskipun jumlah populasi Muslim di keduanya besar. Lebih lanjut, secara global, 70 persen dari dana reksa dana Islam berada di bawah USD 25 juta dan banyak juga di antaranya yang memiliki nilai di bawah USD 1 juta.

2. Perkembangan klaster di Indonesia

Pasar modal syariah di Indonesia telah berkembang selama dua dekade sejak pertama kali diluncurkannya produk reksa dana syariah pada tahun 1997. Perkembangan ini selanjutnya diikuti dengan munculnya Jakarta Islamic Index (JII) pada tahun 2000 dan diterapkannya obligasi syariah *mudharabah* pada tahun 2002. Dalam rangka memberikan kepastian hukum, Bapepam-LK selaku regulator pasar modal menerbitkan paket regulasi pasar modal syariah pada tahun 2006 dan daftar efek syariah (DES) pada tahun 2007. Pada tahun 2008, pemerintah pertama kali menerbitkan surat berharga syariah negara (SBSN) (Roadmap Pasar Modal Syariah 2015-2019).

Titik perkembangan awalnya mengacu kepada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal berikut peraturan pelaksanaannya (Peraturan Bapepam-LK, Peraturan Pemerintah, Peraturan Bursa dan lain-lain). Kemudian diawali dengan Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) yang mengeluarkan fatwa tentang pasar modal, yaitu Fatwa Nomor 20/DSN-MUI/IV/2001 tentang Pedoman Pelaksanaan Investasi Untuk Reksa Dana Syariah. Perkembangan tersebut dimulai dari MoU antara Bapepam dan DSN-MUI pada tanggal 14 Maret 2003. MoU menunjukkan adanya kesepahaman antara Bapepam dan DSN-MUI untuk mengembangkan pasar modal berbasis



syariah di Indonesia. Sampai dengan saat ini, efek syariah yang telah diterbitkan di pasar modal Indonesia meliputi saham syariah, sukuk dan unit penyertaan dari reksa dana syariah.

Selanjutnya Batepam-LK (belum OJK) selaku regulator pasar modal di Indonesia, memiliki beberapa peraturan khusus terkait pasar modal syariah. Kerangka hukum tersebut antara lain tertuang dalam Peraturan Nomor II.K.1 tentang Kriteria dan Penerbitan Daftar Efek Syariah, Peraturan Nomor IX.A.13 Tentang Penerbitan Efek Syariah, dan Peraturan Nomor IX.A.14 / Peraturan OJK NOMOR 53 /POJK.04/2015 Tentang Akad-akad yang digunakan dalam Penerbitan Efek Syariah. Beberapa peraturan yang lain terkait dengan pengembangan pasar modal syariah adalah POJK No.15/POJK.04/2015 Tentang Penerapan Prinsip Syariah di Pasar Modal, yang didalamnya membahas akad-akad yang digunakan, kegiatan dan jenis usaha yang bertentangan dengan prinsip syariah di pasar modal syariah.

Pemerintah kemudian mulai menambah fokus pada pengembangan SDM dengan mengeluarkan POJK Nomor 16/POJK.04/2015 Tentang Ahli Syariah Pasar Modal (ASPM). Mereka yang mendapatkan sertifikasi ini akan bertindak sebagai penasihat dan atau pengawas terkait dengan aspek kesyariahan dalam kegiatan usaha perusahaan termasuk memberikan opini kesesuaian terhadap prinsip syariah atas produk/ jasa syariah di pasar modal. Dalam praktiknya ASPM dapat dilakukan oleh perseorangan maupun badan usaha ini dapat bertindak sebagai anggota Dewan Pengawas Syariah (DPS) dan/atau Tim Ahli Syariah (TAS) dalam penerbitan efek syariah. ASPM diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan pasar dan masyarakat terhadap produk syariah di pasar modal.

Dalam pemeringkatan internasional, Indonesia merupakan negara ketiga terbesar yang menerbitkan sukuk negara setelah Malaysia dan

Saudi Arabia. Pada tahun 2017, jumlah sukuk negara meningkat USD 5,1 miliar atau 6,66 persen dari total penerbitannya. Sedangkan pada tahun 2016 tercatat pertumbuhan USD 8,75 miliar atau 14,7 persen dan USD 7,22 miliar atau 17,5 persen di tahun 2015 (IFSI, 2018).

Namun dalam hal penerbitan sukuk korporasi, Indonesia masih menempati posisi ke-7 di dunia. Malaysia menjadi negara yang menempati posisi pertama, diikuti dengan Uni Emirat Arab, Turki, Qatar, Kuwait, dan Saudi (IFSI, 2018). Tingkat penerbitan sukuk korporasi dari banyak negara dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk biaya penerbitan yang lebih tinggi, struktur hukum yang lebih rumit, kurangnya standarisasi sukuk, dan kurangnya kecocokan aset. Selain itu ada juga faktor insentif fiskal dan pemain pasar sukuk di banyak negara dibandingkan dengan pemain pada pasar obligasi.

Berbeda dengan sukuk dan saham syariah, laporan IFSB (2017) menyebutkan bahwa jumlah aset yang dikelola reksa dana (*mutual funds*) Islam meningkat sebesar 19 persen menjadi USD 67 miliar. Dari keseluruhan pasar reksa dana di dunia, Arab Saudi mendominasi 37 persen pasar. Sedangkan Malaysia menduduki peringkat kedua dengan proporsi 32 persen dari pasar. Dana yang dikelola ini mayoritas diinvestasikan kepada instrumen ekuitas (42 persen), pasar uang (26 persen), dan pasar komoditas (14 persen). Hingga saat ini, dana yang aktif dikelola telah berkembang USD 80 juta.

Saat ini, generasi milenial dan produktif merupakan investor yang mempunyai potensi besar di retail pasar modal syariah di Indonesia (IFN Indonesia Report, 2018). Kebanyakan dari mereka melek teknologi, sehingga dalam pengembangan sektor pasar modal syariah tidak melupakan peran teknologi.

3. Saham syariah

Saham syariah memiliki karakteristik sesuai dengan syariah dan merupakan bukti kepemilikan atas suatu perusahaan berbentuk perseroan terbatas (PT). Landasan hukum tentang penerbitan dan persyaratan efek syariah berupa Saham oleh emiten syariah atau perusahaan publik syariah yaitu POJK No.17/POJK.04/2015. Efek-efek syariah yang akan masuk ke dalam Jakarta Islamic Index (JII) (2002) atau index saham syariah indonesia (ISSI) harus melalui proses seleksi (*screening*). Ada dua proses seleksi efek syariah yang dilakukan di pasar modal syariah, yaitu *screening* berbasis kualitatif dan kuantitatif. Seleksi kualitatif meliputi substansi proses bisnis perusahaan sedangkan seleksi kuantitatif menggunakan perhitungan rasio hutang terhadap aset dan kontribusi pendapatan non-halal perusahaan.

Jumlah saham syariah dari tahun ke tahun mengalami tren kenaikan yang positif sebagaimana diperlihatkan pada grafik. Penurunan hanya terjadi di periode 2 tahun 2012 dan periode 1 tahun 2016. Di bulai Mei 2018, OJK telah mengeluarkan daftar

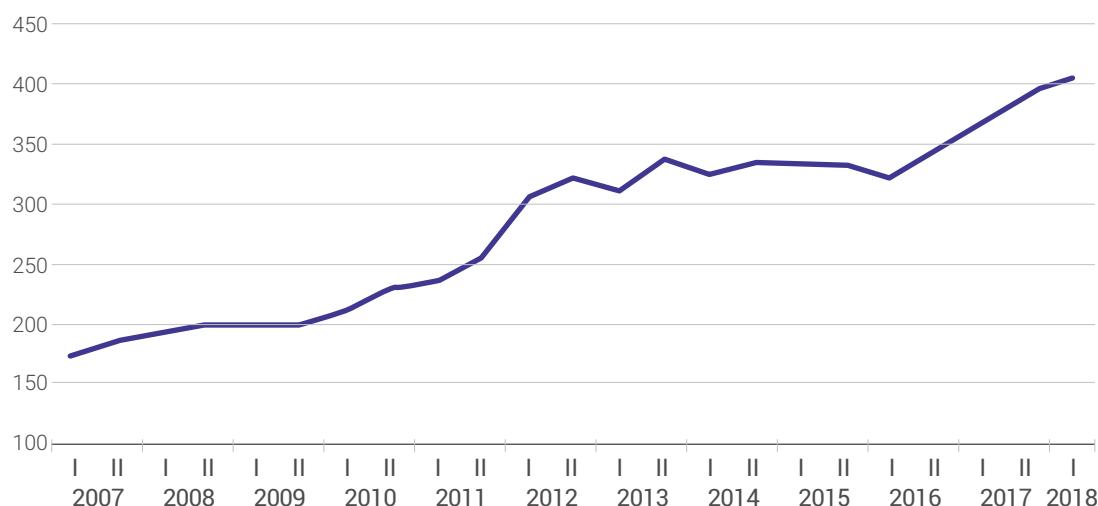
efek syariah sektoral yaitu pertanian 11 perusahaan, pertambangan 31 perusahaan, industri dasar dan kimia 56 perusahaan, aneka industri 28 perusahaan, industri barang konsumsi 34 perusahaan, properti, *real estate* dan konstruksi bangunan 55 perusahaan, infrastruktur, utilitas dan transportasi 45 perusahaan, keuangan 5 perusahaan, perdagangan, jasa dan investasi 72 perusahaan, perusahaan publik 4, dan yang tidak *listing* ada 9 perusahaan.

Dalam hubungannya dengan sektor industri halal, efek-efek syariah sektoral mempunyai peran terhadap standar halal yang akan diberikan ketika perusahaan akan melalui proses seleksi. Efek-efek syariah yang diterbitkan oleh sektor perusahaan konsumsi seharusnya juga melalui proses seleksi kualitatif yang dilakukan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Namun, teknis inipun belum memiliki kejelasan legalitas. Di sisi lain, jumlah efek syariah perlu ditingkatkan lagi dengan mendorong perusahaan-perusahaan yang bergerak di sektor halal untuk menambah aspek permodalannya.

Grafik 4.2.1.

Perkembangan Jumlah Efek Syariah

Sumber: OJK, 2018



4. Sukuk

Sukuk merupakan istilah baru yang dikenalkan sebagai pengganti kata obligasi syariah (*Islamic bonds*). Sukuk secara terminologi merupakan bentuk jamak dari kata “sakk” dalam bahasa Arab yang berarti sertifikat atau bukti kepemilikan. Sukuk mulai dikenal pada tahun 2002 di Indonesia dengan diterbitkannya sukuk korporasi oleh indosat dengan nilai Rp 300 miliar menggunakan akad *mudharabah*. Dalam perkembangannya, pangsa pasar obligasi syariah khususnya sukuk korporasi masih mencakup sekitar 4 persen dari total seluruh penerbitan pasar obligasi perusahaan (OJK, 2017). Selain itu *market share* sukuk dilihat dari nilai dan jumlah penerbitannya terlihat masih tertinggal jauh dari obligasi konvensional.

Pasar sukuk tumbuh pesat setelah diresmikannya UU Nomor 19 Tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara yang kemudian diikuti oleh penerbitan sukuk negara perdana (seri IFR) di pasar domestik dengan total nilai penerbitan sebesar Rp 4,67 triliun (Direktorat Pembiayaan Syariah Kementerian Keuangan, 2018). Setelah momentum tersebut, pemerintah Indonesia melalui Kementerian Keuangan mengeluarkan sukuk negara sebagai

instrumen untuk membiayai infrastruktur. Selama sepuluh tahun sejak debutnya, pemerintah saat ini telah rutin menerbitkan sukuk negara baik di level nasional maupun internasional. Beberapa seri yang telah terbit di pasar adalah sukuk ritel, sukuk negara internasional (SNI), dan sukuk dana haji.

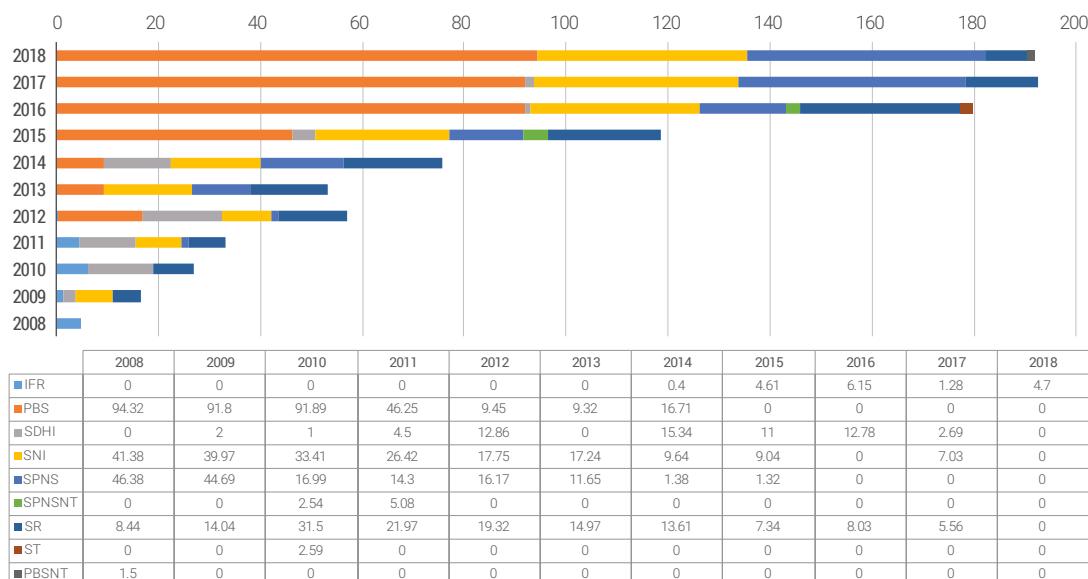
Perkembangan pesat pada inovasi jenis instrumen juga terjadi pada penerbitan sukuk negara setelah tahun 2010. Di tahun 2012, pemerintah melakukan lelang reguler sukuk negara seri PBS dan SPN-S, lelang sukuk negara tambahan (*green shoe option*), dan SNI dengan format *Islamic GMTN*. Selanjutnya pada tahun 2013, pemerintah pertama kalinya mulai menerbitkan sukuk berbasis proyek dengan nama *project based sukuk* (PBS).

Satu tahun setelahnya, pemerintah menerbitkan sukuk global kelima dan keenam diterbitkan pada periode 2014-2015. Tahun 2016, sukuk negara ritel SR-008 diterbitkan oleh pemerintah dan dilanjutkan dengan menerbitkan Sukuk ritel SR-009 di tahun 2017. Pada tahun 2018, pemerintah pertama kalinya menerbitkan *green sukuk* sebagai kontribusi dalam SDGs.

Grafik 4.2.2.

Total Penerbitan (Issuance) Sukuk Negara per 25 Oktober 2018

Sumber: DJPPR Kementerian Keuangan, 2018



Indikasi menguatnya peran sukuk negara dalam pembiayaan APBN di antaranya dapat dilihat dari peningkatan jumlah penerbitan sukuk negara dari tahun ke tahun. Berdasarkan data Direktorat Pembiayaan Syariah Direktorat Jenderal Pengelolaan Pembiayaan dan Risiko (DJPPR), penerbitan sukuk negara mengalami peningkatan yang sangat signifikan dari pertama diterbitkan tahun 2008 yang hanya sebesar Rp 4,7 triliun hingga penerbitan pada tahun 2018 yang mencapai Rp 192,49 triliun. Setelah penerbitan *green sukuk* pada 22 Februari 2018 bertenor lima tahun senilai USD 1,75 miliar dan didaftarkan pada bursa Singapura dan NASDAQ Dubai, akumulasi total penerbitan sukuk negara sejak tahun 2008-2018 mencapai Rp 950,26 triliun.

Performa yang baik pada sukuk negara sayangnya belum diikuti oleh industri korporasinya. Pemerintah terlihat lebih fokus dalam menerbitkan sukuk negara dibandingkan korporasi. Padahal ketika keduanya mempunyai dukungan yang sama, sukuk Indonesia dapat mengungguli negara-negara lain. Misalnya pada tahun 2015, volume sukuk beredar menempati posisi keempat dan volume penerbitan sukuk di posisi kedua dalam peringkat ke-10 besar (Islamic Commercial Report, 2017).

Permasalahan utama dalam pengembangan sukuk korporasi terletak sekurang-kurangnya pada lima hal yaitu ketidakjelasan pajak (regulasi), minimnya pemahaman emiten tentang obligasi syariah (sukuk), minimnya SDM profesional (pelaku pasar), likuiditas di pasar sekunder dan kurangnya sosialisasi. Masalah lain yang saat ini menjadi fokus pemerintah adalah literasi yang masih rendah akan produk sukuk korporasi dibandingkan dengan instrumen keuangan syariah lainnya (Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia OJK, 2013). Oleh karena itu, perlu dukungan pemerintah mendorong perusahaan untuk menerbitkan sukuk dengan biaya yang murah, pajak intensif, dan *lingkage* dengan perusahaan-perusahaan yang bergerak di sektor halal, meningkatkan jumlah penerbitan dan *outstanding* sukuk di dunia, serta bersaing dengan sukuk-sukuk korporasi yang ada di dunia.



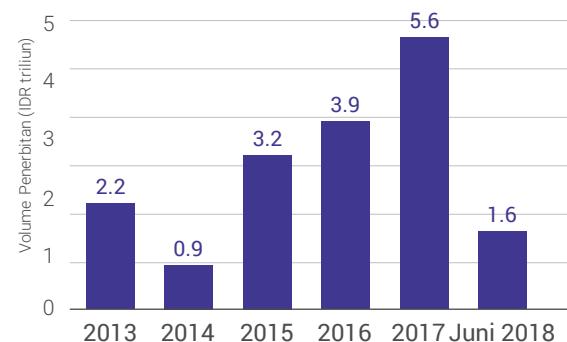
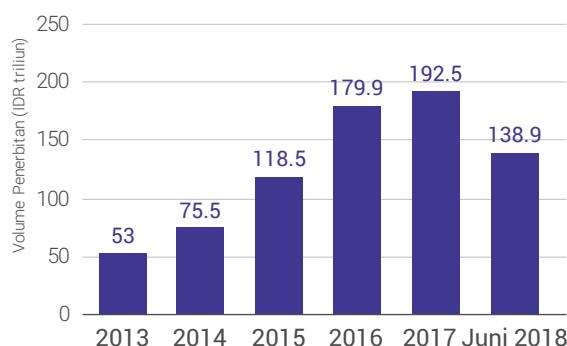
Komitmen bersama dari pembuat kebijakan dalam menunjang dan mendorong upaya mengembangkan instrumen keuangan khususnya sukuk korporasi sebagai sumber alternatif pembiayaan tentu sangat dibutuhkan. Komitmen ini dapat diwujudkan, antara lain dengan mendorong perusahaan-perusahaan yang bergerak di sektor halal untuk menerbitkan sukuk korporasi melalui insentif sehingga memberikan stimulus pada pertumbuhannya. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) saat ini telah menetapkan biaya pendaftaran yang lebih rendah untuk penerbitan sukuk korporasi, namun ternyata kebijakan ini belum cukup untuk meningkatkan penerbitan sukuk korporasi. Solusi



yang lain adalah pentingnya sosialisasi mengenai sukuk korporasi tidak hanya kepada investor, tetapi juga calon-calon emiten sukuk.

Grafik 4.2.3.
Perkembangan Sukuk Korporasi dan Sukuk Negara

Sumber: DJPPR Kementerian Keuangan, 2018



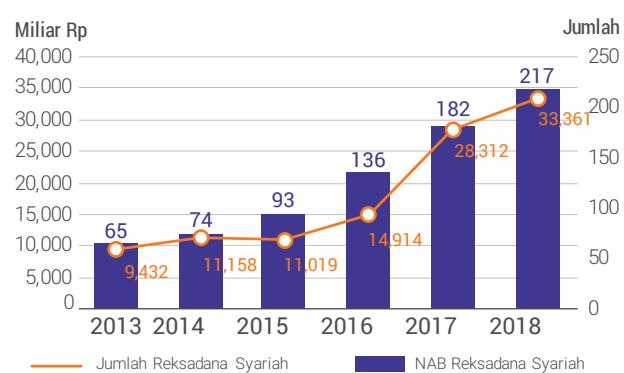
5. Reksa dana syariah

Reksa dana syariah menunjukkan tren yang meningkat meskipun pertumbuhannya lambat. Dasar hukum penerbitan reksa dana syariah di Indonesia yaitu Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal, yang kemudian mulai diimplikasikan pada tahun 1997 dengan dipelopori oleh PT Danareksa Investmen Management (DIM) yang menerbitkan reksa dana syariah. Menurut fatwa Nomor 20/DSN-MUI/VI/2001, reksa dana syariah beroperasi menurut ketentuan dan prinsip-prinsip syariah Islam, baik dalam bentuk akad antara pemodal sebagai pemilik harta (*shahib al-mal/rabb al-mal*) dengan manajer investasi sebagai wakil *shahib al-mal*, maupun antara manajer investasi *shahib al-mal* dengan pengguna investasi. Mekanisme penerbitan dan syarat dana reksa harus merujuk pada POJK Nomor 19/POJK.04/2015 Tentang Penerbitan dan Persyaratan Reksa Dana Syariah.

Berdasarkan data statistik reksa dana syariah dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pertumbuhan nilai aktiva bersih (NAB) reksa dana ini mencapai 38,25 persen (ytd) pada Agustus 2017 dibandingkan posisi Desember 2016. Di samping itu, jumlah produk reksa dana syariah juga tercatat mengalami peningkatan dari 136 produk pada Desember 2016 menjadi 160 produk per Agustus 2017. Jika dibandingkan 2010, jumlah produk reksa dana syariah hanya 48 produk, dan total NAB sebesar Rp 5,22 triliun.

Kendala pengembangan reksa dana syariah sebagian besar dipengaruhi oleh rendahnya pemahaman masyarakat tentang berinvestasi di syariah. Masyarakat beranggapan investasi melalui reksa dana syariah diperuntukkan bagi umat Muslim saja. Namun saat ini, di era digital, masyarakat juga mulai sadar tentang reksa dana syariah karena

Grafik 4.2.4
Perkembangan Reksa Dana Syariah
Sumber: OJK, 2018



banyak *market place* yang menawarkan fitur beli reksa dana termasuk yang syariah. Produk reksa dana pun saat ini tidak hanya terfokus pada orientasi komersial, beberapa lembaga aset manajemen telah mengeluarkan reksa dana *endowment* atau wakaf. Yayasan Dompet Dhuafa Republika dan PT BNI Asset Management bekerja sama dalam penghimpunan dana wakaf produktif melalui investasi di reksa dana syariah.



Peluang dan tantangan pengembangan Pasar modal syariah

4



Sebagai salah satu sektor unggulan dalam industri keuangan syariah, pasar modal syariah memiliki beberapa peluang dan tantangan dalam

praktik di lapangan. Peluang dan tantangan ini diidentifikasi dari sudut pandang regulasi, modal, teknologi, serta riset dan pengembangan.

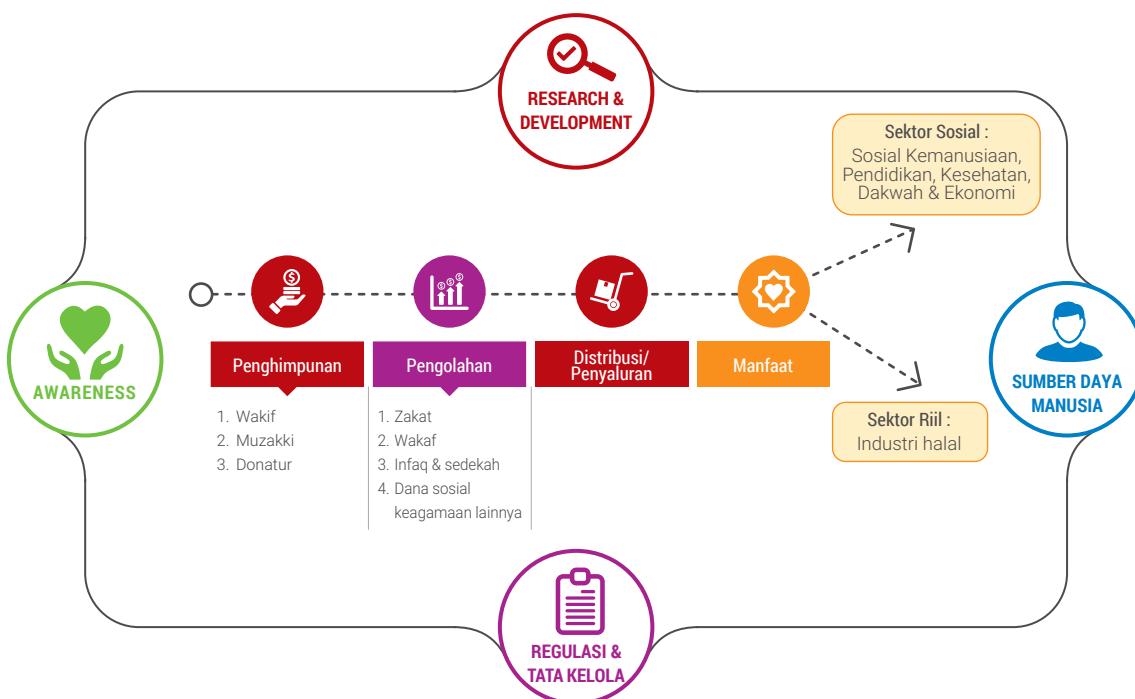
Tabel 4.6
Peluang dan Tantangan Pasar Modal Syariah Indonesia Berdasarkan Ekosistem

	Peluang	Tantangan
Ekosistem (Regulasi, Modal, Teknologi, Riset & Pengembangan)	<ol style="list-style-type: none">1. Infrastruktur dan <i>legal framework</i> yang kuat dalam mendorong industri pasar modal syariah2. Dukungan pemerintah terhadap <i>value chain</i> industri halal melalui instrumen sukuk negara3. Integrasi ASEAN dengan MEA menciptakan peluang-peluang bagi para pelaku industri pasar modal syariah Indonesia untuk ekspansi atau kerja sama di ASEAN.4. Teknologi finansial (tekfin) memberikan kemudahan Industri pasar modal syariah untuk melakukan penetrasi pasar ke semua level masyarakat	<ol style="list-style-type: none">1. Kerangka regulasi sudah kuat dan rumit, tetapi terkadang tidak dapat ditegakkan secara penuh karena kurangnya sanksi bagi ketidakpatuhan, sehingga sebagian manfaat dari regulasi tersebut hilang.2. Belum optimalnya pemerintah dalam mencari potensi pengembangan infrastruktur dan fasilitas sektor halal industri di setiap daerah Indonesia yang merupakan potensi masuknya pasar modal dalam sektor pembiayaan melalui sukuk3. Laju perkembangan Tekfin akan menjadi ancaman bagi industri pasar modal syariah jika tidak melakukan adaptasi dengan laju perkembangannya yang saat ini di revolusi industri 4.0.4. Integrasi ASEAN dengan MEA – menjadi ancaman bagi industri pasar modal syariah di Indonesia jika fondasi dan infrastruktur keuangan syariah tidak kuat dibangun oleh shareholder dan stakeholder terkait.

Pasar modal syariah memiliki alur *value chain* mulai dari proses penghimpunan dana hingga pendistribusianya. Secara umum *value chain* pasar modal syariah terdiri dari permodalan dan

SDM sebagai *input*. Dilanjutkan dengan pasar serta distribusi dan komersialisasi produk. Pada tahap terakhir, rantai nilai tersebut diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan industri halal di Indonesia.

Gambar 4.2
Value Chain Pasar Modal Syariah



Permodalan yang dihimpun berasal dari institusi korporasi maupun pemerintah. Institusi tersebut dapat mengakses pasar modal melalui beberapa instrumen, antara lain saham syariah, sukuk, reksa dana, efek beragun aset syariah, DINFRA Syariah, dan DIRE Syariah. Proses ini tentunya perlu didukung

dengan SDM yang kompeten baik dalam teknis pasar modal maupun landasan Islamnya. Selanjutnya produk-produk akan didistribusikan melalui sektor keuangan syariah lain seperti bank syariah, asuransi syariah, dana pensiun, dan industri keuangan syariah lainnya.



Tabel 4.7
Value Chain Pasar Modal Syariah

Value Chain	Industri Utama	Pendukung
Permodalan	<ul style="list-style-type: none"> • Korporasi • Pemerintah 	<ul style="list-style-type: none"> • Regulasi
Sumber Daya Manusia	<ul style="list-style-type: none"> • Institusi pendidikan ekonomi syariah • Sertifikasi bidang pasar modal syariah • Asosiasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Industri riset dan pengembangan
Pasar/Bursa	<ul style="list-style-type: none"> • Saham syariah • Sukuk • Reksa dana • EBA Syariah • DINFRA Syariah • DIRE Syariah 	
Distribusi & Komersialisasi	<ul style="list-style-type: none"> • Bank syariah • Asuransi syariah • Dana pensiun syariah • Industri keuangan Lainnya 	<ul style="list-style-type: none"> • Tekfin
Pemanfaatan	<ul style="list-style-type: none"> • Industri halal 	

Dari sisi permodalan, saat ini kesadaran perusahaan untuk berpartisipasi dalam pasar modal syariah masih rendah. Hal ini terjadi atas dasar perspektif emiten bahwa proses penerbitan instrumen pasar modal syariah lebih rumit karena adanya tambahan dokumen hukum terkait akad. Biaya peluang (*opportunity cost*) penerbitan sukuk, misalnya, juga lebih besar daripada penerbitan obligasi. Kondisi inilah yang perlu diselesaikan melalui kajian dan implementasi kebijakan yang sesuai.

Berdasarkan sudut pandang pasar, secara umum Indonesia telah mengalami perkembangan. Saat ini terdapat beberapa indeks saham syariah, antara lain Indonesia Sharia Stock Index (ISSI), Jakarta Islamic Index (JII), dan Jakarta Islamic Index 70

(JII70). Namun demikian, perkembangan pasar ini perlu didukung juga oleh lembaga keuangan syariah *full fledged* seperti Bank Investasi Syariah, Bank BUMN Syariah, dan Manajer Investasi yang khusus beroperasi dalam pasar modal syariah.

Selanjutnya dari sisi pemanfaatan produk, instrumen dalam pasar modal syariah sejatinya sangat sejalan dengan tujuan pembangunan nasional. Sukuk negara saat ini telah membiayai proyek-proyek infrastruktur mulai dari jalan tol hingga rel kereta api. Potensi ini perlu lebih dimanfaatkan oleh perusahaan BUMN maupun swasta sehingga mereka mendapatkan alternatif pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan masyarakatnya.

Tabel 4.8
Analisis SWOT Pasar Modal Syariah

	STRENGTHS	WEAKNESSES
Permodalan	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat beberapa penerbitan sukuk yang mengalami <i>oversubscribe</i>, baik sukuk negara maupun sukuk korporasi 	<ul style="list-style-type: none"> Kesadaran perusahaan untuk berpartisipasi dalam pasar modal syariah masih rendah sehingga menurunkan realisasi penyerapan modal
Pelaku Pasar	<ul style="list-style-type: none"> Institusi pendidikan dan lembaga ekonomi syariah yang terus berkembang yang mampu menyediakan SDM yang andal dan profesional Jumlah sumber daya manusia yang melimpah 	<ul style="list-style-type: none"> Belum optimalnya dukungan pemerintah pada sukuk korporasi terkait biaya pendaftaran dalam penerbitan dan insentif fiskal Basis pelaku pasar yang mayoritas masih rasional dibandingkan loyal syariah Literasi masyarakat pasar modal syariah sangat kurang dibandingkan industri keuangan lainnya
Pasar/Bursa	<ul style="list-style-type: none"> Indonesia telah memiliki indeks ISSI, JII, dan JII70 sebagai parameter kinerja saham syariah 	<ul style="list-style-type: none"> Kurang adanya branding dan sounding terkait bursa syariah bagi seluruh lapisan masyarakat Belum ada bank kustodian syariah <i>full fledged</i>
Distribusi	<ul style="list-style-type: none"> Integrasi keuangan syariah dalam rantai distribusi dan komersialisasi produk-produk pasar modal syariah 	<ul style="list-style-type: none"> Kurang optimalnya penggunaan teknologi dalam distribusi produk-produk pasar modal syariah
Pemanfaatan	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat <i>proceed</i> dana dari penerbitan instrumen pasar modal syariah yang langsung dimanfaatkan dalam proyek sektor riil 	<ul style="list-style-type: none"> Belum adanya sistem <i>tracing</i> dari <i>proceed</i> dana yang diperoleh dari penjualan instrumen pasar modal syariah
	OPPORTUNITIES	THREATS
Permodalan	<ul style="list-style-type: none"> Berkembangnya industri halal di Indonesia memberikan kekuatan bagi kemajuan pasar modal syariah sebagai institusi keuangan syariah yang menyediakan wadah peningkatan modal bagi perusahaan atau pemerintah dalam bentuk saham syariah atau sukuk Peluang investasi yang masih terbuka lebar di Indonesia 	<ul style="list-style-type: none"> Perspektif emiten bahwa proses penerbitan instrumen pasar modal syariah lebih rumit karena adanya tambahan dokumen hukum terkait akad. <i>Opportunity cost</i> penerbitan obligasi syariah lebih kecil daripada penerbitan sukuk
Pelaku Pasar	<ul style="list-style-type: none"> Bonus Demografi dari generasi milenial dan berpendidikan tinggi adalah peluang besar bagi industri pasar modal syariah yang makin berkembang dalam rangka membangun basis nasabah yang loyal, progresif, dan kuat secara keuangan. Perekonomian dan pendapatan siap pakai yang terus tumbuh – dari penduduk Indonesia, yang sebagian besar adalah Muslim yang mengamalkan ajaran agamanya, menciptakan daya tarik alami bagi layanan dan produk pasar modal syariah. 	<ul style="list-style-type: none"> Kegagalan dalam menarik minat mayoritas penduduk rasional. Jika tidak berganti arah dalam hal meningkatkan rentang produk agar lebih inklusif, menjadikan struktur harga lebih kompetitif, menjadikan tingkat layanan setara dengan tingkat layanan pasar modal konvensional, dan tidak berfokus pada sosialisasi dan diferensiasi untuk mendukung proposisi berbasis-nilai, industri pasar modal syariah akan gagal menarik minat masyarakat yang dibutuhkan untuk mendukung pertumbuhannya lebih lanjut Partisipasi BUMN dalam pasar modal syariah masih rendah



Pasar/Bursa	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat banyak <i>benchmark</i> pengembangan bursa di luar negeri 	<ul style="list-style-type: none"> Belum adanya inisiatif bursa untuk melakukan <i>screening</i> dan <i>sharia pronouncement</i> pada perusahaan yang tercatat di bursa. Selama ini proses <i>screening</i> dilaksanakan atas inisiatif perusahaan sendiri
Distribusi	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat banyak institusi keuangan syariah yang siap mendukung pasar modal baik dari pembelian maupun penjualan instrumen, antara lain industri asuransi syariah, reksa dana syariah, dan dana pensiun syariah 	<ul style="list-style-type: none"> Perkembangan industri pasar modal konvensional yang semakin pesat dan didukung institusi keuangan syariahnya yang kuat dalam proses distribusi dana
Pemanfaatan	<ul style="list-style-type: none"> Proyek-proyek pembangunan perekonomian nasional – Indonesia kini memiliki banyak jenis proyek, termasuk pembangunan infrastruktur, sebagai bagian dari rencana pembangunan perekonomian nasional. Karena struktur instrumen keuangan syariah biasanya menggunakan aset dasar (<i>underlying asset</i>), proyek pembangunan dan infrastruktur pada dasarnya dianggap ideal oleh investor syariah, baik domestik maupun asing. Proyek-proyek ini berguna dalam penerbitan instrumen pasar modal untuk investor domestik dan global. Baik dalam bentuk sukuk atau instrumen syariah lainnya. 	<ul style="list-style-type: none"> Kesamaan sistem perbendaharaan perusahaan dalam menampung <i>proceed</i> instrumen pasar modal dan pasar modal syariah sehingga sulit melacak pemanfaatan riil dari dana sukuk atau saham syariah



Dukungan pasar modal syariah Terhadap industri halal

Sukuk negara dapat menjadi salah satu instrumen yang berperan sebagai alternatif pembiayaan bagi pengembangan industri halal selain dari sektor perbankan. Dalam hal ini proyek-proyek yang memiliki bentuk fisik, berada di bawah pengawasan K/L pusat, dan masuk dalam APBN memiliki potensi untuk didanai sukuk negara.

Meskipun demikian, hingga saat ini belum ada proyek pengembangan industri halal yang spesifik menjadi sasaran pembiayaan sukuk negara. Kementerian yang terkait dengan industri halal, seperti Kementerian Perindustrian dan Kementerian Pariwisata, berpeluang besar untuk mengajukan proyeknya menjadi program utama pemerintah sehingga dapat dibiayai oleh sukuk. Lebih lanjut, sektor pertanian dan kelautan juga belum memanfaatkan sukuk negara untuk pendanaan insfrasruktur dan fasilitasnya, padahal keduanya memiliki peran penting sebagai *input* subsektor makanan dan minuman halal. Beberapa K/L yang telah mendapatkan pembiayaan dari sukuk negara adalah Kementerian Agama, Kementerian Perhubungan, Kementerian PUPR, Kementerian Ristekdikti, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), dan Badan Sertifikasi Nasional (BSN).

Potensi pembiayaan yang lebih besar lagi juga tersedia pada instrumen sukuk korporasi dan sukuk regional. Berbeda dengan sukuk negara, keduanya memiliki potensi pembiayaan yang luas karena tidak harus melalui mekanisme pengajuan ke APBN. Sukuk korporasi saat ini baru memiliki

pangsa pasar di kisaran 5 persen sehingga masih banyak ruang penerbitan yang belum terealisasi. Sukuk regional juga belum diterbitkan di Indonesia meskipun kerangka regulasinya telah diresmikan OJK pada tahun 2017 silam. Sukuk regional dapat dimanfaatkan tiap-tiap daerah unggulan untuk mengembangkan kawasan industri halal yang menjadi *competitive advantage* mereka, misalnya kawasan pariwisata halal di Nusa Tenggara Barat.

Selain sukuk, instrumen lain dalam pasar modal syariah seperti saham syariah dan reksa dana syariah juga dapat digunakan sebagai alternatif bagi perusahaan yang membutuhkan tambahan pembiayaan dari publik. Syaratnya, perusahaan memenuhi regulasi dan ketentuan yang sudah ditetapkan. Berbeda dengan sukuk, dana yang diperoleh dari kedua instrumen ini tidak langsung berdampak pada pengembangan industri halal. Namun seluruhnya berpartisipasi untuk mendukung ekonomi syariah di Indonesia.



Strategi khusus Pasar modal syariah

4



No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Pemangku Kepentingan	
			2019	2020	2021	2022	2023	2024		
Strategi I: Penguatan Integrasi dengan Lembaga Keuangan dan Institusi Lain										
1	Integrasi dengan Teknologi Finansial	<ul style="list-style-type: none"> • Memperbanyak produk tekfin untuk pasar modal syariah 							OJK, Industri Perbankan Syariah, Industri Tekfin	
	a. Optimalisasi peran teknologi finansial (tekfin) sebagai agen penjual produk pasar modal syariah									
	b. Optimalisasi peran tekfin sebagai platform <i>online trading</i>									
2	Integrasi dengan Pembiayaan halal <i>value chain</i> (Sub-program Sukuk Negara)	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat sukuk negara yang membiayai proyek dalam industri halal 							Bappenas, Kementerian Keuangan, OJK, Kementerian Perindustrian	
	a. Identifikasi proyek industri halal yang dapat diprioritaskan dalam RPJMN									
	b. Identifikasi proyek industri halal yang dapat dibiayai oleh pemerintah melalui sukuk negara									
	c. Melakukan penerbitan sukuk negara dengan <i>proceed khusus</i> pada proyek industri halal									
3	Integrasi dengan Pembiayaan halal <i>value chain</i> (Sub-program Sukuk Korporasi)	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat sukuk korporasi yang membiayai proyek dalam industri halal 							Kementerian Keuangan, Kementerian BUMN, OJK, Kementerian Perindustrian, Kementerian BUMN	
	a. Identifikasi emiten yang memiliki core business dalam pengembangan industri halal (BUMN dan swasta)									
	b. Mendorong emiten korporasi (BUMN dan swasta) untuk menerbitkan sukuk bagi pengembangan industri halal									
4	Integrasi dengan Institusi Pendidikan	<ul style="list-style-type: none"> • Penerbitan instrumen pasar modal (mis. sukuk) berbasis sosial bagi institusi pendidikan dan pesantren 							Institusi perguruan tinggi dan pesantren, Kementerian Agama, Kementerian Keuangan	
	a. Melakukan kajian terkait peluang institusi pendidikan dan pesantren untuk meningkatkan pendanaan menggunakan instrumen pasar modal syariah									
	b. Advokasi institusi pendidikan dan pesantren yang membutuhkan penerbitan instrumen pasar modal									

5	Integrasi ZISWAF, Keuangan Mikro dan Pasar Modal Syariah* <ol style="list-style-type: none"> Desain model dan feasibility study integrasi ZISWAF, Keuangan Mikro dan Pasar Modal Penyusunan kebijakan dan pengaturan model integrasi Peluncuran instrumen integrasi ZISWAF, Keuangan Mikro dan Pasar Modal Syariah Sosialisasi dan promosi 	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat produk integrasi 						Kemenko Perekonomian, Kemekop & UKM, OJK, BI, Bursa Efek Indonesia, BAZN AZ, BWI MUI, Asosiasi

Strategi II: Diversifikasi Produk pada Pasar Modal Syariah

1	Waqf-linked sukuk** dan sukuk-linked wakaf <ol style="list-style-type: none"> Sosialisasi skema waqf-linked sukuk negara kepada lembaga filantropi yang menjadi <i>nazir</i> Penerbitan <i>waqf-linked</i> sukuk oleh pemerintah melalui Kementerian Keuangan Sosialisasi skema <i>sukuk-linked</i> wakaf kepada korporasi dan BUMN selaku calon emiten Menerbitkan sukuk wakaf sebagai <i>pilot project</i> Melakukan kajian terkait <i>rating</i> untuk instrumen sukuk berbasis dana sosial (<i>sukuk-linked</i> wakaf) 	<ul style="list-style-type: none"> Penerbitan <i>waqf-linked</i> sukuk negara dan <i>sukuk-linked</i> wakaf 						Kementerian Keuangan, Kementerian Pariwisata, Kementerian Perindustrian, Industri Perbankan Syariah, BWI, OJK
2	Penerbitan sukuk untuk <i>microfinance</i> dengan <i>blockchain</i> <ol style="list-style-type: none"> Melakukan kajian terkait skema dan teknis penerbitan sukuk untuk <i>microfinance</i> dengan <i>blockchain</i> Melakukan kajian terkait mitigasi risiko dalam penerbitan sukuk <i>microfinance</i> dengan <i>blockchain</i> Penerbitan sukuk <i>microfinance</i> dengan <i>blockchain</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Penerbitan sukuk untuk <i>microfinance</i> dengan <i>blockchain</i> 						BI, OJK, Kemenkumham, Kemenkominfo, SRO, Industri Perbankan Syariah, Industri Tekfin



3	Penerbitan <i>blue</i> sukuk	<ul style="list-style-type: none"> Penerbitan <i>blue</i> sukuk 							Kementerian Keuangan, OJK, BI	
	a. Melakukan kajian terkait skema dan teknis penerbitan <i>blue</i> sukuk									
	b. Identifikasi proyek yang dapat didanai oleh <i>blue</i> sukuk									
	c. Penerbitan <i>blue</i> sukuk									
4	Pengembangan reksa dana wakaf*	<ul style="list-style-type: none"> Peningkatan produk dan investor reksa dana wakaf 							OJK, industri manajemen aset, institusi perguruan tinggi	
	a. Melakukan kajian mengenai hambatan dan masalah pengembangan instrumen reksa dana wakaf									
	b. Sosialisasi skema reksa dana wakaf ke perusahaan asset management (AM)									
	c. Sosialisasi skema reksa dana wakaf ke institusi pendidikan tinggi									
5	Memperkenalkan sukuk <i>musharakah mutanaqisah</i> (<i>equity investment partnership</i>) untuk pembangunan infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> Launching Sukuk <i>Musharakah Mutanaqisah</i> 							DSN-MUI, Institusi Pendidikan Tinggi, OJK, Industri Pasar Modal Syariah	
	a. Penyusunan skema Sukuk <i>musharakah mutanaqisah</i>									
	b. Sosialisasi skema Sukuk <i>musharakah mutanaqisah</i>									
Strategi III: Pemberian Insentif untuk Mendorong Industri Halal										
1	Pemberian insentif bagi korporasi yang menerbitan sukuk	<ul style="list-style-type: none"> Insentif penerbitan sukuk korporasi 							Kementerian Keuangan, Industri Pasar Modal Syariah	
	a. Identifikasi skema dan jenis insentif berupa pajak dan non-pajak yang dapat diberikan									
	b. Melakukan kajian dampak atas insentif dan potensi penerbitan sukuk atas penerapan insentif tersebut									
	c. Identifikasi teknis pemberian insentif									
	d. Sosialisasi skema insentif									

2	Pemberian insentif bagi Pemda yang menerbitkan sukuk	<ul style="list-style-type: none"> • Insentif penerbitan sukuk pemerintah daerah • Penerbitan sukuk pemerintah daerah 						Kementerian Dalam Negeri, Kementerian Keuangan, Pemda, Kemenkumham, Industri Pasar Modal Syariah
	a. Identifikasi skema dan jenis insentif yang dapat diberikan berupa pajak dan non-pajak							
	b. Melakukan kajian dampak atas insentif dan potensi penerbitan sukuk atas penerapan insentif tersebut							
	c. Identifikasi teknis pemberian insentif							
3	d. Sosialisasi skema insentif dengan prioritas kepada daerah unggulan dalam keuangan syariah							
	Undang-Undang dan Peraturan Pelaksanaan Dalam Rangka Mendorong Penerbitan Sukuk Daerah**	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya Undang-Undang dan Peraturan Pelaksanaan Dalam Rangka Mendorong Penerbitan Sukuk Daerah 						Kementerian Keuangan, Kementerian Dalam Negeri, Pemda yang menjadi Halal Hub, Kemenkumham, OJK
	a. Koordinasi antarregulator untuk melakukan identifikasi draf rancangan UU dan peraturan pelaksanaannya							
	b. Masa pengajuan dan pembahasan draf RUU ke DPR							
4	c. Pengesahan UU							
	Penyediaan <i>greenlane/fast track</i> Penerbitan Sukuk Korporasi**	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat <i>greenlane</i> bagi birokrasi penerbitan sukuk korporasi 						OJK
	a. Pembentukan divisi khusus untuk birokrasi penerbitan sukuk korporasi (<i>greenlane</i>)							
	b. Uji coba <i>greenlane</i> sukuk korporasi							
	c. Implementasi penuh <i>greenlane</i> sukuk korporasi							

Strategi IV: Value Enhancement pada Pasar Modal Syariah

1	Penguatan melalui peran tokoh agama	<ul style="list-style-type: none"> • Konten pasar modal syariah dalam kegiatan keagamaan masyarakat 						OJK, Kementerian Agama, MUI, Organisasi keagamaan
	a. Memasukkan konten pasar modal syariah dalam buku khutbah Jumat							
	b. Memasukkan konten pasar modal syariah dalam buku majelis talim							
2	Penguatan melalui media	<ul style="list-style-type: none"> • Konten pasar modal syariah dalam media populer 						OJK, Industri Halal Media, Kemkominfo
	a. Melakukan kerjasama dengan <i>media influencer</i>							
	b. Memperbanyak infografis terkait konsep dan teknis investasi di pasar modal syariah							
	c. Memperbanyak iklan mengenai pasar modal syariah melalui media yang mudah dijangkau publik seperti MacroAds di KRL							



Strategi V: Pendalaman Pasar Keuangan							
1	Mendorong sukuk dan surat berharga syariah jangka pendek (3 bulan) oleh Pemerintah / BI	<ul style="list-style-type: none"> Penerbitan sukuk atau surat berharga syariah jangka pendek 					
	a. Kajian struktur sukuk jangka pendek oleh pemerintah/BI			■			
	b. Penerbitan sukuk jangka pendek oleh pemerintah/BI			■	■		
2	Memperbesar porsi sukuk korporasi (termasuk oleh BUMN)	<ul style="list-style-type: none"> Peningkatan pangsa pasar sukuk korporasi terhadap pasar sukuk dan pasar surat berharga nasional 					
	a. Identifikasi masalah yang dihadapi oleh emiten sukuk korporasi (termasuk BUMN)			■	■	■	
	b. Perumusan kebijakan baru			■	■		
3	c. Implementasi kebijakan			■	■	■	■
	Mendorong sekuritisasi pembiayaan syariah jangka pendek	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat produk sekuritisasi pembiayaan syariah jangka pendek 					
	a. Identifikasi skema sekuritisasi pembiayaan syariah jangka pendek			■			
	b. Penerbitan sekuritisasi pembiayaan syariah jangka pendek			■			
4	c. Harmonisasi instrumen sekuritisasi dengan produk lain yang sejenis						
	Mendorong ketersediaan <i>credit enhancement</i> untuk penerbitan Sukuk (termasuk penjaminan investasi untuk infrastruktur berdasarkan syariah)	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatkan ketersediaan <i>credit enhancement</i> bagi penerbitan sukuk 					
	a. Identifikasi kebutuhan dan ketersediaan <i>credit enhacer</i> dalam pasar sukuk, termasuk penjaminan investasi			■	■	■	
	b. Meningkatkan kapabilitas <i>credit enhancer</i> yang sudah ada			■	■	■	
4	c. Menambah basis institusi <i>credit enhancer</i> untuk masuk ke pasar sukuk			■	■	■	

5	Strukturisasi model sukuk ataupun surat berharga lain yang tradable untuk pembiayaan industri halal dan sektor riil lainnya	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat model sukuk atau surat berharga lain untuk pembiayaan industri halal dan sektor riil lainnya 								OJK, Kementerian Perindustrian, Kementerian Pariwisata, Kementerian Keuangan, Industri Pasar Modal Syariah, DSN-MUI
	a. Identifikasi model sukuk atau surat berharga lain yang berpotensi untuk membiayai sektor riil, serta memiliki karakteristik yang <i>tradable</i>									
	b. Implementasi model									
	c. Harmonisasi dengan instrumen lain yang sejenis									
6	Mendorong konversi lembaga aset manajemen menjadi syariah	<ul style="list-style-type: none"> Pendirian lembaga aset manajemen syariah (<i>full-fledged</i>) 								Industri aset manajemen, OJK, DSN-MUI
	a. Identifikasi hambatan konversi kepada institusi aset manajemen									
	b. Penyusunan strategi untuk mendorong konversi sesuai dengan kebutuhan pasar									
7	Penyusunan Standardisasi Akuntansi Sukuk	<ul style="list-style-type: none"> Standar akuntansi sukuk 								IAI Indonesia, DSN-MUI, OJK, Industri sukuk
	a. Audiensi kepada stakeholders industri sukuk									
	b. Menyempurnakan standar yang sudah ada dan menambah standar baru yang diperlukan									

Keterangan: (*) merupakan program utama, (**) merupakan *quick wins*



1. Penerbitan SBSN *waqf-linked* sukuk

Waqf-linked sukuk saat ini sudah memiliki kerangka alur penerbitan atas dasar inisiatif Badan Wakaf Indonesia dan Kementerian Keuangan. Badan Wakaf Indonesia (BWI) selaku koordinator berperan untuk mengumpulkan dana wakaf temporer dari lembaga filantropi yang tersebar di Indonesia. BWI kemudian meminta penerbitan sukuk negara melalui penempatan khusus (*private placement*) ke Kementerian Keuangan setelah dana yang dihimpun mencapai batas minimum penerbitan sukuk.

Sebelum diterbitkan, BWI dan Kementerian Keuangan menyepakati tingkat imbal balik dan hal-hal lain yang berkaitan dengan penerbitan sukuk negara. Pascapenerbitan, imbal hasil secara periodik akan diserahkan langsung kepada BWI untuk disalurkan kepada *mauquf alaih* melalui lembaga filantropi. Seluruh dana wakaf temporer yang terhimpun di awal penerbitan akan dikembalikan kepada *waqif* pada saat sukuk jatuh tempo. Konsep ini diharapkan dapat terealisasi dalam jangka pendek sehingga terdapat penerbitan perdana dari *waqf-linked* dalam jangka pendek.

2. Adanya undang-undang dan peraturan pelaksanaan dalam rangka mendorong penerbitan sukuk daerah

Aturan mengenai sukuk daerah saat ini telah diterbitkan melalui Peraturan OJK (POJK) pada tahun 2017 silam, yaitu POJK 61/POJK.04/2017, POJK 62/POJK.04/2017, dan POJK 63/POJK.04/2017. Meskipun demikian, POJK tersebut perlu didukung oleh kerangka hukum yang lebih kuat dari pemerintah, seperti penyusunan undang-

undang (uu) dan peraturan pelaksanaan penerbitan sukuk daerah. Kerangka hukum ini dapat berperan dalam memberikan kesempatan bagi daerah-daerah yang ingin mengembangkan industri halalnya (misal, area pariwisata halal) atau infrastruktur penunjangnya (misalnya bandara, pelabuhan, dan jalan tol).

3. *Greenlane/fast track* penerbitan sukuk korporasi

Birokrasi perizinan untuk penerbitan sukuk korporasi saat ini dilakukan terintegrasi dalam satu pintu dengan penerbitan obligasi korporasi. Proses ini mengakibatkan emiten sukuk diwajibkan untuk mengikuti antrean perizinan penerbitan baik dengan obligasi korporasi dan sukuk korporasi lain. Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan adanya keterlibatan bagian teknis Otoritas Jasa Keuangan untuk menyediakan spesialisasi jalur penerbitan (*greenlane* atau *fast track*) untuk sukuk korporasi saja. Adanya *greenlane* atau pemisahan loket khusus bagi birokrasi sukuk korporasi merupakan salah satu insentif administratif yang dapat dilaksanakan dalam jangka pendek guna mendorong penerbitan sukuk.





Klaster Jaminan sosial

Security seperti didefinisikan oleh Asosiasi Jaminan sosial internasional (ISSA) merupakan program proteksi sosial yang disahkan melalui proses legislasi, atau peraturan mandatori lainnya, yang menyediakan para individu dengan suatu derajat keamanan penghasilan ketika berhadapan dengan kontingensi usia tua, *survivorship, incapacity, cacat fisik (disability), pengangguran (unemployment)*, atau mengasuh anak (*rearing children*). Dalam definisi ISSA, jaminan sosial dapat meliputi program asuransi sosial (*jaminan sosial*), program bantuan sosial (*social assistance*), *universal programmes, mutual benefit schemes, national provident funds*, dan bentuk-bentuk lain yang disesuaikan dengan perkembangan di setiap negara.

Perkembangan jaminan sosial negara-negara di dunia dapat dilihat dari 3 hal, yaitu *comprehensive jaminan sosial coverage*, program-program yang berdampak secara sosial dan ekonomik, serta administrasi dan manajemen yang efektif dan efisien. Di Eropa, ketiga hal tersebut mengalami perkembangan karena merespons lingkungan eksternal berupa tekanan masyarakat yang meningkat yang meliputi penuaan demografis (*demographic ageing*), meningkatnya penyakit kronis, dan pengaruh krisis finansial dan ekonomi 2008/2009.

Indonesia memiliki Undang-Undang (UU) Nomor 40 Tahun 2004 Tentang Jaminan Sosial sebagai salah satu bentuk perlindungan untuk menjamin seluruh rakyat agar dapat memenuhi kebutuhan dasar hidupnya yang layak. Akses terhadap jaminan sosial merupakan hak bagi setiap warga negara untuk mewujudkan masyarakat Indonesia yang sejahtera, adil, dan makmur. Jenis perlindungan sosial meliputi jaminan kesehatan, jaminan kecelakaan kerja, jaminan hari tua, jaminan pensiun, dan jaminan kematian.



Kondisi global Dan nasional

Meskipun kemajuan signifikan dalam praktik perlindungan sosial di dunia, laporan dari *World Social Protection Report 2017-19* yang dirilis oleh Organisasi Perburuhan Internasional atau *International Labor Organization* (ILO) menyebutkan bahwa saat ini mayoritas populasi di dunia masih belum mendapatkan proteksi jaminan sosial yang layak. Menurut rilis tersebut, perlindungan sosial hanya mencakup 45 persen populasi global. Sisanya sebesar 55 persen atau sekitar 4 miliar orang masih tercatat belum memiliki akses ke produk jaminan sosial. Selain itu, hanya 29 persen dari populasi global tersebut yang mendapatkan produk jaminan sosial penuh. Sisanya: 71 persen lainnya hanya mendapat program jaminan sosial secara parsial atau bahkan tidak mendapat jaminan sosial sama sekali.

Jaminan sosial di banyak negara Muslim khususnya negara-negara maju sudah sangat komprehensif, massif, dan terintegrasi. Praktik tersebut telah mencakup keseluruhan segmen mulai dari kelompok atas hingga yang paling rendah dengan program yang efektif dan mencerminkan adanya proses distribusi kekayaan dengan meminimalisasi terjadinya *moral hazard* maupun *free rider*. Hal tersebut salah satunya didukung oleh keberadaan infrastruktur berupa *social security number* yang memiliki objektif ganda.

Di satu sisi, hal ini digunakan sebagai alat memobilisasi penerimaan negara bagi pembayar pajak dan di sisi lain sebagai alat penyaluran program penjaminan sosial. Melalui mekanisme ini akan didapatkan manajemen anggaran serta efektivitas program yang semakin mudah untuk dipantau dan sistem yang komprehensif dalam hal pengawasan dan evaluasinya. Perkembangan lain yang perlu diperhatikan adalah adanya perubahan paradigma tentang *reward and punishment* sosial yang diterapkan. Atas konsep tersebut, lingkup dari aspek jaminan sosial pun menjadi lebih luas hingga

mencakup (i) kepastian memperoleh pendapatan yang layak, (ii) mengelola batasan standar kualitas hidup (kesehatan, pendidikan, tempat tinggal, dan kesejahteraan masyarakat lanjut usia), dan (iii) redistribusi pendapatan dan pemerataan.

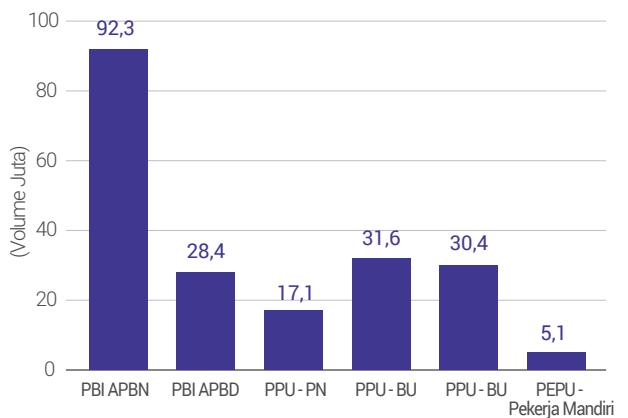
Sementara itu, penyelenggaraan jaminan sosial di Indonesia telah dilaksanakan baik oleh pemerintah maupun oleh perusahaan swasta. Jaminan sosial melalui pemerintah dilaksanakan melalui institusi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan dan BPJS Ketenagakerjaan. Hingga bulan Juni 2018, BPJS Ketenagakerjaan mengelola dana pekerja sebanyak Rp 327 triliun. Perusahaan swasta tercatat juga telah memberikan jasa penjaminan sosial melalui 138 institusi asuransi dan 232 institusi dana pensiun (OJK, 2018). Total aset sektor asuransi per Agustus 2018 sebanyak Rp 676,15 triliun atau sekitar 31,7 persen dari PDB Indonesia triwulan ke-III. Aset asuransi tersebut terdiri dari aset asuransi umum, asuransi jiwa, dan reasuransi. Di sisi lain, total aset sektor dana pensiun juga telah mencapai Rp 236 triliun atau sekitar 7,16 persen dari PDB Indonesia.

Selain hal tersebut, salah satu perkembangan pesat penyelenggaraan jaminan sosial di Indonesia adalah terkait pengembangan kepesertaan Jaminan

Grafik 4.3.1

Jumlah Peserta JKN Per 1 November 2018

Sumber: BPJS , 2018





Kesehatan Nasional Kartu Indonesia Sehat (JKN-KIS) yang mencapai sekitar 201 juta rakyat Indonesia per Agustus 2018. Sampai dengan 23 November 2018, tercatat sudah ada 206.070.624 jiwa penduduk Indonesia yang terdaftar sebagai peserta JKN-KIS. Angka ini merupakan fondasi untuk mencapai *universal coverage* pada tahun 2019.

Selain jaminan sosial yang diselenggarakan oleh pemerintah, terdapat beberapa program jaminan sosial yang dilaksanakan oleh perusahaan swasta, termasuk di dalamnya yang menawarkan produk jaminan sosial berbasis syariah. Jaminan sosial berbasis syariah saat ini diselenggarakan secara formal dalam skema asuransi syariah dan dana pensiun berbasis syariah. Asuransi syariah sendiri telah berkembang sejak tahun 1994 melalui pendirian PT Syarikat Takaful Indonesia oleh Tim Pembentukan Asuransi Takaful Indonesia (TEPATI).

Meskipun demikian, regulasi yang secara spesifik mengatur tentang usaha asuransi dengan prinsip syariah baru diresmikan 16 tahun kemudian melalui PMK Nomor 18/PMK.010/2010 Tentang Penerapan

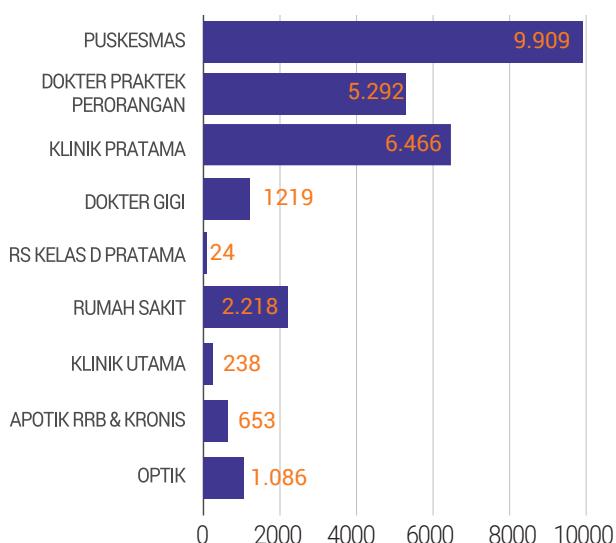
Prinsip Dasar Penyelenggaraan Usaha Asuransi dan Usaha Reasuransi dengan Prinsip Syariah. Peraturan Menteri Keuangan ini dibuat untuk memenuhi prinsip syariah dan kepastian hukum dalam penyelenggaraan usaha asuransi dan usaha reasuransi dengan prinsip syariah. Berbeda dengan perkembangan sektor asuransi, sektor dana pensiun syariah baru mulai berkembang di tahun 2016 melalui pendirian Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) Bank Muamalat.

Perkembangan asuransi syariah di Indonesia dalam lima tahun terakhir menunjukkan tren peningkatan dari sisi aset meskipun terdapat perlambatan dari sisi pertumbuhannya. Data yang dilansir OJK dalam Statistik IKNB Syariah menunjukkan bahwa hingga Agustus 2018, asuransi syariah memiliki total aset sebesar Rp 41,68 triliun dengan rincian Rp 34,35 triliun pada asuransi umum, Rp 5,48 triliun pada asuransi jiwa, dan Rp 1,85 triliun pada reasuransi. Perlambatan pertumbuhan sendiri telah dimulai pada tahun 2017 dengan pertumbuhan aset sebesar 21,89 persen dari tahun sebelumnya. Angka ini lebih rendah daripada pertumbuhan di tahun 2016 yang tercatat sebesar 25,36 persen.

Grafik 4.3.2

Jumlah Fasilitas Kesehatan JKN

Sumber: BPJS Kesehatan, 2018



Sejalan dengan pertumbuhan positif pada aset asuransi syariah, kontribusi sektor terhadap Produk Domestik Bruto secara konstan mengalami peningkatan dari tahun 2014 ke 2018. Di tahun 2014 hingga 2017, kontribusi asuransi syariah masih berada di bawah 1 persen, namun angka tersebut meningkat di tahun 2018 yang menembus angka 1,13 persen. Kontribusi tersebut masih tergolong sangat kecil apabila dibandingkan dengan kontribusi industri konvensionalnya. Akibat yang muncul, sektor asuransi syariah masih memiliki ruang yang sangat besar untuk dikembangkan sehingga perlu melakukan identifikasi lebih lanjut mengenai tantangan dan peluang dalam rangka mengakselerasi pertumbuhan dan memperbesar kontribusinya dalam PDB Indonesia.

Sektor dana pensiun, di sisi lain, baru mulai berkembang di tahun 2017 melalui kemunculan Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) Bank Muamalat. Aset awal yang dimiliki oleh DPLK Syariah pada awal pendiriannya tercatat sebesar Rp 75,55 triliun dan meningkat hingga Rp 79,88 triliun per Agustus 2018. Meskipun demikian, masih terjadi stagnasi dari sisi jumlah pelaku industri dana pensiun berbasis syariah di Indonesia.

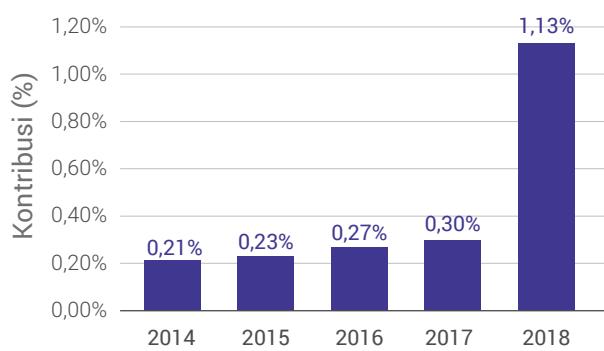
Jumlah aset yang kecil berbanding lurus dengan lemahnya kontribusi DPLK Syariah terhadap PDB Indonesia. Kontribusi sektor ini di tahun 2017 baru mencapai 0,01 persen dan meningkat menjadi 0,08 persen di bulan Agustus 2018. Angka tersebut masih tergolong sangat kecil baik dibandingkan dengan industri konvensionalnya maupun dengan sektor lain di industri keuangan syariah Indonesia.

Pangsa pasar sektor asuransi syariah dibandingkan dengan sektor asuransi konvensional periode 2014 sampai 2018 konsisten berada di atas 5 persen. Perlambatan pertumbuhan sempat terjadi di tahun 2015 dengan pertumbuhan sebesar 5,13 persen, turun 15 bps dari tahun sebelumnya. Selanjutnya di tahun 2018, pangsa pasar tersebut meningkat hingga 6,16 persen dan merupakan pangsa pasar tertinggi sejak kemunculan asuransi syariah. Di sisi lain, pangsa pasar sektor dana pensiun syariah terhadap sektor dana pensiun konvensional masih jauh di bawah sektor-sektor lainnya yaitu sebesar 1,16 persen per bulan Agustus 2018. Meskipun demikian, angka ini meningkat dari tahun sebelumnya yang hanya mencapai angka 0,5 persen. Angka ini juga sangat berpotensi untuk tumbuh



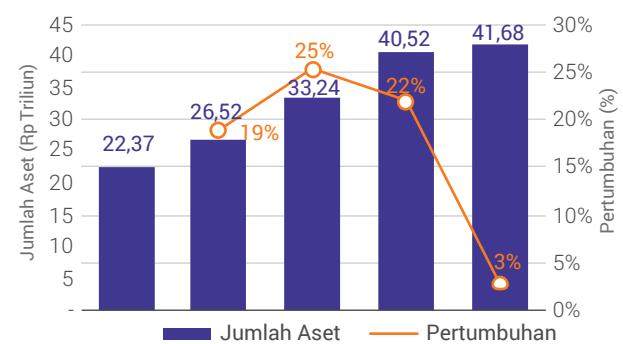
melalui identifikasi faktor-faktor permasalahan dan optimalisasi peluang pengembangan sektor.

Berdasarkan Masterplan Arsitektur Keuangan Syariah 2014-2018 (Bappenas RI), tantangan dan



Grafik 4.3.3
Data Aset Asuransi Syariah

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan & Badan Pusat Statistik, 2018





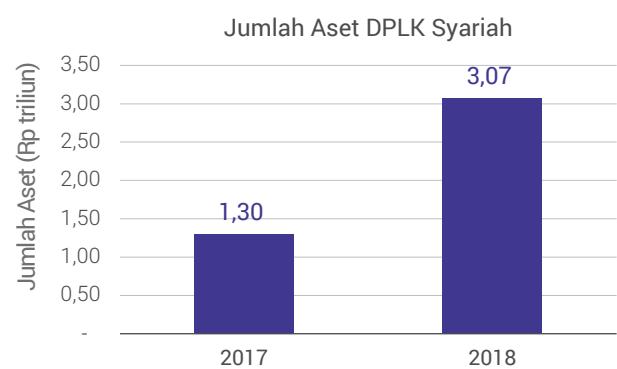
rekomen dasi umum operator asuransi syariah dan dana pensiun syariah adalah tidak memiliki kesempatan setara untuk dimasukkan dalam portofolio asuransi dan pensiun pemerintah yang ditawarkan sebagai tunjangan bagi pegawai negeri,

sehingga menciptakan kompetisi yang tidak adil dengan pemain konvensional. Rekomendasi yang ditawarkan adalah menawari pegawai dengan pilihan untuk memilih perlindungan asuransi syariah dan skema pensiun syariah.

Grafik 4.3.4

Data Aset DPLK Syariah

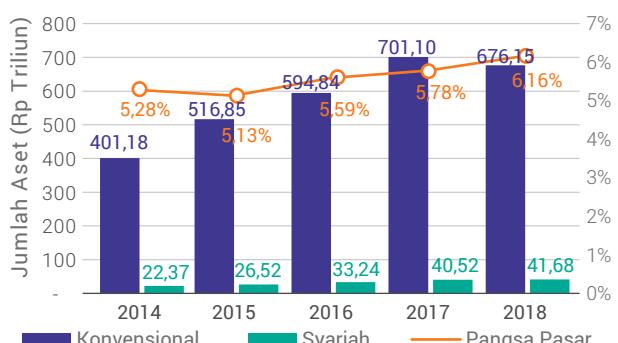
Sumber: Otoritas Jasa Keuangan & Badan Pusat Statistik, 2018



Grafik 4.3.5

Perbandingan Aset Asuransi dan Dana Pensiun Syariah di Indonesia

Sumber: Statistik Perasuransian Otoritas Jasa Keuangan, 2018



(Data asuransi yang dimasukkan adalah asuransi jiwa, asuransi umum, dan reasuransi. Tidak termasuk asuransi wajib dan asuransi sosial)

Kondisi existing klaster jaminan sosial diidentifikasi menghadapi tantangan sebagai berikut.;

Pertama, program jaminan sosial saat ini bersifat parsial, tidak terintegrasi antar program dan antarlembaga. Sebenarnya UU No. 40 tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional (SJSN) disusun untuk menyinkronkan penyelenggaraan berbagai bentuk jaminan sosial agar dapat menjangkau kepesertaan yang lebih luas serta yang memberikan manfaat yang lebih besar bagi setiap peserta.

Kedua, isu literasi. Keberadaan atau penyediaan jaminan sosial di Indonesia selama ini masih didominasi oleh institusi negara. Hal ini disebabkan oleh literasi yang begitu rendah sehingga menyebabkan banyak orang belum menyadari pentingnya berasuransi. Padahal, pemerintah menargetkan tingkat literasi keuangan di Indonesia bisa menyentuh 75 persen pada 2019. Berdasarkan catatan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) per 2017, indeks literasi asuransi di Indonesia baru mencapai 15,76 persen. Angka ini turun dari survei tahun 2013 pada angka 17,84 persen. Sementara tingkat utilitas mencapai 12,08 persen, tidak berubah jauh dari survei 2013 pada angka 11,81 persen. Artinya dari 100 orang di Indonesia, hanya 15 sampai 16 orang yang mengenal lembaga jasa keuangan asuransi. Sementara hanya ada 12 orang yang sudah menggunakan jasa asuransi.

Ketiga yaitu masalah *mispricing* dan *mismangement*. Masalah defisit BPJS Kesehatan yang masih terjadi lantara *mismatch* antara pendapatan dan iuran peserta dan jumlah klaim manfaat. Salah satu penyebab terjadinya defisit juga dialamatkan kepada manajemen pengelola yaitu BPJS Kesehatan.

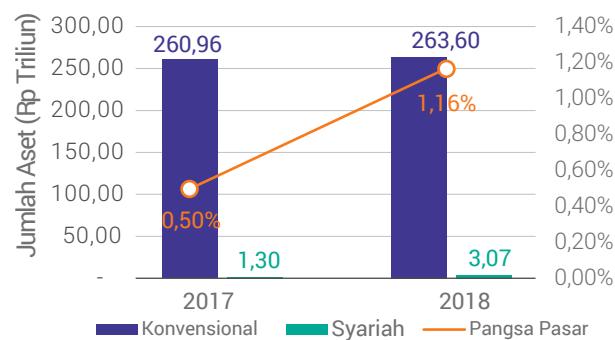
Keempat, *mispricing* menyebabkan *moral hazard* dan menimbulkan *insurance effect*. Kasus rumah sakit yang tidak menerima pasien BPJS Kesehatan merupakan bukti tidak terpenuhinya harga layanan rumah sakit. Tuntutan untuk menjalankan fungsi sosial di satu sisi dihadapkan dengan persoalan harga atau biaya layanan yang tidak tertutupi oleh BPJS Kesehatan. Kejadian ini membuka peluang terjadinya *moral hazard*.

Kelima, *top down approach*. Pemerintah memegang kendali yang sangat kuat dalam penentuan program apa yang harus diikuti oleh warga negara dalam memiliki jaminan sosialnya. Dalam kasus UU SJSN, keinginan pemerintah untuk menyediakan jaminan sosial yang universal. Tetapi tidak diikuti dengan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya jaminan sosial dalam menghadapi ketidakpastian di masa depan. Hal ini menyebabkan terjadinya kerugian pada kelompok bukan penerima upah, dimana mereka adalah kelompok yang baru menjadi anggota BPJS ketika mereka mengalami sakit dan ada masalah tidak regulernya pembayaran yang dilakukan sehingga berkontribusi terhadap defisit yang dialami oleh BPJS.

Grafik 4.3.6

Perbandingan Jumlah Aset Dana Pensiun di Indonesia (2014-2018)

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2018





Peluang dan Tantangan pengembangan

4



Konsep dan praktik jaminan sosial berbasis syariah di Indonesia telah lama berkembang. Oleh karenanya, perlu dilakukan pemetaan terhadap kondisi di lapangan melalui analisis sederhana.

Lebih lanjut, peluang dan tantangan klaster jaminan sosial di Indonesia diidentifikasi sebagai berikut:

Tabel 4.9
Peluang dan Tantangan Jaminan Sosial

No.	Isu	Peluang	Tantangan
1.	Literasi	<ul style="list-style-type: none"> Perkembangan <i>middle class Muslim</i> (MCM) di Indonesia Indonesia memiliki penduduk mayoritas Muslim di dunia 	<ul style="list-style-type: none"> Indeks literasi asuransi syariah tahun 2017 sebesar 2,5 persen dan indeks inklusi sebesar 1,9 persen. Persebaran geografis yang luas dengan variasi level pengetahuan mengenai konsep asuransi dan syariah
2.	Sumber Daya Manusia	<ul style="list-style-type: none"> Dari sisi pengambil kebijakan, pemerintah sudah membuat peta jalan SJSN, namun pertumbuhan lembaga asuransi dan dana pensiun belum melakukan banyak inovasi 	<ul style="list-style-type: none"> Kurangnya komitmen manajemen untuk mengembangkan asuransi syariah (Global Takaful Report, 2017)
3.	Teknologi	<ul style="list-style-type: none"> Integrasi pembayaran iuran asuransi dengan <i>marketplace</i> Pemasaran melalui media yang efisien 	<ul style="list-style-type: none"> <i>Initial cost</i> untuk investasi teknologi yang tinggi
4.	Regulasi	<ul style="list-style-type: none"> Infrastruktur kelembagaan mendapat perhatian dari pemerintah untuk melengkapi UU SJSN Adanya upaya dari regulator Adanya pengembangan seperangkat peraturan yang kuat dan harmonis antarlembaga Dukungan melalui peraturan otoritas jasa keuangan tentang asuransi syariah dan dana pensiun berbasis syariah 	<ul style="list-style-type: none"> Belum ada kewajiban regulasi bagi institusi jaminan sosial nasional untuk mengembangkan skema syariah dalam produknya Rendahnya dukungan politik terhadap pengembangan asuransi syariah, apabila dibandingkan dengan Malaysia. (Global Takaful Report, 2017)

Tabel 4.10
Value Chain Jaminan Sosial

Value Chain	Penyedia Utama	Pendukung
Sumber Daya Manusia	1. Institusi perguruan tinggi	1. Fasilitas riset dan Pengembangan
Institusi Penyedia Jasa	1. BPJS Kesehatan 2. BPJS Ketenagakerjaan 3. Asuransi syariah 4. Dana pensiun	1. Regulasi
Pasar	1. BPJS Kesehatan 2. BPJS Ketenagakerjaan 3. Asuransi syariah 4. Dana pensiun	1. Teknologi 2. Literasi
Distribusi dan Komersialisasi	1. Produk asuransi ekspor-impor 2. Produk asuransi perjalanan 3. Produk jaminan kesehatan 4. Produk jaminan kecelakaan kerja 5. Produk jaminan hari tua 6. Produk jaminan pensiun 7. Produk jaminan kematian	1. Regulasi 2. Teknologi 3. Sumber Daya Manusia 4. Literasi
Pemanfaatan	1. Industri halal	1. Literasi

Dalam praktiknya, *value chain* jaminan sosial dapat digambarkan dalam bentuk penyediaan sumber daya manusia beserta institusi penyedia jasa, distribusi produk, komersialisasi produk, dan pemanfaatan oleh industri. Dari sisi produk, jaminan sosial di Indonesia dapat diberikan kepada individu baik yang bekerja maupun tidak bekerja. Jaminan-jaminan yang dapat diterima individu berdasar UU No. 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional (SJSN) adalah jaminan kesehatan, jaminan kecelakaan kerja, jaminan hari tua, jaminan pensiun, dan jaminan kematian. Menurut PP Nomor 44 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Program Jaminan Kecelakaan Kerja dan Jaminan Kematian.

Alur *value chain* dalam industri jaminan sosial berbasis syariah diilustrasikan pada gambar 4.3. SDM dan institusi penyedia jasa jaminan sosial bersama-sama membentuk *input* bagi pasar. Pasar

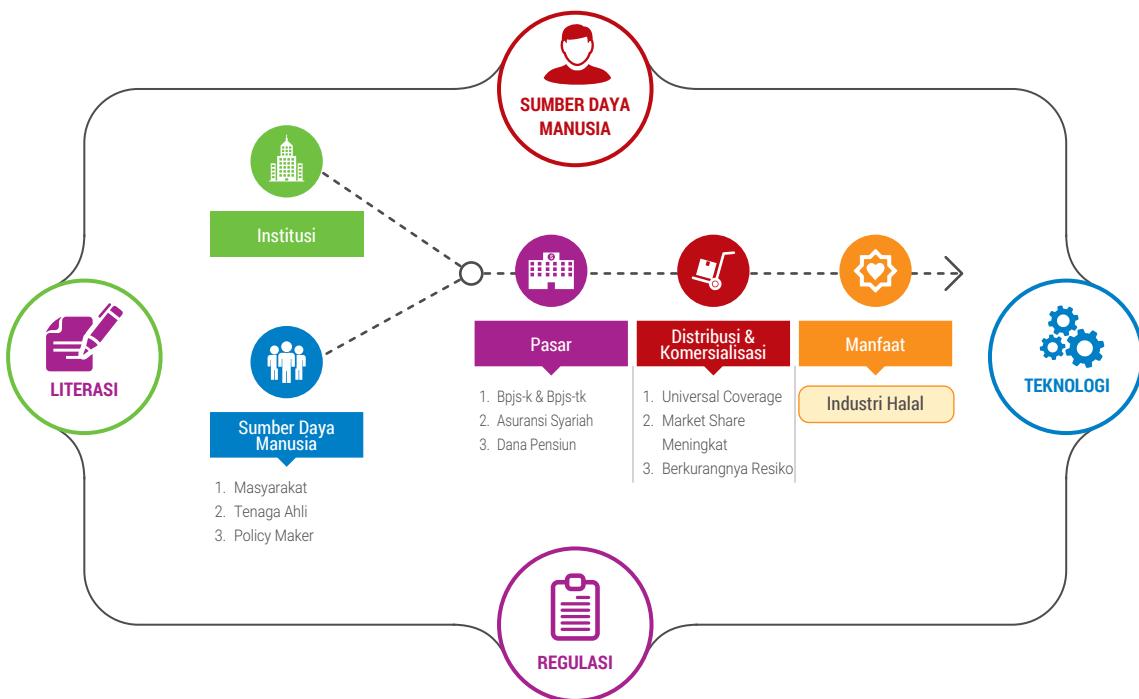
kemudian dikembangkan dalam proses distribusi dan komersialisasi produk sehingga dapat dikonsumsi oleh peserta jaminan sosial. Selanjutnya, secara spesifik, alur ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan industri halal secara menyeluruh.

Dari sisi sumber daya manusia, jaminan sosial berbasis syariah memiliki ruang yang cukup besar apabila melihat tren pertumbuhan jumlah asuransi syariah dan perguruan tinggi berbasis ekonomi syariah yang saat ini ada. Namun demikian, masih diperlukan SDM yang memiliki spesialisasi khusus dalam bidang jaminan sosial berbasis syariah. SDM ini diharapkan dapat berperan sebagai inovator produk-produk jaminan sosial yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Dari sudut pandang institusi penyedia jasa sekaligus pemain pasar, perusahaan milik pemerintah memiliki keunggulan dibandingkan dengan swasta.



Gambar 4.3
Value Chain Jaminan Sosial



Keunggulan ini diterima dalam bentuk adanya *guaranteed customer*. BPJS Kesehatan dan BPJS Ketenagakerjaan beroperasi di bawah undang-undang yang mewajibkan masyarakat berpartisipasi sebagai peserta kedua institusi tersebut. Meskipun demikian, keduanya juga masih memiliki hambatan-hambatan operasional dalam pelaksanaannya, seperti adanya defisit anggaran serta konflik manajerial dalam internal perusahaan.

Distribusi dan komersialisasi produk terhambat dengan literasi masyarakat terkait konsep jaminan sosial, asuransi, dan dana pensiun. Selain itu, kondisi geografis Indonesia juga menjadi faktor penghambat distribusi utamanya dalam proses penyamarataan layanan.

Dalam proses pemanfaatan produk, sektor asuransisyariah mendapat dukungan dari pemerintah melalui pengembangan industri halal. Industri tersebut ke depannya memerlukan jasa asuransi berbasis syariah yang hanya bisa ditawarkan oleh perusahaan asuransi syariah. Lebih lanjut, baik BPJS Kesehatan maupun BPJS Ketenagakerjaan saat ini sedang dalam proses mengembangkan produk berbasis syariah untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat Muslim di Indonesia.

Tabel 4.11
Analisis SWOT Jaminan Sosial

	STRENGTHS	WEAKNESSES
Sumber Daya Manusia	<ul style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan jumlah institusi asuransi syariah 2. Pertumbuhan jumlah perguruan tinggi yang mengajarkan konsep jaminan sosial berbasis syariah sebagai <i>input</i> industri ke depan 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Keterbatasan SDM yang memiliki pengetahuan dalam sistem jaminan sosial berbasis syariah
Institusi Penyedia Jasa	<ul style="list-style-type: none"> 1. Potensi pertumbuhan asuransi syariah dan dana pensiun sangat besar karena penetrasi rendah 2. Kebutuhan untuk memisahkan unit asuransi syariah (<i>spin-off</i>) dalam periode 10 tahun menjadi lebih dari 50% dari seluruh asuransi (Global Takaful Report 2017) 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Pangsa pasar asuransi syariah dan dana pensiun berbasis syariah rendah 2. Asuransi syariah lebih berkembang dalam bentuk Unit Usaha Syariah 3. Belum adanya penyedia jasa asuransi syariah dan dana pensiun dari BUMN 4. Belum adanya skema syariah dalam produk BPJS Kesehatan dan BPJS Ketenagakerjaan selaku institusi jaminan sosial wajib
Pasar	<p>BPJS Kesehatan</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Diwajibkan melalui regulasi pemerintah. Jika ikut asuransi swasta, maka peserta diharuskan mendaftar BPJS Kesehatan 2. BPJS Ketenagakerjaan 3. Bersifat wajib; hak bagi seluruh pekerja; melalui UU SJSN 	<p>BPJS Kesehatan</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Defisit BPJS; berpengaruh ke faskes dengan menekan biaya 2. Belum meratanya fasilitas kesehatan dan SDM kesehatan 3. BPJS Ketenagakerjaan 4. Perlindungan tentang Tenaga Kerja Indonesia (TKI) belum sesuai amanat UU SJSN 5. Ada ketidakadilan dalam pengenaan sanksi bagi pemberi kerja yang menunggak iurang dengan hukuman bagi pemberi kerja yang tidak mendaftarkan pegawainya menjadi peserta BPJS-TK
Distribusi dan Komersialisasi	<p>BPJS Kesehatan</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Biaya atau iuran masih murah 2. Proses mendaftar mudah; tanpa <i>medical check-up</i> dan tiada pengecualian 3. Penambahan manfaat dibanding saat menjadi asuransi kesehatan <p>BPJS Ketenagakerjaan</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Terdapat 4 skema jaminan untuk ketenagakerjaan sesuai kebutuhan tenaga kerja 2. Kinerja keuangan 2017 melampaui target 	<p>BPJS Kesehatan</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Masih terlalu birokratis; metode berjenjang dalam pengajuan klaim belum berjalan dan tereduksi menjadi hal yang mempersulit 2. Masih terlalu banyak antrean dalam pelayanan 3. Fasilitas yang diberikan bukan fasilitas standar, tetapi cenderung diberikan fasilitas kelas III; pembedaan kelas 4. Pasien tetap harus mengeluarkan uang sendiri terutama dalam pembelian obat 5. Kebijakan BPJS yang menjadikan Nomor Induk Kependudukan (NIK) sebagai keharusan, menjadi kendala perluasan peserta <p>BPJS Ketenagakerjaan</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Peraturan tentang keharusan NIK sebagai kendala perluasan coverage



Pemanfaatan	<ul style="list-style-type: none"> 1. Dukungan pemerintah untuk mengembangkan industri halal sebagai konsumen dari produk asuransi syariah dan dana pensiun 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Kapasitas perusahaan asuransi syariah di Indonesia dalam menyediakan produk sesuai kebutuhan industri halal
	Kesempatan	Ancaman
Sumber Daya Manusia	<ul style="list-style-type: none"> 1. Bonus demografi yang cenderung diproyeksi sebagai aset ketimbang beban, karena dominannya kelas pekerja muda 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Industri jaminan sosial konvensional yang lebih well-established memiliki daya tarik yang lebih tinggi bagi pekerja
Institusi Penyedia Jasa	<ul style="list-style-type: none"> 1. Prinsip sektor publik seharusnya lebih menekankan <i>mutual benefit</i> daripada sekedar mencari keuntungan, sehingga mendorong asuransi syariah untuk memberikan kontribusi yang lebih luas dapat membantu memperbaiki kinerja pemerintah dalam penyediaan jamsos 	<ul style="list-style-type: none"> BPJS Ketenagakerjaan 1. Potensi konflik kepentingan Dewan Pengawas dalam mengawasi Dewan Direksi BPJS-TK 2. Regulasi yang keluar dari semangat "sebesar-besarnya untuk manfaat peserta"; inkonsistensi regulasi 3. Lemahnya komitmen negara 4. Multitafsir regulasi
Pasar	<ul style="list-style-type: none"> BPJS Kesehatan 1. Dana investasi diproyeksikan akan mencapai Rp 2.000 Triliun pada tahun 2030 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Tingkat pengembalian lebih rendah daripada produk asuransi konvensional (Global Takaful Report, 2017)
Distribusi dan Komersialisasi	<ul style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan <i>universal coverage</i> melalui jaminan mulai dari lahir; Perubahan regulasi PP 101/2012 menjadi PP 76/2015 dimana bayi otomatis masuk BPJS. 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Perubahan pola epidemiologi penyakit (dari penyakit menular menjadi penyakit tidak menular; Rp13,6 Triliun pada tahun 2015 dihabiskan untuk penyakit katastropik (Jantung, gagal ginjal, kanker, stroke, dan <i>thalassemia</i>). 2. Tantangan distribusi produk mengingat persebaran geografis di Indonesia sangat luas (Global Takaful Report, 2017)
Pemanfaatan	<ul style="list-style-type: none"> 1. Adanya program kolaborasi industri asuransi konvensional dengan sektor pariwisata, dimana program ini berpotensi untuk diimplementasikan juga dalam industri syariah 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Potensi terjadi penyimpangan (misalnya dana kapitalisasi); berdasarkan kajian Komisi Pemberantasan Korupsi



Dukungan jaminan sosial Terhadap industri halal

Perkembangan industri halal yang terus mengalami peningkatan dan perlahan menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Muslim adalah *potential captive market* yang dapat disokong oleh institusi jaminan sosial. Secara umum, dukungan yang dapat diberikan oleh jaminan sosial adalah perlindungan kepada tenaga kerja, produk, dan proses bisnis yang ada dalam jaringan rantai industri halal.

Perlindungan terhadap keselamatan tenaga kerja dapat dilakukan oleh institusi pemerintah, BPJS Ketenagakerjaan, serta institusi swasta yakni asuransi syariah dan dana pensiun syariah. Selain institusi tersebut, proteksi terhadap tenaga kerja terkait kesehatan juga dapat didukung oleh BPJS Kesehatan.

Dari segi produk, Industri halal yang membutuhkan jasa jaminan sosial adalah sektor pariwisata halal. Dari sektor pariwisata umum, pada bulan September 2018 lalu OJK, Kementerian Pariwisata, dan delapan perusahaan asuransi konvensional menyelenggarakan konsorsium dan meluncurkan sebuah produk universal perlindungan wisata yang diberi nama "Jaga Wisata." Produk tersebut khusus dibuat untuk menawarkan perlindungan bagi

wisatawan dengan jangka waktu proteksi mulai dari 3 hingga 30 hari.

Premi yang ditawarkan juga bervariasi pada kisaran Rp 10.000 sampai dengan Rp 100.000 sesuai masa kunjungan turis. Konsorsium produk dan sinergi seperti ini perlu segera diinisiasi antara industri halal dan asuransi syariah mengingat potensi pariwisata halal di Indonesia juga besar. Meskipun demikian, saat ini beberapa agensi pariwisata halal sudah mulai mengintegrasikan asuransi perjalanan syariah dan produk *personal incident* syariah dalam pelayanannya. Namun pergerakan tersebut masih bersifat sporadis dan belum terintegrasi.

Dalam konteks proses bisnis, institusi jaminan sosial dapat mendukung industri halal melalui asuransi perdagangan nasional maupun internasional. Konsep ini belum banyak dikaji dan diimplementasikan. Namun pada praktiknya, skema asuransi perdagangan perlu untuk segera disusun skema dan rancangan implementasinya. Produk tersebut dalam jangka panjang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan bisnis subsektor industri halal seperti fesyen Muslim, makanan dan minuman halal, farmasi, serta kosmetik halal.

Tabel 4.12
Dukungan Institusi Jaminan Sosial Terhadap Industri Halal

Institusi Jaminan Sosial	Bentuk Dukungan Strategis
Asuransi Syariah	<ul style="list-style-type: none">Skema asuransi syariah untuk mendukung kegiatan ekspor dan impor makanan halal, fesyen halal, serta farmasi & kosmetik halal
Dana Pensiun Syariah	<ul style="list-style-type: none">Pengembangan skema asuransi syariah untuk perjalanan wisata komersilPengembangan skema asuransi syariah untuk haji dan umroh
BPJS-K	<ul style="list-style-type: none">Perlindungan tenaga kerja industri halal
BPJS-TK	<ul style="list-style-type: none">Perlindungan tenaga kerja industri halal



Strategi khusus Jaminan sosial

4



No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Pemangku Kepentingan	
			2019	2020	2021	2022	2023	2024		
Strategi I: Sinergi dengan Lembaga Keuangan, Institusi Pendidikan, dan Regulator										
1	Integrasi Industri Keuangan Syariah dengan Institusi Jaminan Sosial	<ul style="list-style-type: none"> Peningkatan peran bank syariah dalam institusi jaminan sosial milik negara 							OJK, BPJS-K, BPJS-TK, Industri Perbankan Syariah	
	a. Menambah integrasi sistem pembayaran peserta BPJS Kesehatan dan BPJS Ketenagakerjaan melalui bank syariah									
2	Peningkatan produk DPLK Syariah	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat peningkatan produk DPLK Syariah 							OJK, Industri Perbankan Syariah	
	a. Melakukan edukasi ke lembaga keuangan syariah untuk menyediakan produk DPLK Syariah									
	b. Mendorong peningkatan aset DPLK Syariah yang sudah ada									
3	Linkage pembiayaan halal Value Chain melalui platform Mudharabah Muqayyadah	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat sinergi dengan skema mudharabah muqayyadah 							OJK, Industri Asuransi Syariah, Industri Perbankan Syariah	
	a. Melakukan kajian terkait peran institusi jaminan sosial dalam skema mudharabah muqayyadah									
	b. Implementasi kajian									
3	Program Peningkatan Literasi	<ul style="list-style-type: none"> Peningkatan literasi jaminan sosial syariah 							Institusi Perguruan Tinggi, Pesantren, Organisasi Masyarakat	
	a. Melakukan kegiatan goes to campus									
	b. Melakukan kegiatan goes to pesantren									
	c. Melakukan kegiatan goes to society									
	d. Melakukan kegiatan goes to corporate									
	e. Memasukkan konteks jaminan sosial syariah dalam khutbah Jumat dan Majelis Ta'lim									

No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
4	Integrasi antar regulator	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat BUMN sektor asuransi syariah 							Kementerian BUMN, OJK, Industri Asuransi Syariah
	a. Melakukan kajian <i>spin-off</i> , konversi, atau pembentukan BUMN baru di sektor asuransi syariah								
	b. Melakukan <i>review</i> terkait regulasi jaminan sosial baik di pusat maupun daerah dengan industri								
Strategi II: Pengembangan Asuransi Syariah untuk Seluruh Masyarakat									
1	Optimalisasi pemanfaatan asuransi mikro syariah untuk UMKM	<ul style="list-style-type: none"> Peningkatan produk asuransi mikro syariah 							OJK, Kementerian Keuangan, Kementerian Koperasi dan UMKM, Industri Asuransi Syariah
	a. Melakukan edukasi ke perusahaan asuransi syariah untuk mengembangkan program asuransi mikro syariah								
	b. Menyusun tata kelola terkait asuransi mikro syariah untuk UMKM								
2	Optimalisasi pemanfaatan asuransi syariah untuk pelaku usaha industri halal	<ul style="list-style-type: none"> Peningkatan penggunaan asuransi syariah untuk industri halal 							OJK, Pelaku Pasar Industri Halal
	a. Melakukan identifikasi subsektor industri halal yang potensial untuk berkolaborasi dengan asuransi syariah (kecuali pariwisata halal)								
	b. Melakukan promosi terkait urgensi penggunaan asuransi syariah dalam pengembangan industri halal								
	c. Identifikasi skema asuransi syariah yang spesifik digunakan untuk subsektor industri halal								
	d. Meningkatkan perusahaan asuransi syariah yang memiliki produk asuransi industri halal								



No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
3	Optimalisasi pemanfaatan asuransi syariah untuk pariwisata halal	<ul style="list-style-type: none"> Peningkatan penggunaan asuransi syariah untuk sektor pariwisata halal 							OJK, Kementerian Pariwisata, Kementerian Agama, Kementerian Kesehatan, Industri Asuransi Syariah
	a. Melakukan riset pasar dan pemetaan penyedia jasa pariwisata halal di Indonesia								
	b. Identifikasi skema ideal asuransi syariah bagi industri travel syariah								
4	Pengembangan model bisnis <i>community-based</i> bagi asuransi syariah	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat model bisnis asuransi syariah dengan <i>community based</i> 							OJK, DSN-MUI, Industri Asuransi Syariah
	a. Identifikasi model bisnis asuransi syariah berbasis <i>community-based</i>								
	b. Pemaparan dan diskusi rancangan model bisnis kepada stakeholders								
	c. Implementasi model bisnis <i>community-based</i>								
5	Ekstensifikasi produk berbasis syariah pada BPJS Ketenagakerjaan**	<ul style="list-style-type: none"> Produk berbasis syariah pada BPJS Ketenagakerjaan 							DJSN, BPJS Ketenagakerjaan, DSN-MUI
	a. Audiensi stakeholders jaminan sosial milik pemerintah								
	b. Penyusunan skema produk berbasis syariah di BPJS Ketenagakerjaan								
	c. Implementasi produk								

No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Strategi III: Diversifikasi Produk dan Pendalaman Pasar Jaminan Sosial Syariah									
1	<p>Screening berbasis risiko untuk investasi syariah bagi BPJS, asuransi syariah, dan dana pensiun syariah</p> <p>a. Riset untuk mengembangkan metode screening portofolio investasi bagi BPJS, asuransi syariah, dan dana pensiun syariah</p> <p>b. Implementasi hasil kajian riset mengenai metode screening portofolio investasi</p>	<ul style="list-style-type: none"> Skema screening berbasis risiko untuk investasi syariah 							OJK, Kementerian Keuangan, Industri Perbankan Syariah
2	<p>Membuat structured product rendah risiko sebagai instrumen investasi syariah bagi BPJS, asuransi syariah, dan dana pensiun syariah</p> <p>a. Riset mengenai kebutuhan instrumen investasi syariah baru yang rendah risiko</p> <p>b. Kajian penyusunan skema instrumen investasi syariah rendah risiko</p> <p>c. Implementasi kajian</p>	<ul style="list-style-type: none"> Structured product rendah risiko sebagai instrumen investasi syariah 							OJK, Industri Asuransi Syariah
3	<p>Membantu pengembangan model bisnis Dana Pensiun Syariah</p> <p>a. Analisis pasar mengenai model bisnis Dana Pensiun Syariah yang sudah berjalan</p> <p>b. Pengembangan model bisnis Dana Pensiun Syariah dari yang telah berjalan atau pembentukan model bisnis yang baru</p>	<ul style="list-style-type: none"> Pengembangan model bisnis Dana Pensiun Syariah yang sudah ada 							Industri Dana Pensiun Syariah, DSN-MUI, OJK



No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
4	Penerbitan produk kolaborasi dengan sektor keuangan sosial*	<ul style="list-style-type: none"> • Produk kolaborasi pelaku jaminan sosial syariah dengan BWI & Baznas 							OJK, BWI, Baznas, DSN-MUI, DJSN
	a. Melakukan kajian skema pendanaan jaminan sosial syariah dengan BWI dan Baznas								
	b. Mempersiapkan infrastruktur ZISWAF sebagai sumber alternatif pendanaan jaminan sosial pemerintah dengan biaya murah								
5	Mengembangkan model bisnis asuransi syariah bencana berbasis ZISWAF*	<ul style="list-style-type: none"> • Model bisnis asuransi syariah bencana berbasis ZISWAF 							OJK, BAZNAS, BWI, DSN-MUI, Industri Asuransi Syariah
	a. Melakukan kajian model bisnis asuransi bencana berbasis ZISWAF								
	b. Mempersiapkan infrastruktur ZISWAF sebagai sumber alternatif pendanaan jaminan sosial pemerintah dengan biaya murah								
6	Mendorong konversi perusahaan asuransi menjadi perusahaan asuransi syariah	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat konversi perusahaan asuransi menjadi asuransi syariah 							Industri asuransi syariah, OJK, DSN-MUI
	a. Audiensi kepada stakeholders terkait kendala melakukan konversi								
	b. Penyusunan strategi untuk mendorong konversi								
	c. Implementasi strategi								

Keterangan: (*) merupakan program utama, (**) merupakan *quick wins*



Quick wins Jaminan sosial

Ekstensifikasi produk berbasis syariah pada BPJS Ketenagakerjaan

Produk berbasis syariah pada institusi jaminan sosial ketenagakerjaan merupakan turunan dari produk serupa yang diimplementasikan di Malaysia. Pemerintah Malaysia melalui institusi *Employee Provident Fund* (EPF) telah meresmikan produk baru dengan nama Simpanan Shariah pada tahun 2016. Produk ini memberikan opsi bagi nasabah untuk melakukan konversi akun jaminan sosial awal mereka untuk dikelola sesuai syariah.

Setelah diimplementasikan, opsi konversi tersebut menimbulkan efek domino bagi industri keuangan syariah lain karena EPF memerlukan instrumen investasi yang besar. Investasi tersebut, berdasarkan laporan dari Euromoney, diekspektasikan mencapai rata-rata RM 25 miliar setiap tahun dan mengalokasikan minimal 45 persen dari asetnya ke dalam instrumen investasi yang sesuai dengan syariah. Oleh karenanya, industri keuangan syariah selayaknya memaksimalkan potensi *fund movement* di Indonesia melalui BPJS Ketenagakerjaan.

Meningkatkan jumlah produk DPLK berbasis Syariah

Regulasi terkait pendirian Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) Syariah telah diresmikan sejak tahun 2016 melalui POJK Nomor 33/POJK.05/2016 Tentang Penyelenggaraan Program Pensiun Berdasarkan Prinsip Syariah. Pasca berlakunya POJK tersebut, produk DPLK Syariah pertama baru muncul dua tahun kemudian di bawah Bank Muamalat sebagai penyelenggara. Hingga akhir tahun 2018, pangsa pasar DPLK Syariah Bank Muamalat baru mencapai 3,07 persen dari industri konvensionalnya. Hal ini menandakan adanya ruang pengembangan yang lebih luas, utamanya apabila terdapat bank syariah lain yang masuk sebagai penyelenggara. Oleh karenanya, pemerintah perlu mendorong lembaga keuangan syariah yang memiliki kapabilitas sehingga terjadi peningkatan produk DPLK Syariah di Indonesia, baik dari jumlah institusi maupun aset dan pangsa pasar.





ZAKAT

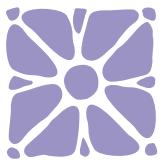


Zakat dan wakaf

Keuangan sosial Islam secara istilah merupakan dana-dana Islam yang pemberiannya dilakukan secara sukarela dengan niat *tabarru* (kebaikan/kasih sayang), tidak mengharapkan imbal hasil secara materiil dan penggunaannya ditujukan untuk peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat. Sektor keuangan sosial Islam (*Islamic social finance*) secara luas meliputi institusi Islam berbasis filantropi dan yang berbasis kerja sama. Institusi yang berbasis filantropi mencakup, antara lain, zakat, infak, sedekah dan wakaf. Sedangkan institusi yang berbasis kerja sama meliputi *qard* (kerja sama berbasis pinjaman), *kafalah* (kerja sama berbasis jaminan) serta institusi keuangan mikro Islam kontemporer (*Islamic Social Finance Report*, 2015).

Dalam konteks Indonesia, sektor keuangan sosial Islam identik dengan institusi zakat dan wakaf. Hal ini dipengaruhi oleh penjelasan dua regulasi di Indonesia yang terkait dengan keuangan sosial Islam, yaitu UU No. 23 tahun 2011 mengenai Pengelolaan Zakat dan UU No. 41 tahun 2004 tentang Wakaf. Meskipun begitu, regulasi ini menyebutkan dana sosial Islam lain seperti infak, sadaqah dan DSKL (Dana Sosial Keagamaan Lainnya) masuk dalam lingkup kewenangan UU No. 23 Tahun 2011.⁵

⁵ Dalam UU No. 23/2011, disebutkan juga bahwa dana sosial Islam yang dikelola oleh Lembaga Amil Zakat (LAZ) meliputi zakat, infak, sedekah, dan dana sosial keagamaan lainnya (seperti harta *nazar*, harta amanah atau titipan, harta pusaka yang tidak memiliki ahli waris, kurban, *kafarat*, *fidyah*, hibah, dan harta sitaan serta biaya administrasi peradilan di pengadilan agama). Akan tetapi, focus UU tersebut adalah pengelolaan zakat. Sementara dalam UU No. 41/2004 memang secara tegas mengatur mengenai wakaf (harta wakaf) yang merupakan dana sosial yang dikelola oleh Nazir Wakaf.



Kondisi global dan nasional Zakat dan wakaf

1. Zakat

Zakat berasal dari kata *zakaa* – *yuzakkii* – *tazkiyat* – zakaatan yang secara harfiah berarti pertumbuhan, meningkat atau menyucikan. Untuk konteks individu, zakat berarti meningkatkan (*to improve*) atau menjadikan lebih baik (*to make better*). Sehingga zakat juga diinterpretasikan sebagai berkah, pertumbuhan, kebersihan, puji dan perbaikan. Dalam perspektif fikih, Qaradhawi (2000) menjelaskan bahwa zakat mengacu kepada bagian harta secara khusus yang diberikan kepada orang-orang yang berhak menerima zakat (*mustahiq*) sebagaimana yang telah ditentukan oleh Allah SWT.

Pada tatanan global, zakat yang merupakan instrumen utama dan disebutkan dalam rukun Islam, telah memiliki kontribusi penting terhadap kuatnya peranan keuangan sosial Islam. Hal ini dipengaruhi oleh sifatnya yang *ijbary* (memaksa) dan berlaku kepada seluruh umat Islam yang sudah memenuhi syarat. Sepanjang sejarah khilafah Islam misalnya, zakat telah terbukti menjadi instrumen fiskal utama yang digunakan dalam rangka menopang perekonomian negara khususnya dalam hal kesejahteraan masyarakat.

Dalam sejarahnya, zakat merupakan salah satu instrumen fiskal utama yang digunakan untuk membiayai berbagai keperluan negara. Namun demikian, dalam perekonomian di negara-negara Islam kontemporer termasuk Indonesia, zakat masih dipandang sebagai instrumen keuangan sosial yang penyalurannya hanya untuk kelompok tertentu dan karenanya tidak diberdayakan untuk keuangan negara, terlepas dari potensi penghimpunannya yang cukup besar.

Pada perekonomian kontemporer, secara global infrastruktur zakat masih kurang didukung oleh lingkungan regulasi, terutama bagi negara-negara yang mayoritas penduduknya non-Muslim, sehingga secara

umum organisasi pengelola zakat hanya bergerak sebagai yayasan yang regulasi dan tata kelolanya masih mengikuti hukum yayasan sekuler secara umum (IRTI, 2017). Institusi dana sosial Islam seperti zakat dan wakaf saat ini memang belum memiliki regulator dan pengawas secara global seperti Islamic Financial Services Board. Oleh karenanya pengelolaan zakat atau dana sosial Islam secara global dapat menjadi sangat berbeda dan tidak terstandarisasi.

Saat ini di Indonesia, pengelolaan zakat sudah menjadi kewenangan negara sebagaimana diatur dalam UU No. 23 tahun 2011. UU ini terdiri atas 11 bab dan 47 pasal. Bab 1 berisikan definisi tentang beberapa peristilahan terkait pengelolaan zakat, asas-asas dan tujuan pengelolaan zakat, jenis-jenis zakat, serta prinsip tentang syarat dan tata cara penghitungan zakat.

Bab 2 berisikan kelembagaan pengelola zakat. Bab 3 berisikan ketentuan pengumpulan, pendistribusian, pelayagunaan dan pelaporan zakat. Bab 4 berisikan tentang ketentuan pembiayaan bagi BAZ dan LAZ. Sedangkan Bab 5 menjelaskan perihal pembinaan dan pengawasan oleh Menteri Agama, Gubernur, Bupati dan Wali Kota. Bab 6 mengupas peran serta masyarakat berupa pembinaan dan pengawasan terhadap BAZNAS dan LAZ.

Bab 7 mengungkapkan sanksi administratif bagi lembaga pengelola zakat yang melakukan pelanggaran. Bab 8 berisikan larangan bagi pengelola zakat terhadap penyalahgunaan dana. Bab 9 berisikan ketentuan pidana bagi penyalahgunaan dan penyelewengan dalam pendistribusian zakat. Lalu Bab 10 dan Bab 11 merupakan ketentuan peralihan dan ketentuan penutup (Hakim, 2015).

Dari segi kelembagaan, pengelolaan zakat di Indonesia hanya boleh dilakukan oleh organisasi pengelola zakat (OPZ) milik pemerintah, dalam hal ini adalah BAZNAS, dan organisasi pengelola zakat



(OPZ) milik swasta yang mendapatkan izin dari pemerintah, dalam hal ini adalah LAZ. Berdasarkan hasil FGD tercatat hingga tahun 2018, total OPZ di Indonesia telah mencapai 604 lembaga yang terdiri atas satu BAZNAS Pusat, 34 BAZNAS tingkat provinsi, 514 BAZNAS tingkat Kabupaten/Kota, dan LAZ. Karena banyaknya jumlah OPZ di Indonesia, realisasi penghimpunan dan penyaluran dana zakat di Indonesia sangat dipengaruhi oleh kinerja masing-masing OPZ. Oleh karena itu, penting untuk membuat pemetaan kinerja OPZ sehingga dapat terlihat OPZ mana yang memiliki realisasi penghimpunan zakat tertinggi dan kinerja yang baik dan dapat menjadi contoh.

Data Statistik Zakat Nasional tahun 2017 menunjukkan bahwa realisasi penghimpunan dana zakat tertinggi dilakukan oleh kelompok OPZ dari BAZNAS tingkat Kabupaten/Kota, yaitu sebanyak 77 persen dari total penghimpunan, diikuti oleh kelompok LAZ sebanyak 16 persen. Berikutnya kelompok BAZNAS Provinsi sebanyak 10 persen dan BAZNAS pusat sebanyak 3 persen.

Sedangkan untuk kategori infak sedekah, realisasi penghimpunan tertinggi dilakukan oleh kelompok OPZ dari LAZ yang menghimpun sebanyak 53 persen dari total dana infak sedekah, diikuti oleh kelompok BAZNAS Kabupaten/Kota sebanyak 43 persen.

Berikutnya oleh kelompok BAZNAS Provinsi sebanyak 3 persen, dan BAZNAS pusat sebanyak 1 persen. Untuk kategori dana sosial keagamaan lainnya (DSKL), penghimpunan terbanyak dilakukan oleh kelompok OPZ dari LAZ dengan penghimpunan 74 persen, diikuti oleh BAZNAS Kabupaten/Kota sebanyak 23 persen, dan BAZNAS Provinsi sebanyak 2 persen. Hal ini menunjukkan sebaran muzakki yang sangat luas dalam menyalurkan dana sosial Islam. Dimana untuk kategori zakat, perhatian lebih muzakki tertuju kepada BAZNAS tingkat Kabupaten/Kota di daerahnya masing-masing seluruh Indonesia. Sedangkan untuk dana infak, sedekah dan dana sosial keagamaan lainnya, perhatian lebih donatur tertuju kepada LAZ

Ditinjau dari trennya, penghimpunan zakat di Indonesia terus menunjukkan peningkatan setiap tahun. Data BAZNAS menunjukkan bahwa dalam 10 tahun terakhir (2008-2017), dana zakat telah tumbuh sebesar 576 persen dari Rp 920 miliar pada tahun 2008 menjadi Rp 6,22 triliun pada tahun 2017 atau tumbuh rata-rata 57,6 persen per tahun. Namun demikian, tingkat pertumbuhan ini cenderung fluktuatif. Hal ini karena realisasi penghimpunan tiap tahun dapat bergantung pada peristiwa yang terjadi di tahun-tahun tertentu. Misalnya pada tahun 2005 dan 2007. Ketika itu pertumbuhan penghimpunan mencapai hingga masing-masing 96,90 persen dan

Tabel 4.1.3
Penghimpunan Dana Sosial Islam Menurut Jenis OPZ tahun 2017 (dalam Rp)

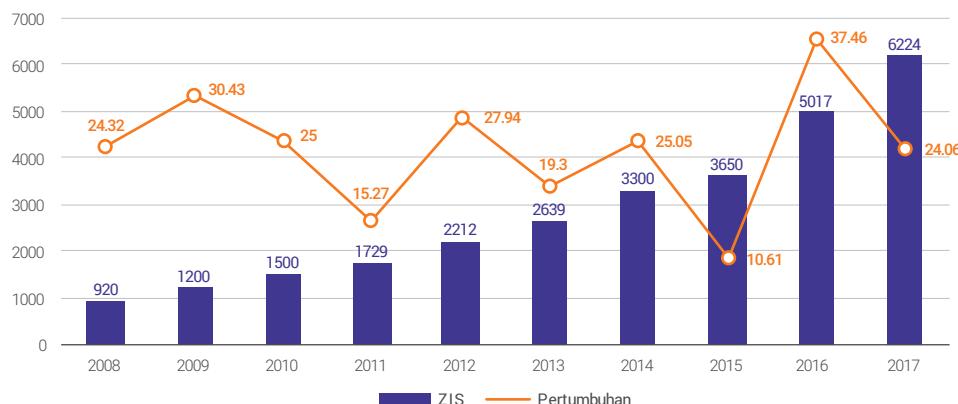
Sumber: BAZNAS (2018)

Jenis OPZ	Zakat	Infak dan Sedekah	DSKL
BAZNAS	137.537.774.909	16.004.328.496	0
BAZNAS Provinsi	408.061.394.587	34.021.693.886	6.088.100.785
BAZNAS Kab/Kota	2.893.580.429.402	471.386.165.525	61.722.842.692
LAZ	754.962.835.480	1.243.471.009.086	197.534.694.624

Grafik 4.4.1

Realisasi Penghimpunan dan Pertumbuhan Penghimpunan Dana ZIS 2008 - 2017

Sumber: BAZNAS, 2018



98,30 persen karena adanya bencana tsunami Aceh dan gempa Yogyakarta.

Apabila dikaitkan dengan potensinya, realisasi penghimpunan zakat sejumlah Rp 6,22 Triliun tersebut masih tergolong kecil. Firdaus, Beik, et al (2012) menyatakan potensi zakat di Indonesia pada tahun 2012 mencapai Rp 217 triliun per tahun atau 3,4% dari PDB. Artinya realisasi penghimpunan zakat tersebut masih di angka 2,86 persen. Beberapa faktor yang mungkin mempengaruhi rendahnya realisasi penghimpunan zakat ini di antaranya adalah minimnya kesadaran wajib zakat, masih rendahnya insentif bagi wajib zakat pada saat membayar zakat, masih adanya ketidakpercayaan masyarakat terhadap lembaga zakat, dan dampak distribusi zakat yang masih belum maksimal (BAZNAS, 2018).

Dari penyalurannya, dalam tiga tahun terakhir lebih dari 65 persen dana zakat di Indonesia secara konsisten telah disalurkan untuk mustahik fakir dan miskin. Hal ini menandakan bahwa 65 persen dana zakat di Indonesia telah didistribusikan untuk mendukung penanganan fakir miskin di Indonesia sesuai dengan amanat pengelolaan zakat sebagaimana ditegaskan dalam UU No 23 tahun 2011 yaitu untuk pengentasan kemiskinan.

Penyaluran tertinggi setelah asnaf fakir miskin adalah mustahik *fi sabillillah*. Penerima penyaluran dana zakat terbanyak selanjutnya adalah asnaf amil zakat. Dana zakat selain digunakan untuk menggaji

upah para amil zakat, juga disalurkan untuk biaya operasional. Adapun penerima penyaluran dana zakat lainnya, yaitu muallaf, riqab, gharimin dan ibnu sabil masing-masing memiliki proporsi tidak lebih dari 2 persen dari total penerima dana zakat.

Penyaluran terbesar diberikan untuk bidang sosial kemanusiaan sebesar 25,89%, diikuti oleh bidang dakwah sebesar 22,56%, bidang pendidikan sebesar 21,69%, bidang ekonomi sebesar 20,33% dan bidang kesehatan sebesar 9,52%. Beberapa contoh program penyaluran yang dilakukan oleh BAZNAS di antaranya adalah program BAZNAS seperti tanggap bencana dan layanan aktif BAZNAS (bidang sosial kemanusiaan), Lembaga Beasiswa

Grafik 4.4.2.

Penyaluran Zakat Berdasarkan Bidang 2016 – 2017

Sumber: BAZNAS, 2018





BAZNAS (bidang pendidikan), Rumah Sehat BAZNAS (bidang kesehatan), Lembaga Pemberdayaan Ekonomi Mustahik, BAZNAS Microfinance Desa, Balai Kurban, dan Zakat Community Development (bidang ekonomi), serta Mualaf Center BAZNAS dan Pusat Kajian Strategis BAZNAS (bidang dakwah). Program-program serupa juga dilakukan oleh OPZ lainnya.

2. Wakaf

Wakaf berasal dari kata dasar Arab *waqafa – yaqifu* yang berarti menahan atau berhenti. Secara istilah, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, wakaf berarti benda bergerak atau tidak bergerak yang disediakan untuk kepentingan umum (Islam) sebagai pemberian yang ikhlas. Wakaf merupakan salah satu institusi keuangan Islam yang dalam sejarahnya memiliki kontribusi besar untuk pembangunan sebuah negara, utamanya pembangunan infrastruktur. Pengelolaan wakaf yang profesional dan kesadaran masyarakat Muslim untuk menyalurkan wakaf merupakan dua faktor penting yang mendukung keberhasilan wakaf dalam menopang berbagai sektor perekonomian. Namun demikian, dalam perekonomian negara-negara Islam kontemporer, peran signifikan wakaf dalam pembangunan negara masih belum maksimal.

Dari sisi kelembagaan, berdasarkan hasil FGD, hingga tahun 2018 tercatat telah terdapat 192 lembaga yang memperoleh izin BWI untuk mengelola dana wakaf uang, termasuk di dalamnya 15 Lembaga Keuangan Syariah Pengelola Wakaf Uang (LKS-PWU). Selain nazir berbentuk lembaga, 66% nazir di Indonesia merupakan nazir perseorangan, sedangkan 16% lainnya adalah nazir organisasi dan 18% sisanya merupakan nazir berbadan hukum. Di antara nazir tersebut, hanya 16% nazir yang bekerja penuh waktu. Lebih dari itu, dari sisi kelembagaan BWI sebagai regulator juga masih menjalankan peran ganda yaitu menjadi organisasi/lembaga pengelola dana wakaf.

Meskipun Indonesia tercatat sebagai negara dengan penduduk Muslim terbanyak di dunia namun

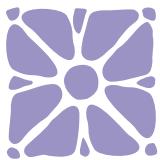
realisasi dana wakafnya masih tergolong rendah. Berdasarkan catatan Badan Wakaf Indonesia (BWI), realisasi penghimpunan dana wakaf sampai dengan tahun 2017 masih berada di angka Rp 199 miliar. Jumlah ini terdiri dari kontribusi penghimpunan dari BWI pusat, BWI daerah serta penghimpunan dari institusi pengelola dan awakaflainnya. Penghimpunan terbesar diperoleh dari lembaga/institusi yang berbentuk yayasan. Sebagian besar yayasan tersebut juga melakukan pengelolaan dana-dana sosial Islam lainnya seperti zakat, infak dan sedekah. Adapun realisasi penghimpunan wakaf benda tidak bergerak saat ini cukup tinggi. Per tahun 2016, tanah wakaf di Indonesia mencapai 435.768 kavling tanah dengan luas mencapai 4,2 juta hektar, dimana sekitar 66% di antaranya sudah memiliki sertifikat wakaf. Akan tetapi, BWI menyebutkan bahwa potensi wakaf Indonesia sebenarnya mencapai Rp 180 Triliun. Sementara, menurut sebagian pakar, potensi wakaf uang di Indonesia juga dapat mencapai Rp 3 Triliun per tahun Nasution (2005).

Grafik 4.4.3 menguraikan penyaluran dan utilisasi dana wakaf pada tahun 2016. Pada tahun 2016, sebanyak 75% aset wakaf masih dipergunakan untuk pembangunan masjid/musholla, 14% untuk pendidikan, 5% untuk pemakaman dan 6% untuk penggunaan yang lain. Dengan demikian, pada dasarnya penggunaan aset wakaf masih terfokus pada sektor yang kurang produktif.

Grafik 4.4.3.
Penggunaan Tanah Wakaf Indonesia

Sumber: BWI, 2018





Peluang dan tantangan Pengembangan zakat dan wakaf

Peluang dan tantangan zakat dan wakaf dapat dilihat berdasarkan ekosistemnya, yaitu awareness, riset dan penelitian, teknologi, regulasi dan kelembagaan, serta SDM. Dari sisi awareness, masyarakat pada dasarnya dinilai sudah memiliki pemahaman yang cukup baik terkait zakat, meskipun pengetahuan masyarakat terkait terminologi pada wakaf kontemporer seperti wakaf uang masih terbatas. Adapun dari sisi riset, pengembangan, dan teknologi, lembaga zakat dan wakaf masih dalam tahap pengembangan riset dan penggunaan teknologi untuk penghimpunan dan pengelolaan, meskipun secara umum dalam hal ini dan teknologi zakat sudah lebih berkembang dibandingkan wakaf.

Dari sisi regulasi dan kelembagaan, masih terdapat banyak catatan yang perlu diperhatikan, terutama terkait dengan regulasi seperti UU maupun regulasi-regulasi teknis dari regulator masing-masing institusi seperti BAZNAS dan BWI. Adapun dari sisi SDM, secara umum masih diperlukan peningkatan kompetensi baik teknis maupun manajerial bagi amil maupun nazhir pengelola zakat dan wakaf.

Tabel 4.14
Peluang dan Tantangan Zakat dan Wakaf Berdasarkan Ekosistem

Aspek	Peluang	Tantangan
Awareness	Zakat: 1. Pengetahuan dan kesadaran masyarakat yang cukup baik mengenai zakat Wakaf: 1. Masyarakat sudah cukup familiar dengan konsep wakaf harta tidak bergerak	Wakaf: 1. Masih terbatasnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat mengenai wakaf, khususnya mengenai wakaf uang dan wakaf dengan uang.
R&D dan Teknologi	Zakat: 1. Sudah terdapat Pusat Kajian Strategis oleh BAZNAS (Puskas Baznas) 2. Secara umum sudah banyak BAZNAS dan LAZ pada tingkat nasional yang menggunakan platform digital untuk mempermudah penghimpunan Wakaf: 1. Sudah mulai adanya inisiasi kegiatan wakaf yang memanfaatkan platform digital (seperti tabung wakaf dan kitawakaf.com)	Zakat: 1. Masih kurang optimalnya penggunaan teknologi dalam zakat terutama pada BAZNAS dan LAZ tingkat daerah Wakaf: 1. Belum adanya Pusat Kajian Strategis BWI 2. Pemanfaatan teknologi seperti layanan <i>multipayment</i> pada LKS dan e-commerce serta layanan wakaf <i>online</i> masih belum dilakukan secara optimal



Regulasi dan Kelembagaan	<p>Zakat:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sudah terdapat UU Pengelolaan Zakat No. 23 tahun 2011. 2. Sudah terdapatnya regulasi pendukung, seperti standar pengelolaan zakat, misalnya <i>zakat core principle</i>. 3. Sudah terdapat berbagai lembaga pendukung, seperti Asosiasi Pengelola Zakat (Forum Zakat) dan organisasi sejenis lainnya. <p>Wakaf:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sudah terdapatnya UU Wakaf No. 41 tahun 2004. 2. Sudah adanya <i>waqf core principles</i> (WCP) sebagai panduan pengelolaan wakaf. 	<p>Zakat:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Masih kurangnya aturan-aturan teknis untuk menjalankan regulasi terkait zakat, seperti aturan teknis untuk mengaudit lembaga zakat. 2. Kurangnya sinergi antar berbagai lembaga terkait zakat. 3. Perlunya berbagai penyempurnaan pada UU Wakaf No 41 tahun 2004 4. Masih terbatasnya peran dan dukungan untuk Badan Wakaf Indonesia (BWI) 5. Masih terbatasnya kelembagan pendukung, termasuk sinergi dan harmonisasi antar berbagai lembaga terkait wakaf.
SDM		<p>Zakat:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Masih rendahnya kualitas (kompetensi dan profesionalitas) dan kuantitas SDM, kecuali di beberapa OPZ besar. <p>Wakaf:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Masih rendahnya kualitas (kompetensi dan profesionalitas) dan kuantitas SDM, kecuali di beberapa lembaga pengelola dana wakaf besar. 2. Masih banyaknya jumlah nazir perseorangan

Gambar 4.4 berikut menunjukkan *value chain* dan ekosistem di sektor ZISWAF. Secara umum, ZISWAF memiliki tiga *value chain* utama, yaitu penghimpunan, pengelolaan, dan penyaluran dana ZISWAF. Kegiatan penghimpunan mencakup segala kegiatan terkait pengumpulan dana ZISWAF dari muzakki dan wakif, mulai dari sosialisasi/pemasaran hingga penyimpanan dana ZISWAF yang terkumpul.

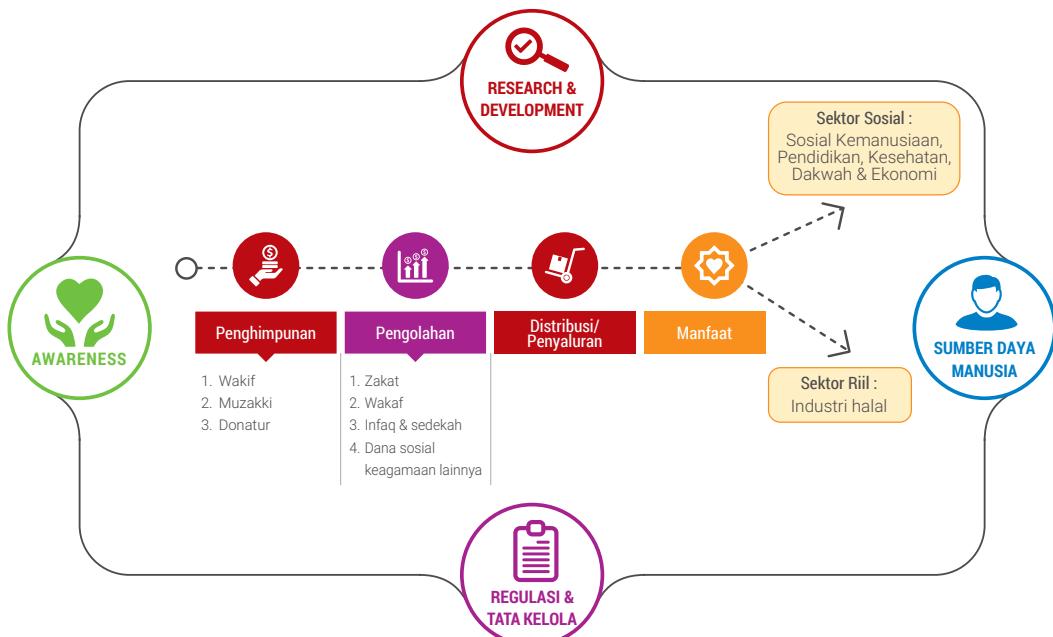
Kegiatan penyaluran mencakup segala kegiatan terkait dengan penyaluran dana ZISWAF dari muzakki dan wakif kepada mustahik dan mauquf 'alaih, terutama program-program pada sektor sosial seperti program sosial kemanusiaan, pendidikan, kesehatan, dakwah dan ekonomi. Lebih dari itu, sebagai salah satu rencana aksi untuk memasukkan dana zakat dan wakaf yang merupakan bagian dari

keuangan Islam untuk menjadi pendukung industri halal dalam *value chain*, maka distribusi dana zakat dan wakaf dapat disalurkan untuk mendukung sektor riil, khususnya industri halal.

Sedangkan kegiatan pengelolaan antara lain mencakup kegiatan perencanaan, manajemen SDM, manajemen keuangan serta *monitoring* dan evaluasi. Sementara itu, ekosistem utama yang mempengaruhi *value chain* di sektor ZISWAF terdiri dari aspek sumber daya manusia (SDM), kesadaran masyarakat (*demand side*), regulasi dan kelembagaan, serta aspek riset dan pengembangan (R&D) dan teknologi.

Gambar 4.4

Value Chain Zakat dan Wakaf (Dana Sosial Islam)



Tabel 4.15

Value Chain Zakat dan Wakaf

Value Chain	Aspek	Pendukung Utama
Penghimpunan	<ul style="list-style-type: none"> • Wakif • Muzakki • Donatur 	<ul style="list-style-type: none"> • Awareness • Regulasi dan Tata Kelola • R&D dan Teknologi
Pengelolaan Dana	<ul style="list-style-type: none"> • Pengelolaan Dana Zakat • Pengelolaan Dana Wakaf • Pengelolaan Dana Infaq dan Sedekah • Pengelolaan Dana Sosial Keagamaan Lainnya 	<ul style="list-style-type: none"> • Regulasi dan Tata Kelola • R&D dan Teknologi • SDM
Distribusi/ Penyaluran	<ul style="list-style-type: none"> • Sektor Sosial: Sosial Kemanusiaan, Pendidikan, Kesehatan, Dakwah dan Ekonomi • Sektor Riil: Industri Halal 	<ul style="list-style-type: none"> • SDM • Regulasi dan Tata Kelola

Selanjutnya, tabel 4.16 meringkaskan analisis SWOT serta sasaran jangka pendek/menengah sektor ZISWAF. Aspek-aspek tersebut diidentifikasi terutama berdasarkan pada hasil FGD dan *indepth interview* yang telah dilakukan dengan berbagai pemangku kepentingan ZISWAF di Indonesia. Kondisi

zakat dan wakaf di Indonesia masih menghadapi berbagai kelebihan dan peluang dan serta kelemahan dan tantangan, ditinjau dari sisi penghimpunan, pengelolaan dan penyaluran. Baik zakat maupun wakaf memiliki peluang dan tantangan yang dihadapi masing-masing maupun bersama.



Secara keseluruhan, pengelolaan zakat dan wakaf mulai berkembang, terutama di era industri 4.0, dimana penghimpunan zakat dan wakaf mulai memanfaatkan teknologi digital sehingga mempermudah penghimpunan. Namun demikian, masih kurangnya kesadaran masyarakat untuk membayar zakat dan wakaf masih menjadi tantangan utama bagi penghimpunan zakat dan wakaf di Indonesia.

Dari sisi pengelolaan, permasalahan SDM masih menjadi masalah utama dalam pengelolaan zakat, terlebih lagi untuk wakaf. Namun demikian, dengan

adanya integrasi pengelolaan zakat dan wakaf dengan dana komersial serta diberlakukannya berbagai regulasi pada pengelolaan zakat dan wakaf diharapkan dapat mendukung peningkatan kinerja pengelolaan zakat dan wakaf. Sedangkan Dari sisi penyaluran, kedua lembaga pengelola dana sosial masih mengembangkan basis data bersama, terutama penerima manfaat. Pengembangan basis data ini sangat penting untuk menghindari tumpang tindih penerima manfaat dan evaluasi kinerja lembaga pengelola zakat dan wakaf itu sendiri.

Tabel 4.16
Analisis SWOT Zakat dan Wakaf

	STRENGTHS	WEAKNESSES
Penghimpunan	<p>Zakat:</p> <ol style="list-style-type: none"> Cukup banyak lembaga amil zakat yang sudah <i>well-established</i> dan dipercaya oleh masyarakat. Tersebarnya organisasi pengelola zakat (OPZ), terdiri dari Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dan lembaga amil zakat (LAZ) yang aktif pada tingkat nasional, provinsi dan kabupaten/kota. Secara regulasi, selain zakat OPZ diperbolehkan menghimpun dana infaq, sedekah, dan dana sosial keagamaan lainnya (DSKL) sehingga memiliki basis pendanaan dan portofolio penghimpunan yang lebih kuat dan terdiversifikasi <p>Wakaf:</p> <ol style="list-style-type: none"> Sudah diluncurkannya beberapa instrumen wakaf yang bersifat <i>hybrid</i> dan terhubung dengan keuangan komersial dan industri halal. <p>Strengths Bersama:</p> <ol style="list-style-type: none"> Terdapat pola koordinasi antara Organisasi Pengelola Zakat dan Lembaga Wakaf seperti tersedianya pangkalan basis data zakat dan wakaf yang terpadu Organisasi Pengelola Zakat dan Lembaga Wakaf yang sudah <i>well-established</i> sudah mulai mengembangkan digitalisasi zakat/wakaf, hal ini memberi stimulus <i>fundraising</i> 	<p>Zakat:</p> <ol style="list-style-type: none"> Nomor Pokok Wajib Zakat (NPWZ) belum bersifat memaksa dan tersentral sehingga cukup sulit dalam pemetaan <i>muzakki</i>. <p>Wakaf:</p> <ol style="list-style-type: none"> Kurangnya literasi masyarakat tentang wakaf produktif dan kesadaran masyarakat untuk berwakaf Dominannya persepsi masyarakat terhadap wakaf tradisional Masih banyaknya masyarakat yang menyalurkan wakafnya melalui nazir perseorangan sehingga tidak tercatat <p>Weaknesses Bersama:</p> <ol style="list-style-type: none"> Kurang berkembangnya digitalisasi penghimpunan zakat/wakaf yang bersifat <i>user-friendly</i> Kurang berkembangnya instrumen-instrumen yang mengintegrasikan zakat/wakaf dengan produk <i>merchant</i> yang dapat menarik <i>muzakki/wakif</i> dari berbagai kalangan

Pengelolaan	<p>Zakat:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sudah diberlakukannya Zakat Core Principles (ZCP) 2. Sudah mulai diberlakukannya Sertifikasi Amil Zakat 3. Sudah adanya divisi <i>monitoring and evaluation</i> dari regulator (BAZNAS) untuk mengawasi dan mengontrol tata kelola Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) baik tingkat nasional Provinsi atau Kabupaten/Kota <p>Wakaf:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sudah diresmikannya <i>wakaf core principle</i> (WCP) <p><i>Strengths Bersama:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sudah adanya skema yang mengintegrasikan dana sosial dengan dana komersial (BMT) yang dapat mempermudah pengelolaan dana sosial secara profesional 	<p>Zakat:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sebagian besar lembaga zakat belum memiliki visi dan misi untuk berkontribusi dalam mendorong perkembangan sektor halal di Indonesia. 2. Belum semua lembaga zakat memiliki fungsi perencanaan yang baik. 3. Pola integrasi dan koordinasi antar OPZ yang tidak maksimal dalam hal pengelolaan zakat, infaq sedekah atau DSKL, sehingga lembaga pengelola zakat terkesan berkompetisi dan kurang bersinergi. <p>Wakaf:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Belum diberlakukannya sertifikasi nazir wakaf dan standar kompetensi bagi nazir 2. Masih banyaknya jumlah nazir perseorangan yang tidak tercatat 3. Masih banyaknya jumlah nazir yang tidak bekerja secara <i>full-time</i> <p><i>Weaknesses Bersama:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Regulator (BAZNAS dan BWI) masih menjalankan peran ganda sebagai operator 2. Masih kurangnya koordinasi dan integrasi antar sektor
Penyaluran	<p>Zakat:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penyaluran zakat baik menurut asnaf maupun program secara umum sudah tepat sasaran 2. Sudah terdapat berbagai instrumen untuk mengevaluasi dampak penyaluran/pendayagunaan dana zakat terhadap penerimanya <p>Wakaf:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penyaluran dan utilisasi dana wakaf secara umum lebih fleksibel dibandingkan zakat <p><i>Strengths Bersama:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Organisasi Pengelola Zakat/Wakaf berada di bawah naungan koordinasi yang sama sehingga dapat mempermudah akses terhadap basis data penerima manfaat 	<p>Zakat:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penyaluran masih berfokus pada pengentasan kemiskinan dengan skema konsumtif <p>Wakaf:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penyaluran sebagian besar dana wakaf masih kurang produktif 2. Belum ada indikator tertentu yang dapat mengevaluasi efektivitas dana wakaf bagi penerima manfaat <p><i>Weaknesses Bersama:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Belum adanya skema yang dapat menjadikan zakat dan wakaf bersifat komplementer, terutama dalam hal penggunaan/utilisasi



	Kesempatan	Ancaman
Penghimpunan	<p>Zakat:</p> <ol style="list-style-type: none"> Tersedianya layanan zakat berbasis revolusi industri 4.0, seperti layanan zakat berbasis <i>mobile</i>, <i>crowdfunding</i> atau <i>internet banking</i> pada berbagai lembaga keuangan syariah <p>Wakaf:</p> <ol style="list-style-type: none"> Sudah terdapat sejumlah Lembaga Keuangan Syariah yang menjadi nazir wakaf uang (LKS-PWU), sehingga memperluas inklusivitas dan mempermudah jangkauan terhadap wakif yang merupakan nasabah perbankan syariah <p>Kesempatan Bersama:</p> <ol style="list-style-type: none"> Meningkatnya keberagaman layanan <i>multipayment</i> dalam berbagai situs <i>e-commerce</i> terkemuka Banyaknya jumlah muslim pada kelompok menengah ke atas di Indonesia sebagai potensi muzakki Intensi berdonasi masyarakat Indonesia yang tinggi (Indonesia menempati peringkat nomor 1 dalam World Giving Index tahun 2018) 	<p>Zakat:</p> <ol style="list-style-type: none"> Masih kurangnya kesadaran masyarakat Indonesia untuk membayar zakat pendapatan secara rutin Masih kurangnya pengetahuan masyarakat Indonesia tentang <i>nishab</i> dan <i>haul</i> <p>Wakaf:</p> <ol style="list-style-type: none"> Masih kurangnya kesadaran masyarakat Indonesia untuk berwakaf uang Mindset masyarakat Indonesia terhadap wakaf yang masih lekat dengan harta tidak bergerak <p>Ancaman Bersama:</p> <ol style="list-style-type: none"> Gerakan ekonomi syariah di tengah masyarakat masih bersifat parsial dan masih fokus pada keuangan komersial Sulitnya memastikan harta sumber zakat / wakaf yang diberikan muzakki / wakif berasal dari sumber yang halal
Pengelolaan	<p>Zakat:</p> <ol style="list-style-type: none"> Sudah adanya perhatian dan pemetaan bersama dengan lembaga internasional (misalnya UNDP) untuk memaksimalkan penggunaan zakat dalam mencapai target SDGs di Indonesia <p>Wakaf:</p> <ol style="list-style-type: none"> Indonesia memiliki banyak pesantren yang dibangun dari tanah wakaf, sehingga pesantren memiliki potensi besar menjadi laboratorium pengelolaan wakaf produktif di Indonesia <p>Kesempatan Bersama:</p> <ol style="list-style-type: none"> Meningkatnya jumlah perguruan tinggi yang secara khusus mengajarkan ekonomi syariah, sehingga berpotensi menyediakan SDM bagi Lembaga Pengelola Zakat/Wakaf 	<p>Zakat:</p> <ol style="list-style-type: none"> Penyaluran dan penghimpunan sangat bergantung pada kondisi perekonomian dan sosial pada masa tertentu, sehingga baik penghimpunan maupun penyaluran dapat menjadi sangat fluktuatif <p>Wakaf:</p> <ol style="list-style-type: none"> Semakin meningkatnya kebutuhan pemangku kepentingan atas pengelolaan wakaf yang profesional, terutama karena adanya skema wakaf <i>hybrid</i> yang memerlukan tingkat pengembalian tinggi secara komersial <p>Ancaman Bersama:</p> <ol style="list-style-type: none"> <i>Branding</i> Lembaga Pengelola Zakat/Wakaf sebagai Lembaga Filantropi masih kurang bersaing dibandingkan Lembaga Keuangan lainnya Belum adanya regulasi yang mengintegrasikan zakat dengan wakaf Belum terbentuknya Sistem Informasi Zakat dan Sistem Informasi Wakaf yang berkualitas dan terpadu Belum adanya arsitektur dan cetak biru bersama bagi Zakat dan Wakaf yang juga terintegrasi dengan Masterplan di luar lingkup ekonomi syariah

Penyaluran	<p>Zakat:</p> <p>Sudah tersedianya basis data dari pemerintah, khususnya Kemensos dan TNP2K, terkait dengan keluarga/rumah tangga yang membutuhkan asistensi finansial yang dapat dimanfaatkan oleh Organisasi Pengelola Zakat untuk menghindari <i>double-counting</i> dalam penyaluran</p> <p>Wakaf:</p> <p>Meningkatnya kebutuhan akan pendanaan proyek infrastruktur pemerintah yang dapat didanai oleh dana wakaf</p> <p>Kesempatan Bersama:</p> <p>Pengembangan industri halal Indonesia yang akan membutuhkan dukungan finansial dari keuangan syariah (komersial dan sosial) baik dari sisi permintaan maupun penawaran</p>	<p>Zakat:</p> <p>Basis data mustahik yang sudah tersedia belum diintegrasikan dengan Lembaga Pengelola Zakat sehingga tinggi kemungkinan terjadinya <i>double-counting</i> (mustahik yang sama dapat menerima dari beberapa lembaga di saat ada beberapa mustahik yang sama sekali tidak memperoleh zakat)</p> <p>Wakaf:</p> <p>Belum ada regulasi yang mengatur penyaluran dan utilisasi wakaf oleh nazir perseorangan, sehingga penggunaannya menjadi kurang produktif</p> <p>Ancaman Bersama:</p> <p>Belum ada gerakan bersama dari Lembaga Pengelola dan pemangku kepentingan untuk penyaluran zakat dan wakaf dalam mendukung sektor riil, khususnya industri halal</p>
-------------------	--	---





Dukungan zakat dan wakaf Terhadap industri halal

Secara konseptual, zakat dan wakaf berpotensi besar untuk mendorong dan mendukung pengembangan industri halal di Indonesia. Hal ini dipengaruhi oleh sifat dasar zakat dan wakaf sebagai institusi Islam yang memang bertujuan utama untuk mendorong penciptaan keadilan dan kesejahteraan ekonomi umat. Selain itu, dengan karakteristik orang Indonesia yang dermawan sebagaimana ditegaskan oleh CAF World Giving Index yang menetapkan Indonesia sebagai Negara dengan penduduk paling dermawan di dunia pada tahun 2018,⁶ keuangan sosial Islam berpotensi sangat besar untuk mendorong perkembangan industri halal di tanah air.

Sebagai salah satu pilar dalam Islam, zakat secara tegas diperintahkan untuk diberikan kepada delapan kelompok masyarakat yang secara langsung maupun tidak langsung terlibat dalam rantai nilai industri halal. Prioritas distribusi zakat kepada fakir miskin berpotensi besar untuk memberdayakan usaha mikro, menengah dan kecil (UMKM) yang jumlahnya sangat banyak di Indonesia. Sebagian besar dari UMKM tersebut berusaha di sektor-sektor yang dapat dikategorikan sebagai bagian dari industri halal dan belum memiliki sertifikasi halal.⁷ Padahal, sertifikasi halal sudah akan menjadi kewajiban bagi pelaku usaha mulai tahun 2019. Kurangnya pengetahuan, kesadaran dan aspek

pembiayaan (mahalnya biaya sertifikasi) ditengarai menjadi penyebab rendahnya partisipasi untuk mendapatkan sertifikasi halal. Untuk UMKM yang pemiliknya termasuk ke dalam kategori fakir miskin, hal-hal ini berpotensi dibantu dengan dana zakat

Secara makro, zakat memiliki dampak positif terhadap konsumsi agregat, investasi agregat dan pertumbuhan ekonomi. Berbagai studi teoritis dan empiris telah membuktikan bahwa transfer zakat dari kelompok kaya kepada kelompok miskin yang termasuk dalam kategori asnaf zakat akan memungkinkan terjadi peningkatan konsumsi secara agregat. Untuk kelompok miskin, peningkatan konsumsi juga akan mendorong peningkatan produktivitas dan kesejahteraan rumah tangga. Zakat juga berpotensi memiliki dampak positif terhadap investasi dengan cara ‘mempenalty’ penumpukan dana atau sumber daya yang menganggur dan aset yang tidak produktif. Hal ini juga memungkinkan terjadinya *investment-switching* dari investasi di aset-aset yang tidak/kurang produktif ke investasi di sektor rill yang melibatkan aset-aset produktif. Contoh dari investasi tersebut adalah investasi di sektor pangan dan energi (terbarukan). Pada gilirannya, peningkatan konsumsi dan investasi akan mendorong kenaikan pertumbuhan ekonomi. Tidak hanya itu, dampak berganda (*multiplier effect*) lainnya yang mungkin terjadi adalah peningkatan tenaga kerja produktif (atau penurunan pengangguran), penurunan kemiskinan, penurunan ketimpangan pendapatan serta peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Selain zakat, wakaf juga memiliki potensi yang tidak kalah besarnya untuk mendukung pengembangan industri halal di Indonesia. Dengan karakteristik yang relatif fleksibel penggunaannya, potensi wakaf menjadi jauh lebih besar meskipun pengumpulannya relatif masih rendah dibandingkan

6 Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbanyak di dunia per tahun 2018 ditetapkan sebagai negara nomor 1 pada Giving Index oleh CAF World Giving Index dengan perolehan skor 59%. Di antara tiga indikator CAF World Giving Index, Indonesia memperoleh skor tertinggi pada indikator *Donating Money*, dimana Indonesia memperoleh skor 78 yang berarti 78% orang Indonesia melakukan donasi uang dalam satu bulan terakhir. Angka ini berada di posisi dua setelah Myanmar yang memperoleh skor 88%.

7 Menurut informasi dari LPPOM MUI, jumlah UMKM di Indonesia saat ini dapat mencapai lebih dari 54 juta unit usaha, namun demikian baru 3000 di antaranya yang memiliki sertifikasi halal. Hal ini berarti hanya 0,0056% dari seluruh UMKM di seluruh Indonesia yang memiliki sertifikasi halal.



dengan potensinya. Beberapa isu penting yang muncul dalam industri halal di Indonesia adalah kurang kompetitifnya produk-produk halal di Indonesia dalam pasar global, yang salah satunya dapat disebabkan oleh mahalnya biaya produksi.

Wakaf dapat diberdayakan untuk menekan biaya produksi tersebut, karena wakaf merupakan aset keuangan yang membutuhkan biaya finansial sangat kecil atau bahkan nol. Dengan demikian, wakaf memiliki peluang besar untuk diutilisasi dalam proses produksi massal, khususnya yang berorientasi ekspor, bagi UMKM yang secara umum masih belum memiliki kemampuan untuk melakukan produksi massal dengan biaya yang murah.

Karakter unik lainnya dari zakat dan wakaf (ZISWAF) adalah besarnya potensi pengintegrasianya dengan berbagai sektor keuangan komersial. Beberapa penelitian telah mengidentifikasi model-model integrasi ZISWAF dengan sektor keuangan komersial. Contohnya adalah integrasi ZISWAF dengan sektor keuangan mikro (komersial) Islam melalui *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT). Penggunaan dana ZISWAF pada BMT akan lebih tepat sasaran, mengingat bahwa BMT sendiri telah memiliki nasabah yang merupakan pelaku penting untuk industri halal, yaitu UMKM. Dalam hal ini, dana ZISWAF bisa digunakan untuk program sosial dan pendampingan untuk nasabah BMT. Hal ini berpotensi mendukung perkembangan industri halal Indonesia, mengingat bahwa sebagian besar nasabah BMT merupakan UMKM dan isu kesadaran dan sosialisasi masih menjadi tantangan besar bagi industri halal.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sektor ZISWAF memiliki potensi yang besar untuk mendorong perkembangan industri halal di Indonesia. Akan tetapi, potensi ini tentunya hanya akan bisa terwujud jika terdapat ekosistem dan kebijakan yang mendukung untuk hal ini. Untuk itu, sebelum menyusun kebijakan strategis dan mendorong penciptaan ekosistem yang diperlukan, kekuatan serta tantangan yang ada perlu diidentifikasi dengan baik. Hal ini lebih lanjut akan didiskusikan pada bagian strategi pengembangan zakat dan wakaf.



Strategi khusus klaster Zakat dan wakaf

1. Rencana Pengembangan Zakat

No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Strategi I: Peningkatan Awareness Muzakki, Masyarakat dan Stakeholders tentang Zakat									
1	Meningkatkan kesadaran muzakki dalam membayar zakat baik secara <i>compulsory</i> maupun <i>voluntary</i>	<ul style="list-style-type: none"> Tersampaikannya materi tentang kewajiban dan manfaat ekonomi zakat pada khutbah Jum'at dan ceramah pada tiap-tiap masjid Meningkatnya jumlah iklan zakat melalui media digital seperti aplikasi, televisi, internet, <i>macro-ad</i> Meningkatnya realisasi penghimpunan zakat, khususnya penghimpunan zakat penghasilan dari generasi milenial 							Kementerian Agama, BAZNAS, LAZ, Kementerian Kominfo, Pelaku Usaha Startup Digital, Majelis Ulama Indonesia, Organisasi Masyarakat Islam (Muhammadiyah, Nahdlatul Ulama), Dewan Kemakmuran Masjid
	1.1 Melakukan sosialisasi dan gerakan bersama secara intensif								
	a. Memasukkan materi zakat dalam modul khutbah Jum'at yang wajib disampaikan oleh khotib Jum'at pada tiap masjid								
	b. Memanfaatkan masjid sebagai sentral sosialisasi pada tingkat komunitas dengan mendorong masjid untuk aktif mensyiaran topik zakat								
	1.2 Menggencarkan promosi zakat melalui berbagai media								
	a. Membuat kampanye massal gerakan wajib zakat melalui media iklan yang mendekati generasi milenial								
	b. Memanfaatkan Media dan Rekreasi Halal untuk sarana promosi								
Strategi II: Penguatan Ekosistem Zakat									
1	Pembentukan ekosistem riset dan pengembangan pengelolaan zakat berbasis teknologi	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya jumlah BAZNAS dan LAZ, khususnya pada tingkat daerah, yang memiliki website yang <i>user-friendly</i> dan memiliki fitur donasi online 							Kementerian Agama, BAZNAS, LKS, Puskasbaznas, Pelaku Usaha Startup Digital
	1.1 Mengembangkan digitalisasi zakat sesuai dengan perkembangan teknologi yang <i>user-friendly</i> untuk memberikan kemudahan layanan bagi pengguna**								
	a. Optimalisasi pemanfaatan teknologi digital berbasis website pada BAZNAS tingkat daerah								



No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
<p>b. Optimalisasi pemanfaatan teknologi digital berbasis website pada seluruh Lembaga Amil Zakat berskala daerah</p> <p>c. Optimalisasi pemanfaatan teknologi digital berbasis <i>crowdfunding</i> dan <i>e-commerce</i> pada BAZNAS dan LAZ berskala daerah</p> <p>d. Pemanfaatan layanan <i>multipayment</i> pada BPD untuk pembayaran zakat pada BAZNAS dan LAZ berskala daerah</p> <p>1.2 Menyusun <i>key performance indicators</i> dan indikator-indikator capaian tertentu untuk standarisasi pengukuran impact BAZNAS dan LAZ dengan berbasis teknologi</p> <p>a. Penyusunan <i>key performance indicators</i> untuk standar penilaian dan evaluasi dampak sosial kinerja BAZNAS dan LAZ</p> <p>b. Implementasi evaluasi BAZNAS dan LAZ berbasis KPI yang telah terstandarisasi</p> <p>1.3 Mengembangkan basis data bersama yang dapat diakses oleh seluruh Organisasi Pengelola Zakat melalui Sistem Informasi Zakat (SIZ)**</p> <p>a. Optimalisasi penggunaan Simba BAZNAS bagi seluruh BAZNAS berskala daerah</p> <p>b. Pemberlakuan Sistem Informasi Zakat (SIZ) bagi LAZ yang tidak beroperasi di bawah BAZNAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya jumlah BAZNAS dan LAZ yang layanannya dapat diakses melalui <i>multipayment</i> perbankan (ATM dan <i>internet banking/mobile banking</i>), <i>e-commerce</i>, dan teknologi finansial Terbentuknya KPI untuk mengevaluasi BAZNAS dan LAZ Terlaksanakannya proses <i>monitoring, evaluasi, dan auditing</i> BAZNAS dan LAZ berdasarkan KPI oleh BAZNAS dan Kementerian Agama Meningkatnya jumlah BAZ dan LAZ yang menggunakan Simba secara aktif Terbentuknya Sistem Informasi Zakat (SIZ) yang dapat diakses oleh masyarakat 								

No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
2	Peningkatan Kualitas Sumber Daya Amil yang profesional dan berkompetensi								Kementerian Agama, BAZNAS, LAZ, Puskasbaznas
	2.1 Mendukung akselerasi implementasi Peraturan Baznas No. 2 tahun 2018 tentang Sertifikasi Amil Zakat**								
	a. Menyusun kurikulum untuk standar kompetensi amil zakat	• Tersusunnya kurikulum untuk standar kompetensi amil yang terdiri sekurang-kurangnya atas materi terkait fiqih zakat, manajemen program, manajemen dan pelaporan keuangan, dan standar pencatatan akuntansi lembaga filantropi							
	b. Meningkatkan jumlah lembaga pelatihan amil zakat yang memiliki kurikulum terstandarisasi yang sekaligus dapat memberikan Sertifikasi Amil Zakat	• Terbentukan Pusdiklat Amil Zakat							
	c. Mendorong BAZNAS dan LAZ untuk meningkatkan jumlah SDM yang memperoleh Sertifikasi Amil Zakat	• Terbentuknya beberapa lembaga pelatihan amil yang memiliki kurikulum terstandarisasi yang dapat memberikan Sertifikasi Amil Zakat • Meningkatnya jumlah amil yang bersertifikasi dari setiap BAZNAS dan LAZ							



No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Pemangku Kepentingan	
			2019	2020	2021	2022	2023	2024		
Strategi III: Penguanan Integrasi Kelembagaan Institusi Zakat										
1	Pembentukan ekosistem tata kelola zakat nasional yang terstandar dan terintegrasi	<ul style="list-style-type: none"> Terlaksananya implementasi tata kelola zakat nasional yang sesuai dengan ZCP Terlaksananya tata kelola BAZNAS dan LAZ yang sesuai dengan peraturan dan standar BAZNAS Terlaksananya <i>monitoring</i> dan evaluasi ke BAZNAS pada tingkat daerah Berkurangnya proporsi penghimpunan zakat oleh BAZNAS Terbentuknya sumber pendanaan lain yang independen dan berkelanjutan bagi BAZNAS Terwujudnya diferensiasi penghimpunan dan penyaluran antar lembaga dengan fokus pada target kelompok dan bidang tertentu 							Kementerian Agama, BAZNAS, LAZ, Puskasbaznas	
	1.1 Mendukung akselerasi implementasi Peraturan BAZNAS tentang tata kelola zakat secara nasional									
	Melakukan akselerasi implementasi tata kelola zakat sesuai dengan ZCP									
	a. Optimalisasi implementasi monitoring dan evaluasi pelaksanaan peraturan dan tata kelola zakat pada BAZ tingkat daerah									
	1.2 Memperjelas porsi wewenang masing-masing pelaksana dalam zakat, baik regulator maupun operator									
	a. Memperjelas fungsi dan batasan BAZNAS pada fungsi operator dan regulator									
	b. Diferensiasi target penghimpunan maupun penyaluran BAZNAS dan LAZ untuk menghindari tumpang tindih program									

No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
2	Penguatan integrasi institusi zakat dengan pemangku kepentingan lainnya								Kementerian Agama, BAZNAS, LAZ, BKN, BKD, BUMN, BUMD, LKS, Organisasi Masyarakat Islam (Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah), Kementerian Keuangan, Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia
	2.1 Memberlakukan program wajib zakat bagi instansi-instansi tertentu**								
	a. Melakukan pemotongan zakat penghasilan otomatis terhadap karyawan instansi berbasis pemerintahan (PNS dan BUMN)	• Terlaksananya pemotongan zakat otomatis pada karyawan instansi pemerintahan baik tingkat pusat maupun daerah, BUMN dan BUMD, LKS, Organisasi Berbasis Islam dan Nasabah Perbankan Syariah							
	b. Melakukan pemotongan zakat penghasilan otomatis terhadap karyawan Lembaga Keuangan Syariah	• Meningkatnya jumlah penghimpunan zakat melalui perbankan syariah							
	c. Melakukan pemotongan zakat penghasilan otomatis terhadap karyawan lembaga di bawah Organisasi Berbasis Islam	• Terbentuknya revisi atas UU No. 36 tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan							
	d. Mendorong nasabah perbankan syariah untuk melakukan otomatisasi pemotongan zakat pada saldo rekening	• Terbentuknya regulasi yang mewajibkan Zakat bagi Badan Usaha khususnya yang berbasis Islam							
	2.2 Pembentukan integrasi regulasi dengan institusi pemangku kepentingan zakat**	• Terbentuknya regulasi zakat dikelola seperti pajak dan BAZNAS sebagai pejabat pengelola anggaran							
	a. Memberlakukan regulasi zakat sebagai pengurang pajak untuk meningkatkan insentif muzakki membayar zakat								
	b. Memberlakukan regulasi yang mewajibkan Zakat bagi Badan Usaha								
	c. Memberlakukan regulasi zakat dikelola seperti pajak dan BAZNAS sebagai pejabat pengelola anggaran								

Strategi IV: Pengembangan Program Pendayagunaan dan Pendistribusian Zakat

1	Pengembangan Basis Data Program Pendayagunaan dan Pendistribusian Zakat yang terstandar dan terintegrasi**	• Terlaksananya basis data mustahik dan peta kemiskinan yang dijadikan sasaran program pendayagunaan dan pendistribusian zakat		Kementerian Agama, BAZNAS, LAZ, Puskasbaznas, Kementrian Sosial, Kementrian Dalam Negeri, Bank Indonesia
	1.1 Membangun basis data mustahik secara nasional baik yang sudah maupun yang akan dibentuk			



No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
	a. Optimalisasi kerjasama data peta kemiskinan Kemensos dan Dukcapil	• Terwujudnya diferensiasi program penyaluran antar lembaga dengan fokus pada target kelompok dan bidang tertentu							
	b. Pengembangan basis data bersama yang dapat diakses oleh seluruh pelaku pengelola zakat khususnya untuk program pendistribusian dan pendayagunaan								
2	Pengembangan program pendistribusian dan pendayagunaan zakat yang terukur, transparan, akuntabel dan berkelanjutan.	• Terlaksanakannya program pendayagunaan dan pendistribusian zakat pada setiap OPZ							Kementerian Agama, BAZNAS, LAZ, Kementerian teknis terkait komoditas program
	2.1 Mengembangkan inovasi program pendistribusian dan pendayagunaan yang terukur, transparan, akuntabel dan berkelanjutan	• Implementasi metode pengukuran kaji dampak pendistribusian dan penyaluran zakat.							
	a. Mengembangkan program pendistribusian dan pendayagunaan zakat yang memberikan dampak positif yang signifikan bagi masyarakat.	• Terlaksananya program pendistribusian dan pendayagunaan zakat secara sinergi oleh beberapa OPZ yang terukur, transparan, akuntabel dan berkelanjutan di beberapa wilayah di Indonesia							
	b. Melakukan pengukuran kaji dampak pendistribusian dan pendayagunaan zakat dari seluruh OPZ.								
	c. Melakukan evaluasi dan monitoring keberhasilan program pendistribusian dan pendayagunaan								
	2.2 Mengembangkan sinergi program pendistribusian dan pendayagunaan zakat beberapa OPZ								
	a. Menginventarisir program pendistribusian dan pendayagunaan zakat dari seluruh OPZ yang telah berhasil								
	b. Mengembangkan program pendistribusian dan pendayagunaan zakat dari OPZ yang telah berhasil di berbagai wilayah di Indonesia melalui sinergi dengan OPZ								

Keterangan: (*) merupakan program utama, (**) merupakan quick wins

2. Rencana Pengembangan Wakaf

No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Strategi I: Meningkatkan Awareness Wakif dan Masyarakat tentang Wakaf									
1	Peningkatan kesadaran masyarakat untuk berwakaf	<ul style="list-style-type: none"> Tersampaikannya materi tentang kewajiban dan manfaat ekonomi wakaf pada khutbah Jum'at dan ceramah pada tiap-tiap masjid Meningkatnya jumlah iklan wakaf melalui media digital seperti aplikasi, televisi, internet, <i>macro-ad</i> Meningkatnya realisasi penghimpunan wakaf, khususnya penghimpunan wakaf uang dari generasi milenial Terbentuknya produk-produk inovatif wakaf uang yang terintegrasi dengan produk perbankan seperti <i>e-money</i> atau produk telekomunikasi seperti pulsa Terdapat iklan dan layanan <i>multipayment</i> wakaf uang pada mesin ATM LKS-PWU Terdapat layanan wakaf <i>online</i> berbasis <i>internet</i> dan <i>mobile banking</i> pada LKS-PWU Terbentuknya revisi atas UU No. 41 tahun 2004 tentang Wakaf yang menambahkan nomenklatur saham wakaf dan terbentuknya peraturan pemerintah yang mengatur teknis pengelolaannya 							Kementerian Agama, BWI, Lembaga Wakaf, Kementerian Kominfo, Pelaku Usaha Startup Digital, Majelis Ulama Indonesia, Organisasi Masyarakat Islam
	1.1 Melakukan sosialisasi dan gerakan bersama secara intensif								
	a. Memasukkan materi wakaf dalam modul khutbah Jum'at yang wajib disampaikan oleh khotib Jum'at pada tiap masjid								
	b. Manfaatkan masjid sebagai sentral sosialisasi pada tingkat komunitas dengan mendorong masjid untuk aktif mensyiaran topik wakaf								
	c. Melakukan sosialisasi <i>Cash Waqf Linked Sukuk</i> (CSWL) yang juga dapat digunakan untuk branding wakaf produktif								
	1.2 Menggencarkan promosi wakaf melalui berbagai media								
	a. Membuat kampanye massal gerakan wakaf uang melalui media iklan yang mendekati generasi milenial								
	b. Manfaatkan Media dan Rekreasi Halal untuk sarana promosi								
	1.2 Melakukan gerakan bersama dalam wakaf uang dan wakaf saham								
	a. Menyertakan wakaf uang dalam produk-produk <i>merchant</i> yang ditemui sehari-hari seperti <i>e-money</i> atau pulsa								
	b. Mendorong LKS-PWU untuk mengkampanyekan pengumpulan wakaf uang								
	c. Menambahkan nomenklatur saham wakaf untuk mengenalkan konsep wakaf melalui saham								
Strategi II: Penguatan Ekosistem Wakaf									



No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
1	Pembentukan ekosistem riset dan pengembangan pengelolaan wakaf berbasis teknologi	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya jumlah Lembaga Wakaf yang memiliki website yang <i>user-friendly</i> dan memiliki fitur donasi online Meningkatnya jumlah Lembaga Wakaf yang layanannya dapat diakses melalui <i>multipayment</i> perbankan (ATM dan <i>internet banking/mobile banking</i>), e-commerce, dan teknologi finansial Terbentuknya Pusat Kajian Strategis BWI Terbentuknya KPI untuk mengevaluasi Lembaga Wakaf dan Nazir Perseorangan Terlaksanakannya proses <i>monitoring</i>, evaluasi, dan <i>auditing</i> Lembaga Wakaf dan Nazir Perseorangan berdasarkan KPI oleh BWI dan Kementerian Agama Terbentuknya Sistem Aplikasi Wakaf Terbentuknya Sistem Informasi Wakaf (SIW) yang dapat diakses oleh masyarakat 							Kementerian Agama, BWI, Lembaga Wakaf, LKS, Pelaku Usaha Startup Digital
	1.1 Mengembangkan digitalisasi wakaf sesuai dengan perkembangan teknologi yang <i>user-friendly</i> untuk memberikan kemudahan layanan bagi pengguna**								
	a. Memfasilitasi gerakan wakaf uang melalui e-commerce dan <i>crowdfunding</i> secara umum								
	b. Menggunakan platform <i>multipayment</i> pada layanan perbankan untuk mendorong wakaf uang								
	c. Mengoptimalkan teknologi berbasis website dan aplikasi bagi BWI pada tingkat nasional dan daerah								
	1.2 Menyusun <i>key performance indicators</i> dan indikator-indikator capaian tertentu untuk standarisasi pengukuran <i>impact</i> Lembaga Pengelola Wakaf dengan berbasis teknologi								
	a. Penyusunan <i>key performance indicators</i> untuk standar penilaian dan evaluasi dampak sosial kinerja Nazir Lembaga dan Nazir Berbadan Hukum								
	b. Penyusunan <i>key performance indicators</i> untuk standar penilaian kinerja Nazir Perseorangan								
	a. Implementasi evaluasi Nazir berbasis KPI yang telah terstandarisasi								
	1.3 Mengembangkan basis data bersama yang dapat diakses oleh seluruh Lembaga Pengelola Wakaf melalui Sistem Informasi Wakaf (SIW)**								
	a. Pembentukan Pusat Kajian Strategis BWI								
	b. Pengembangan Sistem Aplikasi Wakaf bagi seluruh BWI untuk integrasi sistem wakaf bagi Lembaga Wakaf								
	c. Pemberlakuan Sistem Informasi Wakaf (SIW) bagi Nazir yang tidak beroperasi di bawah BWI								

No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
2	Peningkatan Kualitas Sumber Daya Nazir yang profesional dan berkompetensi	• Tersusunnya kurikulum untuk standar kompetensi amil yang terdiri sekurang-kurangnya atas materi terkait fiqh wakaf, manajemen program, manajemen dan pelaporan keuangan, manajemen pengelolaan aset dan standar pencatatan akuntansi lembaga filantropi							Kementerian Agama, BWI, Lembaga Wakaf, LKS
	2.1 Memberlakukan sertifikasi bagi nazir wakaf dan nazir wakaf uang	• Terbentuknya Pusdiklat untuk Nazir Wakaf							
	a. Memberlakukan regulasi yang mewajibkan nazir, baik perseorangan maupun lembaga untuk memiliki sertifikasi nazir	• Terbentuknya beberapa lembaga pelatihan nazir yang memiliki kurikulum terstandarisasi yang dapat memberikan Sertifikasi Nazir							
	2.2 Meningkatkan infrastruktur yang memfasilitasi peningkatan profesionalitas dan kompetensi nazir	• Meningkatnya jumlah nazir yang bersertifikasi baik Nazir Perseorangan maupun Nazir pada Lembaga Wakaf							
	a. Menyusun kurikulum untuk standar kompetensi nazir wakaf dan nazir wakaf uang	• Terbentuknya revisi atas UU No. 41 tahun 2004 tentang Wakaf							
	b. Meningkatkan jumlah lembaga pelatihan nazir wakaf yang memiliki kurikulum terstandarisasi yang sekaligus dapat memberikan Sertifikasi Nazir								
	c. Mendorong LKS-PWU dan Lembaga Wakaf untuk meningkatkan jumlah SDM yang memperoleh Sertifikasi Nazir Wakaf dan Sertifikasi Nazir Wakaf Uang								
	d. Mengeluarkan regulasi yang melarang keberadaan nazir perseorangan								
	e. Meningkatkan insentif bagi nazir untuk dapat memperoleh proporsi imbalan yang lebih besar dari hasil pengelolaan wakaf								

Strategi III: Penguatan Integrasi Kelembagaan Institusi Zakat

1	Membentuk ekosistem tata kelola wakaf nasional yang terstandar dan terintegrasi	• Terlaksananya implementasi tata kelola wakaf nasional yang sesuai dengan WCP							Kementerian Agama, BWI, Lembaga Wakaf
	1.1 Membentuk regulasi BWI yang berisikan standarisasi tata kelola wakaf nasional**	• Terbentuknya Peraturan BWI tentang Standar Pelaporan Pengelolaan Wakaf, Standar Pengelolaan Keuangan Wakaf, dan Standar Penghimpunan dan Utilisasi Dana Wakaf							
	a. Melakukan akselerasi implementasi tata kelola wakaf sesuai dengan WCP								
	b. Menyusun peraturan tentang Standar Pelaporan Pengelolaan Wakaf								
	c. Menyusun peraturan Standar Pengelolaan Keuangan Wakaf								



No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Pemangku Kepentingan	
			2019	2020	2021	2022	2023	2024		
2	d. Menyusun peraturan Standar Penghimpunan dan Utilisasi Dana Wakaf	<ul style="list-style-type: none"> Berkurangnya proporsi penghimpunan wakaf oleh BWI Pusat Terbentuknya sumber pendanaan lain yang independen dan berkelanjutan bagi BWI Meningkatnya jumlah penghimpunan wakaf dari BWI daerah 							Kementerian Agama, BWI, Lembaga Wakaf, Kementerian Keuangan, Badan Pertanahan Nasional, Kementerian Ristek dan Pendidikan Tinggi, Pesantren	
	1.2 Memperjelas porsi wewenang masing-masing pelaksana dalam wakaf, baik regulator maupun operator									
	a. Mengurangi porsi BWI selaku operator pengelola wakaf secara bertahap									
	b. Mengoptimalkan peran BWI daerah									
2	Penguatan integrasi institusi wakaf dengan pemangku kepentingan institusi wakaf	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat laboratorium pengelolaan wakaf bagi santri di pesantren yang dibangun dari wakaf Terlaksananya program pemberdayaan masyarakat sekitar pesantren yang mengelola wakaf dengan menggunakan keuntungan pengelolaan wakaf Terbentuknya sertifikat hak guna bangunan atas tanah wakaf Terbentuknya kebijakan fiskal untuk mengoptimalkan produktivitas pengelolaan aset wakaf, terutama yang digunakan dan dimiliki oleh negara Terbentuknya skema insentif pajak untuk wakaf uang dan wakaf saham Terdapat pengalokasian khusus riset di bidang wakaf melalui skema LPDP dan Kementerian Agama 							Kementerian Agama, BWI, Lembaga Wakaf, Kementerian Keuangan, Badan Pertanahan Nasional, Kementerian Ristek dan Pendidikan Tinggi, Pesantren	
	2.1 Mengoptimalkan peran pesantren sebagai sarana pembelajaran pengelolaan wakaf bagi santri dan masyarakat sekitar									
	c. Membangun kerjasama antara Lembaga Wakaf dengan Pesantren									
	d. Menjadikan pesantren laboratorium pembelajaran pengelolaan wakaf bagi santri									
	e. Menjadikan pesantren sarana untuk edukasi dan sosialisasi masyarakat tentang wakaf									
	2.2 Mengoptimalkan pengelolaan wakaf dengan membangun kerjasama dan integrasi kebijakan dengan institusi pemangku kepentingan wakaf									
	a. Memperkenankan sertifikat hak guna bangunan khusus di atas tanah wakaf								Kementerian Agama, BWI, Lembaga Wakaf, Kementerian Keuangan, Badan Pertanahan Nasional, Kementerian Ristek dan Pendidikan Tinggi, Pesantren	
	b. Membentuk kebijakan fiskal untuk memungut sewa atas tanah-tanah wakaf yang digunakan pemerintah dan aset wakaf yang menjadi aset wakaf negara									
	c. Membentuk skema insentif pajak untuk wakaf uang dan wakaf saham									
	d. Membentuk kerjasama dengan Kemenristekdikti agar terdapat pengalokasian khusus riset di bidang wakaf melalui skema LPDP**									
	e. Mendorong pengalokasian dana khusus riset di bidang wakaf dari Kementerian Agama**									

Keterangan: (*) merupakan program utama, (**) merupakan quick wins

3. Rencana Pengembangan Bersama (Zakat dan Wakaf)

No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Strategi 1: Pembentukan ekosistem pengelolaan zakat dan wakaf yang terintegrasi untuk pengentasan kemiskinan dan penguatan jaminan sosial									
1	Memperkuat interkoneksi antar sektor dalam zakat dan wakaf dan memperkuat konsolidasi kelembagaan*	Tersusunnya Masterplan Zakat dan Wakaf yang Mengakomodasi Instansi di Luar Lingkup Ekonomi Syariah							Kementerian Agama, BWI, BAZNAS, KNKS
	a. Menyusun arsitektur bagi zakat dan wakaf yang telah disesuaikan dengan institusi di luar lingkup ekonomi syariah	Pembentukan International Islamic Inclusive Financial Services Board (IIIFS)*							
	b. Pembentukan International Islamic Inclusive Financial Services Board (IIIFS)**	Pembentukan International Islamic Inclusive Financial Services Board (IIIFS)							
	c. Pembentukan Kementerian Zakat dan Wakaf dalam Jangka Panjang								
2	Membuat gerakan bersama dari berbagai instansi dan pemangku kepentingan untuk membumikan zakat dan wakaf bagi masyarakat	Terbentuknya Kementerian Zakat dan Wakaf dalam Jangka Panjang							Kementerian Agama, BWI, BAZNAS
	a. Menyusun regulasi yang mensinergikan zakat dan wakaf	Terbentuknya skema zakat dan wakaf yang bersifat komplementer							
	b. Membangun skema zakat dan wakaf yang bersifat komplementer								
Strategi 2: Pembentukan konektivitas yang erat dari zakat dan wakaf dalam mendukung sektor riil khususnya industri halal									
1	Menjadikan zakat dan wakaf sebagai pendukung industri halal dari sisi penawaran dengan menjadi backbone bagi pelaku UMKM pada industri halal*	Meningkatnya jumlah UMKM terutama yang merupakan mitra LAZ, BAZ dan Lembaga Wakaf yang memiliki sertifikasi halal							Kementerian Agama, BWI, BAZNAS, Kementerian Koperasi dan UMKM
	a. Mempermudah dan memfasilitasi proses sertifikasi halal bagi mustahik	Terbentuknya kawasan industri halal yang menggunakan asset wakaf sebagai tempat untuk melakukan produksi massal dan berorientasi ekspor							
	b. Mengoptimalkan penyaluran dana zakat untuk mendukung usaha pelaku UMKM yang bergerak pada industri halal								
	c. Menggunakan dana zakat untuk proses pelatihan dan sosialisasi halal Value Chain bagi pelaku UMKM dan masyarakat sekitarnya								
	d. Mengajukan skema subsidi atau pembiayaan sertifikasi halal dengan keuntungan wakaf bagi UMKM								
	e. Memberdayakan asset wakaf untuk produksi bagi industri halal, terutama untuk produksi massal dan produksi yang berorientasi ekspor								



No	Program/Aktivitas	Output	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
2	Menjadikan zakat dan wakaf sebagai pendukung industri halal dari sisi permintaan dengan mendorong peningkatan konsumsi halal oleh penerima manfaat zakat dan wakaf*	Meningkatnya konsumsi produk halal oleh penerima manfaat zakat dan wakaf							Kementerian Agama, BWI, BAZNAS, Kementerian Koperasi dan UMKM, KNKS
	a. Mendorong penggunaan zakat untuk konsumsi produk halal dari mustahik	Meningkatnya jumlah penggunaan produk halal dalam produksi UMKM yang merupakan mitra BAZNAS, LAZ, dan Lembaga Wakaf							
	b. Mendorong UMKM yang didanai oleh dana zakat dan wakaf untuk menggunakan produk halal pada keseluruhan usahanya								
	c. Mendorong penguatan <i>halal supply chain</i> dalam komunitas binaan LAZ dengan memastikan bahwa seluruh kegiatan perekonomian di komunitas binaan didasarkan oleh produk dan jasa yang halal	Wakaf Terbentuknya 'Komunitas Desa Halal' dari komunitas binaan LAZ, BAZ dan Lembaga Wakaf							

Keterangan: (*) merupakan program utama, (**) merupakan quick wins



1. Pengembangan digitalisasi ZISWAF untuk mempermudah sosialisasi (edukasi publik), layanan pembayaran dan pengelolaan dana sosial Islam

Realisasi penghimpunan dana sosial Islam (khususnya ZISWAF) yang masih sangat rendah dibandingkan dengan potensinya merupakan salah satu isu utama dalam pengembangan sektor dana sosial Islam di Indonesia. Kondisi ini ternyata dipengaruhi oleh beberapa hal, antara lain rendahnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat akan pentingnya pembayaran ZISWAF, keterbatasan layanan pembayaran ZISWAF (khususnya secara digital) dan kurangnya informasi mengenai pendayagunaan ZISWAF (termasuk dampak ZISWAF terhadap penerimanya ataupun ekonomi masyarakat secara keseluruhan).

Oleh karenanya, digitalisasi ZISWAF mempermudah sosialisasi (edukasi publik), layanan pembayaran dan pengelolaan dana sosial Islam. Hal ini sangat penting untuk dioptimalkan. Pengembangan digitalisasi ZISWAF berpotensi besar untuk memberikan kemudahan dalam layanan pembayaran ZISWAF. Tidak hanya itu, informasi terkait program dan pendistribusian dana ZISWAF juga dapat dilakukan secara digital melalui media sosial atau sejenisnya. Sehingga, secara tidak langsung edukasi publik dan sosialisasi gerakan ZISWAF juga dapat dilakukan. Dengan demikian, diharapkan realisasi penghimpunan ZISWAF dan kepercayaan masyarakat pembayar ZISWAF dapat meningkat sehingga potensi ZISWAF yang besar di Indonesia dapat dioptimalkan.

2. Pembentukan international islamic inclusive financial services board (IIIFSB)

Salah satu strategi utama yang dapat dilakukan untuk mempercepat pengembangan zakat dan wakaf atau dana-dana sosial Islam secara umum adalah dengan menjadikan Indonesia sebagai pusat keuangan inklusif Islam global. Hingga 2018, belum ada lembaga atau negara yang menjadi pusat pengembangan ZISWAF, yang merupakan inti dari keuangan inklusif Islami. Indonesia sendiri sejatinya telah memainkan peran ini, yang antara lain dapat dilihat dari inisiatif Indonesia dalam mendorong penyusunan standarisasi pengelolaan zakat dana sosial Islam internasional, yaitu *zakat core principles* (ZCP) dan *waqf core principles* (WCP).

ZCP diluncurkan pada tahun 2016 dan saat ini telah diterapkan di beberapa negara Islam. Sementara WCP baru diluncurkan pada tahun 2018. Peranan penting Indonesia dalam membentuk standar internasional pengelolaan dana sosial Islam ini menjadikan Indonesia berpotensi menjadi pusat keuangan sosial Islam atau pusat keuangan inklusif Islam secara umum. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, maka perlu dibentuk International Islamic Inclusive Financial Service Board (IIIFSB) yang antara lain dapat berperan dalam menentukan standar regulasi dan pengawasan pada bidang keuangan sosial dan keuangan inklusif serta mendorong perkembangan industri halal di Indonesia. Strategi ini merupakan strategi yang juga berada *quick-wins* utama yaitu aktivasi International Islamic Inclusive Financial Services Board yang berpusat di Indonesia.



3. Pengembangan basis data bersama (*sharing platform data*) yang dapat diakses oleh seluruh pelaku dan masyarakat, khususnya untuk kegiatan pendistribusian dan penayagunaan dana sosial Islam

Salah satu tantangan penting dalam pengembangan dana sosial Islam di Indonesia adalah kurang terintegrasinya basis data dan terbatasnya informasi yang disediakan kepada publik, baik dari regulator maupun dari operator. Hal ini menjadi hambatan tersendiri bagi lembaga zakat dan wakaf maupun *pemangku kepentingan* lainnya, terutama untuk memperoleh data yang relevan dan dibutuhkan oleh masing-masing *pemangku kepentingan* dan lembaga.

Salah satu permasalahan besar yang muncul karena tidak adanya basis data yang terintegrasi dan aksesibel adalah penyaluran dana ZISWAF yang tumpang tindih sehingga tidak jarang seorang mustahik mendapatkan ZISWAF dari banyak lembaga secara sekaligus. Isu lainnya adalah transparansi dan sulitnya akses terhadap statistik dan data zakat/wakaf yang dibutuhkan. Oleh karena itu, pengembangan basis data bersama (terutama untuk kegiatan pendistribusian dan penayagunaan dana ZISWAF) yang dapat diakses baik oleh pelaku maupun publik menjadi salah satu strategi utama pengembangan ZISWAF di Indonesia.

Basis data yang perlu dikembangkan harus mencakup setidaknya basis data *mustahik* atau penerima manfaat yang terintegrasi dengan data pemerintah misalnya data dari TNP2K dan statistik-statistik yang relevan terkait dengan zakat dan wakaf, seperti jumlah lembaga/operator, nama-nama lembaga/operator yang memiliki izin operasi, statistik penghimpunan dan statistik penyaluran.

Quick wins khusus zakat

1. Akselerasi implementasi peraturan Baznas No. 2 tahun 2018 Tentang Sertifikasi Amil Zakat

Pada tahun 2018 BAZNAS selaku regulator dalam zakat telah mengeluarkan regulasi terkait Sertifikasi Amil Zakat pada Peraturan Baznas No. 2 tahun 2018. Regulasi ini merupakan salah satu regulasi yang penting pada sektor dana sosial Islam seperti zakat terutama untuk meningkatkan kualitas sumber daya amil zakat yang profesional dan berkompetensi. Oleh karena itu, sebagai salah satu bagian dari ekosistem, peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui implementasi Sertifikasi Amil Zakat perlu segera dilakukan. Untuk mendukung akselerasi implementasi Peraturan Baznas No. 2 tahun 2018 Tentang Sertifikasi Amil Zakat maka perlu disusun kurikulum untuk standar kompetensi amil zakat, peningkatan jumlah lembaga pelatihan amil zakat yang memiliki kurikulum terstandardisasi yang sekaligus dapat memberikan sertifikasi amil zakat dan melakukan dorongan terhadap BAZNAS dan LAZ untuk meningkatkan jumlah SDM yang memperoleh sertifikasi amil zakat.

2. Otomatisasi zakat bagi institusi, terutama institusi yang berbasis pemerintahan

Zakat adalah salah satu kewajiban umat Muslim yang tercantum di dalam rukun Islam nomor 3 dan oleh karena itu memungut zakat dapat menjadi hak negara dalam upaya untuk menegakkan hukum Islam sebagaimana yang dilakukan di beberapa negara muslim. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan realisasi penghimpunan zakat di Indonesia adalah dengan memungut zakat melalui otomatisasi zakat penghasilan dari instansi-intansi tertentu, terutama instansi berbasis pemerintahan seperti Aparatur Sipil Negara (ASN) atau pegawai

Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Instansi-instansi lainnya yang potensial untuk dipungut zakat penghasilannya secara otomatis adalah Lembaga Keuangan Syariah dan lembaga-lembaga di bawah Organisasi Masyarakat Berbasis Islam.

3. Harmonisasi dan revisi regulasi terkait zakat, termasuk UU Zakat No 23/2011 dan UU No. 36 tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan untuk mendorong zakat sebagai tax credit

Salah satu strategi penting untuk meningkatkan realisasi penghimpunan zakat di Indonesia adalah dengan memberikan insentif bagi muzakki dalam membayar pajak. Menjadikan zakat sebagai pengurang pajak (*tax credit*) merupakan salah satu upaya insentif yang telah diterapkan di Malaysia dan dirasa cukup efektif untuk meningkatkan pembayaran zakat oleh muzakki.

Namun demikian, dalam regulasi di Indonesia, khususnya UU No. 36 tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan, zakat masih dijadikan sebagai pengurang Pendapatan Tidak Kena Pajak dan oleh karenanya revisi UU ini untuk menjadikan zakat sebagai pengurang pajak sebagai bentuk insentif pembayaran zakat perlu segera dilakukan. Selain itu, UU No 23/2011 juga dipandangan masih memiliki berbagai kelemahan sehingga perlu disempurnakan diharmoniskan dengan berbagai regulasi yang ada. Strategi ini akan mendukung strategi pada quick-wins utama yaitu penguatan aspek hukum dan koordinasi.



Quick wins khusus wakaf:

1. Revisi UU No. 41 tahun 2004 Tentang Wakaf

Salah satu isu utama dalam pengelolaan wakaf adalah masih banyaknya jumlah nazhir perorangan yang pengelolaannya kurang profesional dan tidak tercatat secara resmi oleh regulator. Hal ini dapat disebabkan oleh regulasi wakaf di bawah UU No. 41 tahun 2004 Tentang Wakaf yang memungkinkan pengelolaan wakaf dilakukan oleh nazhir perorangan. Oleh karena itu, revisi UU No. 41 tahun 2004 untuk membatasi kriteria pengelola wakaf perlu segera dilakukan dalam rangka mendukung pengelolaan wakaf yang produktif dan profesional oleh lembaga.

Selain itu, dukungan pemerintah yang lebih besar termasuk dalam hal kelembagaan dan anggaran juga sangat diperlukan untuk mendorong perkembangan wakaf di Indonesia. Revisi lainnya yang perlu dimasukkan dalam UU No. 41 tahun 2004 di antaranya adalah memasukkan nomenklatur saham wakaf dan teknis pengelolaannya untuk melegalkan pengelolaan saham wakaf dan memberikan insentif bagi nazhir untuk memperoleh proporsi pendapatan yang lebih besar dari hasil pengelolaan dana wakaf. Strategi ini juga mendukung strategi pada *quick-wins* utama yaitu penguatan aspek hukum dan koordinasi.

2. Penyusunan dan pemberlakuan standar akuntansi wakaf

Hingga 2018, masih belum terdapat standar akuntansi wakaf di Indonesia. Padahal, standar akuntansi ini sangat diperlukan tidak hanya untuk menyusun laporan keuangan bagi lembaga pengelola wakaf namun juga untuk berbagai keperluan lainnya seperti merencanakan pengumpulan wakaf dan mengukur dampak wakaf secara lebih akurat dan efektif. Oleh karenanya, sangat penting untuk mempercepat penyusunan dan pemberlakuan standar akuntansi wakaf di Indonesia.

3. Akselerasi riset dan pengembangan bidang wakaf melalui pembentukan puskes BWI dan pengalokasian dana riset khusus di bidang wakaf

Riset dan pengembangan merupakan salah satu ekosistem penting yang perlu dibentuk dalam tiap institusi ekonomi syariah, termasuk lembaga wakaf. Namun demikian, hingga Badan Wakaf Indonesia (BWI) sebagai regulator pada sektor wakaf di Indonesia belum memiliki Pusat Riset dan Pengembangan. Pembentukan pusat riset dan pengembangan bagi BWI merupakan hal yang penting, terutama untuk pengembangan basis data, penguatan kerjasama strategis baik pada tingkat nasional maupun internasional, penguatan riset dan pengembangan program dan studi terkait penghimpunan, pengelolaan dan penyaluran wakaf.

Lebih dari itu, upaya lainnya yang dapat dilakukan untuk mendukung riset dan pengembangan pada bidang wakaf adalah dengan melakukan kerjasama dengan Kemenristekdikti untuk mengalokasikan dana riset khusus di bidang wakaf melalui skema riset Lembaga Pengelola Dana Pendidikan (LPDP) atau melalui skema riset Kementerian Agama.

5

Penguatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)



UMKM memiliki kontribusi yang sangat besar terhadap perekonomian Indonesia. Jaringannya tersebar ke berbagai pelosok negeri yang merangkul dan menghidupkan potensi masyarakat luas, sehingga kehidupan mereka berkembang menjadi lebih baik.



Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peranan strategis dalam pembangunan ekonomi bangsa. Selain dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, usaha semacam ini juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan.

Tiga ragam usaha ini memiliki kekhasan masing-masing. Perbedaan UMKM adalah dilihat dari kekayaan bersih dan total penjualan tahunan dari usaha produktif milik orang perorangan dan/ atau badan usaha yang bukan merupakan anak usaha yang lebih besar (UU No 20/ 2008 Tentang UMKM). Usaha mikro memiliki kekayaan bersih maksimal Rp 50 juta. Penjualan tahunannya maksimal Rp 300 juta.

Sedangkan usaha kecil adalah yang mempunyai kekayaan bersih antara Rp 50 juta – 500 juta. Penjualannya dalam satu tahun mencapai Rp 300 juta hingga Rp 2,5 miliar. Sedangkan usaha menengah mempunyai kekayaan bersih Rp 500 juta - 10 miliar. Penjualan tahunannya mencapai Rp 50 miliar.

Badan Pusat Statistik (BPS) mengklasifikasikan usaha berdasarkan jumlah tenaga kerja. Usaha rumah tangga mempunyai maksimal 5 tenaga kerja. Usaha kecil menengah mempunyai 6 sampai 19 tenaga kerja. Usaha menengah mempunyai 20 sampai 29 tenaga kerja. Jika sudah lebih dari 100 tenaga kerja, maka diklasifikasikan sebagai usaha besar yang tidak termasuk UMKM.

Bank Indonesia juga mempunyai pengertian tersendiri mengenai UMKM. Skala usaha ditentukan oleh plafond kredit atau pembiayaan modal kerja dan

investasi yang bisa diberikan oleh bank. Usaha mikro adalah yang mempunyai plafond maksimal Rp 50 juta. Usaha kecil mempunyai plafond antara Rp 50 juta - 500 juta. Sedangkan usaha menengah adalah yang mempunyai plafond Rp 500 juta - 5 miliar.

Dari Focus Group Discussion (FGD) yang masterplan ini fasilitasi, para pelaku usaha juga mempunyai pengertian berbeda seperti misalnya salah satu fintech yang mengklasifikasikan skala berdasarkan Kepemilikan tabungan di bank dan kemampuan usaha untuk kredit bank. *Unbank* adalah yang tidak punya tabungan maupun pembiayaan di bank. *Bankable* adalah yang punya tabungan dan mampu memenuhi persyaratan pembiayaan bank. Sementara *underbank* merupakan pelaku usaha yang mempunyai tabungan di bank, tapi tidak punya rekam jejak usaha yang merupakan syarat pembiayaan bank.

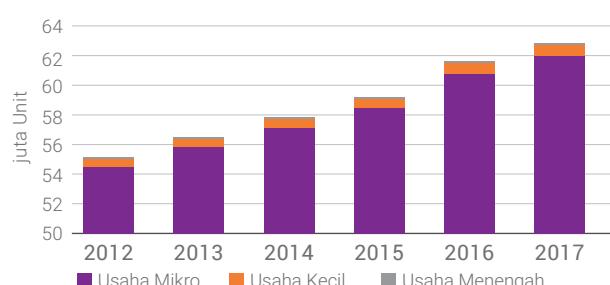
Cakupan sektor UMKM

Dengan berbagai definisi di atas, ditambah dengan fokus Masterplan ini, maka langkah awal adalah menentukan definisi yang tepat dan seragam antarlembaga, agar program-program tidak menjadi salah sasaran.

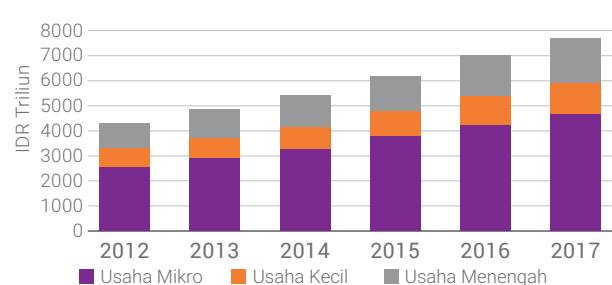
Urgensi

UMKM memiliki kontribusi yang sangat besar terhadap perekonomian Indonesia. Jaringannya tersebar ke berbagai pelosok negeri yang merangkul dan menghidupkan potensi masyarakat luas, sehingga kehidupan mereka berkembang menjadi lebih baik. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM (2017). Jumlah UMKM di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Sejak 2012 hingga

Gambar 5.1
Perkembangan UMKM di Indonesia
Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM (2017)



Gambar 5.2
Kontribusi UMKM Terhadap PDB Indonesia
Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM (2017)

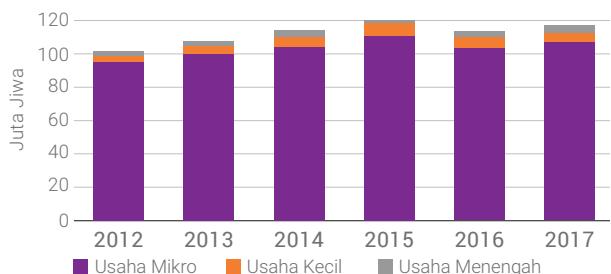




Gambar 5.3

Penyerapan Tenaga Kerja UMKM

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM (2017)



2017 perkembangan UMKM mencapai 13,98 persen. Pada tahun 2017, jumlah UMKM telah mencapai 62.922.617 unit. Jauh lebih besar dibandingkan usaha besar yang hanya berjumlah 5.460 unit. Jumlah ini didominasi oleh usaha mikro sebanyak 62 juta (98.7 persen), dengan usaha kecil dan menengah sebesar 815 ribu unit atau hanya 1.3 persen.

Dalam kontribusinya terhadap PDB atas dasar harga berlaku, UMKM juga terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2017, UMKM menyumbang sebesar Rp 7.704.635,9 miliar. Total kontribusinya terhadap PDB mencapai 60 persen dari total usaha. Hanya saja penyumbang terbesar merupakan usaha mikro dengan 36,82 persen. Diikuti usaha menengah 13,57 persen, dan usaha kecil 9,61 persen.

Usaha mikro, kecil, dan menengah, menjadi kunci mengurangi tingkat pengangguran. Sektor ekonomi ini menyerap tenaga kerja sebesar 116.673.416 jiwa atau 97,02 persen dari seluruh sektor usaha di Indonesia. Usaha mikro menyerap 89,17 persen. Usaha kecil 4,74 persen. Sedangkan usaha menengah menyerap 3,11 persen atau 3,7 juta tenaga kerja.

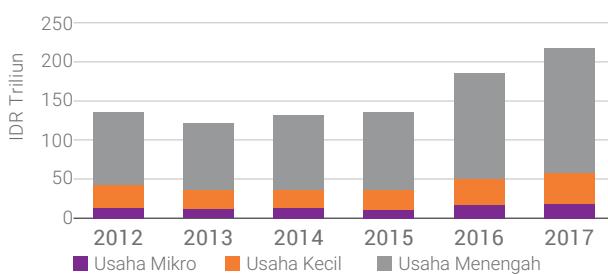
UMKM berkontribusi jauh lebih sedikit dibanding sektor usaha besar. hanya memenuhi pangsa sebesar 14,17 persen atau sebesar Rp 298 triliun. Jauh dibandingkan sektor usaha besar yang mencapai Rp 1.806 triliun atau pangsa pasar 85,83 persen. Hal ini mengindikasikan bahwa sektor UMKM belum memiliki kapasitas yang baik dalam melakukan aktivitas ekspor.

Saat ini perbedaan kuantitas skala usaha sangat timpang. Usaha besar jumlahnya hanya ribuan di satu sisi dan UMKM berjumlah sangat besar di sisi

Gambar 5.4

Total Ekspor Non Migas oleh UMKM

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM (2017)



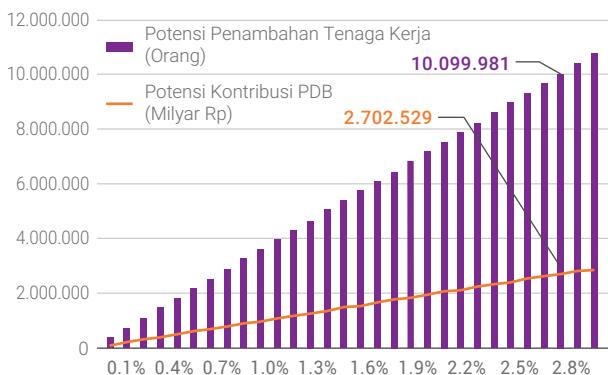
lain. Dengan usaha mikro sebagai penyerap tenaga kerja terbanyak dan penyumbang PDB terbesar, maka diperlukan inisiatif yang bisa menumbuhkan usaha mikro menjadi kecil. Lalu yang kecil menjadi menengah. Kemudian menengah menjadi besar. Hal ini akan berdampak pada pertumbuhan jumlah produksi nasional yang meningkat secara signifikan.

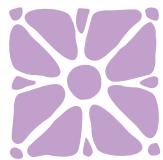
Contohnya adalah menaikkan 2,8 persen jumlah unit usaha Mikro menjadi usaha Kecil, mempunyai potensi untuk menyerap tenaga kerja sebesar 10 juta orang dan menaikkan kontribusi PDB sebesar 2,700 triliun. Walaupun dengan keterbatasan data pendukung untuk UMKM yang bergerak di industri halal saja, tapi data ini bisa menjadi indikasi bahwasanya pengaruh sektor UMKM amat diperlukan untuk memperbaiki indikator utama Masterplan Ekonomi Syariah

Gambar 5.5

Potensi Penambahan Tenaga Kerja dan Kontribusi PDB dengan Menaikkan Kelas Usaha Mikro menjadi Usaha Kecil

Sumber: Badan Pusat Statistik (2018, diolah)





Kondisi global dan nasional Usaha mikro, kecil dan menengah

Penggunaan teknologi saat ini mengubah kultur bisnis dan konsumen. Seluruh realisasi bisnis mengalami penyesuaian ulang. Tidak terkecuali UMKM di Indonesia, harus turut bersaing. Penggunaan teknologi dalam ekonomi digital diproyeksikan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi tahunan sebesar 2 persen (Deloitte, 2015). Perdagangan daring merupakan sarana yang sangat potensial untuk mengembangkan UMKM.

Berdasarkan laporan dari Deloitte (2015), usaha UMKM yang terlibat dalam teknologi digital

cenderung menerima pendapatan dari luar negeri lebih banyak 6 persen daripada UMKM luring sehingga terjadi peningkatan total pendapatan mencapai 80 persen. Dalam perkembangannya, sejak tahun 2012, UMKM tercatat sebagai penyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia dengan daya serap lebih dari 90 persen (Kementerian Koperasi dan UMKM, 2017). Tercatat hingga 2015, UMKM menyumbang lebih dari 50 persen dari PDB, dengan laju pertumbuhan 6,4 persen (LIPI & Bank Indonesia, 2015).

Tabel 5.1
Penyerapan Tenaga Kerja UMKM Berdasarkan Lapangan Usaha

Sumber : BPS, 2018

Kategori Lapangan Usaha	Jumlah Usaha	Jumlah Tenaga Kerja	Rata-Rata Penyerapan Tenaga Kerja
B. Pertambangan dan penggalian	170.004	376.711	2
C. Industri pengolahan	4.348.459	11.707.339	3
D. Pengadaan listrik gas/uap air panas dan udara dingin	29.928	53.538	2
E. Pengelolaan air, pengelolaan air limbah, pengelolaan dan daur ulang sampah, dan aktivitas remediasi	91.541	182.817	2
F. Kontruksi	225.795	2.161.410	10
G. Perdagangan besar dan eceran, reparasi dan perawatan mobil dan sepeda motor	12.097.326	22.493.987	2
H. Pengangkutan dan pergudangan	1.281.250	1.684.037	1
I. Penyediaan akomodasi dan penyediaan makanan minuman	4.431.154	8.530.342	2
J Informasi dan komunikasi	625.772	977.381	2
K. Aktivitas keuangan dan asuransi	86.266	406.598	5
L. Real estate	385.491	507.937	1
M. Jasa perusahaan	352.936	1.055.068	3
O. Pendidikan	590.423	5.873.101	10
P. Aktivitas kesehatan manusia dan aktivitas sosial	209.048	893.338	4
Q. Aktivitas jasa lainnya	1.148.296	2.363.281	2
Total	26.073.689	59.266.885	2



Adapun penyerapan 3 besar tenaga kerja oleh UMKM berdasarkan kategori lapangan usaha adalah dari perdagangan besar dan eceran, reparasi - perawatan mobil dan sepeda motor sebesar hampir 46.4 persen. Lalu diikuti penyediaan akomodasi dan makan minum sebesar 17 persen. Kemudian ada Industri pengolahan 16.7 persen (BPS, 2018). Industri halal yang termasuk ke dalam tiga besar usaha UMKM ini adalah makanan dan minuman halal, pariwisata halal, halal fesyen, serta farmasi dan kosmetik halal. Juga menyentuh media dan rekreasi halal.

Meningat peran penting UMKM di Indonesia, khususnya untuk pengembangan industri halal, pemerintah mengeluarkan beberapa strategi pengembangan dan peraturan-peraturan yang menargetkan perkembangan UMKM. Berikut adalah garis besar peraturan-peraturan yang dikeluarkan pemerintah terkait UMKM dan industri halal:

1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Kebijakan ini mengatur pemberdayaan UMKM. Prinsip pemberdayaan UMKM dengan penumbuhan kemandirian dan kewirausahaan, perwujudan kebijakan publik yang transparan, pengembangan UMKM berbasis potensi daerah, dan berorientasi pasar. Pemerintah pusat dan daerah bersama-sama menumbuhkan iklim usaha dengan menetapkan kebijakan yang meliputi aspek pendanaan, sarana dan prasarana, informasi usaha, kemitraan, perizinan usaha, kesempatan berusaha, promosi dagang, dan dukungan kelembagaan.

2. Undang-Undang No. 1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro

Peraturan ini mengatur tentang pendirian Lembaga Keuangan Mikro (LKM) di Indonesia. LKM di Indonesia harus berupa berbadan hukum koperasi atau Perseroan Terbatas. Kegiatan LKM berupa usaha simpan pinjam, yaitu mencakup pemberdayaan masyarakat melalui pinjaman dalam skala mikro kepada masyarakat mengelola simpanan dalam prinsip syariah atau konvensional.

3. Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal

Untuk memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat, pemerintah mengeluarkan peraturan tentang Jaminan Produk Halal. Peraturan ini mengatur bahwa per tahun 2019, seluruh produk yang dijual di Indonesia sudah tersertifikasi halal oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).

4. PERMEN K-UKM No. 16/Per/M.KUKM/IX/2015 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah oleh Koperasi

Peraturan ini menjelaskan usaha simpan pinjam dan pembiayaan berprinsip syariah hanya dapat dilakukan oleh koperasi syariah. Peraturan Menteri ini mengatur secara detail pengurus, wilayah keanggotaan, permodalan, dan kegiatan usaha KSSPS dengan akad-akad tertentu. Koperasi syariah juga dapat berperan sebagai penyalur dana ZISWAF (zakat, infaq, sedekah, wakaf, dan dana sosial lainnya).

5. Pergub NTB No. 51 Tahun 2015 Tentang Wisata Halal Nusa Tenggara Barat

Peraturan Gubernur Nusa Tenggara Barat (NTB) mengatur kegiatan usaha wisata halal di NTB. Pergub ini mengatur syarat-syarat destinasi wisata halal, standar akomodasi wisata halal, persyaratan pramuwisata perjalanan wisata halal, dan peran masyarakat dalam wisata halal NTB.

6. Peraturan Daerah Nusa Tenggara Barat No. 2 Tahun 2016 Tentang Pariwisata Halal

Perda ini melengkapi peraturan yang sudah ada tentang industri pariwisata halal. Perda ini mengatur kebijakan investasi halal dengan pemberian insentif investasi sesuai peraturan perundang-undangan, memberikan keringanan pajak dalam penanaman modal asing, dan menyederhanakan peraturan dan birokrasi untuk perizinan. Perda ini mengatur promosi untuk berinvestasi di pariwisata halal, mengatur strategi pemasaran dan promosi pariwisata halal yang berkesinambungan dan berkelanjutan.

7. Fatwa DSN-MUI No. 108 Tahun 2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Syariah

Dewan Syariah Nasional MUI mengeluarkan fatwa mengenai pariwisata halal untuk mendukung dan dijadikan rujukan oleh peraturan selanjutnya dalam wisata halal. Dalam fatwa ini, DSN-MUI menjelaskan akad-akad transaksi yang terjadi selama penyelenggaraan pariwisata halal. DSN-MUI mewajibkan hotel syariah untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syariah.

8. Undang-Undang No. 1 Tahun 2016 tentang Penjaminan

Undang-Undang ini dibuat untuk menjelaskan asas, tujuan, dan ruang lingkup usaha penjaminan atas kewajiban finansial. UU ini dikeluarkan untuk menunjang kebijakan pemerintah untuk penyaluran dana dan mendorong kemandirian UMKM agar dapat berkontribusi dalam perekonomian nasional. UU Penjaminan ini mencakup penjaminan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah.

9. Qanun Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam No. 8 Tahun 2016 Tentang Sistem Jaminan Produk Halal

Perda NAD mengeluarkan peraturan mengenai aturan sertifikasi produk halal dengan standar halal NAD. Pemerintah Aceh bertanggung jawab dalam pengawasan sistem jaminan produk halal di Aceh. Perda ini menjelaskan tugas dari petugas SJPH.

10. Peraturan Pemerintah No. 24 Tahun 2018 Tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik

OSS (*Online System Submission*) adalah sistem pendaftaran perizinan usaha yang dilakukan dalam bentuk dokumen elektronik sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Lembaga OSS menerbitkan izin usaha kepada pelaku usaha yang tidak memerlukan prasarana untuk menjalankan usaha. Lembaga OSS bertugas memberikan fasilitas perizinan berusaha kepada pelaku UMKM berupa pelayanan informasi pelayanan usaha, dan bantuan mengakses laman OSS untuk mendapatkan perizinan.

Peraturan-peraturan di atas disusun untuk membantu pemerintah mencapai tujuan berupa dukungan terhadap UMKM yang berkontribusi terhadap perekonomian nasional. Juga memaksimalkan peranannya dalam mengembangkan industri halal. Pencapaian tujuan UMKM sebagaimana disusun oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (K-UKM), dilaksanakan melalui upaya berikut ini (Kemenkop, 2015):

1. Peningkatan kompetensi UMKM dalam kewirausahaan dan inovasi, teknik produksi dan pengelolaan usaha, serta pemasaran di dalam dan luar negeri;
2. Peningkatan jangkauan, skema dan kualitas layanan sistem pendukung koperasi dan UMKM terkait diklat, pembiayaan, pendampingan usaha, layanan teknologi dan informasi, intermediasi pasar, dan kemitraan;
3. Peningkatan iklim usaha yang kondusif melalui penetapan dan perbaikan peraturan dan kebijakan, kemudahan perizinan, serta peningkatan kesempatan, kepastian dan perlindungan usaha;
4. Peningkatan keterpaduan kebijakan lintas instansi dan pusat-daerah yang didukung peran dan partisipasi pemangku kepentingan lainnya.





Peluang dan tantangan pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah

Potensi dan peluang UMKM industri halal di Indonesia sangat besar, terutama dilihat dari jumlah konsumen Muslim potensial. Walaupun demikian, segmen pasar konsumen Muslim dan konsumen produk halal harus dibedakan karena adanya faktor-faktor yang mempengaruhi, seperti norma subjektif, sikap, niat membeli produk halal (Aisyah, 2017) dan tingkat religiusitas (Rahman, Asrarhaghghi, & Rahman, 2015). Pengetahuan mengenai perilaku konsumen Muslim Indonesia harus lebih didalam agar UMKM industri halal Indonesia dapat berperan maksimal di pasar dalam negeri dan ekspor di saat yang bersamaan. Potensi konsumen Muslim tidak hanya ada di Indonesia. Negara – negara Teluk dan Asia Tenggara pun dapat menjadi tujuan ekspor produk-produk industri halal Indonesia.

Potensi lainnya adalah pengelolaan UMKM industri halal berbasis teknologi. Beberapa pionir industri halal di Indonesia mengawali usahanya dari ekonomi berbasis digital, industri perdagangan retail, sampai yang bergerak dalam penyebaran informasi untuk penduduk pedesaan.

Akan tetapi, lebih dari sepertiga total UMKM di Indonesia masih belum masuk dalam teknologi digital (Deloitte, 2015). Padahal, di tahun 2015 diperkirakan masuknya UMKM dalam ekonomi digital mendongkrak penjualan sebesar 80 persen (Deloitte Access Economics, 2015). Hambatan lain mengenai ekonomi digital pada pelaku UMKM adalah kurangnya pendidikan dan kesadaran terhadap penggunaan teknologi dalam berbisnis, dan tersedianya sarana prasarana.

Dari sisi pendanaan, sektor perbankan nasional sudah menyalurkan setidaknya 20 persen dana pihak ketiga terhadap UMKM keseluruhan (data privat dari Bank Indonesia). Bank BUMN, syariah maupun konvensional, menyumbang 50 persen dari penyaluran dana ini. Akses pendanaan

ini perlu dibuka lebih lebar untuk UMKM agar mampu mengembangkan usahanya lebih baik lagi. Hambatan pendanaan ini sudah diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan, akan tetapi dalam praktiknya penyaluran kepada UMKM masih minim. Padahal, sumber pendanaan tidak hanya dari perbankan. Lembaga keuangan non-bank pun masih banyak beroperasi di Indonesia dan dapat dijadikan sumber pendanaan jika dikelola dengan baik.

Misalnya, *fintech* dan modal ventura syariah. PNM Ventura Syariah, yang merupakan perusahaan BUMN menggunakan skema modal ventura syariah dalam pembbiayaannya. PNM ini selama beberapa tahun terakhir mengalami kesulitan menemukan nasabah yang terkategori sebagai benar-benar syariah. Akan tetapi, dana yang akan disalurkan oleh PNM Ventura Syariah juga terbatas, sehingga kurang leluasa mengembangkan kegiatan bisnis. Selain itu, dari sudut pandang pengusaha Muslim, adanya keraguan atau minimnya pengetahuan kepada lembaga keuangan syariah menghambat pelaku usaha untuk bekerja sama dengan lembaga keuangan syariah atau perbankan syariah yang ada.

Hambatan selanjutnya adalah mengenai sertifikasi halal. Esensi dari industri halal adalah adanya jaminan bahwa produk dan jasa yang ditawarkan sudah halal dan aman dikonsumsi khususnya untuk konsumen Muslim. Berdasarkan data Kementerian K-UKM, terdapat 1.500 UMKM sedang dalam bantuan mendapatkan sertifikasi halal, merek, hak cipta, dan lain-lain. Di lapangan, kendala yang dihadapi oleh pengusaha UMKM adalah mahalnya proses sertifikasi halal sehingga tidak semua pelaku usaha mampu mengajukan. Padahal, Kementerian K-UKM menjelaskan adanya sertifikasi halal gratis, tapi peminatnya tidak juga banyak. Pemerintah menyatakan tetap harus



menjalankan sistem jemput bola. Di sini terlihat adanya kesenjangan antara inisiatif pemerintah dengan yang dirasakan pengusaha UMKM.

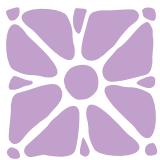
Selain kendala harga, banyak pelaku usaha yang tidak sadar tentang syarat dan ketentuan sesuatu hal dikategorikan halal. Secara umum, yang disebut halal adalah hal-hal yang tidak mengandung alkohol dan babi. Padahal, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) menyatakan bahwa yang disebut halal juga mencakup segala hal yang tidak mengandung zat-zat yang dapat merusak tubuh.

Kendala BPJPH adalah kurang tersedianya data yang terpusat dan lengkap mengenai UMKM yang belum mendapatkan sertifikasi halal sebagai sasaran sosialisasi. Selain data, kendala lainnya adalah kurangnya sumber daya manusia (SDM) untuk melakukan pengawasan dan pengecekan proses halal dari hulu ke hilir. Saat ini misalnya, kurangnya tenaga pengawas untuk rumah potong hewan dan di pasar-pasar tradisional.

Komunitas Pengusaha Muslim Indonesia (KPMI) menyatakan bahwa adanya kondisi yang kurang nyaman untuk pemilik usaha yang belum memiliki sertifikasi halal karena adanya desakan untuk segera memiliki sertifikasi. Akan tetapi anjuran untuk memiliki sertifikasi ini masih menjadi bahan pertimbangan oleh para pelaku usaha karena alasan bisnis. Pelaku usaha melihat tidak tingginya kesadaran pelanggannya terhadap label halal yang dimiliki sehingga mereka merasa tidak memerlukan sertifikasi halal untuk mengembangkan bisnis. Pelaku usaha tidak melihat adanya jaminan bahwa produk yang sudah tersertifikasi halal sudah pasti lebih laku, sehingga belum tentu biaya sertifikasi akan tertutup dari penjualan selanjutnya.

Kendala lain untuk industri halal adalah kurang adanya karakter SDM yang dirasa baik. Lulusan yang ada saat ini, terlihat bekerja di lembaga keuangan syariah, sebagian besar tidak bekerja karena *passion*, akan tetapi karena kebutuhan keuangan. Kurangnya karakter-karakter memajukan industri keuangan syariah menjadi acuan bahwa harus ada pendidikan karakter yang baik untuk lulusan ekonomi Islam untuk dapat membantu memajukan industri halal Indonesia. Selain itu, banyak lulusan ekonomi Islam tidak terserap ke lapangan pekerjaan. Otoritas Jasa Keuangan menyarankan adanya diskusi kurikulum dari Kementerian Ketenagakerjaan dan asosiasi ketenagakerjaan yang lain untuk mempersiapkan lulusan-lulusan dengan keahlian yang tepat.

Sementara permasalahan dari sisi bisnis, UMKM kesulitan mencari mentor untuk konsultasi pengembangan bisnis, agar bisa naik kelas dari usaha mikro menjadi usaha kecil, dari usaha kecil menjadi usaha menengah, serta dari usaha menengah menjadi usaha besar. Pelaku bisnis UMKM memerlukan pendampingan untuk mengembangkan bisnis agar lebih bisa bersaing di ekonomi digital. Situs belanja daring seperti Bukalapak memiliki sarana mempertemukan lembaga pembiayaan syariah untuk UMKM, akan tetapi masih sedikit pelaku usaha yang menggunakan layanan tersebut. Dari pernyataan ini, terlihat indikasi kurang familiarnya pelaku usaha UMKM Indonesia terhadap layanan keuangan digital yang berpotensi menjadi sumber modal untuk mengembangkan usaha.



Dukungan Terhadap industri halal

Peluang dan tantangan pengembangan UMKM dapat diidentifikasi pada tabel 5.2.

Tabel 5.2
Peluang dan Tantangan Pengembangan UMKM

Aspek	Peluang	Tantangan
Demografi	<ul style="list-style-type: none">Besarnya jumlah Muslim di Indonesia	<ul style="list-style-type: none">Muslim di Indonesia kurang menyadari pentingnya mengonsumsi produk halal
Pemasaran	<ul style="list-style-type: none">Jumlah Muslim yang besar merupakan sasaran pemasaran yang potensialNegara-negara kawasan Timur Tengah merupakan sasaran pemasaran yang potensial	<ul style="list-style-type: none">Adanya aspek-aspek yang harus dipenuhi dari konsumen Muslim, yaitu norma subjektif, sikap, niat membeli dan religiusitasKemampuan ekspor UMKM di Indonesia masih rendah
Ekonomi Digital	<ul style="list-style-type: none">Beberapa pionir UMKM industri halal berawal dari ekonomi berbasis digital	<ul style="list-style-type: none">Sepertiga UMKM di Indonesia belum berbasis teknologi digitalKurangnya akses terhadap hasil penelitian dan pengembangan yang menggunakan teknologi untuk memaksimalkan produk (output)
Pendanaan	<ul style="list-style-type: none">Setidaknya 20% kredit perbankan disalurkan kepada UMKM. Bank-bank BUMN menyumbang 50% di antaranyaRegulasi yang mengatur pendanaan untuk UMKM sudah banyak	<ul style="list-style-type: none">Pada praktiknya, penyaluran dana kepada UMKM masih minimUntuk pendanaan, mindset mayoritas pelaku masih tertuju pada perbankan
Sertifikasi Halal	<ul style="list-style-type: none">Sudah ada UU no 33 tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal yang mengatur mengenai kewajiban memiliki sertifikat halal, termasuk untuk UMKMAdanya program subsidi sertifikat halal dari Kementerian Koperasi dan UKM dan Pemerintah Daerah Provinsi tertentu	<ul style="list-style-type: none">Biaya pengurusan sertifikat halal masih mahalProgram subsidi sertifikat halal belum tersosialisasikan dengan baikData yang dimiliki oleh BPJPH masih terbatasKurangnya SDM untuk pengawasan halal dari hulu ke hilir
Bisnis	<ul style="list-style-type: none">Terdapat situs belanja online yang mampu mempertemukan pengusaha UMKM dengan pihak yang dapat memberikan pembiayaan	<ul style="list-style-type: none">Sulitnya mencari mentor untuk pendampingan dan pembiayaan bisnisMinimnya infrastruktur di sekitar kegiatan usaha

Kebutuhan pendampingan usaha sangat diperlukan untuk tiga hal, yaitu cara mendagangkan (*how to sell*), cara mendapatkan pembiayaan (*how to fund*), dan cara menjalankan (*how to operate*). Ketiga hal ini sangat penting dalam mendorong UMKM sebagai peran vital perekonomian Indonesia untuk mendongkrak PDB.

Walaupun sektor UMKM memiliki potensi dan peluang yang besar, akan tetapi terdapat banyak tantangan dalam mencapai potensi tersebut. Berdasarkan uraian di atas dan informasi tambahan yang diperoleh melalui *Focus Group Discussion*, terdapat enam isu yang teridentifikasi, yaitu:



1. Kurangnya pemahaman dan kesadaran tentang pentingnya produk halal.
2. Perlunya pendampingan untuk menambah kemampuan manajerial para wirausahawan untuk dapat melakukan *value creation*.
3. Pembiayaan atau penyaluran dana untuk UMKM, baik dari sisi penyalur yang persyaratannya tidak aplikatif untuk UMKM, maupun dari sisi minimnya pengetahuan pemohon dana tentang lembaga keuangan syariah.
4. Infrastruktur di sekitar kegiatan usaha yang masih belum berpihak, seperti izin usaha yang terkesan lambat, tenaga kerja yang minim keahlian, kurangnya insentif perpajakan, dan kemudahan akses fasilitas untuk melakukan inovasi produk.
5. Belum adanya platform digital terpadu yang mendata UMKM industri halal termasuk jenis usaha, produk, dan lokasinya, serta yang bisa mempertemukan pelaku usaha yang membutuhkan dukungan finansial dengan pihak yang mengalami kelebihan dana.
6. Kurangnya akses terhadap hasil penelitian dan pengembangan yang menggunakan teknologi untuk memaksimalkan produk (*output*).

Tabel 5.3

Dukungan UMKM Terhadap Industri Halal Utama

Klaster	Keterkaitan dengan Klaster UMKM
Makanan Halal	<ul style="list-style-type: none"> Belum ada peraturan pemerintah atau peraturan menteri yang menuliskan teknis rinci mengenai auditor halal dalam BPJPH dan siapa saja yang dapat menjadi mitra BPJPH dalam menangani sertifikasi halal. Pelaku UMKM mengeluhkan mengenai mahalnya harga sertifikasi, sedikitnya informasi mengenai sertifikasi halal pada pelaku usaha, dan lamanya proses mendapatkan label. Kurangnya jumlah auditor halal Pelaku-pelaku UMKM tidak merasa sertifikasi halal dapat menambah profitnya Adanya kesenjangan antara inisiatif Kementerian K-UKM dengan jumlah UMKM yang terjaring Diusulkan sertifikasi halal untuk komunitas, sehingga penyelia dan auditor halal tersedia di tingkat komunitas dan dapat menekan biaya operasional UMKM halal. Selain itu, diperlukan program sosialisasi agar pentingnya label halal dapat diterima dalam usaha UMKM, perlunya tenaga sertifikasi halal yang lebih dekat dengan pelaku UMKM, perlunya skema pengurangan biaya sertifikasi halal, dan penyederhanaan persyaratan sertifikasi halal
Pariwisata Halal	<ul style="list-style-type: none"> UMKM merupakan pelaku usaha di setiap <i>entry point value chain</i> pariwisata halal, yaitu destinasi wisata, airlines & airports, hotel, restoran, kafe, retailer, dan travel & tour. Pertumbuhan UMKM pariwisata halal secara langsung akan menyumbangkan pertumbuhan industri terkait. Ditambah lagi hampir semua UMKM yang tergabung di industri pariwisata halal dapat dibiayai oleh lembaga keuangan syariah sehingga bisa tumbuh lebih cepat.
Fesyen Muslim	<ul style="list-style-type: none"> 30% UKM di Indonesia dikuasai oleh industri pakaian Muslim (Kemenperin, 2016) Akan tetapi akses UMKM terhadap bahan baku masih terbatas Perlunya memperkuat kemitraan antara industri tekstil, desainer, pemegang brand, serta UKM fesyen untuk mempercepat pertumbuhan fesyen Muslim



Farmasi dan Kosmetik Halal	<ul style="list-style-type: none"> Pelaku usaha besar di kosmetik halal berasal dari UMKM yang bermula dari pesantren Ini merupakan potensi bahwasanya pelaku UMKM bisa menjadi pemain utama di industri kosmetik dengan menjadi produsen kosmetik halal dengan harga terjangkau
Media dan Rekreasi Halal	<ul style="list-style-type: none"> Aplikasi dan <i>game developer</i> merupakan UMKM Sebesar 15 triliun rupiah (2% dari total PDB Ekraf nasional) PDB merupakan kontribusi subsektor aplikasi dan <i>game developer</i> pada tahun 2015. Hanya 0,97% usaha subsektor aplikasi dan <i>game developer</i> mendapatkan pendanaan yang bersumber dari modal ventura. Skema grup angel investor bisa digunakan sebagai katalis untuk meningkatkan akses permodalan syariah untuk UMKM media dan rekreasi halal
Energi Terbarukan	<ul style="list-style-type: none"> Pelaku UMKM diharapkan bisa menjadi pengguna energi terbarukan
Ekonomi Digital	<ul style="list-style-type: none"> Pemerintah Indonesia memberikan dukungan yang besar untuk mengembangkan sektor ekonomi digital dalam negeri. Kementerian Koperasi dan UMKM secara khusus memberikan dukungan untuk ekonomi digital. Program yang digulirkannya adalah <i>UMKM Go Digital</i>. Layanan <i>P2P lending</i> memberikan kesempatan untuk usaha kecil (UMKM) yang belum dapat memperoleh pinjaman bank (<i>unbankable</i>) sehingga mendapatkan modal usaha. Strateginya adalah menciptakan lebih banyak UMKM yang didorong oleh teknologi
Jaminan Sosial	<ul style="list-style-type: none"> BAZNAS dan BWI berkorelasi juga dengan lembaga-lembaga <i>existing</i> yang berhubungan dengan jaminan sosial seperti Lembaga Pengelola Dana Pendidikan (LPDP), Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS), Lembaga Pengelola Dana Bergulir (LPDB) dan lembaga lain yang terkait dengan penyediaan jaminan sosial. Jaminan ini disediakan lembaga-lembaga tersebut untuk UMKM. Di dalamnya terdapat kesempatan meningkatkan kemampuan SDM melalui pendidikan, akses kesehatan bersubsidi, permodalan syariah dengan beban lebih ringan dibanding bank.
Keuangan Syariah	<ul style="list-style-type: none"> UMKM perlu dibuat akses yang memadai dengan lembaga-lembaga filantropi baik yang terdapat pada perbankan syariah, misal dengan mengakses dana <i>qardhul hasan</i> pada bank syariah atau dengan lembaga-lembaga yang mengelola ZISWAFAF, terutama dengan memanfaatkan hasil pengelolaan dana dari lembaga-lembaga wakaf produktif. Fungsi bank syariah yang saat ini hanya berperan sebagai LKS-PWU (Lembaga Keuangan Syariah-Pengumpul Wakaf Uang), kedepan harus didorong perannya menjadi pengelola dana wakaf produktif, atau yang sering disebut dengan nazir wakaf. Dana haji juga harus dioptimalkan dan ditempatkan di institusi keuangan syariah dan dialokasikan untuk proyek-proyek UMKM, fasilitas, dan infrastruktur industri halal. Membangun pusat UMKM di setiap provisi dengan difersifikasi produk. Pemerintah dapat menentukan daerah yang akan dijadikan pusat UMKM. Selanjutnya lembaga keuangan mikro syariah hingga perbankan syariah bekerja sama mengembangkannya. Daerah ini juga bisa dijadikan sebagai destinasi pariwisata halal yang mengusung konsep desa pemberdayaan syariah.



Strategi khusus Klaster usaha mikro, kecil dan menengah

No	Strategi/Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Strategi 1: Fasilitas Pembiayaan dan Pendampingan UMKM*									
1.	<p>Sinergi antarlembaga keuangan syariah untuk mengedukasi usaha mikro dan kemudahan pembiayaan**</p> <p>a. Menyelaraskan program-program pembiayaan usaha mikro yang telah ataupun akan dimiliki oleh lembaga keuangan syariah agar berjalan selaras dalam upaya pembiayaan yang tepat sasaran kepada usaha mikro</p> <p>b. Mengedukasi pelaku usaha mikro akan fasilitas pembiayaan menggunakan skema pembiayaan syariah</p> <p>c. mendorong lembaga keuangan syariah (bank Syariah) yang fokus atau memiliki value proposition memberikan pembiayaan kepada UMKM halal value chain</p> <p>d. Mendorong OJK agar mewajibkan lembaga keuangan Syariah memiliki portofolio pembiayaan pada UMKM halal value chain minimal 30%</p>	<ul style="list-style-type: none"> Lembaga-lembaga keuangan syariah dapat bersinergi untuk edukasi dan pembiayaan bagi usaha mikro 							Otoritas Jasa Keuangan, Bank Indonesia, Kementerian Koperasi dan UKM
2.	<p>Program subsidi pembiayaan pemerintah harus dibarengi dengan pembiayaan <i>peer-to-peer lending</i> syariah bagi usaha mikro dan kecil**</p> <p>a. Memastikan agar program subsidi pembiayaan pemerintah dapat berjalan sesuai sasaran</p> <p>b. Menyinergikan kegiatan usaha <i>peer-to-peer lending</i> yang telah ada agar mendukung program subsidi pembiayaan pemerintah</p>	<ul style="list-style-type: none"> Program-program subsidi pembiayaan pemerintah yang ada dapat dioptimalkan dengan didukung oleh pembiayaan <i>peer-to-peer lending</i> syariah bagi usaha mikro dan kecil 							Kementerian KUKM Otoritas Jasa Keuangan Bank Indonesia Kementerian Kominfo



3.	<p>Sinergi antara lembaga keuangan syariah yang didukung juga oleh wakaf produktif tepat sasaran untuk usaha kecil dan menengah**</p> <p>a. Memfasilitasi berjalannya program wakaf produktif yang bersinergi dengan lembaga keuangan syariah, dengan dukungan dari sisi regulasi yang mengizinkan lembaga keuangan syariah ikut menyalurkan dana wakaf produktif</p> <p>b. Membuat rancangan program wakaf produktif untuk usaha kecil dan menengah yang pelaksanaannya bersinergi dengan lembaga keuangan syariah agar berjalan dengan baik dan terjamin keberlangsungannya</p> <p>c. Memastikan tata kelola yang baik untuk menjaga keberlangsungan dana wakaf produktif untuk usaha kecil dan menengah</p>	<ul style="list-style-type: none"> Pertumbuhan usaha kecil dan menengah yang seiring dengan pertumbuhan instrumen wakaf produktif 					
4.	<p>Memudahkan pembiayaan berbasis modal dengan menyediakan investasi saham <i>marketplace</i> berbasis teknologi lanjutan (contoh: <i>Blockchain</i>) untuk exit strategy para pemodal awal untuk usaha kecil dan menengah melakukan IPO, sekaligus menciptakan pasar sekunder yang pelaksanaannya memenuhi ketentuan syariah, sehingga dapat memenuhi kebutuhan UKM <i>halal value chain</i> terhadap permodalan berbasis syariah**</p> <p>a. Menyediakan infrastruktur untuk kebutuhan investasi saham <i>marketplace</i> berbasis teknologi lanjutan untuk para pemodal awal bagi usaha kecil dan menengah</p> <p>b. Mengawal pelaksanaan investasi saham <i>marketplace</i> berbasis teknologi lanjutan untuk para pemodal awal bagi usaha kecil dan menengah yang pelaksanaannya memenuhi kaidah syariah</p>	<ul style="list-style-type: none"> Diterbitkannya Peraturan OJK terkait dan tersedianya 1 investasi saham <i>marketplace</i> dengan 100 emiten 					

Strategi 2: Halal Lifestyle Literacy untuk UMKM						
1.	Meningkatkan kesadaran di kalangan pengusaha UMKM tentang pentingnya produk halal a. Sosialisasi melalui komunitas UMKM yang ada b. Menggandeng sarana media massa yang ada untuk mengubah pola pikir masyarakat, khususnya pengusaha, tentang pentingnya memiliki sertifikat halal	• Seluruh produk UMKM dapat bersertifikat halal pada Desember 2024 dan pada Desember 2019 telah keluar peraturan pemerintah mengenai UMKM produk halal wajib mendapatkan pembiayaan secara syariah				Kementerian KUKM, Kementerian Kominfo, Komunitas UMKM
2.	Mengupayakan kemajuan UMKM bersertifikat halal, serta menjadikan seluruh produk halal UMKM memiliki sertifikat halal* a. Mendukung upaya bagi program-program yang memudahkan sertifikasi halal di komunitas-komunitas b. Menggalang atau mendukung program-program sosial yang memberikan subsidi bagi pengusaha mikro dalam pengurusan sertifikat halal	• Tercipta budaya sadar halal di kalangan pengusaha UMKM				Kementerian KUKM, BPJPH
3.	Industri halal bagi UMKM yang didukung oleh pemerintah daerah dan otoritas terkait a. Pemberian subsidi atau pendanaan dari pemerintah daerah untuk sertifikasi halal b. Penyediaan infrastruktur halal yang memadai, termasuk di dalamnya auditor halal c. Persyaratan izin usaha dibarengi oleh sertifikasi halal, setelah memadainya infrastruktur halal	• Terciptanya ekosistem industri halal yang sehat yang didukung oleh pemerintah daerah dan otoritas terkait				Kementerian KUKM, Pemerintah Daerah Provinsi dan Kabupaten/ Kotamadya, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Kementerian Keuangan, Otoritas Jasa Keuangan, Bank Indonesia



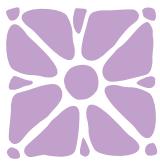
Strategi 3: Sinergi Dalam Rangka Peningkatan Kualitas UMKM

1.	Sinergi melibatkan unit UMKM Pesantren & pesantren sebagai pihak aktif dalam membangun sumber daya manusia industri halal di Indonesia*	<ul style="list-style-type: none"> • Mayoritas pesantren di Indonesia telah mempunyai unit UMKM masing-masing dengan jenis usaha yang berbeda-beda dan telah ada minimal 1 <i>hypermarket</i> dan 1 <i>e-commerce platform</i> di Indonesia yang khusus memasarkan produk halal UMKM lokal dan pesantren 							Kementerian KUKM, Kementerian Agama, Kementerian Perdagangan
	a. Meningkatkan jumlah produksi pesantren dari semua jenis usaha								
	b. Meningkatkan jumlah santri wirausaha dengan usaha baru								
	c. Meningkatkan jumlah santri siap kerja								
2.	Sinergi Usaha Besar dengan UMKM*	<ul style="list-style-type: none"> • Kerja sama pendampingan 3 BUMN dengan komunitas UMKM 							
	a. Mentoring pendampingan <i>scale-up</i> dan ekspor								Kementerian KUKM,
	b. Kerja sama perdagangan antara BUMN dan UMKM								Kementerian BUMN, Kementerian Perdagangan

Strategi 4: Pembangunan Database UMKM**

1.	Mendefinisikan dan mendata pelaku usaha UMKM melalui unit masyarakat terkecil	<ul style="list-style-type: none"> Dapat mendefinisikan siapa saja yang termasuk pelaku usaha UMKM dan tersedia data masyarakat yang termasuk pelaku usaha UMKM 							KNKS, Kementerian KUKM, Kementerian Dalam Negeri, Komisi Pemilihan Umum (KPU), BPS, BPJS Kesehatan & BPJS Ketenagakerjaan, Bank Indonesia
	a. Mendefinisikan siapa saja yang termasuk pelaku usaha UMKM								
	b. Menjalin kerja sama dengan pihak-pihak terkait dalam rangka menggunakan data peserta pemilihan umum, Badan Pusat Statistik (BPS), BPJS dan penyedia data nasional lainnya								
	c. Modata masyarakat yang masuk kriteria pelaku usaha UMKM								
2.	Membuat platform database di mana pelaku usaha UMKM yang sedang membutuhkan dana atau kelebihan dana bisa dipertemukan dengan lembaga ZISWAF yang mempunyai dana produktif siap pakai atau menampung dana produktif	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat platform <i>database</i> yang dapat mempertemukan pelaku usaha UMKM dan lembaga ZISWAF, baik untuk kepentingan kebutuhan dana maupun kelebihan dana 							KNKS, Bappenas, OJK, LPS, Bank Indonesia, BAZNAS, BWI, Kementerian KUKM, DSN- MUI, Perbankan, Asosiasi
	a. perencanaan model <i>database</i>								
	b. koordinasi dengan <i>stakeholder</i> terkait								
	c. Membangun infrastruktur <i>database</i>								
	d. Pendataan UMKM dan masyarakat objek ZISWAF								
	e. Peresmian <i>database</i>								
	f. Pembaruan data pada setiap periode								
3.	Kerja sama dengan lembaga keuangan syariah untuk analisis kelayakan usaha dan penyaluran dana produktif sebagai modal usaha	<ul style="list-style-type: none"> Terjalinnya kerja sama dengan lembaga keuangan syariah untuk analisis kelayakan usaha dan penyaluran dana produktif sebagai modal usaha 							KNKS, Kementerian KUKM, Otoritas Jasa Keuangan
	a. Membangun kerjasama dengan lembaga keuangan syariah								
	b. Dengan <i>database</i> yang telah dibangun, melakukan kerjasama untuk menganalisis kelayakan usaha								
	c. Menggunakan bank syariah sebagai media penyaluran dana produktif untuk UMKM								

Keterangan: (*) merupakan program utama, (**) merupakan quick wins



Quick wins pengembangan Usaha mikro, kecil, dan menengah

1. Fasilitas pembiayaan mikro syariah dan pendampingan UMKM sesuai dengan skala usaha (*sharing platform keuangan mikro syariah*)

Perlu dilakukan pendekatan yang berbeda-beda antarskala UMKM demi tercapainya efektifitas program pembiayaan. Dukungan lembaga keuangan syariah maupun program-program pemerintah yang menyasar usaha mikro dan kecil sangat penting. Apabila lembaga-lembaga keuangan syariah dapat bersinergi dengan baik, usaha mikro akan memperoleh manfaatnya, yaitu pembiayaan yang menunjang kegiatan usahanya.

Untuk mengoptimalkan pembiayaan UMKM oleh lembaga keuangan syariah, OJK dapat mempersyaratkan penyaluran pembiayaan sebesar 30 – 40 persen bagi UMKM. Demikian pula, apabila program-program pemerintah, seperti kredit usaha rakyat, dapat diselaraskan dengan pembiayaan *peer-to-peer lending* seperti yang tengah berkembang saat ini, maka akan menghasilkan sinergi yang baik dan tepat sasaran, bukan hanya bagi usaha mikro, tetapi juga usaha kecil.

Dalam cakupan usaha kecil dan menengah, instrumen filantropi Islam, yaitu wakaf produktif, dapat dimanfaatkan dengan jalan menyelaraskannya dengan lembaga keuangan syariah. Diharapkan, pada saat pelaksanaannya, telah terdapat kemajuan dari sisi regulasi. Lembaga keuangan syariah tidak hanya

menjadi lembaga keuangan penyalur wakaf uang (LKS-PWU), tetapi juga turut membantu program penyaluran dana wakaf produktif kepada usaha kecil dan menengah. Hal itu dikelola dengan baik agar unsur keberlangsungannya tetap terpelihara. Akselerasi usaha kecil dan menengah untuk naik kelas ke level selanjutnya juga dapat dilakukan dengan menyediakan sarana untuk investasi saham *marketplace* berbasis teknologi lanjutan untuk usaha kecil dan menengah, baik di pasar perdana (IPO), maupun pasar sekunder. Saham *marketplace* ini bisa menjadi *exit strategy* dari pemodal awal untuk usaha kecil dan menengah yang pelaksanaannya harus mengikuti ketentuan syariah, sehingga dapat memenuhi kebutuhan UMKM *halal value chain* terhadap permodalan berbasis syariah.

6

Penguatan Ekonomi Digital



Muslim adalah konsumen strategis dunia. Nilai transaksinya USD 107 miliar (Rp 1.522 triliun) pada tahun 2014 dan diproyeksikan akan tumbuh 17 persen CAGR menjadi USD 277 miliar atau Rp 4.016 triliun pada 2020.



Ekonomi digital merupakan terminologi baru. Belum ada definisi istilah ini yang tepat dan disepakati. Diadaptasi dari laporan Komite Percepatan Penyediaan Infrastruktur Prioritas atau KPPPIP (2018), dua kata ini meliputi aktivitas ekonomi yang menggunakan jaringan dan platform internet sebagai infrastruktur yang tidak dapat dilepaskan dari masyarakat.

ASEAN Investment Report 2018 mendefinisikan ekonomi digital sebagai aplikasi teknologi menggunakan Internet dalam produksi dan perdagangan barang dan jasa. Sedangkan IMF dalam publikasinya yang berjudul "Measuring Digital Economy" menyimpulkan bahwa terminologi ekonomi digital sering digunakan untuk menunjukkan bahwa digitalisasi telah menyebar ke semua sektor ekonomi, dari pertanian hingga pergudangan.

Definisi lain menyebutkan bahwa kata tersebut menunjukkan bagian dari ekonomi nasional yang berasaskan teknologi digital dengan bisnis model berdasarkan barang atau jasa digital (Heeks, 2018; Accenture, 2016). Secara lebih luas, aktivitas-aktivitas ekonomi baru seperti *collaborative economy*, *gig economy*, dan *sharing economy* dapat dikategorikan sebagai ekonomi digital. Definisi ekonomi digital dapat juga dilihat dari berbagai aspek, seperti: sumber daya manusia dan teknologi, proses bisnis dan struktur bisnis.

Beberapa laporan tahunan ekonomi digital global mengedepankan platform *fintech* dan *e-commerce* sebagai infrastruktur pendukung lintas industri (contoh: makanan, produk TI, fesyen, perjalanan) yang terlibat dalam transaksi digital. Ekonomi digital tidak dapat dipisahkan dari sektor ekonomi yang lain karena aplikasinya dapat diterapkan di berbagai sektor industri mulai dari keuangan, transportasi, logistik, pendidikan, kesehatan, agrikultur, dan sebagainya. Bahkan lintas sektoral.

Dalam kaitannya dengan ekonomi Islam digital (*Islamic digital economy*), saat ini belum ada definisi yang disepakati secara global. Thomson Reuters dan Dinar Standard (2015) menghitung ekonomi Islam digital berdasarkan transaksi *e-commerce* dan belanja iklan digital yang dilakukan Muslim. Namun dalam kaitannya dengan Masterplan Ekonomi Syariah, tim penulis mendefinisikan ekonomi Islam digital sebagai bagian dari ekonomi islam yang mendukung industri halal melalui platform digital baik yang dapat meningkatkan penjualan maupun efisiensi produksi yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja perusahaan.

Pertumbuhan bidang ekonomi digital dapat dilihat melalui pertumbuhan dua subsektor, yaitu *e-commerce* dan *fintech*. Keduanya menunjukkan pertumbuhan yang menjanjikan selama beberapa waktu terakhir. Bank Indonesia mendefinisikan *fintech* sebagai hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam membayar harus bertatap-muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dalam hitungan detik. OECD mendefinisikan *e-commerce* sebagai transaksi jual beli barang dan jasa, baik antara bisnis, rumah tangga, individu, pemerintah, dan organisasi publik atau swasta lainnya, yang dilakukan melalui internet. Pemesanan barang dilakukan melalui internet, namun pembayaran dan pengiriman akhir dari barang dan jasa dapat dilakukan *online* atau *offline* (*cash on delivery*). Platform *sharing economy* atau *marketplace* juga masuk dalam kategori *e-commerce*.



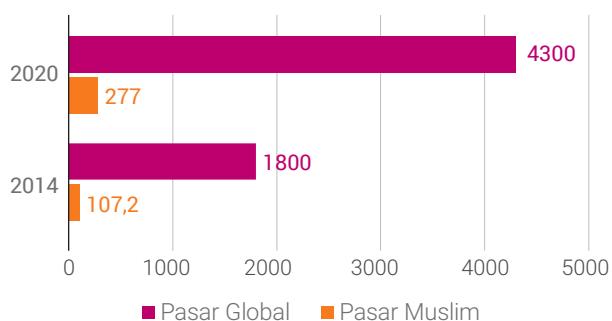
Kondisi global dan nasional Ekonomi Digital

Pasar ekonomi digital secara global mencapai USD 1,9 triliun atau sekitar Rp 27.550 triliun pada tahun 2014. Nilai ini dihitung dari transaksi e-commerce dan belanja *digital advertising*. Pasar ini diperkirakan akan tumbuh 15 persen hingga tahun 2020. Muslim adalah konsumen strategis dunia. Nilai transaksinya USD 107 miliar (Rp 1.522 triliun) pada tahun 2014 dan diproyeksikan akan tumbuh 17 persen CAGR menjadi USD 277 miliar atau Rp 4.016 triliun pada 2020. Komunitas ini mewakili hampir seperempat penduduk dunia dan 5,8 persen dari ekonomi digital global pada tahun 2014.

Ekonomi digital muncul dari perpaduan ekonomi dan teknologi. Ruang lingkupnya dikerucutkan dalam bisnis e-commerce dan fintech. Menurut laporan Thomson Reuters (2015), ekonomi Islam digital memiliki pasar yang potensial di beberapa sektor industri, mulai dari pendidikan, makanan halal, pariwisata halal, fesyen Muslim, farmasi dan kosmetik halal, dan keuangan Islam. Potensi yang paling besar terdapat di sektor fesyen Muslim, farmasi – kosmetik, dan keuangan Islam. Bentuk produk ekonomi digital yang paling strategis untuk dikembangkan adalah dari sisi e-commerce, mulai dari retail, *marketplace*, dan *sharing economy*.

Grafik 6.1.1
Potensi Sektor Ekonomi Digital

Sumber: Thomson Reuters, 2015



Regulasi untuk mengatur fintech dapat diatur ke dalam kerangka peraturan yang sudah ada atau yang baru. Sebuah prinsip panduan yang penting adalah netralitas; memastikan bahwa peraturan tidak mendukung satu entitas atau bentuk aktivitas di atas yang lain, asalkan risikonya sama (BIS (2018)). Untuk alasan ini, pihak berwenang dapat menerapkan peraturan yang lebih ketat untuk jenis aktivitas tertentu, seperti pada fintech yang melibatkan investor dan konsumen ritel. Misalnya, di Australia dan Belanda, fintech penyedia pinjaman harus mengajukan permohonan untuk lisensi khusus (dan memenuhi persyaratan ketat yang terkait) untuk memfasilitasi pinjaman kepada konsumen.

Di Amerika Serikat, platform yang terlibat dalam penyaluran kredit diwajibkan untuk mengajukan perizinan di setiap negara bagian tempat mereka beroperasi. Karena alasan ini, banyak platform bermitra dengan bank untuk membuat pinjaman yang disetujui secara *online*. Ada praktik serupa di Jerman: Platform fintech dilarang terlibat dalam pinjaman tanpa lisensi perbankan dan pengawasan prudensial terkait.

Sejumlah negara telah memperkenalkan peraturan baru yang spesifik dan dengan lisensi tertentu. Semua perubahan ini terjadi sejak tahun 2015, dan pada beberapa negara, ketentuan spesifik ini baru diterapkan. Misalnya, Brasil dan Meksiko memperkenalkan peraturan baru dan praktik perizinan pada awal 2018. Lisensi untuk mengoperasikan platform kredit fintech dapat tunduk pada persyaratan umum untuk pengaturan tata kelola dan manajemen risiko yang memadai, serta aturan yang ditargetkan, seperti untuk mengelola uang nasabah. Persyaratan modal minimum telah diberlakukan di Spanyol dan Kerajaan Inggris, dan akan mulai berlaku di Swiss pada Januari 2019. Pada tahun 2016 pemerintah Cina mulai memperkenalkan aturan baru untuk melarang beberapa model dan praktik bisnis berisiko tinggi.

Pada saat yang sama, banyak pihak berwenang berusaha memastikan bahwa kerangka peraturan tidak menghambat inovasi dan *market entry*. Hal ini sangat mendasar dalam ekonomi pasar yang sedang berkembang. Efisiensi dan manfaat akses berpotensi besar. Pihak berwenang di berbagai yurisdiksi telah menempatkan fasilitator inovasi, termasuk “regulatory sandboxes” untuk menguji teknologi baru dalam lingkungan yang terkendali; “Hub inovasi” yang mendukung perusahaan baru yang menavigasi peraturan yang ada; dan “akselerator” yang mempromosikan tugas spesifik dari relevansi kebijakan, terkadang dengan dukungan pendanaan. Beberapa yurisdiksi telah memperkenalkan insentif pajak khusus untuk investor, seperti dijelaskan pada tabel 6.1.

Indonesia memiliki populasi terbesar keempat di dunia, dan sering diproyeksikan menjadi pasar terbesar untuk perdagangan digital di Asia Tenggara. Selama bertahun-tahun, negeri ini telah mengalami kemajuan dalam digitalisasi, sebagaimana tercermin dari meningkatnya pengguna Internet dan pembeli *online*. Untuk itu, semua *stakeholder* perlu mengatasi sejumlah masalah penting untuk sepenuhnya merealisasikan potensi ekonomi digital.

Pertama, infrastruktur teknologi, informasi dan komunikasi (TIK) di Indonesia relatif rendah dibandingkan dengan negara-negara berkembang lainnya, baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Penggunaan internet mencapai 25,4 persen dari populasi pada tahun 2016. Ini menempatkan Indonesia di atas, Laos dan Myanmar. Sementara itu, kecepatan koneksi internet Indonesia juga lebih

Tabel 6.1
Kerangka Kebijakan *Fintech* di Berbagai Negara

Sumber: Bank for International Settlements, 2018

Negara	Insentif Pajak	Regulasi	Lisensi	Proteksi investor	Manajemen risiko
Australia	-	-	-	-	-
Brazil	-	✓	✓	✓	-
Kanada	-	-	-	-	-
Chili	-	-	-	-	-
China	✓	✓	✓	✓	✓
Estonia	-	-	-	✓	-
Finlandia	-	✓	✓	-	-
Perancis	✓	✓	✓	✓	✓
Jerman	-	-	-	-	-
Jepang	✓	-	-	-	-
Korea	-	-	-	-	-
Meksiko	-	✓	✓	-	✓
Belanda	-	-	-	✓	-
Selandia Baru	-	✓	✓	-	✓
Singapura	-	-	-	-	-
Spanyol	-	✓	✓	-	✓
Swiss	-	✓	✓	✓	✓
Inggris	✓	✓	✓	✓	✓
Amerika Serikat	-	-	-	-	-

Tabel 6.2

Perbandingan Infrastruktur Digital Indonesia dan negara-negara ASEAN

Sumber: ITU dan Bukht & Heeks, diolah, 2018

Negara	ICT Development Index (IDI)	Peringkat IDI	Penetrasi telepon genggam	Unique Mobile Subscriber	3G+4G	Smartphone
Thailand	5,67	78	122%	85,47%	82,47%	58,98%
Indonesia	4,33	111	126%	58,43%	40,48%	40,37%
Singapura	8,05	18	145%	71,52%	63,14%	78,16%
Malaysia	6,38	63	142%	76,1%	60,3%	64,63%
Filipina	4,67	101	117%	65,09%	44,74%	40,9%
Vietnam	4,43	108	152%	49,66%	36,48%	27,84%

Keterangan: Data ICT Development Index menggunakan data per 2017, sedangkan data pelanggan mobile broadband, telepon genggam, dan jaringan menggunakan data per 2016.

lambat daripada di banyak negara tetangganya, seperti Cina dan Vietnam. Harga Internet *broadband* di Indonesia juga di atas rata-rata regional, terutama karena merupakan negara kepulauan, yang membuatnya secara teknis lebih sulit untuk menyediakan jaringan Internet di seluruh negeri.

Meskipun pemerintah telah mulai memperluas jaringan pita lebar domestik melalui Proyek Palapa Ring, masih banyak hal yang harus dilakukan pemerintah untuk mengejar rekan-rekan regionalnya dalam hal infrastruktur. Tantangan besar lainnya yang dihadapi Indonesia adalah sumber daya manusia. Banyak *start-up* Indonesia menghadapi kesulitan dalam mencari pekerja terampil dengan keahlian yang relevan di dalam negeri. Sehingga mereka terkadang harus menyewa *programmer* atau teknisi dari negara lain, seperti India. Ketika ekonomi digital di Indonesia semakin besar dari waktu ke waktu, akan ada kebutuhan yang meningkat untuk pekerja yang mengkhususkan diri dalam *programmer*, desain web, keamanan Internet, *big data* dan bidang-bidang utama lainnya.

Selain itu, pemerintah perlu meningkatkan investasi dalam pendidikan dan pelatihan teknis dan kejuruan (vokasi) yang terkait dengan TIK. Lalu mendorong orang untuk terlibat dalam pendidikan kejuruan semacam itu. Perusahaan juga dapat memperkuat pelatihan untuk memenuhi kebutuhan spesifik mereka. Namun, karena sebagian besar

perusahaan di Indonesia adalah UMKM, mereka cenderung kurang mampu melakukan pelatihan. Dalam kondisi seperti ini, pemerintah harus berperan aktif dengan memfasilitasi para pelaku UMKM untuk meningkatkan kapabilitas digital.

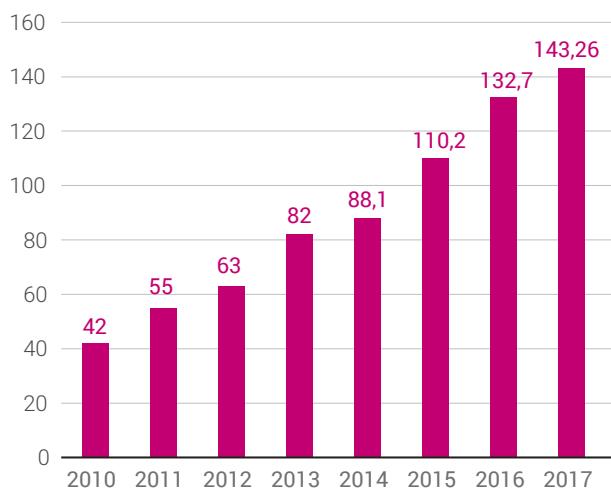
Dalam mengembangkan ekonomi digital, infrastruktur komunikasi dan informasi menjadi syarat keberhasilan. Berdasarkan *ICT Development Index 2017* (International Telecommunication Union, 2018), Indonesia menempati peringkat 111 dari 176 negara. Jauh di bawah negara Singapura yang ada di peringkat 18 dan Malaysia yang ada di peringkat 63. Namun peringkat ini mengalami peningkatan dari peringkat di tahun sebelumnya, yaitu 114. Peningkatan ini didorong oleh pertumbuhan konsumsi internet dari jumlah rumah tangga yang memasang koneksi internet dan jumlah langganan internet melalui *mobile broadband*.

Pertumbuhan ekonomi digital dipengaruhi oleh akses terhadap internet. Di Indonesia, jumlah pengguna internet mengalami peningkatan yang signifikan dari 42 juta penduduk pada 2010 menjadi 143,26 juta penduduk pada 2018, meningkat lebih dari 3 kali lipat dalam 7 tahun terakhir. Berdasarkan Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (2018), aktivitas ekonomi yang dilakukan masyarakat Indonesia antara lain mencari harga (45,14 persen), membantu pekerjaan (41,04 persen), informasi membeli (37,82 persen), membeli secara

online (32,19 persen), mencari kerja (26,19 persen), melakukan transaksi perbankan (17,04 persen), dan perdagangan online (16,83 persen).

Grafik 6.1.2 Perkembangan Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia, 2018

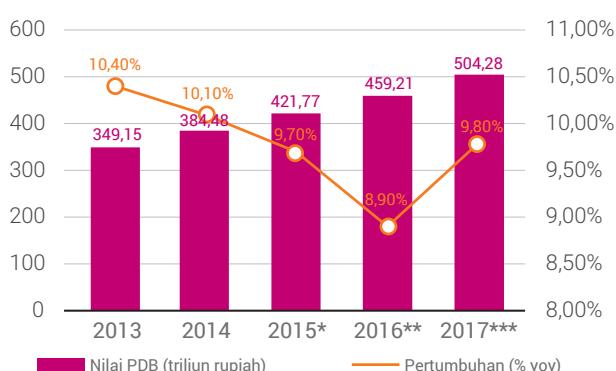


Hingga 2018, pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia menunjukkan peningkatan yang memuaskan, dengan persentase sektor informasi dan komunikasi yang lebih tinggi dari pertumbuhan ekonomi nasional yang berkisar pada 5 persen. Nilai produksi di sektor ini terus meningkat, meskipun dalam lima tahun terakhir terlihat penurunan persentase pertumbuhan.

Grafik 6.1.3

Pertumbuhan (%yoY) PDB Sektor Informasi dan Komunikasi di Indonesia (dalam triliun rupiah)

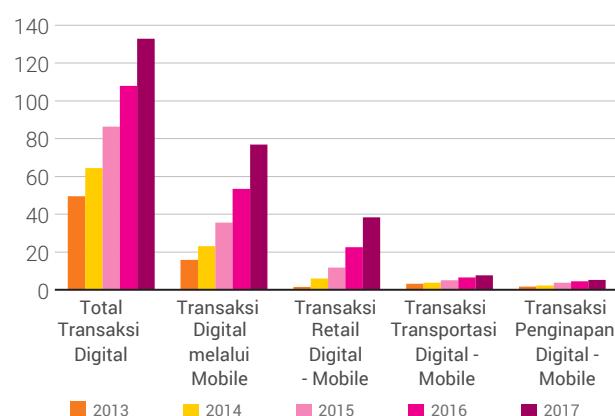
Sumber: Badan Pusat Statistik, 2018



Sementara itu, secara lebih spesifik, untuk pertumbuhan transaksi digital di Indonesia juga turut mengalami pertumbuhan signifikan. Menurut data Euromonitor (2018), dari tahun 2013 hingga tahun 2017, transaksi digital di Indonesia telah tumbuh sebanyak 169 persen dari Rp 49 triliun ke Rp 132 triliun. Pertumbuhan paling tinggi didominasi oleh transaksi melalui aplikasi *mobile* yang tumbuh sebesar 383 persen sejak 2013 dan transaksi untuk retail melalui aplikasi *mobile* tumbuh paling tinggi dengan pertumbuhan sebesar 2.437 persen dari Rp 1 triliun pada 2013 hingga Rp 38 triliun pada 2017.

Grafik 6.1.4 Pertumbuhan Transaksi Digital di Indonesia (dalam triliun rupiah)

Sumber: Euromonitor, 2018



Sementara itu, berdasarkan laporan *Startup Report 2017 (DailySocial.id)*, Indonesia merupakan pasar konsumen untuk produk digital yang terbesar di daerah Asia Tenggara yang diperkirakan terus bertumbuh. Di sisi industri, pertumbuhan *startup* digital Indonesia juga menunjukkan tren meningkat setiap tahun. Bahkan, Indonesia menduduki peringkat keenam sebagai negara dengan jumlah *startup* tertinggi di dunia (*Startup Ranking, 2018*).

Tabel 6.3

Sepuluh Negara dengan *Startup* Terbanyak

Sumber: Startup Ranking, 2018

Negara	Jumlah Startup
Amerika	45909
India	5776
Inggris	4834
Kanada	2414
Jerman	1948
Indonesia	1944
Perancis	1374
Australia	1282
Spanyol	1191
Brazil	1062

Beberapa *startup* digital di Indonesia termasuk dalam pendanaan tertinggi di ASEAN. Indonesia memiliki perusahaan teknologi yang tumbuh paling cepat di ASEAN. Perusahaan ini juga mengalami ekspansi paling banyak, hingga ke Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand, dan Vietnam.

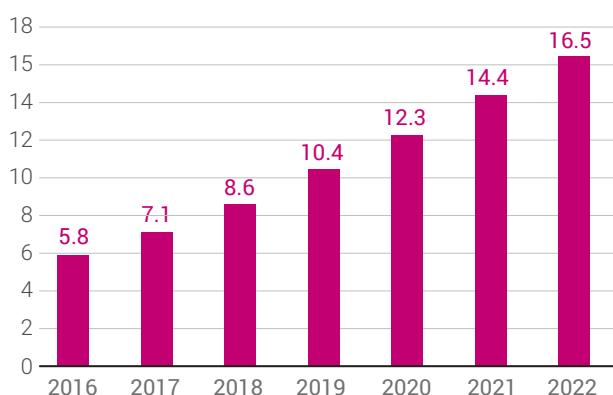
Pertumbuhan bidang ekonomi digital dapat dilihat dari e-commerce dan fintech. Keduanya

menunjukkan pertumbuhan yang menjanjikan selama beberapa waktu terakhir. Menurut data dari Statista (2018), nilai transaksi e-commerce retail di Indonesia terus meningkat. Diprediksi nilai transaksi penjualan online di Indonesia akan meningkat dua kali lipat dalam 4 tahun mendatang, dari USD 7,1 miliar pada 2017 menjadi USD 14,4 miliar pada 2021.

Grafik 6.1.5

Pertumbuhan Nilai Transaksi E-Commerce Ritel di Indonesia

Sumber: Statista, 2018



Berdasarkan data dari Fintech Singapore (2018), investasi untuk fintech di Indonesia yang diumumkan

Tabel 6.4

Startup Digital dengan Pendanaan Tertinggi

Sumber: ASEAN, diolah, 2018

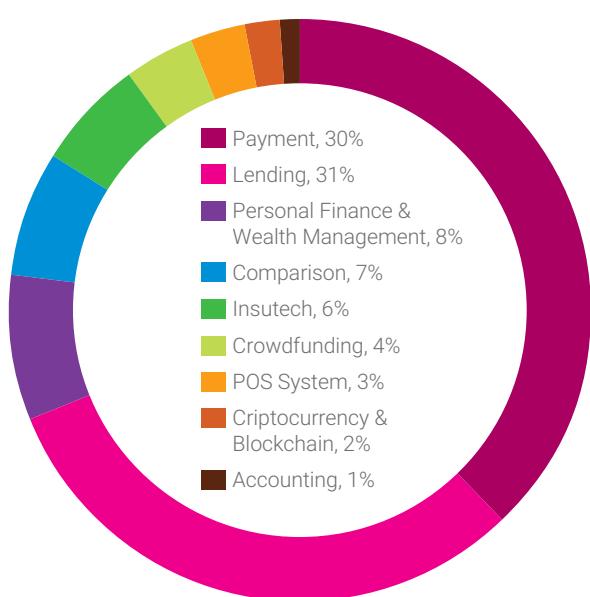
No	Perusahaan	Industri	Jumlah Pendanaan	Ekspansi
1	Tokopedia	Online marketplace	USD 1,1 miliar	Belum ada
2	Go-Jek	Transportasi	USD 585 juta	Vietnam
3	Traveloka	Perjalanan	USD 500 juta	Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand, Vietnam
4	MatahariMall	E-commerce platform	USD 142 juta	Belum ada
5	PT Indo Lotte Makmur (iLOTTE)	E-commerce platform	USD 100 juta	Belum ada
6	PT MCash Integrasi	Internet of Things	USD 43 juta	Belum ada
7	Pundi X	Pembayaran dan remitansi	USD 35 juta	Singapura
8	FinAccel (Kredivo)	Fintech	USD 30 juta	Singapura
9	Sale Stock	Fashion online marketplace	USD 27 juta	Singapura

(*disclosed investment*) mencapai Rp 2,56 triliun pada 2017. Kemudian, transaksi di pasar fintech pada tahun 2018 diproyeksikan sekitar Rp 323 miliar dengan proyeksi pertumbuhan transaksi tahunan hingga 16,3 persen.

Fintech sendiri masih terbagi lagi menjadi beberapa jenis, antara lain pinjaman (*peer-to-peer lending*), sistem pembayaran, manajemen investasi dan keuangan, pembanding harga, *insurtech*, *crowdfunding*, *POS system*, *cryptocurrency* dan *blockchain*, serta akuntansi. Dari sembilan jenis fintech, yang mendominasi ekosistem fintech di Indonesia adalah sistem pembayaran (*payment*) sebesar 38 persen dan *P2P lending* sebesar 31 persen.

Grafik 6.1.6
Distribusi Jenis Layanan Fintech di Indonesia

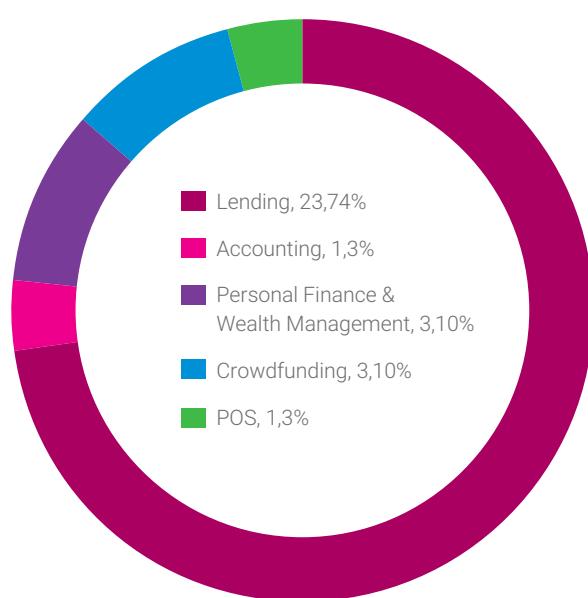
Sumber: Fintech Singapore, 2018



Berdasarkan laman Asosiasi Fintech Syariah Indonesia (AFSI) pada November 2018, terdapat 37 anggota yang tergabung dalam AFSI semenjak didirikan Oktober 2017. Anggota AFSI tidak hanya terdiri dari fintech syariah, namun juga termasuk institusi, akademisi, dan asosiasi yang memiliki aktivitas terkait fintech syariah. Sejauh ini, distribusi fintech syariah di Indonesia masih didominasi oleh sektor usaha *lending*, baik yang berupa *P2P*

lending/investment maupun kredit konsumen. Dari 37 anggota AFSI, setidaknya 31 di antaranya merupakan perusahaan fintech syariah sektor *lending* berjumlah 23 perusahaan, *crowdfunding* berjumlah 3 perusahaan, *personal finance and wealth management* berjumlah 3 perusahaan, *accounting* berjumlah 1 perusahaan, dan *point-of-sale* berjumlah 1 perusahaan. Sementara lainnya adalah lembaga akademik, konsultan, dan *marketplace*.

Grafik 6.1.7
Distribusi Fintech Syariah di Indonesia
Sumber: Asosiasi Fintech Syariah Indonesia, diolah, 2018



Melihat pertumbuhan transaksi digital melalui aplikasi *mobile*, peluncuran aplikasi *mobile* potensial untuk meningkatkan pertumbuhan fintech syariah. Menurut data olahan dari Google Play Store, hingga November 2018, terdapat 15 fintech syariah memiliki *mobile app* pada platform android. Meskipun demikian, jumlah unduhan pada masing-masing aplikasi masih relatif kecil: hanya ada 6 aplikasi yang mencapai lebih dari 5.000 unduhan.

Tabel 6.5
Aplikasi Fintech Syariah dengan Unduhan Terbanyak

No	Nama Perusahaan	Jenis Layanan	Jumlah Unduhan
1	Tamasia	Personal Finance & Wealth Management	50000+
2	SyarQ	Lending	10000+
3	Qasir	POS	10000+
4	Oorth*	Crowdfunding	10000+
5	Ammana	Lending	5000+
6	Dana Syariah	Lending	5000+

Catatan: Oorth merupakan aplikasi media sosial, namun aplikasi ini memiliki layanan digital untuk pembayaran zakat dan wakaf.

Saat ini, Otoritas Jasa Keuangan sebagai salah satu institusi yang mengatur lembaga keuangan baru merilis data untuk *fintech* berbentuk *P2P lending*. Pertumbuhan aset dari perusahaan *peer-to-peer lending* di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan selama tahun 2018. Pada bulan Oktober 2018, tercatat terdapat 72 perusahaan *fintech* yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan. Dari 72 perusahaan tersebut, 2 perusahaan di antaranya merupakan kategori *fintech syariah*. Meskipun kecil, beberapa perusahaan *fintech* konvensional juga mulai menyediakan pembiayaan berbasis syariah pada platformnya.

Melansir data dari Otoritas Jasa Keuangan, aset *P2P lending* meningkat drastis dari sekitar

Rp 3 triliun di Januari 2018, menjadi Rp 13 triliun di September 2018. Peningkatan jumlah aset ini terutama disebabkan dengan meningkatnya jumlah *P2P lending* yang terdaftar dan diawasi oleh OJK.

Terkait dengan regulasi dan dukungan mengenai ekonomi digital, pemerintah Indonesia mulai memperhatikan potensi dan mengeluarkan beberapa regulasi untuk mengembangkan sektor ini. Di antaranya adalah Rencana Strategis Kementerian Koperasi dan UKM 2015-2019 untuk mengembangkan sektor UMKM melalui ekonomi digital, Rencana Strategis Kementerian Komunikasi dan Informatika 2015-2019, Making Indonesia 4.0 oleh Kementerian Perindustrian, dan Peta Jalan E-Commerce oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Di Indonesia, ada 3 regulator yang mengatur layanan keuangan dan transaksi berbasis digital. Badan-badan tersebut (BI dan OJK) juga mengatur layanan digital syariah.

Grafik 6.1.8

Pertumbuhan Aset P2P Lending di Indonesia
 Tahun 2018
 Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2018



Tabel 6.6

Regulator dalam Layanan Keuangan Digital

Bank Indonesia	Otoritas Jasa Keuangan	Kementerian Komunikasi dan Informatika
		
e-Wallet e-Money Gerbang pembayaran <i>Principals</i> <i>Switching companies</i> <i>Card issuers dan acquirers</i> <i>Clearing houses</i> <i>Settlement agencies</i> <i>Cryptocurrency dan blockchain</i> Gerbang Pembayaran Nasional Dukungan untuk transaksi pembayaran, contoh ATM, EDC, dan pusat data	Peer-to-peer lending Crowdfunding Perbankan digital <i>Insurtech</i> Fintech di pasar modal Modal ventura Pembiayaan online Keamanan data Perlindungan konsumen	Telekomunikasi Teknologi informasi Aspek dari fintech yang termasuk dalam teknologi informasi

Untuk industri fintech yang membutuhkan banyak regulasi, pemerintah melalui Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan turut mengeluarkan regulasi dan dukungan. Bank Indonesia memiliki Fintech Office, mendukung inovasi melalui Regulatory Sandbox, dan mengeluarkan regulasi terkait fintech melalui Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12 Tahun 2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial. Sementara itu, Otoritas Jasa Keuangan mengeluarkan regulasi POJK Nomor 77/POKL.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi dan POJK Nomor 13/POJK.02/2018 mengenai Inovasi Keuangan Digital di Sektor Keuangan.

Tabel 6.7
Daftar Peraturan terkait Transaksi Digital

No	Regulasi	Tentang	Dikeluarkan oleh
1	UU ITE 11/2008 & PP 82/2012	Pusat Data wajib di Indonesia demi penegakan kedaulatan hukum & perlindungan	Pemerintah RI
2	Peraturan Pemerintah 82/2012	Sistem & Transaksi Elektronik: Layanan keuangan digital termasuk Penyelenggara Sistem Elektronik Publik	Pemerintah RI
3	Peraturan Presiden 82/2016	Strategi Nasional Keuangan Inklusi: Sasaran pemerintah meningkatkan inklusi keuangan nasional	Presiden RI
4	Peraturan Menteri 20/2016	Perlindungan Data Pribadi Pengaturan aktifitas mengumpulkan, menyimpan dan menggunakan informasi nasabah	Menteri Komunikasi dan Informatika
5	Peraturan Presiden 74/2017	Roadmap e-Commerce Indonesia 2017-2019 Sasaran pemerintah menuju ekonomi digital 2020	Kominfo
6	Peraturan Otoritas Jasa Keuangan 38/2016	MRTI Perbankan Manajemen risiko dalam pemanfaatan TI, lokasi data di Indonesia dengan pengecualian	Otoritas Jasa Keuangan
7	Peraturan Otoritas Jasa Keuangan 77/2016	P2P Lending/LPMUBTI Model bisnis fintech pinjam meminjam uang berbasis TI, lokasi data di Indonesia	Otoritas Jasa Keuangan
8	Peraturan Otoritas Jasa Keuangan 12/2017	e-KYC (non face to face) Model bisnis fintech wajib menjalankan prinsip-prinsip pengenalan nasabah dan pencegahan pendanaan terorisme dan pencucian uang	Otoritas Jasa Keuangan
9	Peraturan Otoritas Jasa Keuangan 13/2018	Inovasi Keuangan Digital di Sektor Jasa Keuangan	Otoritas Jasa Keuangan
10	Peraturan Otoritas Jasa Keuangan 12/2018	Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum	Otoritas Jasa Keuangan
11	Fatwa DSN No. 117/DSN-MUI/II/2018	Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah	Dewan Syariah Nasional MUI
12	Fatwa DSN No. 116/DSN-MUI/II/2018	Uang Elektronik Syariah	Dewan Syariah Nasional MUI
13	Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/2016	Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran	Bank Indonesia
14	Peraturan Bank Indonesia No. 19/10/PBI/2017	Penerapan Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme bagi Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran Selain Bank dan Penyelenggara Kegiatan Usaha Penukaran Valuta Asing Bukan Bank	Bank Indonesia
15	Peraturan Bank Indonesia No.19/12/PBI/2017	Penyelenggaraan Teknologi Finansial	Bank Indonesia
16	PADG No. 19/14/PADG/2017	Ruang Uji Coba Terbatas (<i>Regulatory Sandbox</i>) Teknologi Finansial	Bank Indonesia
17	POJK No. 37/POJK.04/2018	Layanan Urun Dana Melalui Penawaran Saham Berbasis Teknologi Informasi (<i>Equity Crowdfunding</i>)	Otoritas Jasa Keuangan



Peluang dan tantangan

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia memiliki sejumlah peluang dan tantangan ditinjau dari beberapa aspek, di antaranya adalah permintaan dan pasar, faktor produksi, dan regulasi. Dari sisi aspek permintaan dan pasar, peluang Indonesia pada ekonomi digital terletak pada pertumbuhan jumlah Muslim yang tinggi pada tingkat nasional maupun global, pertumbuhan transaksi digital dan industri *fintech* syariah yang terus meningkat, dan perluasan sektor. Adapun tantangan pada sisi aspek dan permintaan pasar di antaranya adalah kurangnya kemampuan ekonomi digital saat ini dalam merespon permintaan dan pasar, ketimpangan eksposur terhadap teknologi digital antarwilayah, terutama daerah perkotaan dan pedesaan, serta masih kurangnya literasi produk halal dan *branding* halal.

Dari sisi faktor produksi, peluang pengembangan ekonomi digital terdapat pada sisi permodalan. Investasi bagi *startup* digital selalu meningkat dan terdapat ketertarikan investor asing terhadap *startup* digital nasional, sisi infrastruktur telekomunikasi yang kondisinya terus membaik. Kemudian sisi SDM, tingkat lulusan TIK di Indonesia relatif tinggi dan jenis-jenis pekerjaan baru terus berkembang.

Sedangkan tantangan dari sisi faktor produksi ekonomi digital Indonesia di antaranya adalah biaya dan akses internet dan listrik yang masih relatif mahal plus belum merata. Belum adanya kurikulum dan pendidikan untuk ekonomi digital, belum mampunya modal ventura dalam negeri untuk memenuhi kebutuhan modal startup digital, dan minimnya profesional di bidang ekonomi digital.

Adapun dari sisi regulasi, peluang ekonomi digital terdapat pada dukungan pemerintah terhadap industri ekonomi digital yang sudah cukup baik. Dukungan ini juga terlihat dengan telah tersedianya peta jalan, strategi dan kebijakan pemerintah terkait dengan industri ekonomi digital yang diusung Kementerian dan Lembaga terkait (Roadmap E-Commerce). Namun demikian, regulasi pemerintah belum mengakomodasi pertumbuhan *startup* digital yang sangat pesat dan regulasi-regulasi dari berbagai lembaga dirasa kurang harmonis serta belum terkoordinasi dengan baik. Tantangan lainnya dari sisi regulasi di antaranya adalah regulasi terkait perlindungan konsumen di sektor digital yang masih kurang dan terdapat isu-isu *cybercrime* dan *cyberattack* yang belum teratas.



Tabel 6.8
Peluang dan Tantangan Ekonomi Digital

Aspek	Peluang	Tantangan
Permintaan dan Pasar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan jumlah Muslim Indonesia dan dunia 2. Pertumbuhan transaksi digital, terutama transaksi melalui <i>mobile</i> 3. Pertumbuhan industri fintech syariah 4. Perluasan sektor dari <i>e-commerce & e-travel</i> ke edukasi, kesehatan, dan teknologi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya kemampuan ekonomi digital 2. Ketimpangan eksposur terhadap teknologi digital antara perkotaan dan pedesaan (<i>digital divide</i>) 3. Literasi produk halal dan <i>branding halal</i>
Faktor Produksi/Input/Sumber Daya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Investasi <i>startup</i> digital selalu meningkat 2. Peningkatan kondisi infrastruktur telekomunikasi 3. Tingkat lulusan TIK di Indonesia relatif tinggi 4. Ketertarikan investor asing terhadap startup digital dalam negeri 5. Terciptanya jenis-jenis pekerjaan baru 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya dan akses internet dan listrik masih relatif mahal dan belum merata 2. Kurikulum dan pendidikan untuk ekonomi digital masih belum terbentuk 3. Modal ventura dalam negeri belum dapat memenuhi kebutuhan modal startup 4. Belum ada penasihat syariah untuk industri <i>startup</i> digital 5. Minimnya profesional di bidang ekonomi digital
Regulasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dukungan pemerintah terhadap industri ekonomi digital secara umum 2. Terdapat roadmap, strategi, dan kebijakan pemerintah terkait dengan industri ekonomi digital yang diusung Kementerian dan Lembaga terkait (Roadmap E-Commerce) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Regulasi pemerintah belum dapat mengakomodasi pertumbuhan pesat dari startup digital 2. Harmonisasi regulasi dan koordinasi antar lembaga 3. Aturan perlindungan konsumen di sektor digital 4. Isu <i>cybercrime</i> dan <i>cyberattack</i>



Dukungan terhadap industri halal

Digitalisasi mempengaruhi sektor manufaktur di seluruh dunia lebih signifikan daripada pengaruh produksi barang-barang teknologi informasi dan komunikasi. Istilah "Industri 4.0", "revolusi industri keempat" atau "gelombang keempat" kemajuan teknologi, mengacu pada ekosistem industri. Semua proses, fungsi manufaktur, dan distribusi, terhubung secara interaktif melalui jaringan digital. Definisi yang lebih sempit dari *Industry 4.0* adalah integrasi proses produksi berdasarkan teknologi dan perangkat yang berkomunikasi secara mandiri dengan satu sama lain, di sepanjang rantai nilai.

Industri 4.0 diharapkan dapat secara signifikan meningkatkan daya saing berbagai sektor, dari agrikultur hingga jasa. Digitalisasi juga berpotensi mengurangi biaya dan meningkatkan marjin keuntungan, sesuai dengan dampak ekonomi antara USD 25 miliar dan USD 45 miliar per tahun pada tahun 2030 untuk negara-negara Asia Tenggara (Tonby et al., 2014).

Dalam mewujudkan visi menjadikan Indonesia pusat ekonomi syariah di dunia, ekonomi Islam

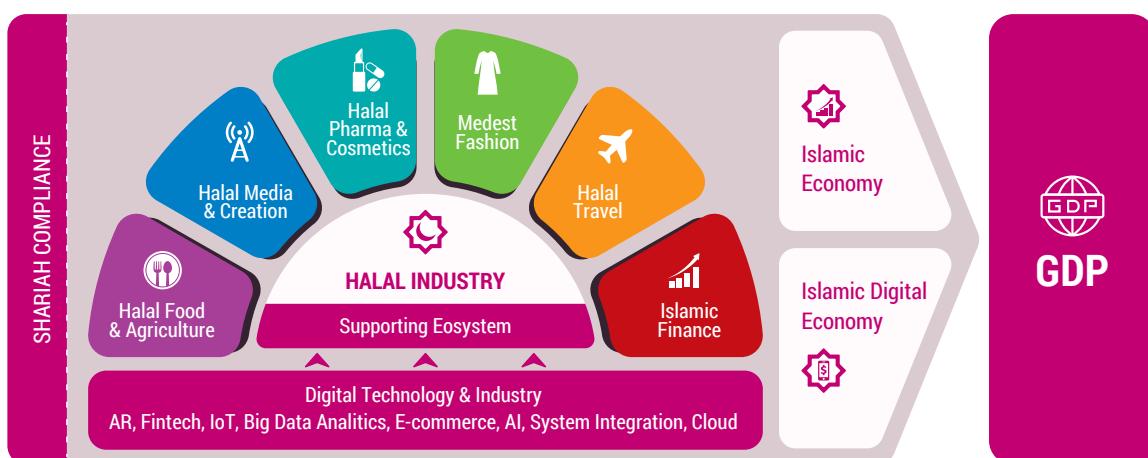
digital yang terdiri dari ekonomi digital dan pengembangan industri 4.0 berperan sebagai *enabler* dalam industri halal. Ruang lingkup ekonomi Islam digital diproyeksikan akan berperan dalam industri ekonomi syariah di Indonesia, antara lain melalui teknologi *augmented reality* (AR), *financial technology* (fintech), *internet of things* (IoT), *big data*, *e-commerce*, *artificial intelligent* (AI), integrasi sistem, dan fasilitas *cloud*.

Adopsi dan Implementasi teknologi digital dan industri 4.0 pada industri-industri halal seperti sektor makanan halal dan agrikultur, media dan rekreasi, farmasi dan kosmetik, fesyen Muslim, pariwisata halal, dan keuangan Islam. Kontribusi ekonomi Islam digital terhadap ekonomi syariah diharapkan dapat mendorong laju pertumbuhan ekonomi Islam digital yang pada akhirnya berkontribusi terhadap PDB.

Gambar 6.1

Dukungan Ekonomi Digital terhadap Industri Halal

Sumber: Analisis penulis dari berbagai sumber (2018)







Strategi khusus Pengembangan ekonomi digital Islam

Untuk mengembangkan ekonomi digital Islami di Indonesia, sejumlah strategi dan kegiatan dapat dilakukan. Terdapat empat langkah yang direkomendasikan sebagai strategi untuk pengembangan ekonomi digital Islam di Indonesia, yaitu dengan mendorong literasi ekonomi Islam digital untuk mempersiapkan SDM yang melek ekonomi digital Islami, mendorong transformasi digital bagi UMKM untuk memperkuat *national HVC*, mendorong pembangunan dan inovasi infrastruktur digital untuk mendukung pengembangan HVC melalui pembangunan ekonomi digital, melakukan pemanfaatan industri 4.0 untuk mendorong skala usaha industri terutama UMKM, dan mendukung penguatan keuangan, regulasi dan ekosistem yang sesuai syariah dalam ekonomi digital.

Dari kelima strategi yang telah disebutkan, terdapat setidaknya empat program utama dan tiga *quick wins* penting yang menjadi prioritas dalam rencana aksi pengembangan ekonomi digital Islam di Indonesia. Program utama yang dimaksud di antaranya adalah pembentukan fasilitas inkubator yang dapat memfasilitasi tumbuhnya perusahaan *startup* yang dapat memperkuat *national HVC* dan memiliki cakupan global, pembangunan pusat pengembangan teknologi tepat guna dan mutakhir untuk mendorong efisiensi proses produksi dalam HVC serta pembiayaan yang inovatif, pembentukan sistem informasi terintegrasi untuk *traceability* produk halal, dan transformasi digital bagi UMKM yang dapat memperkuat *national HVC*.

Adapun *quick-wins* yang direkomendasikan untuk pengembangan ekonomi Islam digital di Indonesia di antaranya adalah meningkatkan literasi digital dan

halal value chain bagi pelaku ekonomi Islam digital melalui berbagai event di daerah-daerah prioritas, pengembangan *online marketplace* dan sistem pembayaran halal, penyediaan panduan usaha digital dan panduan kepatuhan syariah.



No.	Strategi/Program	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Strategi 1: Mendorong pembentukan SDM yang melek ekonomi Islam digital melalui peningkatan literasi									
1	Meningkatkan literasi digital dan <i>halal value chain</i> bagi pelaku ekonomi Islam digital melalui berbagai event di daerah-daerah prioritas**	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat pemetaan daerah potensial sebagai pusat pengembangan ekonomi Islam digital Terlaksananya event-event seperti pameran, kompetisi dan forum untuk mempromosikan ekonomi Islam digital 							Bank Indonesia, OJK, Kominfo, Bekraf, Pemda, Perguruan Tinggi, MUI, Asosiasi terkait, KNKS
	a. Memetakan daerah-daerah yang memiliki potensi untuk pengembangan ekonomi Islam digital								
	b. Mendorong penyelenggaraan event-event yang dikhkususkan untuk promosi ekonomi Islam digital melalui pameran, kompetisi dan forum di daerah-daerah potensial								
2	Menyediakan konten dan layanan kreatif yang dapat menciptakan dan mendorong ekonomi digital	<ul style="list-style-type: none"> Kemudahan bagi pelaku bisnis untuk masuk dalam ekosistem ekonomi digital Meningkatnya literasi digital Tersedianya aplikasi digital terintegrasi 							MUI, Pemda/ Pemkot, Asosiasi terkait, KNKS
	a. ISP bekerja sama dengan pihak ketiga menawarkan <i>starter pack</i> bisnis digital (Langganan Google Cloud, Amazon Web Service -AWS, dll.)								
	b. Pemda/Pemkot dapat memanfaatkan platform digital untuk membuat program-program kesadaran ekonomi digital secara online/aplikasi.								
	c. Meluncurkan aplikasi digital untuk membantu masyarakat memverifikasi sertifikat halal dan lokasi resto/hotel/outlet halal lainnya								
	d. Mengadakan kompetisi fotografi/pembuatan video untuk mensosialisasikan platform digital yang telah diluncurkan.								
3	Mengidentifikasi dan evaluasi kesiapan SDM digital saat ini dan memprediksi kebutuhan pengetahuan dan keterampilan untuk menghadapi kompetisi ekonomi digital yang akan datang.	<ul style="list-style-type: none"> Indeks literasi digital nasional yang terukur 							Kemdikbud, Ristekdikti, Kemenaker, BPS, KNKS
	a. Survei nasional persiapan tenaga kerja saat ini (pengetahuan, keterampilan, kompetensi) terhadap kebutuhan indikator ekonomi digital.								

No.	Strategi/Program	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
4	Menyediakan program spesialisasi ekonomi islam digital pada kurikulum yang ada merangkumi tiga area utama; kewirausahaan, TIK untuk Industri 4.0, dan keuangan & produk syariah.	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya lulusan yang memiliki kompetensi ekonomi Islam digital 							Ristekdikti, Perguruan Tinggi, Pusat Pelatihan, KNKS
	a. Menyelaraskan kurikulum yang sudah ada dengan perkembangan teknologi digital dan kepatuhan Syariah. b. Menawarkan program studi spesifik lintas disiplin ilmu untuk menghasilkan lulusan yang relevan dengan kebutuhan ekonomi digital dan kepatuhan Syariah.	<ul style="list-style-type: none"> Spesialisasi program studi atau jurusan ekonomi Islam digital di perguruan tinggi. 							
5	Program <i>up-skilling</i> dan <i>re-skilling</i> digital dan syariah untuk tenaga kerja yang ada saat ini melalui pembelajaran <i>online</i> maupun <i>hands-on</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya jumlah tenaga ahli dan professional yang mempunyai kompetensi ekonomi Islam digital 							Ristekdikti, Perguruan Tinggi, KNKS
	a. Perguruan tinggi menawarkan mata kuliah ekonomi digital dan kepatuhan syariah secara gratis melalui platform <i>learning management system</i> (LMS) yang dapat diakses oleh publik. Biaya akan dikenakan untuk partisipan yang ingin mengambil sertifikasi. b. Program <i>staff mobility</i> dengan mengirimkan pegawai untuk belajar dan menimba pengalaman ke negara yang mempunyai ekosistem ekonomi digital yang relatif stabil.	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya jumlah tenaga ahli dan professional yang mempunyai kompetensi ekonomi Islam digital 							
6	Menciptakan ekosistem ekonomi digital yang adil dan kompetitif antara pelaku bisnis konvensional dan syariah.	<ul style="list-style-type: none"> Layanan terpadu untuk memudahkan perizinan bagi pelaku ekonomi Islam digital. 							Kominfo, BI, OJK, KPPU, MUI, KNKS
	a. Mengeluarkan regulasi dan peraturan yang seimbang bagi pelaku ekonomi konvensional dan syariah terutama yang berkaitan dengan rantai pasokan ekonomi digital. b. Membangun platform <i>gig economy</i> untuk pelaku-pelaku industri halal.	<ul style="list-style-type: none"> Tersedianya tenaga kerja lepas digital untuk industri halal. 							



No.	Strategi/Program	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Strategi 2: Mendorong transformasi digital bagi UMKM yang dapat memperkuat national HVC*									
1	<p>Menyediakan program kesadaran ekonomi digital dan syariah bagi UMKM dengan melibatkan perusahaan besar maupun startup yang telah sukses melalui program <i>mentoring/coaching</i>.</p> <p>a. Mengadakan penyuluhan ekonomi digital dan syariah yang berkelanjutan dan menyediakan program akselerasi dan inkubator untuk UMKM strategis.</p> <p>b. Menilai kesiapan digital bisnis UMKM dan berikan training untuk meningkatkan skill digital karyawan UMKM.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya jumlah UMKM yang terlibat dalam ekonomi Islam digital. 							Kominfo, KemenKUKM, Pemda/Pemkot, Perguruan Tinggi, Sektor Swasta, KNKS
2	<p>Menyediakan pusat informasi model-model bisnis digital dan syariah yang dapat diakses oleh UMKM secara <i>online</i> maupun pembelajaran jarak jauh.</p> <p>a. Percepatan Implementasi Inclusive Digital Economy Accelerator (IDEA) hub secara nasional.</p> <p>b. Membuat panduan praktis bagi semua pelaku ekonomi islam digital (investor, <i>startup</i>, ekosistem pendukung, dll.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya jumlah UMKM yang terlibat dalam ekosistem ekonomi digital. Efisiensi operasi dan produksi, serta meningkatkan penjualan 							Kominfo, KemenKUKM, KNKS
3	<p>Memberikan insentif khusus untuk menumbuhkan UMKM lokal dan menyediakan peluang untuk globalisasi.</p> <p>a. Bekerja sama dengan sektor swasta untuk pendanaan UMKM strategis, insentif investasi, pengembangan wirausaha, komersialisasi dan dukungan akselerasi produksi.</p> <p>b. Mengadakan acara yang mempertemukan UMKM lokal dengan investor domestik maupun global domestik</p>	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya jumlah produksi untuk pasar lokal dan ekspor dari pelaku UMKM digital. 							KemenKUKM, Pemda/Pemkot, Sektor swasta, KNKS

No.	Strategi/Program	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
4	Meningkatkan adopsi e-commerce untuk produsen produk dan jasa halal	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya volume penjualan produk dan jasa halal melalui platform digital 							KemenKUKM, Asosiasi terkait, Pemda/ Pemkot, Sektor Swasta, KNKS
	a. Melakukan asesmen kesiapan digital karyawan produsen produk dan jasa halal								
	b. Memberikan pelatihan secara <i>hands-on</i> tentang <i>supply chain</i> digital menggunakan platform e-commerce dan fintech syariah (<i>store setup</i> , pemasaran digital, pemesanan digital, <i>cashless payment</i> , pengiriman <i>online</i> , dll.)								
	c. Memberikan pendampingan/ <i>mentoring</i> kepada produsen produk dan jasa halal pasca pelatihan.								

Strategi 3: Mendorong pembangunan dan inovasi infrastruktur digital yang dapat mendukung pengembangan HVC melalui ekonomi digital

1	a. Pembentukan fasilitas inkubator yang dapat memfasilitasi tumbuhnya perusahaan start-up yang dapat memperkuat national HVC dan memiliki cakupan global* b. Membentuk fasilitas inkubator yang dapat memfasilitasi tumbuhnya perusahaan <i>startup</i> , terutama bagi <i>startup</i> yang mendukung pengembangan HVC	<ul style="list-style-type: none"> Terbentuknya fasilitas inkubator untuk perusahaan <i>startup</i> yang mendukung pengembangan HVC 							Kominfo, OJK, BI, Bekraf, Kemristekdikt, Lembaga Pendidikan/ Perguruan Tinggi, Asosiasi terkait, KNKS
2	Pembangunan pusat pengembangan teknologi tepat guna dan mutakhir untuk mendorong efisiensi proses produksi dalam HVC serta pembiayaan yang inovatif* a. Membangun pusat pengembangan teknologi tepat guna dan mutakhir untuk mendorong efisiensi produksi HVC di berbagai daerah b. Mengembangkan teknologi tepat guna dan mutakhir untuk mendorong pembiayaan bagi pengembangan HVC	<ul style="list-style-type: none"> Terbentuknya pusat pengembangan teknologi tepat guna dan mutakhir yang mendukung produksi HVC di berbagai daerah; Terbentuknya teknologi tepat guna dan mutakhir yang dapat mendorong pembiayaan bagi pengembangan HVC 							Kominfo, Kemristekdikt, OJK, BI, Pemda, Lembaga Pendidikan/ Perguruan Tinggi, Asosiasi terkait, KNKS



No.	Strategi/Program	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
3	Pembentukan sistem informasi terintegrasi untuk <i>traceability</i> produk halal*	<ul style="list-style-type: none"> Terbentuknya sistem informasi terintegrasi yang dapat memudahkan <i>traceability</i> produk halal 							Kominfo, Kemenag, BPJPH, LPH, BPPOM, LPPOM, DSN MUI, Asosiasi terkait, KNKS
	a. Mendorong proses integrasi sistem informasi khususnya dalam mendukung <i>traceability</i> produk halal								
4	Pengembangan <i>online marketplace</i> dan sistem pembayaran halal**	<ul style="list-style-type: none"> Tersedianya <i>online marketplace</i> yang disertai dengan sistem pembayaran yang halal 							Kominfo, OJK, BI, Asosiasi terkait, KNKS
	a. Mengembangkan <i>online marketplace</i> yang disertai dengan sistem pembayaran yang halal								
5	Memetakan daerah-daerah yang mempunyai potensi dan kekuatan industri halal sebagai prioritas pembangunan infrastruktur digital.	<ul style="list-style-type: none"> Peningkatan jangkauan intenet jalur cepat. 							Kominfo, KNKS
	a. Mempercepat pembangunan infrastruktur jaringan internet dan konektivitas terutama di daerah-daerah yang berpotensi menghasilkan dan mempercepat pertumbuhan ekonomi dan keuangan syariah.								
	b. Berkordinasi dengan Kementerian Pariwisata untuk menentukan daerah-daerah Pariwisata Halal strategis dan melakukan percepatan pembangunan infrastruktur di daerah tersebut.								

No.	Strategi/Program	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Strategi 4: Pemanfaatan teknologi Industri 4.0 untuk mendorong pertumbuhan dan skala usaha UMKM yang berfokus pada HVC dengan memanfaatkan infrastruktur ekonomi digital yang lebih dinamis dan kompetitif									
1	<p>Pembentukan kerangka dan mekanisme untuk mengukur kesiapan dan kapabilitas industri yang ada termasuk UMKM terhadap parameter Industri 4.0</p> <p>a. Membangun platform nasional evaluasi kesiapan industri 4.0 bagi industri dan UMKM menggunakan pendekatan <i>best-practices</i> dari negara-negara yang telah melaksanakan Industri 4.0.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Indeks Kesiapan Industri 4.0 							Kemenperin, Kemendag, Kominfo, Ristekdikti, Kemnaker, KemenKUKM, KNKS
2	<p>Sinergi antar kementerian untuk mensukseskan inisiatif Industri 4.0 (peta jalan Making Indonesia 4.0)</p> <p>a. Harmonisasi kebijakan dan peraturan lintas kementerian dan lembaga.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Layanan Terpadu terkait implementasi Industri 4.0 							Kemenperin, Kemendag, Kemenko, Kominfo, Kemnaker, KemenKUKM, KNKS
3	<p>Penciptaan ekosistem yang kondusif untuk adopsi dan implementasi teknologi Industri 4.0 bagi industri dan UMKM (<i>Big Data Analytics, IoT, Blockchain</i>, dll)</p> <p>a. Kerja sama antara Pemerintah Pusat/Pemda/Pemkot dengan pelaku industri dan pelaku UMKM untuk 4.0 untuk membangun <i>supply-chain</i> yang efektif dan efisien bagi industri lokal (pertanian, perkebunan, pabrik kerajinan, dll)</p> <p>b. Mendorong pihak swasta untuk melakukan pendanaan (modal ventura, <i>crowdfunding</i>, CSR, dll) dan dukungan fasilitas (<i>coworking space, incubator</i>, dll) terhadap startup dan UMKM yang terlibat dalam inisiatif-inisiatif industri 4.0.</p> <p>c. Membentuk kerja sama antara pemerintah terkait, Pemda/Pemkot dengan pihak swasta untuk mengadakan kompetisi Industri 4.0 (<i>Blockchain challenge</i> untuk industri finansial, <i>IoT challenge</i> untuk agrikultur, <i>Datathon</i> untuk UMKM, dll.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya jumlah pelaku industri lokal yang memanfaatkan teknologi 4.0 Menciptakan lebih banyak pilihan model bisnis digital. Terciptanya solusi digital atas kebutuhan/tantangan industri konvensional. Meningkatnya inovasi dan kekayaan intelektual berbasiskan Industri 4.0. 							Kemenperin, Kemendag, KemenKUKM, Kemnaker, BI, OJK, Pemda/ Pemkot, Sektor Swasta, Perguruan Tinggi, Sektor Swasta, Asosiasi terkait, KNKS



No.	Strategi/Program	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Strategi 5: Mendukung penguatan keuangan, regulasi dan ekosistem yang sesuai syariah dalam ekonomi digital									
1	Pembentukan kebijakan dan peraturan yang fleksibel bagi IKNB agar dapat terus berinovasi dalam memenuhi keperluan pasar digital terutama untuk produk dan keuangan syariah.	<ul style="list-style-type: none"> • Layanan Terpadu untuk proses perizinan fintech syariah • Terciptanya solusi digital atas kebutuhan/ tantangan industri fintech syariah 							BI, OJK, Perbankan, Asosiasi terkait, KNKS
	a. Membuat regulasi yang dapat mendorong perkembangan inovasi digital dan kolaborasi vertikal antara perusahaan fintech dan perbankan.								
	b. Bekerjasama dengan lembaga dan asosiasi terkait untuk mengadakan kompetisi yang dapat memenuhi value-chain ekonomi digital lintas industri.								
	c. Melibatkan pelaku fintech/asosiasi fintech syariah dalam penyusunan regulasi agar menghasilkan peraturan yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan industri.								
	d. Menyediakan Dewan Pengawas Syariah yang dapat memberikan layanan konsultasi syariah untuk fintech yang mengembangkan produk keuangan syariah.								
2	Meningkatkan inklusi keuangan syariah melalui aplikasi fintech syariah	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatnya level inklusi keuangan syariah 							BI, OJK, Perbankan, Asosiasi terkait, KNKS
	a. Memperluas akses fintech syariah melalui pola <i>online to offline</i> .								
	b. Meningkatkan kolaborasi fintech syariah dan perbankan dalam Layanan Keuangan Digital (LKD) dan Agen Laku Pandai untuk mengisi blank spot fasilitas perbankan di daerah pedesaan.								

No.	Strategi/Program	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
3	Penyediaan panduan usaha digital dan panduan kepatuhan syariah**	<ul style="list-style-type: none"> Tersedianya panduan usaha digital dan panduan kepatuhan syariah yang dapat diakses oleh publik 							MUI, BI, OJK, Asosiasi terkait, KNKS
	Menyediakan panduan usaha digital dan panduan kepatuhan syariah yang dapat diakses oleh publik								
4	Mendorong inovasi pelaku <i>fintech</i> syariah	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya jumlah kekayaan intelektual di industri <i>fintech</i> syariah 							BI, OJK, Perbankan, Asosiasi terkait, KNKS
	a. Mendirikan pusat inovasi untuk pelaku <i>fintech</i> syariah								
	b. Mengadakan kompetisi inovasi/ <i>digital challenge</i> untuk pelaku <i>fintech</i> syariah								

Keterangan: (*) merupakan program utama, (**) merupakan *quick wins*



Quick wins

Pengembangan ekonomi digital

1. Mengembangkan *online marketplace* dan sistem pembayaran halal

Saat ini, bertransaksi secara digital melalui e-commerce atau *online marketplace* merupakan gaya hidup dan kebutuhan seluruh masyarakat. Akan tetapi, belum banyak *marketplace* yang berspesialisasi untuk menjual produk (barang/jasa) halal dan bertransaksi secara syariah. Selain itu, *marketplace* konvensional juga jarang sekali memberikan perhatian khusus terhadap kehalalan sebuah produk, termasuk kesesuaian transaksi dan model bisnisnya dengan syariah Islam. Oleh karenanya, sangat penting untuk mengembangkan *marketplace* halal baik dari segi produk maupun sistem pembayaran. Hal ini dapat dilakukan dengan membangun *marketplace* halal (yaitu *marketplace* yang secara spesifik menjual produk halal serta menggunakan transaksi dan sistem pembayaran yang sesuai dengan syariah Islam) atau mengembangkan *marketplace* halal melalui kolaborasi dengan *marketplace* konvensional (misalnya dengan menempatkan fitur-fitur yang membantu konsumen untuk mengetahui kehalalan sebuah produk pada *marketplace* konvensional; sistem pembayaran sesuai syariah seperti e-money syariah, go-pay syariah dan ovo-syariah; serta fitur-fitur lainnya yang relevan).

2. Menyediakan panduan usaha digital dan panduan kepatuhan syariah yang dapat diakses oleh publik

Peningkatan skala usaha dan kemanfaatan industri syariah memerlukan panduan untuk menentukan standar kehalalan sebuah produk (barang/jasa) serta transaksi/model pembiayaan

yang sesuai syariah. Panduan ini dapat membahas berbagai hal, mulai dari kualifikasi produk digital, karakteristik perusahaan, hingga pendanaan usaha yang sesuai dengan syariah Islam. Panduan usaha digital dan panduan kepatuhan syariah ini akan memotivasi para pelaku usaha untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.

3. Meningkatkan literasi digital dan *halal value chain* bagi pelaku ekonomi Islam digital melalui pameran, kompetisi, maupun forum di daerah-daerah potensial.

Untuk mengembangkan industri halal melalui teknologi digital, para pelaku usaha perlu memiliki literasi digital terutama untuk mengakses teknologi sebagai alternatif sumber pembiayaan dan e-commerce sebagai tempat untuk memperluas pasar. Usaha meningkatkan literasi digital ini dapat dilakukan melalui kerja sama dengan program literasi digital oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika serta pemangku kebijakan terkait lainnya. Selain itu, sebagai bentuk dukungan lanjut dari pengembangan usaha digital Islam, para pelaku industri dapat diberikan fasilitas *mentoring, coaching*, dan inkubasi bisnis.

7

Ekosistem Pendukung





Peningkatan kualitas SDM memerlukan dukungan riset dan pengembangan (R&D). Riset akan memetakan proyeksi berupa peluang, tantangan, dan apa yang harus dilakukan. Dengan berpedoman pada riset, pengembangan SDM ekonomi syariah berjalan lancar.

Sebagai prasyarat terwujudnya rantai nilai halal yang dapat menjadi komponen penting dalam mendorong perkembangan ekonomi syariah dan perekonomian nasional, ekosistem yang baik, integratif dan efisien sangat penting untuk dikembangkan. Ini adalah sistem yang menyambungkan rantai nilai halal secara menyeluruh. Ekosistem tersebut juga harus mampu menghubungkan seluruh komponen inti dan pendukung industri halal dari hulu ke hilir. Sistem pendukung ini adalah sebagai berikut.

Pertama adalah literasi. Ini adalah upaya menggugah kesadaran masyarakat untuk membiasakan hidup dengan mengonsumsi produk halal. Komoditas halal tidak semata-mata yang secara kasat mata terlihat tidak mengandung unsur haram. Harus ada bukti bahwa suatu komoditas yang kehalalannya sudah diuji dan diverifikasi oleh lembaga.

Standar halal dapat terpenuhi jika suatu komoditas dibuat dari bahan-bahan yang tidak sedikit pun mengandung unsur haram. Untuk mengetahui hal ini, biasanya kemasan produk mencantumkan penjelasan komposisi bahan dasar. Dari sana, seseorang bisa mengetahui apakah ada kandungan bahan tidak halal dalam suatu produk.

Sertifikasi halal kini sudah dialihkan dari Majelis Ulama Indonesia kepada pemerintah yang diwakili oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Lembaga ini dipimpin oleh seorang eselon satu yang melaporkan kinerjanya kepada Menteri Agama. Belum lama ini Menteri Agama memastikan bahwa tahun ini BPJPH sudah bisa melayani masyarakat yang menginginkan sertifikasi halal.

Kedua, sumber daya manusia (SDM). Pengembangan ekonomi syariah pasti membutuhkan SDM yang berkompeten. Alumni perguruan tinggi merupakan penghasil SDM ekonomi syariah. Dari sana, para sarjana berkecimpung dalam berbagai lapangan pekerjaan yang berkaitan dengan ekonomi syariah, seperti bank syariah, program studi ekonomi syariah di berbagai perguruan tinggi, wirausaha, dan banyak lagi.

Ketiga adalah riset dan pengembangan. Bagian ini merupakan keharusan karena hasil penelitian menjadi pedoman untuk mengembangkan ekonomi syariah pada masa yang akan datang. Pihak yang fokus dalam bidang ini terdiri dari akademisi, praktisi, dan juga pemerintah. Mereka saling bersinergi untuk membuat perencanaan pengembangan ekonomi syariah.

“ Sebagai prasyarat terwujudnya rantai nilai halal yang dapat menjadi komponen penting dalam mendorong perkembangan ekonomi syariah dan perekonomian nasional, ekosistem yang baik, integratif dan efisien sangat penting untuk dikembangkan.”



Biasanya riset dilakukan pihak perguruan tinggi. Di dalamnya terdapat pengumpulan data dan fakta. Kemudian dianalisis secara sistematis, mendalam, dan menyeluruh. Proses tersebut dituangkan dalam narasi yang terdokumentasikan. Para pemangku kepentingan merujuk hasil penelitian untuk menghasilkan inovasi produk, pelayanan, regulasi, dan banyak hal terkait dengan pengembangan ekonomi syariah.

Keempat adalah fatwa, regulasi, dan tata kelola. Bagian ini banyak diperankan oleh ulama melalui Majelis Ulama Indonesia dan pemerintah. Fatwa muncul karena adanya kegelisahan dari masyarakat terkait sebuah persoalan. Misalkan terkait dengan hukum vaksin, apakah itu sebuah keharusan atau tidak. MUI kemudian mengkajinya dengan melibatkan sejumlah ulama. Berbagai pendapat ditampung di sana sehingga menghasilkan kesimpulan yang mengukuhkan sikap mereka. Kesimpulan inilah fatwa yang pada kemudian hari menjadi pedoman masyarakat.

Sementara itu, regulasi dihasilkan oleh pemerintah dan wakil rakyat dengan mempertimbangkan pendapat berbagai pihak yang terlibat di dalamnya. Untuk produk peraturan perundang-undangan, prosesnya berjalan di Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) yang setelah diparipurnakan akan disahkan oleh Presiden.

Selain itu ada peraturan pemerintah (PP) yang merupakan produk turunan dari undang-undang. Peraturan ini ditandatangani Kepala Negara sehingga mengikat siapa pun yang terlibat di dalamnya. Peraturan tersebut dibuat dengan mempertimbangkan kemaslahatan masyarakat luas. Arahnya adalah untuk mendukung proses pembangunan yang menjadi misi pemerintah dari waktu ke waktu.

Seluruh fungsi ini sangat krusial dalam meningkatkan kapasitas ekonomi syariah dan skala industri halal nasional, sehingga pada akhirnya mampu mewujudkan visi menjadikan Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah dunia.

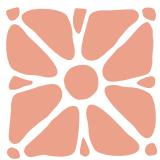




Literasi, Sumber Daya Manusia, Riset, dan Pengembangan

Literasi (kesadaran dan edukasi publik), sumber daya manusia (SDM) serta riset dan pengembangan (R&D) merupakan bagian penting dalam ekosistem dan strategi dasar pengembangan ekonomi syariah di Indonesia. Pada hakikatnya, SDM berupa manusia yang dipekerjakan dalam institusi atau organisasi merupakan motor penggerak dalam mencapai target yang direncanakan.

SDM yang baik berawal dari literasi, atau informasi dan kesadaran, mengenai suatu konsep. Kesiapan SDM merupakan salah satu modal dasar dalam menghadapi perkembangan ekonomi global yang ditandai dengan ekonomi yang disruptif dan revolusi industri 4.0. SDM tersebut harus memiliki kualitas dan kompetensi yang baik sehingga mampu mengembangkan ekonomi syariah. SDM tersebut juga harus memiliki kemauan untuk terus bersaing dan berinovasi melalui riset dan pengembangan. Hal ini menunjukkan urgensi sisi literasi, SDM dan R&D sebab pengembangan ekonomi syariah melalui industri riil halal tidak bisa berdiri sendiri tanpa sumber daya manusia yang berkompeten.



Kondisi global dan nasional

Tingkat kesadaran publik merupakan aspek penting dalam mengembangkan permintaan industri halal yang akan mempengaruhi sisi penawaran. Hal ini di antaranya tercermin dari tingginya skor indikator awareness Malaysia dan Uni Emirat Arab (UEA) sebagai dua negara yang memiliki peringkat teratas dalam GIEI 2018. Untuk berbagai sektor GIEI, indikator awareness terdiri atas jumlah artikel berita dan events terkait industri halal. Khususnya untuk sektor keuangan syariah. Terdapat juga indikator tambahan yang menjadi tolak ukur, yaitu jumlah institusi keuangan Islam dan jumlah artikel penelitian yang diterbitkan. Pentingnya kesadaran masyarakat dalam pengembangan ekonomi syariah juga dialami Indonesia pada sektor makanan dan minuman halal.

Dalam hal literasi, pengembangan SDM serta riset ekonomi syariah, pengalaman Malaysia dan UEA dapat menjadi referensi utama untuk diterapkan di Indonesia. Malaysia merupakan negara mayoritas Muslim dengan populasi lebih dari 30 juta jiwa. Beberapa hal penting terkait perkembangan SDM dan riset ekonomi syariah di Malaysia adalah sebagai berikut:

- Memiliki institusi pendidikan tinggi yang menawarkan program S1-S3 pada bidang studi ekonomi syariah

Malaysia didukung oleh banyak universitas negeri maupun swasta yang memiliki program studi yang terkait dengan ekonomi syariah. Beberapa universitas yang menjadi rujukan dalam program studi ekonomi syariah adalah *International Islamic University Malaysia* (IIUM), *Universiti Kebangsaan Malaysia* (UKM), *International Center for Education in Islamic Finance* (INCEIF), *Universiti Sains Islam Malaysia* (USIM), dan *University of Malaya* (UM).

Universitas tersebut memiliki program studi yang terkait dengan ekonomi Islam, seperti:

keuangan dan ekonomi syariah. Berbagai penghargaan internasional juga telah diraih oleh universitas tersebut dalam bidang ekonomi Islam, sebagai contoh INCEIF memperoleh penghargaan dari Islamic Economy Awards 2018 dalam kategori Islamic Economy Knowledge Infrastructure. Selain itu, masing-masing institusi tersebut sudah memiliki spesialisasi. Misalnya IIUM berfokus pada bidang keuangan dan perbankan syariah. Sedangkan USIM berfokus di *Islamic wealth management*.

- Memiliki lembaga atau pusat riset nasional yang fokus pada ekonomi syariah dan mendapatkan dukungan kuat dari pemerintah.

Contohnya adalah ISRA (International Shariah Research Academy) yang didirikan dan didukung penuh oleh Bank Negara Malaysia (Bank Sentral Malaysia) dan INHART (International Institute for Halal Research and Training) IIUM yang berfokus pada riset dan training untuk Industri halal. Selain mengembangkan riset, Malaysia juga menerbitkan berbagai buku teks dan jurnal sebagai referensi untuk akademisi dan praktisi ekonomi syariah.

- Memberikan pendanaan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas SDM

Pemerintah Malaysia mendukung penuh peningkatan kuantitas dan kualitas SDM ekonomi syariah. Hal ini dilakukan juga dalam bentuk memberikan beasiswa penuh kepada dosen untuk studi ekonomi syariah, baik di dalam maupun luar negeri, dan mengeluarkan berbagai skema hibah riset (*research grant*) terkait ekonomi syariah

- Memiliki berbagai lembaga sertifikasi profesi terkait ekonomi syariah.

Beberapa daftar sertifikasi profesional yang disetujui oleh Kementerian Keuangan Malaysia



terkait ekonomi dan keuangan Syariah antara lain: *certified qualification in Islamic finance* (CQIF) yang dikeluarkan oleh Islamic Banking and Finance Institute Malaysia (IBFIM) dan *Islamic financial planner* (IFP) yang dikeluarkan oleh kolaborasi bersama antara Islamic Banking and Finance Institute Malaysia (IBFIM) dan the Financial Planning Association of Malaysia (FPAM)

- *Link-and-match* yang kuat antara perguruan tinggi dengan industri.

Perguruan tinggi di Malaysia memiliki spesialisasi di bidang masing-masing terkait ekonomi Syariah. Spesialisasi tersebut juga bersifat sangat praktis dan telah menyesuaikan kebutuhan industri sehingga lulusan perguruan tinggi dapat langsung terhubung dengan industri. Selain itu, spesialisasi tersebut didukung dengan jalur karir (career path) yang jelas sehingga setelah lulus dari perguruan tinggi SDM syariah bisa langsung bekerja di industri halal dan sektor ekonomi syariah lainnya.

Pemerintah memberikan dukungan yang sangat besar terhadap perkembangan ekonomi syariah di Malaysia. Hal ini terbukti dari terbentuknya Halal Industry Development Corporation (HDC) pada 18 September 2006 yang menjadi koordinator dari seluruh aktivitas industri halal di Malaysia. Selain HDC, Pemerintah Malaysia juga mengintegrasikan berbagai kementerian yang ada untuk dapat mendukung tujuan Malaysia menjadi negara terdepan dalam pengembangan industri halal.

Sedangkan UAE tengah mengadopsi visi baru, yang disebut sebagai Vision 2021. Pada 2021 mereka akan memperbesar pertumbuhan bidang sosial dan ekonomi. Pemerintah UAE mengumumkan rencana alokasi dana sebesar USD 82 miliar untuk mendanai proyek di bidang teknologi dan inovasi.

Data statistik menunjukkan bahwa perkembangan socio-economic UAE berasal dari startup teknologi dan UKM, yang juga berkontribusi sebesar 60 persen dari GDP nonminyak.

Selain pendanaan, pemerintah UEA juga menginisiasi berbagai program inkubasi inovasi serta akselerasi yang menarik untuk mendukung wirausaha serta start up di seluruh dunia dan menghubungkannya dengan sponsor lokal dari UAE. Contoh program ini ialah Dubai Future Accelerators Program. Contoh inkubator yang didirikan oleh UAE ialah Dubai Science Park, Dubai techno Park, Dubai Silicon Oasis, D3 dan banyak lainnya. Dengan itu semua, UAE sudah mengalihkan orientasi perekonomiannya dari yang semula pada sumber daya alam berupa migas, kepada sumber daya manusia. Kebijakan tersebut telah menjadikan UAE sebagai negara Arab yang mengawali perubahan orientasi tersebut yang kemudian diikuti Arab Saudi dan lainnya.

Selain Malaysia dan UAE, ada pula beberapa negara dengan mayoritas penduduk Muslim maupun non-Muslim yang memberikan perhatian lebih terhadap perkembangan ekonomi dan keuangan Islam dengan cara mendirikan program studi khusus ekonomi dan keuangan syariah. Beberapa negara tersebut yaitu Turki, Thailand, Inggris, dan Australia. Program sarjana ekonomi Islam dan keuangan di Turki Sabahattin Zaim University (Istanbul) telah menjadi departemen ekonomi dan keuangan Islam pertama yang didirikan di Turki. Sedangkan Thailand telah memiliki Halal Science Center, yang berlokasi di Chulalongkorn University sejak 2003, diikuti oleh lembaga nasional Halal Standards Institute yang juga didirikan pada tahun yang sama.

Kemudian Australia pun sudah memiliki sebuah organisasi bernama Australian Centre for Islamic Finance (AUSCIF) yang bertujuan untuk memfasilitasi transfer pengetahuan dan kepemimpinan pemikiran dalam sektor keuangan Islam. Negara Inggris pun

mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam bidang ekonomi dan keuangan syariahnya dibuktikan dengan adanya 28 program studi keuangan Islam untuk tingkat master (bachelorsportal 2018). Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa kondisi ekonomi syariah global yang mengarah pada sektor sumber daya manusia semakin berkembang.

Pada tataran internasional, indikator awareness Indonesia dalam GIEI 2018 cukup baik yaitu lebih tinggi dibandingkan skor global untuk semua sektor. Bahkan skor awareness Indonesia lebih tinggi dibandingkan Malaysia pada sektor Halal Travel. Akan tetapi, nilai Indonesia masih berada di bawah Malaysia untuk sektor lainnya dan jauh di bawah UEA untuk semua sektor. Pentingnya kesadaran masyarakat untuk pengembangan produk halal di antaranya tampak pada sektor makanan dan minuman halal Indonesia. Kenaikan peringkat Indonesia pada State of Global Islamic Economy 2018/2019 didorong oleh kemajuan sektor makanan dan minuman halal seiring dengan gencarnya kegiatan promosi dan publikasi media atas makanan dan minuman halal yang ikut membangun kesadaran masyarakat.

Selain itu, SDM di Indonesia memiliki kualitas yang cukup baik walaupun masih jauh tertinggal dari negara-negara lain. Menurut data dari The Global Competitiveness Index tahun 2017, salah satu faktor penentu kualitas sumber daya manusia yaitu pendidikan dan pelatihan. Indonesia hanya berada di peringkat ke-64 dari 134 negara, yang menunjukkan masih rendahnya angka partisipasi sekolah menengah, angka partisipasi sekolah menengah atas, kualitas pendidikan, kualitas kurikulum, kemudahan akses internet di sekolah, dan pelatihan-pelatihan yang dapat meningkatkan *soft skill* dan *hard skill*. Kondisi masyarakat Indonesia yang sudah berkesempatan untuk memperoleh pendidikan tinggi dan mengikuti program pelatihan pun cenderung mengalami tren yang menurun (The Global Competitiveness Index 2017).

Kondisi dan pengembangan SDM ekonomi syariah di Indonesia belum sebaik di Malaysia maupun UEA. Hal ini terlihat dari jumlah institusi pendidikan tinggi

terkait ekonomi syariah yang cenderung masih sedikit yaitu hanya berjumlah 820 perguruan tinggi (Laporan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan 2016 dan Data Direktorat Pendidikan Tinggi Islam Kemenag) dan tidak diiringi dengan kualitas yang cukup mumpuni. Berdasarkan data dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT) tahun 2018, baru 10 prodi Ekonomi Syariah berakreditasi A. Sedangkan yang berakreditasi B berjumlah 99 Prodi. Akreditasi C berjumlah 10 prodi.

Kualitas program studi ini akan berdampak terhadap kuantitas dan kualitas kajian ekonomi syariah. Selain itu, jumlah lembaga sertifikasi dan tenaga ahli yang sudah tersertifikasi pun masih sangat sedikit. Berdasarkan data dari setiap lembaga sertifikasi profesi bidang ekonomi syariah di Indonesia, jumlah lulusan tenaga ahli yang tersertifikasi sebanyak 231 orang (LSP Keuangan Syariah 2018).

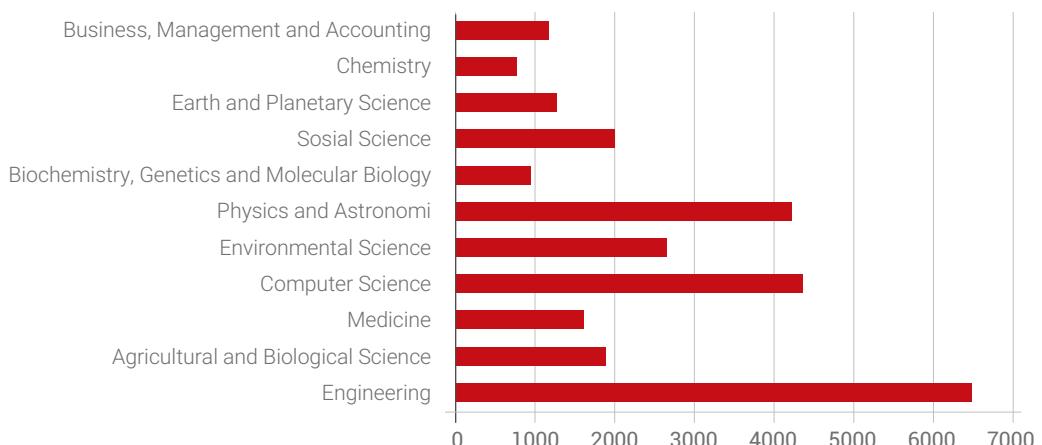
Selain itu, berdasarkan pemaparan data statistik perbankan syariah dapat diketahui bahwa 38 persen pegawai bank syariah merupakan sarjana ekonomi konvensional. Hanya 9,1 persen yang berlatar belakang ekonomi syariah.

Peningkatan kualitas SDM memerlukan dukungan riset dan pengembangan (R&D). Riset akan memetakan proyeksi berupa peluang, tantangan, dan apa yang harus dilakukan. Dengan berpedoman pada riset, pengembangan SDM ekonomi syariah berjalan lancar. Sebagaimana industri sektor riil lainnya, produk dan layanan halal terus berkembang di seluruh dunia. Selain dari segi kuantitas yang sangat pesat, pertumbuhan variasi dan kualitas produk halal juga semakin masif. Hal ini hanya bisa dilakukan jika industri halal dan seluruh mata rantai nilai halal ditopang oleh riset dan pengembangan yang kuat. Sayangnya, sebagian besar pelaku usaha dalam industri halal nasional tidak memiliki strategi atau instrumen penelitian dan pengembangan yang cukup secara internal perusahaannya. R&D atau litbang dianggap hanya pengeluaran yang tidak menguntungkan, dan hanya cocok dilakukan di kampus-kampus.

**Grafik 7.1.1**

Jumlah Publikasi Indonesia Tahun 2017 Berdasarkan Bidang

Sumber: ScImago Data, 2017

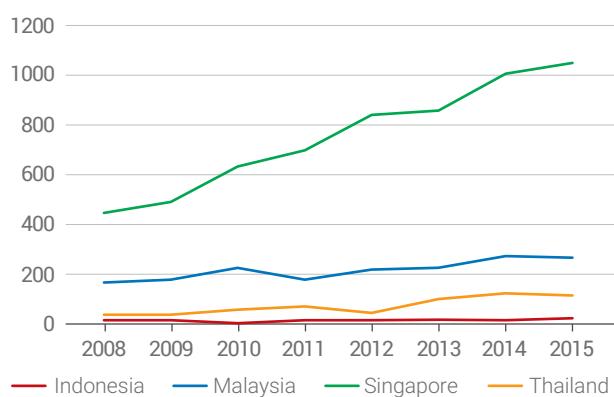


Grafik 7.1.1 merupakan data jumlah penelitian di semua bidang menurut SCImago pada 2017. Terhitung jumlah total publikasi sebesar 75.220 pada semua bidang. Indonesia menempati peringkat 52 dari seluruh negara yang terdaftar di SCImago. Di kawasan ASEAN, Indonesia masih kalah dibandingkan Thailand (42), Malaysia (34) dan Singapura (32).

Grafik 7.1.2

Jumlah Paten yang Terdaftar di Amerika Serikat

Sumber: USPTO Patent Count, 2015



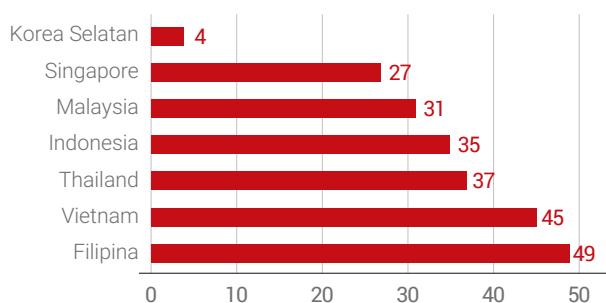
Selain publikasi, cara lain untuk melihat posisi dan kontribusi riset adalah jumlah paten yang dihasilkan. Bersumber dari United States Patent and Trademark Office (2015), jumlah paten di Indonesia yang terdaftar di Amerika Serikat dapat dilihat pada

gambar 7.1.2. Dari data tersebut, tampak bahwa pertumbuhan paten Indonesia tidak signifikan dan cenderung stagnan dibandingkan negara ASEAN lainnya.

Jumlah paten dari Indonesia di tahun 2015 yang terdaftar di Amerika Serikat berjumlah 333 paten, yaitu di bawah negara ASEAN lainnya seperti Thailand 1.043 paten, Malaysia 2.690 paten dan Singapura 10.004 paten. Sementara jumlah paten yang dihasilkan lembaga riset atau industri di Indonesia yang didaftarkan pada Kantor Paten Indonesia selama tahun 2016 berjumlah 702 dari 8.023 total paten terdaftar.

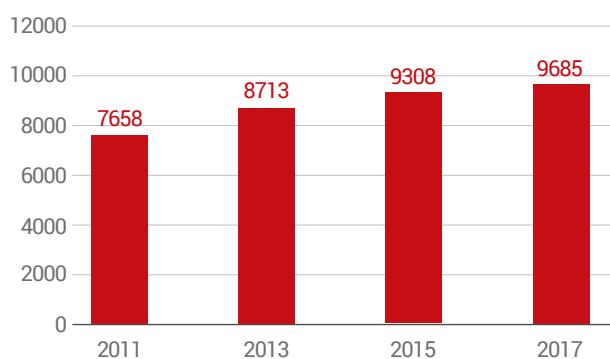
Lebih jauh lagi, menurut WIPO (2016), Indonesia menempati peringkat ke-35 paten dunia dan ketiga di ASEAN. Di saat yang sama, Korea Selatan menduduki peringkat ke-4 jumlah paten di dunia. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi penelitian dan pengembangan di Indonesia meski cukup bersaing di ASEAN, secara global belum dapat bersaing dan masih kalah jauh dari negara Asia lainnya.

Grafik 7.1.3
Peringkat Paten
Sumber: WIPO, 2016



Rendahnya jumlah publikasi dan paten yang dihasilkan salah satunya dikarenakan minimnya jumlah peneliti di Indonesia. Data Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) pada 2017 menunjukkan peneliti di Indonesia berjumlah 9.685 orang. Angka tersebut merupakan jumlah seluruh pejabat fungsional peneliti dari seluruh Kementerian/LPNK di Indonesia.

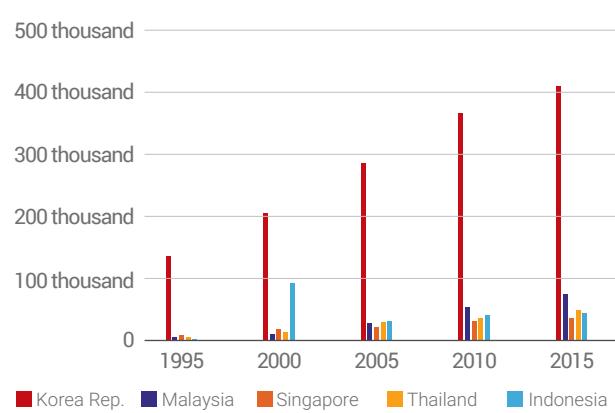
Grafik 7.1.4
Jumlah Peneliti di Indonesia
Sumber: LIPI (2017)



Sejak 2010 terdapat kenaikan jumlah peneliti dari 7.502 orang menjadi 9.685 orang pada tahun 2017. Akan tetapi, jumlah dan pertumbuhan tersebut tergolong rendah jika dibandingkan dengan pertumbuhan angka peneliti negara Asia lainnya. Hal ini dikarenakan besarnya jumlah penduduk Indonesia yang menyebabkan rasio jumlah peneliti per jumlah penduduk menjadi relatif rendah. Misalnya, saat ini jumlah peneliti absolut di Korea Selatan mencapai angka 400 ribu atau setara dengan 8 ribu peneliti per sejuta penduduk. Hal serupa juga terjadi pada

Singapura. Jumlah peneliti di sana per sejuta penduduk di negara tersebut mencapai angka lebih dari tujuh ribu. Sementara itu, Malaysia memiliki 2.590 peneliti per sejuta penduduk, Thailand dengan 765 peneliti per sejuta penduduk, dan Indonesia masih berkisar 1.071 peneliti per sejuta penduduk. Hal ini mengindikasikan bahwa jumlah absolut peneliti Indonesia masih jauh berada di bawah negara-negara lainnya di kawasan Asia.

Grafik 7.1.5
Jumlah Peneliti di Kawasan Asia
Sumber: UIS Data Centre (2015)



Untuk aspek R&D yang lebih umum, kemampuan dan capaian Indonesia dapat diukur melalui Global Competitiveness Index (GCI). Pada tahun 2018, Indonesia menempati posisi 45 dari 140 negara dalam GCI. Lebih jauh lagi, salah satu pilar GCI adalah kemampuan berinovasi dimana Indonesia menempati peringkat 68/140 negara. Secara rinci, pilar ini diukur melalui 10 indikator sebagaimana tercantum pada tabel 7.1.

**Tabel 7.1**

Peringkat dan Nilai Indonesia untuk Pilar Kemampuan Berinovasi GCI 2018

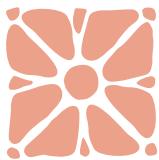
Indikator	Peringkat	Nilai 1-7 (terbaik)
Keberagaman Tenaga Kerja	37	4.9
Kondisi Pengembangan Klaster	28	4.6
Penemuan Hasil Kolaborasi Internasional (jumlah aplikasi/juta populasi)	97	0.04
Kolaborasi Berbagai Pemangku Kepentingan	25	4.6
Publikasi Ilmiah (H Index)	58	182
Aplikasi Paten (jumlah aplikasi/juta populasi)	99	0.08
Pengeluaran R&D (% PDB)	112	0.1
Kualitas Lembaga Penelitian (Index)	53	0.02
Kemutakhiran Pembeli	49	3.7
Aplikasi Trademark (jumlah aplikasi/juta populasi)	97	166.22

Regulasi penelitian dan pengembangan di Indonesia diatur dalam Undang-undang Nomor 18 Tahun 2002 Tentang Sistem Nasional Litbang dan Iptek. Melalui UU tersebut, pemerintah memiliki tujuan “untuk memperkuat daya dukung ilmu pengetahuan dan teknologi bagi keperluan mempercepat pencapaian tujuan negara, serta meningkatkan daya saing dan kemandirian dalam memperjuangkan kepentingan negara dalam pergaulan internasional.” Namun, terlepas dari dukungan UU tersebut, anggaran Indonesia dalam penelitian dan pembangunan masih relatif kecil. Berdasarkan data World Bank, pengeluaran untuk penelitian dan pengembangan terhadap PDB sejak tahun 2000 ke 2013 hanya menunjukkan peningkatan sebanyak 0,01 persen dari 0,07 persen ke 0,08 persen.

Sementara itu, data global untuk pengeluaran penelitian dan pengembangan terhadap PDB, rata-rata di regional Asia Timur dan Pasifik mencapai 2,296 persen. Pada 2012, pengeluaran Malaysia sebesar 1,093 persen, dan pada 2013, pengeluaran Singapura sebesar 2,012 persen, lebih tinggi dari Indonesia.

Terkait dengan pengembangan ekonomi syariah, secara nasional aktivitas litbang halal juga masih sporadis dan tidak menjadi bagian utama dalam pengembangan industri halal. Universitas yang mempunyai pusat kajian halal juga hanya melakukan riset secara sendiri-sendiri, tanpa ada grand strategy secara nasional. Padahal, penelitian dan pengembangan dibutuhkan untuk mengembangkan industri halal. Merujuk pada definisi Undang-undang Jaminan Produk Halal, definisi produk halal adalah yang diproduksi sesuai dengan prinsip syariah. Dalam hal ini, penelitian dan pengembangan berperan dalam pengecekan dan pengawasan bahwa produk yang beredar di masyarakat dan dikonsumsi oleh Muslim adalah produk yang halal.

Lebih lanjut, produk halal diharapkan tidak hanya memenuhi prinsip syariah sehingga lolos sertifikasi halal, tapi juga perlu memiliki standar kualitas. Hal ini diperlukan untuk memberikan branding bahwa halal tidak hanya dikonsumsi Muslim, tapi siapa pun, karena produk halal menandakan kualitasnya diakui banyak orang.



Peluang dan tantangan

Indonesia memiliki beberapa peluang untuk mendukung literasi, memperkuat perkembangan sumber daya manusia dan meningkatkan R&D bidang ekonomi syariah. Peluang-peluang tersebut antara lain adalah:

1. Maraknya kampanye gaya hidup halal dengan memanfaatkan media sosial yang melibatkan tokoh publik dan generasi milenial.
2. Peran aktif pemerintah dalam mendukung perkembangan ekonomi syariah.

Hal ini di antaranya terwujud melalui dukungan legal mencakup Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Kebijakan ini menyediakan satu panduan bagi terwujudnya mekanisme penyediaan produk berupa barang yang halal untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Kehadiran undang-undang ini merupakan peluang untuk tumbuh dan kembangnya pusat riset pengembangan dan penyeleksian produk berupa barang yang halal di berbagai institusi terutama perguruan tinggi. Selain itu, dukungan pemerintah juga tercermin dari pembentukan Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS), dan Penciptaan Masterplan Arsitektur Keuangan Syariah Indonesia.

3. Indonesia juga memiliki banyak organisasi massa berbasis Islam (ormas Islam) di Indonesia. Beberapa di antaranya adalah Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama (NU) yang menjadi dua ormas Islam terbesar di Indonesia.

Ormas Islam sebagai lembaga atau gerakan dakwah Islam cukup efektif untuk membantu pemerintah dalam proses sosialisasi dan implementasi ekonomi syariah. Namun hal ini masih mengalami kendala dengan belum adanya sinkronisasi dalam program-program pengembangan ekonomi umat atau ekonomi

syariah. Ketiadaan visi bersama antarorganisasi masyarakat (ormas) Islam di Indonesia mengenai pengembangan ekonomi syariah juga belum terlihat.

4. Banyaknya jumlah perguruan tinggi di Indonesia.

Jumlah institusi pendidikan berbasis Islam di Indonesia berjumlah 78.156 unit yang terdiri dari prasekolah hingga perguruan tinggi (Kemendikbud, 2016). Sementara jumlah institusi pendidikan konvensional lebih banyak lagi. Mengingat Indonesia merupakan Negara yang juga memiliki perguruan tinggi paling banyak di dunia, maka jumlah tersebut merupakan peluang bagi terwujudnya pusat pengembangan dan penyeleksian produk berupa barang halal di Indonesia.

5. Perkembangan teknologi yang pesat mendorong dan memfasilitasi penyelenggaran R&D. Selain itu, teknologi juga memudahkan upaya peningkatan literasi dan edukasi publik.

**Tabel 7.2**

Peluang dan Tantangan Pengembangan Literasi, SDM, dan Riset dan Pengembangan

Peluang	Tantangan
<p>1. Maraknya kampanye gaya hidup halal.</p> <p>2. Pemerintah berperan aktif dalam mendukung perkembangan ekonomi syariah.</p> <p>3. Indonesia memiliki banyak organisasi massa berbasis Islam.</p> <p>4. Jumlah institusi pendidikan berbasis Islam cukup banyak.</p> <p>5. Banyaknya jumlah perguruan tinggi di Indonesia.</p> <p>6. Perkembangan teknologi yang pesat,</p>	<p>1. Masih terbatasnya edukasi halal pada pendidikan usia dini dan dasar.</p> <p>2. Belum adanya panduan teknis tentang pengembangan produk halal.</p> <p>3. Regulasi yang tersedia belum mengatur mengenai pengembangan dan penyeleksian jasa halal.</p> <p>4. Jumlah institusi Pendidikan tinggi yang menawarkan program studi ekonomi syariah masih sedikit.</p> <p>5. Sebagian besar program studi ekonomi syariah di perguruan tinggi masih memiliki kualitas yang kurang baik.</p> <p>6. Terbatasnya lembaga sertifikasi profesi ekonomi syariah dan tenaga ahli tersertifikasi di bidang ekonomi syariah.</p> <p>7. Ketiadaan kesepakatan mengenai pengembangan ekonomi syariah secara nasional.</p> <p>8. Pemetaan dan sinergi antar berbagai pihak dalam R&D ekonomi syariah yang belum optimal.</p>

Namun, pemerintah juga menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan ekonomi syariah di Indonesia. Kelemahan yang dimiliki oleh sumber daya manusia ekonomi syariah Indonesia antara lain:

1. Masih terbatasnya edukasi halal pada pendidikan usia dini dan dasar

Kesadaran atas pentingnya produk halal perlu ditanamkan sedini mungkin. Akan tetapi, masih minimnya kurikulum dan program pembelajaran terkait edukasi halal pada jenjang pendidikan usia dini dan dasar menjadi tantangan dalam upaya literasi halal di tengah masyarakat. Oleh karenanya, kampanye gaya hidup halal yang menyasar anak-anak dan generasi muda harus digencarkan.

2. Belum adanya panduan teknis tentang pengembangan produk halal.

Indonesia juga memiliki regulasi mengenai penjaminan produk halal yakni UU No 32 tahun 2014. Kehadiran regulasi ini juga merupakan peluang bagi tumbuh dan kembangnya produk halal di Indonesia. Namun demikian, regulasi ini juga harus didukung dengan hadirnya peraturan pemerintah yang menjadi petunjuk teknis dalam mengembangkan produk halal di Indonesia. Sedangkan regulasi yang tersedia masih memusatkan perhatian pada pengembangan dan penjaminan produk berupa barang.

3. Regulasi yang tersedia belum mengatur mengenai pengembangan dan penyeleksian jasa halal.

Regulasi yang tersedia belum lagi mengatur mengenai pengembangan dan penyeleksian serta penjaminan produk berupa jasa halal di Indonesia. Padahal, Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk mengembangkan produk berupa jasa halal melalui jasa hotel dan akomodasi, travel serta pariwisata halal. Regulasi

yang tidak memadai dapat menyebabkan tumbuh dan kembangnya produk berupa jasa halal menjadi sporadis serta tanpa arah yang jelas.

4. Jumlah institusi perguruan tinggi yang memiliki program studi di bidang ekonomi syariah masih sedikit.

Berdasarkan Tabel 7.3 dapat dilihat bahwa jumlah program studi (Prodi) terkait dengan ekonomi syariah sudah sangat banyak dan berpusat pada pendidikan sarjana. Pada sebagian besar prodi, untuk jenjang sekolah vokasi dan pascasarjana masih minim atau bahkan belum dibuka sama sekali. Padahal dalam jangka menengah dibutuhkan 38.940 lulusan tingkat D3 hingga S3 bidang ekonomi syariah dan dalam jangka panjang kebutuhan tersebut mencapai 125.790 orang (Zadjuli dalam Amalia 2013). Hal ini menunjukkan kebutuhan yang sangat besar, namun program studi terkait masih belum tersedia sehingga kuantitas yang ada sekarang masih belum mampu memenuhi kebutuhan tenaga kerja di sektor ekonomi syariah.

Tabel 7.3

Jumlah Program Studi Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Sumber: Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT),
2018

	D3	D4	S1	S2	S3
Ilmu Ekonomi Syariah	0	0	181	28	3
Hukum Ekonomi Syariah	0	0	131	0	0
Bisnis dan Manajemen Syariah	24	6	93	4	0
Akuntansi Syariah	0	1	6	0	0

Studi kasus yang dilakukan oleh Huda, dkk (2016) meneliti mengenai tingkat penyerapan lulusan program studi ekonomi ke dalam lembaga keuangan syariah menggunakan metode keselarasan index (AI). Penelitian tersebut mengambil sampel dari satu universitas

di Jakarta dan dua universitas di Jawa Barat. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa tingkat penyerapan mahasiswa lulusan keuangan syariah dari masing-masing universitas tersebut sebesar 20 persen, 40 persen, dan 45 persen dengan tren yang positif. Kurangnya penyerapan lulusan tersebut dikarenakan tidak sesuaiannya kurikulum dengan kemampuan yang dibutuhkan oleh industri keuangan Syariah. Namun demikian, pemerintah (khususnya Bank Indonesia) dan beberapa asosiasi terkait (terutama AFEBI, AFEBIS, APSEII dan IAEI) telah mulai berkoordinasi dan menyusun standar kurikulum nasional program studi S1 ekonomi Islam/syariah di Indonesia. Saat ini, naskah akademik tersebut sedang dinilai oleh DIKTI dan DIKTIS.

Dalam proses pembahasan kurikulum nasional program studi S1 ekonomi Islam/syariah, teridentifikasi masalah lain yang tidak kalah pentingnya yaitu masalah penamaan program studi. DIKTI, yang membawahi perguruan tinggi umum, menetapkan nomenklatur 'ekonomi syariah' untuk program studi terkait ekonomi/keuangan/perbankan syariah. Sementara DIKTI, yang membawahi perguruan tinggi agama, menggunakan nomenklatur ekonomi Islam. Salah satu konsekuensinya adalah sulitnya menyusun kurikulum nasional karena nama prodi yang belum seragam. Selain itu, hal ini menimbulkan kebingungan bagi instansi atau perusahaan yang akan membuka lowongan khususnya bagi lulusan sarjana dari prodi terkait ekonomi/keuangan/perbankan syariah.

5. Kuantitas dan kualitas pendidikan program studi ekonomi syariah di perguruan tinggi masih rendah.

Berdasarkan data dari Badan Akreditasi Nasional-Perguruan Tinggi (BAN-PT) (Tabel 7.3), jumlah program studi ekonomi syariah (ekonomi syariah dan ekonomi Islam) yang terakreditasi A baru sejumlah 10 PT, sedangkan yang terakreditasi B dan C sebanyak 99 perguruan tinggi dan 98 perguruan tinggi.

**Tabel 7.4**

Akreditasi Program Studi Ekonomi Syariah di Indonesia

Sumber: Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT) (2018)

	Akreditasi A	Akreditasi B	Akreditasi C
Jumlah Program Studi*	10	99	98

*Jumlah program studi merupakan gabungan antara program studi Ekonomi Syariah, Ekonomi Syari'ah, dan Ekonomi Islam

Kualitas program studi ini berdampak terhadap kuantitas dan kualitas kajian mengenai ekonomi syariah di Indonesia. Program penelitian yang dilakukan oleh para mahasiswa S2 dan S3 dalam bidang ekonomi syariah, tentu akan sangat membantu dalam menemukan bentuk yang lebih baku terkait prodi ini, terutama dalam pembentukan kurikulum baku. Dengan memperluas program beasiswa S2 dan S3 dalam bidang ekonomi syariah tentu akan meningkatkan kuantitas maupun kualitas kajian ekonomi syariah.

6. Terbatasnya lembaga sertifikasi profesi ekonomi syariah dan tenaga ahli tersertifikasi di bidang ekonomi syariah

Berdasarkan data pada Tabel 7.4, dari setiap lembaga sertifikasi profesi bidang ekonomi syariah di Indonesia, jumlah lulusan tenaga ahli yang tersertifikasi sebanyak 231 orang (LSP Keuangan Syariah 2018). Kemudian, berdasarkan pemaparan data statistik perbankan syariah dapat diketahui bahwa 38 persen pegawai bank syariah merupakan sarjana ekonomi konvensional. Hanya 9,1 persen yang berasal dari syariah. Selain tenaga ahli di bidang perbankan syariah, pemerintah juga dihadapkan pada kurangnya jumlah tenaga ahli seperti tenaga surveyor untuk proses sertifikasi halal, sehingga mengakibatkan biaya sertifikasi yang mahal. Selain itu biaya sertifikasi yang mahal juga

menjadi sebab kurangnya tenaga ahli ekonomi syariah di Indonesia.

Tabel 7.5

Lembaga Sertifikasi Profesi Ekonomi Syariah di Indonesia

Sumber: Diolah dari berbagai sumber

Nama Lembaga Sertifikasi	Sektor	Jumlah Lulusan
LSP Keuangan Syariah	Keuangan Syariah	231 Orang
LSP DSN-MUI	Pengawas Syariah	Tidak diketahui
LSP Asuransi Syariah	Asuransi Syariah	Tidak diketahui
LSP Ekbisi	Ekonomi, Keuangan, dan Bisnis Syariah	Tidak diketahui

7. Ketiadaan kesepakatan mengenai pengembangan ekonomi syariah secara nasional.

Hal ini menjadikan pembangunan ekonomi syariah di daerah tidak terintegrasi, sehingga mengakibatkan ketidadaan rantai nilai industri halal dari hulu ke hilir. Pemerintah perlu mempertimbangkan beberapa hal dalam pengembangan ekonomi syariah ke depan. Undang-Undang Jaminan Produk Halal harus mengatur kegiatan jasa halal, karena saat ini ekonomi syariah tidak hanya sebatas produk halal. Selain itu, harus memberikan kesempatan lebih besar kepada cendekiawan ekonomi syariah di Indonesia untuk riset dan belajar di luar negeri melalui bantuan dana dan beasiswa. Hal tersebut merupakan strategi untuk meningkatkan jumlah tenaga riset dan ahli ekonomi syariah. Apresiasi terhadap pelaku ekonomi syariah pemegang sertifikat halal harus dilakukan melalui pemberian ruang promosi, pelatihan, dan bentuk apresiasi lainnya.

Pondok pesantren sebagai salah satu pusat ekonomi syariah di Indonesia perlu untuk diberdayakan. Menurut data Kementerian Agama, terdapat 25.938 pesantren dan lebih dari

3,9 juta santri di seluruh Indonesia (Kemenag 2018). Potensi pesantren dalam hal ekonomi syariah juga patut untuk dipertimbangkan karena pengetahuan dan nilai syariah sudah mendalam sehingga sangat memungkinkan untuk mengembangkan ekonomi syariah melalui pesantren. Tetapi dalam realitanya, pondok pesantren belum menjadi fokus pengembangan bagi pemerintah.

8. Pemetaan dan sinergi antarpihak dalam penelitian dan pengembangan ekonomi syariah yang belum optimal.

Salah satu kendala adalah besarnya biaya yang dibutuhkan untuk menyelenggarakan fasilitas dan kegiatan penelitian. Demikian pula untuk mewujudkan pusat riset dan pengembangan serta penyeleksian produk berupa barang halal di berbagai perguruan tinggi memerlukan investasi yang besar dalam menyediakan alat-alat dan teknologi yang memadai. Hal ini dapat teratasi di antaranya dengan kolaborasi antarperguruan tinggi maupun dengan industri.

Namun, kondisi yang ada saat ini adalah perguruan tinggi berjalan secara sendiri-sendiri dalam memberikan kontribusi dalam pengembangan produk halal. Untuk itu, keluaran yang dihasilkan oleh perguruan tinggi dalam mengembangkan dan menyeleksi produk berupa barang halal menjadi tidak optimal. Untuk itu, pemerintah dan asosiasi perguruan tinggi membutuhkan pemetaan serta sinergi antarperguruan tinggi. Tujuannya untuk menghasilkan kesepakatan mengenai pembentukan pusat pengembangan dan penyeleksian produk halal yang sesuai dengan keunggulan perguruan tinggi tersebut. Misalnya untuk produk berupa barang yakni makanan halal dipusatkan di Institut Pertanian Bogor untuk wilayah Jawa dan Sumatera. Adapun untuk produk mesin dan alat dipusatkan di Institut Teknologi Bandung.

Industri memiliki kebutuhan akan hasil riset dan memerlukan kepastian bahwa produk yang dihasilkannya memenuhi kondisi dan persyaratan



tertentu untuk pada akhirnya memenuhi kriteria halal. Sinergi perguruan tinggi dengan industri harus selalu berjalan. Sebab pada saat yang sama perguruan tinggi memiliki fokus dalam pengembangan produk halal. Literasi, SDM, riset dan pengembangan, mampu mendukung peningkatan industri halal secara makro melalui berbagai cara, yaitu:

1. Meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat atas kebutuhan produk halal yang pada gilirannya akan mendorong peningkatan permintaan domestik atas produk barang dan jasa halal. Kesadaran dan pemahaman produsen atas kebutuhan produk halal juga memotivasi ekspansi produksi barang dan jasa halal.
2. Meningkatkan kuantitas dan kualitas sumber daya manusia ekonomi syariah di Indonesia. Hal ini diperlukan untuk memenuhi kebutuhan



industri ekonomi syariah yang terus meningkat. Juga untuk meningkatkan kualitas produk dan jasa yang dihasilkan. Peningkatan kualitas dan kuantitas dilakukan beriringan agar hasil yang dicapai menjadi maksimal.

3. Memperkuat regulasi dan tata kelola pemerintah terkait dengan sertifikasi profesi bagi tenaga ahli yang berkaitan dengan pengembangan ekonomi syariah. Selain itu, regulasi terkait pembentukan program studi ekonomi syariah pada jenjang sekolah vokasi hingga pascasarjana doktoral harus jelas. Oleh karena sinergi dalam tata kelola pemerintah terkait hal tersebut diperlukan agar proses pembentukan program studi ekonomi syariah pada masing-masing jenjang dapat berjalan efisien dan efektif.

4. Meningkatkan kesadaran literasi ekonomi syariah masyarakat secara umum. Hal ini akan mendukung peningkatan pasar bagi pelaku industri ekonomi syariah. Peningkatan pasar dan literasi ekonomi syariah masyarakat merupakan insentif bagi penghasil produk halal. Peningkatan kesadaran dan literasi masyarakat umum akan produk halal akan mendorong produsen untuk meningkatkan kinerja. Selanjutnya, hal ini meningkatkan permintaan akan tenaga kerja atau sumber daya manusia ekonomi syariah.
5. Hasil dari riset dan pengembangan bidang ekonomi syariah dapat membantu industri dalam memenuhi kebutuhan pasar atas produk barang dan jasa halal. Selain itu, riset dan pengembangan juga dapat berkontribusi untuk meningkatkan efisiensi industri sehingga memotong biaya ekonomi halal.



Strategi dan program

Berdasarkan keseluruhan analisis peluang dan tantangan di atas, penyusunan rencana aksi untuk mengembangkan literasi, SDM, serta riset dan pengembangan dibagi ke dalam delapan strategi khusus. Strategi-strategi tersebut secara umum

mencakup pemberian SDM dalam industri maupun lembaga pendidikan, integrasi dengan teknologi, pengembangan platform baru seperti *halal center* dan pusat data, serta industri dengan berbasis riset.

Tabel 7.6

Rencana Aksi Pengembangan Literasi, SDM, dan Riset dan Pengembangan

No.	Program/Aktivitas	Tahun						Target Indikator	Pemangku Kepentingan
		2019	2020	2021	2022	2023	2024		
Strategi 1: Peningkatan Efektivitas dan Keterlibatan Para Pelaku Industri Ekonomi Syariah dalam memperbaiki Kualitas SDM									
1.	Meningkatkan efektifitas industri ekonomi syariah dalam memperbaiki kualitas SDM							<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya pertumbuhan industri yang telah bersertifikasi halal 	BPJPH, Kementerian Perindustrian, Kemenkop dan UMKM, Kemenag, Kemenaker
	a. Membuat panduan praktis ekonomi syariah bagi pelaku industri								
	b. Membuat <i>mapping</i> sumber daya manusia yang dibutuhkan oleh industri dan lembaga terkait pengembangan industri halal								
	c. Melakukan dialog dengan pelaku industri tentang kebutuhan kompetensi dunia kerja agar SDM semakin produktif								
	d. Memperkuat <i>link-and-match</i> dengan pelaku industri halal								
2	Meningkatkan keterlibatan pelaku industri dalam perekonomian syariah dalam memperbaiki kualitas SDM							<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya pertumbuhan industri yang telah bersertifikasi halal 	BPJPH, Kementerian Perindustrian, Kemenkop dan UMKM, Kemenag, Kemenaker
	a. Meningkatkan frekuensi pelatihan bagi pelaku industri halal oleh Kementerian UMKM								
	b. BPJPH memberikan kemudahan dalam pengurusan dan pembiayaan sertifikasi halal, bekerja sama dengan perusahaan besar								
	c. Menginisiasi forum diskusi pada setiap sektor industri yang relevan								



No.	Program/Aktivitas	Tahun						Target Indikator	Pemangku Kepentingan
		2019	2020	2021	2022	2023	2024		
Strategi 2: Peningkatan Kualitas dan Kuantitas Sumber Daya Manusia pada Lembaga Pendidikan Berbasis Ekonomi Syariah									
1.	Meningkatnya literasi ekonomi syariah							<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya pertumbuhan jumlah lembaga pendidikan 	Kemenristekdikti, Kemendikbud, Kemenag, Lembaga Pendidikan Tinggi, IAEI, MES
	a. Menerbitkan lebih banyak buku-buku, artikel, dan jurnal tentang ekonomi syariah yang mudah dipahami masyarakat umum								
	b. Mengadakan program-program penyuluhan tentang ekonomi syariah melalui jalur struktural (pendekatan menggunakan perangkat kelembagaan) maupun kultural (pendekatan dengan mengakulturasi budaya lokal) kepada masyarakat								
	c. Membuat program sosialisasi ekonomi syariah di masing-masing ormas Islam								
	d. Membuat pelatihan atau kuliah umum tentang ekonomi syariah yang diadakan oleh Perguruan Tinggi								
	e. Memberikan prioritas dan meningkatkan jumlah penerima beasiswa untuk studi pascasarjana S2/S3 di bidang terkait pengembangan ekonomi/keuangan syariah								
	f. Menarik SDM ahli ekonomi syariah yang berada di luar negeri untuk mengembangkan ekonomi syariah di dalam negeri								
2.	Adanya kurikulum baku terkait ekonomi syariah di lembaga pendidikan							<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya pertumbuhan jumlah lembaga pendidikan 	Kemenristekdikti, Kemendikbud, Kemenag, Lembaga Pendidikan Tinggi, IAEI, MES
	a. Mendorong akselerasi standarisasi kurikulum pendidikan tinggi terkait ekonomi/keuangan syariah, khususnya di level pendidikan sarjana dan vokasi* **								
	b. Pembentukan pusat antaruniversitas (PAU) untuk memperkuat koordinasi dan mendorong pengembangan ekonomi Islam								
	c. Standar/regulasi yang sederhana dan bermanfaat luas*								
	d. Menyisipkan materi ekonomi syariah dalam pembelajaran di SMP dan SMU termasuk di dalamnya pesantren								

No.	Program/Aktivitas	Tahun						Target Indikator	Pemangku Kepentingan		
		2019	2020	2021	2022	2023	2024				
Strategi 3: Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia pada Lembaga Sosial atau Sosial Keagamaan Ekonomi Syariah											
1.	Kesamaan visi bersama terkait pengembangan ekonomi syariah di ormas Islam							<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya pertumbuhan jumlah Lembaga sosial ekonomi syariah 	Kemenag, Ormas Islam		
	a. Menghimpun organisasi masyarakat (ormas) dan lembaga pendidikan untuk menyusun perencanaan sosialisasi ekonomi syariah										
	b. Menyepakati visi bersama antara pemerintah dan ormas Islam tentang program pengembangan ekonomi syariah amat penting mengingat peran yang cukup sentral dari lembaga sosial khususnya lembaga keagamaan										
	c. Membuat MoU antara pemerintah dengan ormas Islam dalam pengembangan ekonomi syariah										
	d. MUI bekerja sama dengan lembaga keislaman non-pemerintah yang berkaitan langsung dengan penanganan produk halal										
Strategi 4: Peningkatan kualitas dan kuantitas pada SDM Keuangan Syariah											
1.	Regulasi yang memudahkan pelaku ekonomi syariah agar dapat bersaing dengan sistem konvensional							<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya pertumbuhan asset keuangan Syariah 	Ormas Islam, BI, OJK, Kemenkeu		
	a. Mengakomodasi kepentingan pelaku usaha (sebagai contoh dalam penentuan margin pembiayaan yang bisa direalisasikan dengan adanya buku panduan sistem margin bagi industri Keuangan syariah) dengan regulasi yang memadai										
	b. Membentuk agen-agen pengurusan sertifikasi halal untuk memudahkan pelaku usaha menengah dan kecil										
2.	Peningkatan kompetensi SDM keuangan syariah agar lebih bersaing							<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya pertumbuhan asset keuangan Syariah 	Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI), OJK		
	a. Program akselerasi sertifikasi untuk SDM yang sedang/akan bekerja di industri yang menjadi ruang lingkup ekonomi dan keuangan syariah**										
	b. Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia dapat memberikan pelatihan secara intensif kepada bank syariah										
	c. Membuat regulasi terkait porsi dana CSR dari bank syariah yang seharusnya digunakan untuk kepentingan pengembangan ekonomi syariah										



No.	Program/Aktivitas	Tahun						Target Indikator	Pemangku Kepentingan
		2019	2020	2021	2022	2023	2024		
Strategi 5: Penguatan halal Value Chain industri halal dengan teknologi industri 4.0									
1.	Menciptakan ekosistem yang kondusif untuk adopsi dan implementasi teknologi Industri 4.0							<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya jumlah pelaku industri lokal yang memanfaatkan teknologi 4.0 Menciptakan lebih banyak pilihan model bisnis digital. Terciptanya solusi digital atas kebutuhan/tantangan industri konvensional. Meningkatnya inovasi dan kekayaan intelektual berbasiskan Industri 4.0. 	Kemenperin, Kemendag, KemenKUKM, Kemnaker, KemenESDM, BI, OJK, Pemda/Pemkot, Sektor Swasta, Perguruan Tinggi, Sektor Swasta, Asosiasi terkait
	a. Kerja sama antara Pemerintah Pusat/Pemda/Pemkot dengan pelaku industri 4.0 untuk membangun <i>supply-chain</i> yang efektif dan efisien bagi industri lokal (pertanian, perkebunan, pabrik kerajinan, dll)								
	b. Mendorong pihak swasta untuk melakukan pendanaan (modal ventura, <i>crowdfunding</i> , CSR, dll) dan dukungan fasilitas terhadap <i>startup</i> industri halal								
	c. Lembaga pemerintah terkait, Pemda/Pemkot bekerjasama dengan pihak swasta untuk mengadakan kompetisi Industri halal yang menggunakan teknologi 4.0								
	d. Kolaborasi dengan sektor swasta (<i>public-private partnership</i>) untuk membangun <i>centre of excellence</i> yang bertumpu pada riset dan pengembangan (R&D) inovasi dan adopsi teknologi Industri 4.0 di berbagai bidang (agrikultur, manufaktur, keuangan, dll)								
2.	Riset dan pengembangan halal food dengan industri 4.0							<ul style="list-style-type: none"> Index Kesiapan Industri 4.0 Tersedia pusat data industri makanan dan minuman halal Indonesia Jurnal penelitian industri makanan dan minuman halal Meningkatnya volume produk halal Indonesia 	Kemenperin, Kemendag, KemenKUKM, Kemnaker, KemenESDM, BI, OJK, Pemda/Pemkot, Sektor Swasta, Perguruan Tinggi, Sektor Swasta, Asosiasi terkait
	a. Menyusun Kerangka dan mekanisme untuk mengukur kesiapan dan kapabilitas industri yang ada termasuk UMKM terhadap parameter industri 4.0								
	b. Melakukan riset pasar, survei preferensi permintaan pasar								
	c. Pembangunan teknologi penelitian yang dapat menunjang pengembangan industri								

No.	Program/Aktivitas	Tahun						Target Indikator	Pemangku Kepentingan
		2019	2020	2021	2022	2023	2024		
3.	Pembuatan platform bersama (apps dan web) pariwisata halal							<ul style="list-style-type: none"> Aplikasi dan website portal pariwisata halal Indonesia 	Kemenperin, Kemendag, KemenKUKM, Kemnaker, KemenESDM, BI, OJK, Pemda/ Pemkot, Sektor Swasta, Perguruan Tinggi, Sektor Swasta, Asosiasi terkait
	a. Membuat platform bersama oleh asosiasi wisata halal								
	b. Mengundang dan menyeleksi paket-paket wisata halal untuk ditampilkan dalam platform bersama								
	c. Pemberian rating untuk paket-paket wisata halal								
	d. Promosi aplikasi ke dalam dan luar negri								
4.	Pembentukan basis-basis teknologi pendukung untuk akselerasi industri energi terbarukan.							<ul style="list-style-type: none"> Dibangunnya teknologi yang memadai untuk mendukung industry energy terbarukan 	

Strategi 6: Pembangunan Halal Center untuk Pengembangan Industri Halal yang Terintegrasi

1.	Mendirikan pusat riset dan pengembangan dan inovasi fesyen Muslim yang terintegrasi							<ul style="list-style-type: none"> Berdirinya Pusat R&D Fesyen Muslim 	KemenKeu, KemenPerin, Kementrian Perdagangan, KemenK UKM, KemenPar, BI, DPR, Kemenkum HAM, Kemenko Perekonomian, OJK
	a. Mengadakan kajian dan FGD dengan stakeholder terkait**								
	b. Menyediakan hibah riset dan inovasi dalam publikasi jurnal ilmiah maupun artikel terkait fesyen Muslim**								
	c. Memberikan insentif kepada pihak yang melakukan riset dan inovasi dalam publikasi jurnal ilmiah maupun artikel terkait fesyen Muslim**								
2.	Mendirikan pusat R&D khusus untuk farmasi dan kosmetik halal							<ul style="list-style-type: none"> Berdirinya R&D elemen pengganti untuk farmasi dan kosmetik 	KemenKeu, KemenPerin, Kementrian Perdagangan, KemenK UKM, KemenPar, BI, DPR, Kemenkum HAM, Kemenko Perekonomian, OJK
	a. Mengadakan kajian dan FGD dengan stakeholder terkait**								
	b. Research grant bagi peneliti								
	c. Kompetisi ilmiah tingkat nasional dengan tema halal dalam semua bidang								
	d. penelitian untuk mencari bahan alternatif pengganti bahan haram**								



No.	Program/Aktivitas	Tahun						Target Indikator	Pemangku Kepentingan
		2019	2020	2021	2022	2023	2024		
3.	Mendirikan pusat R&D dan inovasi energi terbarukan yang terintegrasi.							<ul style="list-style-type: none"> Adanya pemetaan mengenai sumber daya ahli Meningkatnya jumlah riset mengenai energi terbarukan 	KemenKeu, KemenPerin, Kementerian Perdagangan, KemenK UKM, KemenPar, BI, DPR, KemenKum HAM, Kemenko Perekonomian, OJK
	a. <i>Mapping</i> sumber daya ahli dan kordinasi pihak-pihak terkait dalam bidang riset energi terbarukan.**								
	b. Pendirian pusat R&D inovasi energi terbarukan yang terintegrasi yang berkualitas internasional.**								
4.	Peningkatan riset tentang fatwa ekonomi syariah yang mencakup kebutuhan pasar							<ul style="list-style-type: none"> Dukungan fatwa yang dapat diakomodir ke dalam undang-undang dan peraturan pemerintah. 	KemenKeu, KemenPerin, Kementerian Perdagangan, KemenK UKM, KemenPar, BI, DPR, KemenKum HAM, Kemenko Perekonomian, OJK
	c. mengidentifikasi kebutuhan pasar keuangan Islam dan industri riil halal								
	d. menyusun langkah strategis dalam upaya transformasi fatwa menjadi undang-undang dan peraturan pemerintah.								
Strategi 7: Pusat data dan sistem informasi nasional yang dapat diakses oleh semua pelaku ekonomi industri halal									
1.	Pendataan dan integrasi <i>halal centre</i> Universitas							<ul style="list-style-type: none"> Adanya <i>supply</i> data mengenai industri halal secara berkelanjutan 	Perguruan Tinggi, Asosiasi, kemenristekdikti
	a. Kerja sama berkelanjutan antar- <i>halal centre</i> tingkat universitas**								
	b. diberlakukannya standardisasi lab penelitian di tingkat universitas**								
	c. Memberikan penyajian data industri halal secara berkala**								
2.	Harmonisasi kerangka hukum dan regulasi serta sistem tata kelola kelembagaan ekonomi syariah yang baik pada lembaga keuangan syariah dan industri halal.							<ul style="list-style-type: none"> adanya kerangka hukum keuangan syariah dan inudustri halal yang baik 	· KNKS, BI, OJK, Kemen UKM, KemenPerin, Kementerian Perdagangan, Kementerian Pariwisata
	a. Melakukan kajian hukum terkini terkait industri halal								
	b. Menyediakan payung hukum untuk setiap klaster industri halal								
	c. Menyosialisasikan kerangka hukum kepada stakeholder terkait								

No.	Program/Aktivitas	Tahun						Target Indikator	Pemangku Kepentingan
		2019	2020	2021	2022	2023	2024		
3	Mengembangkan database bersama yang dapat diakses oleh seluruh Lembaga Pengelola Wakaf melalui Sistem Informasi Wakaf (SIW)							<ul style="list-style-type: none"> adanya database untuk wakaf yang mumpuni tersedianya sistem aplikasi wakaf untuk integrasi sistem wakaf 	Perguruan Tinggi, BPS, Kemenkumham, Kemenristekdikti, serta kementerian sektor lain yang terkait.
	a. Pembentukan Pusat Kajian Strategis BWI								
	b. Pengembangan Sistem Aplikasi Wakaf bagi seluruh BWI untuk integrasi sistem wakaf bagi Lembaga Wakaf								
	c. Pemberlakuan Sistem Informasi Wakaf (SIW) bagi nazir yang tidak beroperasi di bawah BWI								

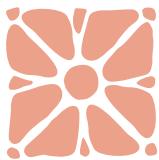
Strategi 8: Pengembangan SDM, kerangka regulasi dan produk industri halal yang berbasis pada riset

1.	Peningkatan produksi energi terbarukan untuk meningkatkan pangsa pasar serta melalui kolaborasi dengan industri lain untuk mencapai target capaian industri.							<ul style="list-style-type: none"> Hasil riset tentang potensi energi terbarukan sebagai tourism spot untuk pariwisata halal Meningkatnya pangsa pasar energi terbarukan Meningkatnya penyediaan energi menggunakan energi terbarukan Adanya kerjasama bisnis antara pelaku energi terbarukan dan pariwisata halal. 	Kementerian ESDM, Kementerian Keuangan, BUMN Energi Terbarukan, Asosiasi, Pemerintah daerah, Kemenpar, Kementerian lain terkait industri halal
	a. Riset pasar dan <i>benchmarking</i> untuk kolaborasi antara energi terbarukan dengan industri halal dengan prioritas pariwisata halal.								
	b. Penggunaan energi terbarukan sebagai sumber energi bagi industri halal di Indonesia.								
	c. Membangun kolaborasi bisnis yang saling menguntungkan melalui integrasi antara pariwisata halal dan energi terbarukan.								
	d. Membangun platform digital yang menghubungkan pariwisata halal dan energi terbarukan.								
2.	Peningkatan riset dan publikasi tentang media dan rekreasi halal serta pemanfaatan media dan internet dalam industri media dan rekreasi halal							<ul style="list-style-type: none"> Adanya riset mengenai media dan rekreasi halal yang lebih banyak lagi 	Lembaga penelitian, Universitas, Kemenperin, Kemenristekdikti, Industri teknologi, Depag, kemoninfo.
	a. Mendorong riset dan manfaat intelegence pasar media dan rekreasi halal internasional								



No.	Program/Aktivitas	Tahun						Target Indikator	Pemangku Kepentingan
		2019	2020	2021	2022	2023	2024		
	b. Memberikan insentif riset dan inovasi dalam publikasi jurnal ilmiah maupun artikel terkait media dan rekreasi halal							<ul style="list-style-type: none"> adanya insentif agar pelaku pasar tertarik dengan industri media dan rekreasi halal 	
	c. Mendorong tumbuh dan berkembangnya media/situs media dan rekreasi halal								
3	Mendorong pengembangan produk baru media dan rekreasi, berupa film, musik, publikasi dan tempat rekreasi yang bernilai, dan mempunyai spirit keislaman.							<ul style="list-style-type: none"> berkembangnya produk media dan rekreasi halal adanya kerja sama antara lembaga terkait untuk media dan rekreasi halal 	Lembaga penelitian, Universitas, Kemenperin, Kemenristekdikti, Industri teknologi, Depag, kemoninfo.
	a. Riset pasar dan pengembangan produk media dan rekreasi halal sesuai dengan karakteristik dan budaya masyarakat Muslim di Indonesia.								
	b. Kerja sama bisnis antara lembaga penelitian, sutradara, industri media dan rekreasi dan universitas.								
	c. Kolaborasi dengan industri teknologi dalam pengembangan produk.								
4.	Diversifikasi produk dan jasa keuangan syariah							<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya jumlah produk dan jasa keuangan syariah. adanya pengembangan produk keuangan syariah baru yang sesuai dengan kondisi dan permintaan masyarakat 	Bank Syariah, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bank Indonesia (BI), dan Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), BWI, BAZNAS, Kemenag, IDX
	a. Melakukan <i>market research</i> terkait kebutuhan produk jasa keuangan syariah yang sesuai dengan kondisi masyarakat dan industri.								
	b. Mengenalkan produk keuangan syariah yang baru sesuai kebutuhan pasar								
	c. Mengembangkan instrumen pendanaan atau alternatif investasi berbasis hasil.								
	d. Mengembangkan produk pengelolaan investasi sesuai <i>life cycle</i> nasabah atau investor								
	e. Memperbaiki struktur dana untuk mendukung perluasan sektor pembiayaan.								
5.	Pengembangan pesantren beserta riset pendukungnya untuk menjadikan setiap pesantren memiliki unit usaha halal							<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya jumlah pengusaha UMKM Banyaknya jumlah usaha UKM yang dapat <i>sustain</i> dengan sendirinya 	Kementerian KUKM, Kemenag, Kementerian Perdagangan, Pondok Pesantren, BWI
	a. mengembangkan kemampuan santri menjadi pengusaha UMKM.								
	b. Penyaluran dana sebagai dukungan pengembangan usaha mandiri pesantren								
	c. Evaluasi, dan pembinaan lanjutan aktivitas usaha halal								

Keterangan: (*) merupakan program utama, (**) merupakan quick wins



Berdasarkan keseluruhan rencana aksi untuk menguatkan literasi, SDM, serta riset dan pengembangan di atas, terdapat pengurutan enam program yang dapat diimplementasikan dalam jangka pendek (*quick wins*). Keenam program ini dinilai memiliki cakupan yang sempit namun memberikan dampak signifikan untuk mendorong pengembangan industri halal dan industri keuangan syariah dari sisi literasi, SDM, serta riset dan pengembangan. *Quick wins* telah dialokasikan untuk selesai dalam periode tahun 2019 dan menjadi momentum awal bagi rencana aksi lainnya di tahun 2020 hingga 2024.

1. Program literasi halal nasional

Program literasi halal nasional diperlukan untuk memberikan informasi dasar terkait ekonomi halal, produk dan standar halal, media dan wisata halal, transaksi dan keuangan yang sesuai syariah, serta hal-hal lainnya yang terkait dengan ekonomi syariah dan industri halal di Indonesia. Dengan program literasi nasional ini, diharapkan masyarakat memiliki pemahaman yang baik terkait berbagai aspek ekonomi halal dan lebih termotivasi untuk menjalankan gaya hidup halal dalam kehidupan sehari-hari.

2. Program akselerasi sertifikasi untuk SDM yang akan/sedang bekerja di industri yang menjadi ruang lingkup ekonomi syariah.

Tidak semua SDM di industri yang menjadi ruang lingkup ekonomi syariah memiliki latar belakang pendidikan yang relevan dengan pekerjaan. Padahal, dengan semakin meningkatnya ukuran pasar ekonomi syariah, maka kebutuhan akan tenaga ahli dan kerja yang kompeten akan semakin tinggi.

Oleh karenanya, program sertifikasi sangat diperlukan untuk meningkatkan kompetensi dan keahlian SDM tersebut. Hal ini semakin penting dengan mengingat sedikitnya jumlah lulusan lembaga sertifikasi profesi (LSP) terkait keuangan syariah di Indonesia. Akselerasi sertifikasi ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain dengan mendorong pendirian lebih banyak LSP dan meningkatkan kualitas pembelajaran di LSP.

3. Program akselerasi standarisasi kurikulum lembaga pendidikan terkait ekonomi dan keuangan syariah, khususnya di level pendidikan tinggi sarjana S1 dan pendidikan vokasi.

Standardisasi kurikulum sangat diperlukan agar lulusan lembaga pendidikan di Indonesia, mulai dari pendidikan dasar hingga tinggi memiliki literasi dan pengetahuan dasar ekonomi Islam yang cukup baik. Mereka juga mengetahui peluang-peluang kerja yang didapatkan dengan menguasai keilmuan ini. Untuk lulusan perguruan tinggi, standardisasi kurikulum juga diperlukan agar lulusan program studi terkait ekonomi syariah memiliki kemampuan dasar ekonomi Islam dan profil lulusan yang relatif sama sehingga sesuai dengan kebutuhan industri/institusi ekonomi syariah. Jalur atau jenjang karir lulusan juga dapat dijelaskan sehingga *link-and-match* dengan industri semakin jelas.

Selain itu, standardisasi kurikulum perguruan tinggi juga diperlukan untuk mengembangkan keilmuan dan mencegah ketimpangan kualitas lulusan antarperguruan tinggi yang menawarkan program studi terkait ekonomi syariah.



4. Pembuatan pusat data ekonomi syariah.

Pusat data ekonomi syariah berfungsi sebagai pusat informasi integratif yang memuat data-data statistik, laporan, kajian dan informasi lainnya yang terkait dengan ekonomi syariah. Data-data ini diperoleh dari berbagai pemangku kebijakan ekonomi syariah dan selanjutnya diakses oleh publik. Dengan keberadaan pusat data ini, diharapkan literasi dan riset-riset ekonomi syariah akan lebih berkembang. Kebijakan ekonomi syariah juga diharapkan akan berbasiskan pada kebijakan penelitian.

5. Pemetaan perguruan tinggi yang dapat berspesialisasi untuk mengembangkan riset ekonomi syariah tertentu, baik yang sifatnya riset akademik maupun riset terapan

Pemetaan perguruan tinggi ini bertujuan untuk mengidentifikasi perguruan tinggi yang potensial untuk mengembangkan bidang/aspek ekonomi syariah tertentu. Hal ini dapat dilakukan dengan melibatkan perguruan tinggi yang sudah memiliki program studi terkait ekonomi syariah, halal center, atau institusi terkait lainnya. Pemetaan ini juga dapat dilakukan dengan memperkuat pusat antaruniversitas yang memiliki program studi terkait ekonomi syariah.

6. Peningkatan kuantitas dan kualitas riset untuk produk dan industri halal

Saat ini, kuantitas dan kualitas riset untuk produk halal masih sangat terbatas. Padahal, riset seperti ini sangat diperlukan untuk mendorong inovasi dan meningkatkan skala usaha ekonomi syariah di Indonesia. Penelitian terkait makanan, minuman serta produk farmasi halal, misalnya, sangat dibutuhkan untuk memudahkan proses sertifikasi halal.

Penelitian dan rekayasa industri terkait farmasi halal juga sangat penting mengingat masih banyak obat-obatan yang masih menggunakan bahan non-halal. Oleh karena itu, kuantitas dan kualitas penelitian mengenai produk dan industri halal harus terus ditingkatkan.





Fatwa, regulasi, dan tata kelola

Sejak Rasulullah dan para sahabat wafat, umat merujuk kepada ulama sebagai pihak yang otoritatif untuk menjadi rujukan. Kebutuhan umat terhadap fatwa terus meningkat. Terlebih, perkembangan zaman kerap menghadirkan persoalan di tengah umat. Hal itu kerap membuat umat merasa bingung dan mengundang pertanyaan tentang sejumlah hal yang tidak ditemukan pada zaman dulu.

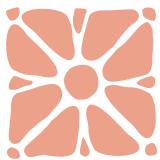
Berbagai pertanyaan umat atas berbagai masalah itu, biasanya disampaikan kepada para ulama atau tokoh agama yang berkompeten. Sesungguhnya, umat membutuhkan fatwa untuk mengetahui persoalan atau masalah yang ada di sekitarnya itu apakah sesuatu yang wajib, mustahab, makruh, haram atau mubah?

fatwa merupakan jawaban atas pertanyaan seseorang yang ingin mendapatkan kejelasan hukum mengenai suatu persoalan. Fatwa biasanya berupa jawaban yang singkat dan tidak disertai banyak dalil. Karena tujuannya adalah untuk memberikan penjelasan kepada penanya supaya dia dapat langsung melaksanakan ajaran Islam.

Yang berhak menetapkan sebuah fatwa adalah ulama tertentu yang memiliki beberapa syarat. Selain menguasai bahasa Arab dan memahami dasar-dasar hukum Islam seperti Alquran, hadis dan ijma' ulama. Seseorang yang berhak menetapkan fatwa juga harus menguasai metode pengambilan hukum dari Alquran dan Hadis.

Cendekiawan Muslim seperti Yusuf Qaradhawi berpendapat, tugas memberi fatwa merupakan kedudukan yang agung. Seorang pemberi fatwa merupakan penerus Nabi Muhammad SAW untuk menjelaskan perkara yang halal dan haram dalam bertindak, yang sahih dan fasid (rusak) dalam bermuamalah, yang makbul (diterima) dan yang mardud (ditolak) dalam masalah ibadah, serta yang hak dan batil dalam itikad.

Majelis Ulama Indonesia sepakat, bahwa yang berhak menetapkan fatwa di Indonesia adalah pihaknya yang dihadiri komisi fatwa, para ulama pesantren, ulama dari berbagai organisasi masyarakat (ormas), dan perguruan tinggi.



Kondisi Global dan Nasional

Secara internasional, tidak ada organisasi tunggal yang mengeluarkan standar halal yang diterima di semua wilayah. Namun, organisasi-organisasi kunci telah memimpin upaya untuk menyediakan panduan untuk regulator dan pelaku pasar.

Bidang utama yang memerlukan standardisasi meliputi: pengembangan persetujuan antarnegara untuk pasar sekunder; lembaga pemeringkat yang fokus pada produk Islam; kejelasan regulasi, termasuk pemberdayaan dewan syariah nasional dan/atau internasional; pelatihan dan proses sertifikasi yang lebih baik, khususnya berkenaan dengan aspek hukum transaksi yang sesuai syariah dan hukum perbandingan lintas negara; dan langkah-langkah untuk memperjelas resolusi perkembangan sukuk yang terhambat.

Standar yang mengintegrasikan sistem keuangan dengan menawarkan biaya yang lebih terjangkau akan disambut baik. Mengembangkan standar yang membantu negara-negara untuk mengadopsi peraturan makro prudensial mandiri yang lebih terintegrasi dengan kerangka perbankan syariah harus menjadi tujuan utama.

Untuk sektor halal, ada kesepakatan luas bahwa industri halal membutuhkan standar yang lebih jelas dan kuat. Jika dikembangkan melalui proses konsultasi global, standar yang jelas akan membantu industri halal dalam hal mengurangi biaya dan waktu bagi perusahaan baru untuk memasuki pasar, mengurangi biaya bagi pemasok untuk penjualan ke berbagai negara, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memastikan integritas rantai pasokan.

Ada kesepakatan bersama bahwa industri halal akan mendapat manfaat dari harmonisasi standar yang lebih besar dan sistem akreditasi yang lebih kredibel. Namun, masih terdapat perdebatan tentang bagaimana ini seharusnya bekerja, haruskah ada

sistem global yang terpusat atau tidak, dan haruskah tujuan jangka panjang adalah penciptaan merek dan logo halal global, atau apakah itu akan terlalu membatasi.

Beberapa ide yang diusulkan untuk mengembangkan harmonisasi standar meliputi kerja sama dengan para ahli di bidang ekonomi syariah, penciptaan pusat data pada industri halal global, identifikasi kontak person dan otoritas di setiap negara yang memiliki industri halal yang signifikan, kepastian bahwa para ahli syariah dari seluruh dunia terlibat dalam diskusi untuk menciptakan badan standardisasi dan akreditasi global, dan, sambil membidik tujuan global, juga mengambil langkah yang lebih kecil, seperti kesepakatan pengakuan bersama (*MRA/mutual recognition agreements*) untuk memfasilitasi perdagangan halal.

Terdapat perdebatan sengit mengenai apakah standar universal dalam keuangan syariah dan industri halal akan memfasilitasi atau justru menghambat pertumbuhan ekonomi syariah. Mayoritas ahli berpendapat bahwa standardisasi yang lebih besar pada keuangan syariah dan industri halal akan menghasilkan dividen yang akan menguntungkan ekonomi syariah secara keseluruhan. Pada saat yang sama, para ahli memperingatkan bahwa standardisasi yang berlebihan akan menghambat inovasi. Tantangan bagi para pemimpin industri, pembuat kebijakan dan investor saat ini adalah untuk merumuskan standar yang mengurangi risiko di satu sisi namun di sisi lain dapat meningkatkan minat terhadap produk halal dan keuangan syariah. Di sisi lain, sangat penting untuk menemukan keseimbangan yang tepat antara peningkatan harmonisasi standar di satu sisi namun di sisi lain memungkinkan ruang untuk inovasi dan adaptasi terhadap realitas atas beberapa yurisdiksi hukum.



Terdapat kesepakatan bersama bahwa harmonisasi standar dalam keuangan Islam dan industri halal akan mendukung pertumbuhan ekonomi syariah. Kepercayaan konsumen dan investor baik Muslim maupun non-Muslim akan tumbuh. Juga memfasilitasi bisnis lintas batas yurisdiksi dan budaya yang berbeda.

Namun, ada juga sentimen kuat bahwa peraturan dan standar yang terlalu ketat akan merusak inovasi, yang juga penting untuk mengembangkan ekonomi Islam. Secara khusus, terdapat kekhawatiran di kalangan praktisi tentang risiko peraturan baru, hukum atau standar yang dipaksakan tanpa pemahaman yang baik tentang dampak potensialnya pada pasar. Hal ini terutama dikarenakan industri ekonomi syariah cenderung beroperasi dalam sistem ekonomi konvensional dan tunduk pada ketentuan regulasi dan mekanisme tata kelola konvensional. Dengan kata lain, mereka harus mematuhi ketentuan baik peraturan syariah maupun konvensional, seperti tentang kecukupan modal atau keamanan pangan. Dalam parameter ini, ada perdebatan yang sangat sengit atas setiap elemen standardisasi.

Hingga saat ini, beberapa Badan Pembuat Standar International meliputi:

1. AAOIFI (*accounting & auditing organization for islamic financial institution*)
 - Didirikan pada tahun 1991 dan berpusat di Bahrain
 - Menerbitkan berbagai standar syariah dan standar akuntansi yang menjadi tolak ukur dan acuan dalam pengembangan transaksi keuangan syariah termasuk aspek akuntansi dan audit.
 - Menekankan standardisasi audit dan akuntansi/laporan keuangan sehingga LKS memiliki standar audit dan pelaporan keuangan yang sesuai dengan standar internasional, namun

tetap sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

2. IFSB (*Islamic Financial Services Board*)
 - Didirikan pada tahun 2001 dan berpusat di Kuala Lumpur
 - Menetapkan standar internasional di bidang jasa keuangan syariah, mencakup perbankan, pasar modal dan asuransi syariah.
 - Lebih menekankan pada aspek regulasi dan pengawasan industri keuangan syariah untuk menciptakan sistem keuangan syariah yang stabil dan prudent.
 - Sampai tahun 2017, IFSB telah menerbitkan dua puluh tujuh standar, prinsip-prinsip panduan, pedoman dan catatan teknis
3. IIFM (*International Islamic Financial Market*)
 - Beroperasi pada tahun 2005 dan berpusat di Bahrain.
 - Institusi independen yang fokus pada pengembangan pasar modal lokal, terutama di wilayah organisasi negara-negara Islam dan untuk memberikan dorongan melalui peringkatnya untuk keuangan etis di seluruh dunia.
4. IIRA (*Islamic International Rating Agency*)
 - Didirikan pada tahun 2002 dan berpusat di Manama.
 - Lembaga internasional yang didirikan untuk mengembangkan pasar modal dan pasar uang syariah secara global dan mengembangkan pasar sekunder untuk instrumen keuangan syariah global.
 - Fokus dalam membuat standardisasi kontrak dan produk pasar primer dan sekunder, pengembangan instrumen kepatuhan syariah dalam manajemen likuiditas dan sebagainya

5. IILM (*International Islamic Liquidity Management*)

- Didirikan pada tahun 2010 dan berpusat di Bahrain
- Lembaga internasional yang didirikan untuk memperkenalkan dan memfasilitasi solusi manajemen likuiditas syariah yang efektif dan lintas

Beberapa negara menerapkan model yang berbeda-beda dalam meratifikasi dan mengadopsi standar-standar internasional di atas, seperti:

1. Model Malaysia

Di Malaysia, *the Islamic Banking Act* 1983 dan *the Central Bank of Malaysia Act* 2009 mengamanahkan pembentukan *shariah advisory council* (SAC) dalam struktur Bank Negara Malaysia (BNM, bank sentral) sebagai sumber referensi. Lembaga ini berwenang untuk membuat standar syariah di industri perbankan syariah Malaysia. Lain halnya dengan DSN MUI, SAC-BNM mempunyai keterkaitan secara formal dengan negara. Sehingga anggota SAC-BNM mendapatkan remunerasi dari negara.

2. Model Bahrain

Sebagai Negara yang menjadi tuan rumah bagi AAOIFI (*Accounting Auditing Organisation of Islamic Financial Institutions*), industri keuangan syariah di negara ini menjadikan standar kesyariahan yang diformulasikan oleh AAOIFI sebagai pedoman yang harus diikuti oleh semua institusi keuangan syariah yang beroperasi di Bahrain.

3. Model Inggris

Inggris termasuk salah satu negara non-Muslim yang gencar mempromosikan keuangan syariah baik untuk pasar domestik maupun internasional. Negara ini tidak mengadopsi unsur-unsur syariah dalam hukum positif mereka. Dalam konteks industri perbankan dan keuangan syariah Inggris, megara melalui *Financial Conduct Authority* (FCA) tidak mewajibkan bank syariah dan institusi keuangan syariah lainnya untuk mengadopsi fatwa-fatwa

transaksi keuangan syariah dari organisasi atau otoritas tertentu seperti halnya di Indonesia, Malaysia, dan Bahrain. Selain itu, regulasi dan aturan hukum di Inggris tidak mewajibkan bank dan institusi keuangan syariah untuk membentuk Dewan Pengawas Syariah (DPS) dalam struktur organisasi mereka. Dalam laporan berjudul "Islamic Finance in the UK: Regulation and Challenges", FCA menyatakan bahwa sebagai negara sekuler, Inggris tidak berniat untuk terlibat secara langsung dalam penentuan aspek-aspek syariah di industri perbankan dan keuangan syariah. Mereka akan mempersilahkan pasar untuk mengadopsi berbagai fatwa tentang transaksi keuangan syariah baik yang dilakukan oleh lembaga fatwa lokal, maupun internasional seperti Fiqh Academy di Jeddah, Arab Saudi, atau AAOIFI di Bahrain.

Untuk standardisasi sertifikasi halal, upaya penyatuan standar halal telah dilakukan. Pada 2003, MUI mengenalkan standardisasi lembaga fatwa halal bagi ASEAN. Februari 2004 anggota *World Halal Council* (WHC), yang sekarang dipimpin ketua LPOM MUI, menyepakati persyaratan lembaga sertifikasi halal dan prosedur umum sertifikasi halal. Demikian juga prosedur standar untuk audit *flavor*, produk mikrobial, dan penyembelihan hewan.

Pada konferensi WHC 2007 di Malaysia telah dicapai standardisasi sertifikasi halal bagi anggotanya. Selain itu juga, kerja sama Indonesia, Malaysia, Thailand *Growth Triangle* (IMT-GT). Pada 2008, WHF ke-3 memberi mandat *International Halal Integrity Alliance* (IHI Alliance) untuk mengembangkan standar halal internasional. Hasilnya dipresentasikan pada WHF ke-4 Mei 2009.

Menghasilkan standar halal internasional bukan perkara mudah, melainkan tidak mustahil. Beberapa problem di antaranya adalah, pertama, perbedaan mazhab dan *ushul fiqh* ulama komisi fatwa yang mempengaruhi halal tidaknya suatu produk. Misalnya, sebagian ulama menilai semua makanan laut halal, sedangkan ulama lain menilai udang laut dan belut tidak termasuk makanan halal.



Kedua, untuk memastikan kehalalan, auditor harus memeriksa langsung ke semua tempat produksi atau cukup menerima info tertulis jika dianggap tidak terkait dengan bahan berpotensi haram. Ketiga, pendekatan standar audit yang digunakan. Dalam standar *Internasional Organization For Standardization* (ISO) ada toleransi seperti standar kualitas. Namun, kehalalan dalam Islam tidak ada toleransi (*zero tolerant*). Begitu satu bahan atau proses diragukan kehalalannya, harus diganti atau diperbaiki agar memperoleh sertifikat halal.

Ke depan, harmonisasi dan standardisasi sertifikasi halal antarlembaga dan atau antarnegara perlu dilakukan bertahap. Muncul harapan agar sertifikasi halal internasional diterima berbagai pihak. Hal ini akan menguntungkan dalam beberapa poin. Pertama, memperjelas model audit lembaga sertifikasi halal. Kedua, efisiensi proses produksi bagi produsen dan pelaku bisnis karena tidak perlu sertifikasi ulang yang menambah biaya. Ketiga, lebih menjamin terpenuhinya hak konsumen. Selayaknya standar yang dipakai berdasarkan ajaran Islam, karena halal adalah *Islamic term* dan *Islamic law*. Dibutuhkan kerja sama lebih erat antarlembaga sertifikasi halal, produsen, ulama, peneliti, dan pemerintah, serta pihak-pihak terkait. Perkembangan standar halal internasional diharapkan mendorong tumbuhnya bisnis produk halal. Dengan ditopang proses sertifikasi halal yang efisien dan akurat akan memudahkan pelaku bisnis dan menguntungkan semua pihak.

Industri keuangan syariah dan industri halal di Indonesia telah berkembang dengan pesat. Saat ini telah banyak berdiri berbagai lembaga keuangan syariah dan dikeluarkannya kebijakan ataupun peraturan yang mendukungnya. Dalam sepuluh tahun terakhir, industri keuangan syariah di Indonesia, yang didominasi oleh perbankan syariah, mengalami pertumbuhan signifikan dengan kecepatan rata-rata 30-40 persen. Namun total aset keuangan syariah secara nasional masih kecil. Begitu juga dengan industri halal yang belum bisa bersaing dengan negara lain seperti Malaysia, Singapura dan Thailand sehingga menjadi pertanyaan besar dan

tantangan tersendiri karena tidak berbanding lurus dengan potensi besar yang dimiliki. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia bisa menjadi pemain utama keuangan syariah dan Industri halal di dunia. Keuangan syariah dan industri halal bisa tumbuh, berkembang dan mendunia karena masih banyak potensi yang belum tersentuh. Berkembangnya keuangan syariah dan industri halal juga akan memberikan kontribusi positif dalam memperkuat perekonomian negara.

1. Fatwa

Secara global, fatwa dapat berasal dari pendapat para ulama yang bersifat individual, seperti *Al-Fatawa al-Hindiyah*, *Majmu' al-Fatawa Ibnu Taimiyah*, *Fatwa Ibnu Rusyd*, *Fatawa Ibn 'Aqil* dan lain sebagainya. Adapun secara institusional, saat ini di dunia keuangan syariah terdapat beberapa lembaga fatwa yang menjadi rujukan utama semisal *Islamic Fiqh Academy* (*Majma' al-fiqh al-Islamy*), divisi hukum OKI (*Organization of Islamic Conference*), juga fatwa dari AAOIFI (*Accounting, Auditing and Governance Standards for Islamic Finance Institutions*). Disamping itu, fatwa juga bisa dikeluarkan dari tokoh perorangan dalam kapasitasnya sebagai ahli fikih yang menduduki posisi tertentu yang diberikan kewenangan untuk mengeluarkan fatwa seperti mufti *Dar al-Ifta'* Mesir atau mufti *al-Lajnah ad-Daimah li al-Buhuts al-Islamiyyah* (Dewan Riset Ilmu dan Fatwa) Arab Saudi, sebagaimana di Malaysia terdapat 14 jabatan mufti di peringkat negara bagian yang berwenang memberikan fatwa. Di Eropa sudah muncul lembaga-lembaga fatwa seperti *European Council for Fatwa and Research* (*Al-Majlis Al-Auruby li al-Ifta' wa al-Buhuts*).

Di tengah kondisi global saat ini yang ditandai dengan perlambatan pertumbuhan ekonomi, semakin langkanya sumber daya, dan munculnya berbagai konflik kepentingan, tata kelola (*governance*) telah menjadi isu global yang mendapat banyak perhatian dunia. *World Bank*, misalnya, menurunkan laporan pembangunan 2017 berjudul *Governance and the Law* untuk menjawab pertanyaan mengapa banyak kebijakan-kebijakan pembangunan yang bertujuan baik ternyata gagal memberikan hasil yang diharapkan.

Ketimbang mempertanyakan kebijakan apa yang tepat untuk pembangunan, laporan ini merekomendasikan perlunya dibangun sistem tata kelola (*governance*) yang lebih baik. Tata kelola di sini diartikan sebagai proses yang di dalamnya para aktor negara dan non-negara berinteraksi dan mengimplementasikan kebijakan-kebijakan dalam serangkaian aturan-aturan formal dan informal yang

membentuk dan dibentuk oleh kekuasaan (*World Bank* 20017, 3). Dalam artian, tata kelola melibatkan *agency* (pelaku), struktur (sistem hubungan antar *agency*), dan power (proses interaksi yang melahirkan kekuasaan dan relasi kuasa). Laporan ini juga menggarisbawahi pentingnya komitmen, koordinasi dan kerja sama sebagai tiga fungsi utama *governance*/ tata kelola yang dibutuhkan untuk memastikan bahwa kebijakan-kebijakan pembangunan memberikan hasil yang diinginkan.

Dari perspektif sejarah, sistem tata kelola perusahaan telah berkembang selama beberapa abad, sebagai respon terhadap kegagalan perusahaan atau krisis sistemik. Kegagalan tata kelola pertama adalah Gelembung Laut Selatan pada 1700an, yang merevolusi hukum dan praktik bisnis di Inggris. Demikian pula, banyak dari hukum surat-surat berharga di Amerika Serikat diberlakukan menyusul krisis pasar modal pada 1929. Hal ini pun disusul oleh krisis-krisis lainnya, seperti krisis perbankan sekunder pada 1970an di Inggris, Krisis utang dan tabungan Amerika Serikat pada 1980an, dan krisis finansial Rusia pada 1998, krisis keuangan Asia pada 1997-1998 dan krisis keuangan global yang bermula pada 2008 yang belum memperlihatkan tanda-tanda untuk berakhir.

Krisis-krisis ini umumnya diawali dengan kejatuhan perusahaan-perusahaan ternama, sebagai akibat ketidak-kompeten-nya staf sehingga menimbulkan penyimpangan yang fatal. Untuk merespons hal ini, kerangka tata kelola yang baru diterapkan untuk pengaturan dan pengawasan kegiatan finansial yang lebih ketat di berbagai negara (OJK and ICF, 2014).

Tata kelola yang baik memiliki urgensi dan relevansi yang sangat tinggi bagi lembaga-lembaga ekonomi syariah. OECD (*Organisation of Economic Cooperation and Development*) (2015) mendefinisikan tata Kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*) sebagai "serangkaian hubungan antara manajemen, dewan direksi, pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya yang menyediakan struktur yang melaluiinya tujuan perusahaan, cara-



cara mencapai tujuan tersebut dan mekanisme memonitor kinerja perusahaan ditentukan."

Sementara itu Bank Dunia mendefinisikan makna tata kelola perusahaan sebagai berikut: "...Suatu perpaduan antara hukum, peraturan perundang-undangan dan praktik yang dilakukan oleh sektor privat atas dasar sukarela yang memungkinkan perusahaan untuk menarik modal keuangan dan tenaga kerja, berkinerja secara efisien, dan dengan semua itu dapat secara berkesinambungan menghasilkan nilai-nilai ekonomi jangka panjang bagi para pemegang sahamnya. Pada saat yang bersamaan memperhatikan kepentingan para pemangku kepentingan dan masyarakat secara keseluruhan" (Maassen, 2000).

Sementara Tata kelola perusahaan memberikan serangkaian sistem dan proses untuk memastikan pertanggungjawaban, integritas, dan keterbukaan dalam menjalankan kegiatan organisasi maupun dalam hubungan antarpemangku kepentingan yang berbeda-beda. Tata kelola yang baik sangatlah krusial bagi kemampuan sebuah bisnis untuk melindungi beragam kepentingan.

Bagi negara-negara yang pasarnya sedang berkembang, memperbaiki tata kelola perusahaan dapat membantu serangkaian tujuan kebijakan publik. Praktik tata kelola perusahaan yang lebih baik akan menambah harga saham, sehingga perusahaan-perusahaan dengan tata kelola yang lebih baik dapat menikmati biaya modal yang lebih rendah" (Stijn Claessens & Burcin Yurtoglu, 2012). Beberapa studi menunjukkan bahwa tata kelola yang baik akan meningkatkan tingkat kepercayaan investor, mengurangi biaya modal, dan menciptakan kinerja perusahaan yang berkelanjutan, serta membantu melindungi perusahaan dari berbagai resiko perusahaan.

Selain tetap berpedoman kepada prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang berlaku secara umum, lembaga-lembaga ekonomi syariah juga membutuhkan tambahan prinsip tata kelola perusahaan, yaitu kepatuhan terhadap prinsip-prinsip dan ketentuan-ketentuan syariah (*sharia compliance*)

dalam semua aspek akad/kontrak, prosedur, dan operasional lembaga-lembaga ekonomi syariah, yang dikenal sebagai tata kelola syariah (*sharia governance*).

Untuk merespon hal ini, sejumlah negara telah membangun hukum dan peraturan bagi lembaga-lembaga keuangan syariah. Lembaga-lembaga internasional pun telah dibangun untuk menyesuaikan standar-standar konvensional dan mengharmonisasikan praktik tata kelola lembaga ekonomi syariah. Lembaga-lembaga internasional untuk keuangan syariah ini termasuk *Islamic Financial Services Board* (IFSB), *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions* (AAOIFI), *International Islamic Rating Agency* (IIRA), *International Islamic Financial Market* (IIFM), and *Liquidity Management Center* (LMC).

IFSB merilis prinsip sistem tata kelola lembaga kasa keuangan Islam pada Desember 2006 sebagai Standards IFSB-3, prinsip tata Kelola untuk skema investasi kolektif Islam sebagai standards IFSB-6 (2008) dan prinsip tata kelola untuk takaful sebagai standards IFSB-8 (2009). Demikian pula AAOIFI mengadopsi prinsip tata kelola untuk lembaga keuangan Islam pada 2010.

Prinsip tata kelola ini dibuat untuk menjaga stabilitas dan kesehatan sistem keuangan Islam. IFSB-10 menetapkan empat aspek sistem tata kelola syariah bagi lembaga keuangan: penetapan fatwa-fatwa, memastikan operasional harian perusahaan sesuai dengan syariah, review dan audit kepatuhan syariah internal, dan audit kepatuhan syariah tahunan untuk memastikan review kepatuhan syariah internal telah dilakukan sesuai prosedur.

Padatatarang global, belum ditemukan laporan yang menyeluruh mengenai kondisi tata kelola lembaga ekonomi syariah secara keseluruhan. Namun perbankan syariah merupakan salah satu sektor terdepan dalam ekonomi syariah telah mendapat perhatian terkait penerapan dan penegakkan prinsip tata kelola yang sehat. Misalnya, *General Council for Islamic Banks and Financial Institutions* (CIBAFI) dan *World Bank* menurunkan laporan mengenai praktik

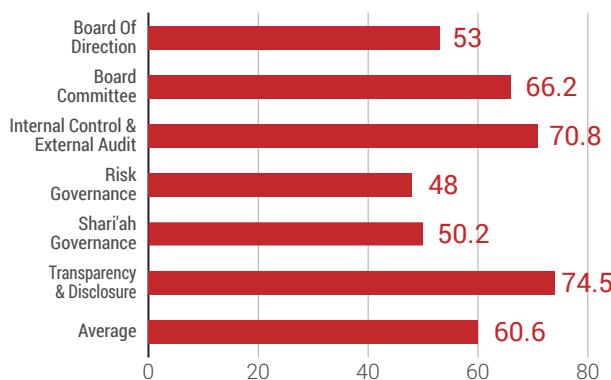
tata kelola di bank-bank syariah (CIBAFI-World Bank 2017). Laporan ini menemukan indeks tata kelola perusahaan bank-bank syariah di dunia, dari 77 bank syariah yang dijadikan sampel, mencapai 21.8 dari skor maksimum 36 (atau sebesar 60.6 persen).

Enam indikator tata kelola perusahaan yang dinilai meliputi dewan direksi, dewan komisaris, kontrol internal dan audit eksternal, tata kelola risiko, tata kelola syariah, transparansi dan pengungkapan. Dari enam indikator tersebut, bank syariah memiliki index tertinggi dalam indikator transparansi dan pengungkapan sebesar 74.5 persen, diikuti oleh indikator kontrol internal dan audit eksternal sebesar 70.8 persen. Skor terendah berada pada indikator tata kelola risiko sebesar 48.0 persen diikuti oleh indikator terendah kedua, tata kelola syariah sebesar 50.2 persen. Hal ini tergambar dalam grafik 7.2.1.

Grafik 7.2.1

Corporate Governance Index Percentage Scores by The Six Corporate Governance Themes

Sumber: CIBAFI – World Bank 2017



Dalam analisisnya, laporan ini menemukan beberapa faktor dominan penyebab rendahnya Indeks tata kelola bank-bank syariah yaitu kurangnya kemandirian dewan direksi, dan kurangnya keterlibatan pelaku-pelaku independen dalam persoalan-persoalan kunci seperti komite audit dan komite risiko. Selain itu, dewan direksi dan dewan komisaris (termasuk dewan syariah) tidak melakukan pertemuan sesuai jumlah yang diharapkan dengan beban tanggung jawab yang diimbannya. Hal ini menjadi kelemahan sekaligus tantangan bagi jajaran eksekutif bank-bank syariah (CIBAFI-World Bank 2017).

Laporan ini merekomendasikan perlunya perbaikan dalam aspek tata kelola risiko. Rendahnya indikator ini dapat dipahami mengingat pentingnya tata kelola risiko baru diakui pada beberapa tahun terakhir. Hal yang perlu mendapat perhatian adalah status *chief risk officer* (CRO). CRO biasanya kurang memiliki status tinggi dalam bank. Hal ini diperkuat dengan kurangnya jumlah direktur yang independen dalam dewan komite risiko.

Rekomendasi lainnya adalah perbaikan dalam tata kelola syariah. Isu utamanya adalah perlunya diversifikasi keragaman keterampilan para anggota dewan syariah dan perlu ditingkatkannya frekuensi pertemuan dewan syariah, serta perlunya pembatasan rangkap jabatan anggota dewan syariah untuk menghindari konflik kepentingan dan memastikan cukupnya alokasi waktu para anggota dewan syariah untuk melaksanakan peran dan fungsi pengawasan (CIBAFI-World Bank 2017).

Untuk halal, hingga saat ini belum ditemukan sebuah konsensus mengenai standar Halal yang diakui dan diterima oleh semua negara. Setiap negara memiliki setidaknya satu lembaga sertifikasi halal, yang mengakibatkan perbedaan standar kehalalan produk. Ketiadaan standar halal yang diakui secara global ini menjadi alasan mengapa halal tidak dapat berkembang pesat, meskipun permintaan terhadap produk ramah Muslim di dunia terus meningkat.

Di Malaysia, misalnya, pada 1 November 2018, Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) melaporkan 75 lembaga sertifikasi halal di dunia yang diakui oleh JAKIM tersebar di 43 negara. Dokumen ini menyatakan bahwa semua makanan dan barang yang dipasarkan di Malaysia tidak boleh dideskripsikan halal kecuali makanan dan barang impor tersebut telah memenuhi persyaratan atau disertifikasi halal oleh lembaga sertifikasi halal luar negeri yang diakui oleh JAKIM (JAKIM 2018). Keragaman ini yang kemudian melahirkan usulan untuk dibentuknya sebuah badan akreditasi untuk lembaga-lembaga sertifikasi halal.

Meskipun kedua bidang bisnis keuangan Islam dan ekonomi halal memiliki kesamaan nilai, prinsip



dan pasar, namun kedua sektor ini masih berkembang sendiri-sendiri. Industri halal hanya berfokus pada kehalalan bahan dan proses produksi, namun masih menggunakan dana konvensional untuk membiayai bisnisnya. Sedangkan lembaga keuangan syariah belum menangkap kesempatan bisnis yang luas dari industri halal untuk membiayai bisnisnya.

Keterputusan ini diindikasikan dengan penetrasi yang masih rendah dari lembaga keuangan syariah terhadap para pelaku industri halal. Data menunjukkan banyak perusahaan yang tidak menggunakan pembiayaan syariah meskipun mereka menghasilkan produk dan jasa yang halal (The Star Online 2011). Sebuah studi oleh Thomson Reuters menunjukkan bahwa dari 250 perusahaan dalam industri halal global dengan kapitalisasi pasar sebesar USD 132 miliar, hanya 50 persennya terdaftar sebagai perusahaan yang memenuhi standar halal menurut the Accounting and Auditing Organisation for Islamic Financial Institution (AAOIFI) (Thomson Reuters 2015).

Selain faktor ketiadaan konsensus mengenai standar halal, faktor lain yang berkontribusi terhadap divergensi ini adalah mayoritas pelaku halal adalah non-Muslim dan persyaratan halal menggunakan pembiayaan syariah masih bersifat sukarela, bukan wajib. Bank Negara Malaysia (2014) mengidentifikasi sekitar 80 persen perusahaan yang menghasilkan produk halal diawasi oleh non-Muslim sehingga tidak ada pendorong keagamaan bagi mereka untuk berpartisipasi dalam keuangan syariah.

Di negara-negara penghasil produk halal ini yang notabene mayoritas non-Muslim, pembiayaan konvensional telah demikian mapan, dan perusahaan-perusahaan penghasil produk halal ini cenderung enggan beralih ke pembiayaan syariah kecuali ada manfaat keuangan ataupun keuntungan ekonomis yang bersifat susbtansial. Hal ini semakin diperparah oleh fakta bahwa para produsen halal kebanyakan adalah perusahaan-perusahaan kecil dan menengah, sehingga mereka tidak mampu mengambil manfaat dari pasar modal yang umumnya lebih berpihak kepada perusahaan-perusahaan

besar. Pasar modal syariah pun lebih berpihak kepada perusahaan-perusaan besar, baik melalui investasi saham (baik swasta maupun publik) ataupun melalui penawaran sukuk.

Sesungguhnya apabila terhubung dan saling berkonvergensi, keduanya dapat meraih peluang dan keuntungan potensial. Diperkirakan nilainya berkisar USD 3.2 triliun pada 2012 dan menjadi dua kali lipat sekitar USD 6.4 triliun pada 2018. Dengan nilai pertumbuhan sekitar 20 persen per tahun, industri ini bernilai sekitar USD 560 miliar per tahun. Pertumbuhan yang tinggi terbentuk tidak hanya oleh faktor permintaan tetapi juga penyedia yang mengakibatkan ekspansi pasar produk dan jasa halal. Ekonomi halal telah menjadi salah satu segmen konsumen yang cepat bertumbuh di dunia dengan pasar sekitar 1,8 miliar Muslim.

World Bank, secara berkala melakukan penilaian sejauh mana negara-negara di dunia mengimplementasikan standar dan kode internasional. Hasil penilaian dilaporkan dalam bentuk ROSC (*Report on the Observance of Standards and Codes*). Tujuan dari inisiatif ROSC adalah untuk mengidentifikasi berbagai kelemahan yang dapat berkontribusi terhadap kerentanan ekonomi dan keuangan suatu negara. Penilaian ROSC atas tata kelola perusahaan dilakukan dengan menilai kerangka hukum dan peraturan perundang-undangan, praktik bisnis dan kepatuhan perusahaan terbuka, dan kapasitas penegakannya terhadap prinsip-prinsip tata kelola yang dikeluarkan OECD (*World Bank*, 2010). Untuk Indonesia, *country assessment* pertama dilakukan pada tahun 2004 dan diperbarui pada 2010. Pada penilaian terakhir, skor yang diperoleh Indonesia meningkat termasuk empat prinsip yang memperoleh nilai “fully implemented”, 25 item dinilai “broadly implemented”, 34 item dinilai “partially implemented”, dan 2 item dinilai belum diimplementasikan (*World Bank* 2010). Oleh karena itu Bank Dunia merekomendasikan Indonesia untuk melakukan reformasi untuk meningkatkan kapasitas regulator dalam menegakkan ketentuan-ketetuan tata kelola kelembagaan yang baik.

2. Kondisi nasional klaster fatwa, regulasi dan tata kelola

Ekonomi syariah di Indonesia saat ini berkembang pesat. Hal ini ditandai dengan tumbuhnya berbagai macam institusi lembaga perbankan dan keuangan syariah yang merujuk pada aturan hukum. Keberadaan hukum ekonomi syariah dalam tata hukum nasional bertambah eksis pada awal tahun 1990-an seiring semakin meningkatnya kesadaran umat Islam untuk *bermuamalah* berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan ditandai dengan didirikannya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1991.

Dasar hukum beroperasinya BMI adalah Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Pada tahun 1998, UU Perbankan No. 7 Tahun 1992 diamandemen dengan UU No. 10 Tahun 1998. Secara substansi, Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 mengatur lebih lengkap (*exhaustive*) tentang perbankan syariah. Undang-undang ini secara tegas menggunakan kata bank syariah dan mengatur secara jelas bahwa bank, baik umum dan BPR, dapat beroperasi dan melakukan pembiayaan berdasarkan pada prinsip Syariah.

Untuk memperkuat pengaturan perbankan syariah di Indonesia, pada tahun 2008 Dewan Perwakilan Rakyat dengan dukungan Pemerintah mengesahkan undang-undang khusus yang mengatur perbankan syariah, yaitu Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah. Disahkannya Undang-Undang No. 21 Tentang Perbankan ini semakin memperkokoh eksistensi pengaturan perbankan syariah di Indonesia.

Lahirnya Undang-Undang Perbankan Syariah ini bukan tanpa perjuangan. Semua pihak bekerja keras agar dibentuknya undang-undang khusus yang mengatur perbankan syariah, mengingat semakin berkembangnya lembaga tersebut dan terdapat perbedaan mendasar dengan bank konvensional. Diperlukan waktu enam tahun untuk mengesahkan Undang-Undang Perbankan Syariah

di Parlemen padahal pada saat yang bersamaan banyak undang-undang lain yang disahkan.

Keberadaan Undang-Undang Perbankan Syariah tidak hanya memberikan landasan hukum yang kuat bagi industri perbankan syariah secara nasional, tapi juga memberikan lingkungan bagi berkembangnya industri yang lebih mapan dan kondusif. Dasar hukum ini secara umum juga memberikan arah kebijakan dan bentuk industri perbankan syariah ke depan, bahkan juga menegaskan keberadaan beberapa lembaga yang menjadi infrastruktur penting bagi industri perbankan syariah seperti Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) dan Peradilan Agama.

Selain diatur dalam bentuk undang-undang, perbankan syariah juga diatur dengan kebijakan lain yang dikeluarkan oleh lembaga otoritas perbankan, yaitu Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Bank Indonesia mempunyai peran yang sangat penting dalam mengatur dan mengembangkan lembaga perbankan syariah di awal pertumbuhannya. Semenjak tahun 1999, Bank Indonesia diberikan kewenangan untuk menjalankan tugasnya berdasarkan prinsip syariah. Berbagai strategi, kebijakan dan peraturan yang telah dikeluarkan oleh Bank Indonesia sejak itu untuk mengembangkan perbankan syariah.

Kemudian, berdasarkan amanat Undang-Undang No. 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan, terhitung pada tanggal 31 Desember 2012, fungsi, tugas, dan wewenang pengaturan dan pengawasan lembaga perbankan, baik perbankan konvensional ataupun syariah, beralih dari Bank Indonesia ke OJK. Begitu juga dengan kegiatan jasa keuangan di sektor pasar modal syariah, perasuransian syariah, dana pensiun syariah, lembaga pembiayaan syariah, dan lembaga keuangan syariah lainnya beralih dari Menteri Keuangan dan Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (BAPEPAM-LK) ke OJK. Berbagai kebijakan dan peraturan telah dikeluarkan oleh OJK dalam mengembangkan lembaga perbankan dan keuangan syariah di Indonesia.



Lembaga lain yang berperan penting dalam pembentukan hukum perbankan dan keuangan syariah di Indonesia adalah Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Secara struktural DSN-MUI merupakan lembaga otonom di bawah MUI. DSN-MUI diberikan otoritas untuk mengeluarkan fatwa-fatwa terkait dengan perbankan dan keuangan syariah. Pada prinsipnya, pendirian DSN dimaksudkan sebagai usaha efisiensi dan koordinasi para ulama dalam menanggapi isu-isu yang berhubungan dengan masalah ekonomi dan keuangan syariah. Selain itu, DSN juga diharapkan dapat berperan sebagai pengawas, pengarah dan pendorong penerapan nilai-nilai prinsip ajaran Islam dalam kehidupan ekonomi. DSN-MUI merupakan satu-satunya lembaga yang disepakati pada tahun 1998 menjadi induk bagi Dewan Pengawas syariah yang ada di bank-bank syariah agar masing-masing tidak menerbitkan fatwa sehingga pertengangan antarfatwa yang mereka keluarkan tidak terjadi. Oleh karena itu, DSN merupakan lembaga yang diberikan amanat oleh undang-undang untuk menetapkan fatwa tentang perbankan dan keuangan syariah.

Fatwa yang dikeluarkan oleh DSN wajib diikuti oleh lembaga perbankan dan keuangan syariah. Fatwa DSN tersebut dipositivisasikan dalam bentuk Peraturan Bank Indonesia, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan dan peraturan menteri yang terkait. Sampai saat ini terdapat 116 fatwa yang telah dikeluarkan oleh DSN-MUI. Di samping peraturan perundang-undangan yang telah dijelaskan di atas, pemerintah juga telah mengeluarkan berbagai peraturan lainnya guna mendukung perkembangan lembaga perbankan dan keuangan syariah. Peraturan tersebut antara lain adalah Undang-Undang No. 19 Tahun 2008 Tentang Surat Berharga Syariah Negara, Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat, Undang-Undang No. 41 Tentang Wakaf, Undang-Undang No. 34 Tahun 2014 Tentang Pengelolaan Keuangan Haji dan Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal.

Perkembangan lembaga perbankan dan keuangan syariah juga mempengaruhi kewenangan absolut pengadilan agama dalam menyelesaikan sengketa perdata. Kewenangan pengadilan agama diperluas semenjak Undang-Undang No. 7 Tahun 1989 direvisi dengan Undang-Undang No. 3 Tahun 2006 Tentang Peradilan Agama, tidak hanya bertugas dan berwenang memeriksa, memutus, dan menyelesaikan perkara terkait dengan perkawinan, kewarisan, wasiat, hibah wakaf dan sedekah, tapi juga menyelesaikan sengketa ekonomi syariah. Kewenangan pengadilan agama dalam menyelesaikan sengketa perbankan dan keuangan syariah diperkuat dalam Pasal 55 Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah dan Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 93/PUU-X/2012. Untuk memperkuat kewenangan Pengadilan Agama dalam menyelesaikan sengketa perbankan dan keuangan syariah, Mahkamah Agung mengeluarkan beberapa Peraturan Mahkamah Agung, yaitu Perma No. 2 Tahun 2008 tentang Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, Perma No. 5 Tahun 2016 Tentang Sertifikasi Hakim Syariah, dan Perma No. 14 Tahun 2016 Tentang Tata Cara Penyelesaian Perkara Ekonomi Syariah.

Berdasarkan penjelasan di atas tergambar bahwa hukum perbankan dan keuangan syariah di Indonesia berkembang sangat pesat. Hukum Perbankan dan keuangan syariah terdiri dari berbagai bentuk: undang-undang, Peraturan Bank Indonesia, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan, Fatwa DSN-MUI, dan Peraturan Menteri Agama. Keberadaan peraturan-peraturan ini memperkuat eksistensi lembaga perbankan dan keuangan syariah dalam menjalankan aktivitasnya. Di samping itu, keberadaan hukum perbankan dan keuangan syariah mempertegas pentingnya kedudukan hukum Islam dalam sistem hukum nasional. Ke depan, lembaga perbankan dan keuangan syariah akan terus berkembang sehingga hukum pun akan mengikutinya.

Namun, apabila dilihat, hukum perbankan dan keuangan syariah yang ada saat ini cukup banyak jumlahnya, sehingga dikhawatirkan akan terjadi tumpang tindih. Di samping itu juga dikhawatirkan akan mempersempit ruang gerak lembaga perbankan dan keuangan syariah dalam menjalankan aktivitasnya mengingat begitu banyak regulasi yang harus mereka jalani. Oleh karena itu, perlu dipikirkan untuk merancang undang-undang Induk ekonomi syariah sebagai payung hukum bagi lembaga perbankan dan keuangan syariah dalam menjalankan aktivitasnya. Hal ini diharapkan akan memudahkan penyusunan rencana dan program-program pengembangan yang terpadu dengan mengakomodasi semua aspek seperti perpajakan, peradilan, pengawasan dan lainnya.

Undang-undang yang merupakan landasan hukum beroperasinya bank syariah di Indonesia dan mengakomodasi kegiatan usaha bank berdasarkan prinsip bagi hasil adalah Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan yang disahkan pada tanggal 25 Maret 1992. Secara substansi, UU Perbankan ini merupakan peraturan perbankan nasional yang muatannya lebih banyak mengatur bank konvesional dibandingkan syariah. Secara formal, dalam Undang-undang No. 7 Tahun 1992 ini, bank syariah dikenal dengan istilah bank bagi hasil. Penjelasan dan pelaksanaan teknis bank bagi hasil tersebut kemudian diatur dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah (PP) No. 72 Tahun 1992 Tentang Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil.

Menurut Peraturan Pemerintah No. 72 yang dimaksud dengan bank berdasarkan prinsip bagi hasil adalah bank umum atau bank prekreditan rakyat yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip bagi hasil. Adapun yang dimaksud dengan prinsip bagi hasil adalah prinsip bagi hasil berdasarkan syariah. Peraturan Pemerintah ini juga mengatur bahwa Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil tidak boleh secara bersamaan melakukan kegiatan bisnis berdasarkan prinsip konvensional dan begitu juga sebaliknya, serta mewajibkan bank bagi hasil mendirikan Dewan Pengawasan Syariah

(DPS) yang bertugas mengawasi kegiatan usahanya benar-benar sesuai dengan prinsip syariah. Secara struktural, posisi DPS dalam bank bagi hasil bersifat independen, terpisah dari menajemen bank dan tidak mempunyai peran dalam operasional bank. DPS dalam menjalankan aktivitasnya selalu berkonsultasi dengan Majelis Ulama Indonesia. Dari sisi pengaturan dan perizinan, Undang-undang No. 7 Tahun 1992 memberikan kewenangan kepada menteri keuangan untuk mengeluarkannya setelah mendengar pertimbangan dari Bank Indonesia.

Pada tahun 1998, Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan direvisi dengan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998. Undang-undang ini secara tegas menggunakan kata 'bank syariah' secara resmi dan mengatur kemungkinan pendirian bank berdasarkan prinsip syariah dan beroperasinya bank konvensional berdasarkan prinsip syariah dengan mendirikan unit usaha syariah. Peraturan ini berlaku efektif dengan bermunculannya bank syariah baru dalam industri perbankan, baik berupa bank umum syariah maupun unit usaha syariah.

Revisi itu menandakan dimulailah era baru dalam perbankan syariah di Tanah Air, yaitu peralihan era *dual banking system* menjadi era *dual system bank*. *Dual banking system* merujuk pada eksistensi bank yang kegiatan usahanya berbeda dengan bank pada umumnya, yaitu eksistensi Bank Muamalat Indonesia yang menjalankan kegiatan usaha tidak berbasis bunga, tetapi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Sedangkan *dual system bank* merujuk kepada eksistensi sistem perbankan yang di dalamnya terdapat banyak bank dengan ketentuan yang berbeda.

Landasan hukum perbankan syariah semakin kuat dengan Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah pada tanggal 16 juli 2008. Diberlakukannya Undang-Undang Perbankan Syariah karena Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 belum mengatur perbankan syariah secara spesifik dan kurang mengakomodasi karakteristik operasional



perbankan syariah yang pertumbuhan dan volume usahanya semakin berkembang pesat.

Undang-Undang ini mengatur masalah kepatuhan syariah (*shariah compliance*) yang kewenangannya diberikan kepada Majelis Ulama Indonesia. Bank Indonesia juga diharuskan untuk mendirikan Komite Perbankan Syariah yang bertugas menindaklanjuti implementasi fatwa yang dikeluarkan oleh MUI dalam bentuk peraturan Bank Indonesia. Namun, eksistensi Komite Perbankan Syariah pada Bank Indonesia mengalami perubahan dengan beralihnya kewenangan Bank Indonesia dalam pengawasan lembaga perbankan ke Otoritas Jasa Keuangan.

Selain itu, dasar hukum ini juga mengatur penyelesaian sengketa pada perbankan syariah. Hal itu dilakukan melalui pengadilan di lingkungan peradilan agama dan juga melalui musyawarah, mediasi dan arbitrase syariah. pemberlakuan Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah semakin memperkokoh eksistensi perbankan syariah.

Di samping peraturan perundang-undangan di atas, perbankan syariah juga merujuk pada peraturan yang Otoritas Jasa Keuangan dan Bank Indonesia. Berdasarkan amanah Undang-Undang No. 21 Tahun 2011 Tentang Otoritas Jasa Keuangan, fungsi, tugas, dan wewenang pengaturan dan pengawasan kegiatan kegiatan jasa keuangan di sektor perbankan, termasuk perbankan syariah, dialihkan dari Bank Indonesia kepada Otoritas Jasa Keuangan terhitung sejak 31 Desember 2013. Semenjak itu maka fungsi pelaksanaan mikroprudensial merupakan kewenangan Otoritas Jasa Keuangan dan fungsi pelaksanaan makroprudensial merupakan kewenangan Bank Indonesia.

Meskipun kewenangan pengaturan dan pengawasan perbankan termasuk perbankan syariah telah beralih dari BI kepada OJK, namun Bank Indonesia masih memiliki kewenangan terhadap industri perbankan syariah khususnya melalui sektor sistem pembayaran dan kebijakan

moneter. Bank Indonesia tetap berperan dan berkontribusi dalam mengembangkan industri keuangan dan perbankan syariah.

Telah terbitnya beberapa undang-undang yang terkait dengan perbankan syariah serta meningkatnya kebutuhan masyarakat Indonesia akan jasa-jasa perbankan syariah, menjadi salah satu dasar terbitnya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah. Undang-undang tersebut juga mempertimbangkan bahwa kondisi perbankan syariah memiliki kekhususan dibandingkan dengan perbankan konvensional. Sebagai otoritas yang menaungi perbankan syariah, pada tahun 2014 sampai dengan awal 2018 OJK telah menerbitkan beberapa ketentuan, baik tentang produk perbankan syariah, kelembagaan dan profesi, tata kelola, dan tingkat kesehatan perbankan, sebagaimana yang dapat terlihat pada tabel 7.3.1.

Keberadaan peraturan perundang-undangan di atas memperkuat eksistensi lembaga perbankan syariah di Indonesia. Namun, seiring dengan perjalanan waktu telah terjadi berbagai macam perubahan dalam pengaturan lembaga perbankan syariah sehingga perlu direvisi keberadaannya. Kewenangan Bank Indonesia yang diatur dalam Undang-Undang No 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah harus diubah menjadi kewenangan Otoritas Jasa Keuangan dengan diberlakukannya Undang-Undang No. 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan. Keberadaan Komite Perbankan Syariah harus diperjelas kembali dengan adanya peralihan kewenangan dan pengaturan perbankan syariah dari BI ke OJK mengingat pentingnya tugas Komite tersebut saat itu dalam melakukan penafsiran dan pemaknaan fatwa DSN-MUI di bidang perbankan syariah menjadi Peraturan Bank Indonesia. Merujuk kepada beberapa negara, seperti Malaysia, sebaiknya Komite Perbankan Syariah diberikan kewenangan yang lebih luas, tidak hanya melakukan penafsiran dan pemaknaan fatwa DSN-MUI menjadi hukum positif, tapi juga diberikan kewenangan untuk mengeluarkan fatwa perbankan syariah yang

langsung diformulasikan menjadikan peraturan OJK. Hal ini semakin memperkuat kedudukan fatwa menjadi hukum positif yang harus ditaati oleh institusi perbankan syariah. Di samping itu, proses pembuatan fatwa diharapkan semakin efektif dan efisien. Komposisi anggota Komite Perbankan Syariah bisa terdiri dari anggota DSN-MUI, OJK, BI dan lembaga lain yang dianggap representatif.

Terkait dengan kepatuhan syariah (*sharia compliance*), UU Perbankan Syariah juga tidak mengatur secara jelas mengenai prosedur dan jangka waktu pengadopsian Fatwa DSN MUI menjadi hukum positif. Pengaturan Dewan Pengawas Syariah (DPS) dalam Undang-Undang Perbankan Syariah harus diperkuat dengan menjelaskan secara langsung dalam undang-undang tugas dan fungsinya dalam lembaga

perbankan syariah mengingat pentingnya tugas DPS dalam memastikan kepatuhan syariah perbankan syariah dalam menjalankan aktivitasnya. Internal dan eksternal audit syariah harus dilakukan untuk memastikan tata kelola perbankan syariah yang baik. Di samping itu, harmonisasi terkait pengaturan DPS juga harus dilakukan karena masing-masing industri keuangan syariah seperti perbankan syariah, pasar modal syariah dan IKNB syariah telah memiliki ketentuan yang mengatur tugas dan kewenangan DPS sehingga keseragaman dan keselarasan ketentuan tercipta.



Tabel 7.7
Regulasi Perbankan Syariah

Regulasi	Instansi yang Terlibat
UU No. 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan Syariah	Bank Indonesia, Bank Konvensional, Bank dengan prinsip bagi hasil
PP No. 72 Tahun 1992 Tentang Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil	Kementerian Keuangan, Bank Indonesia, Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat yang menjalankan usaha berdasarkan prinsip bagi hasil, Majelis Ulama Indonesia
UU No. 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan UU No. 7 Tahun 1992	Bank Indonesia, Bank Konvensional, Bank Syariah
UU No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah	Bank Indonesia, Bank Syariah, Majelis Ulama Indonesia
UU No. 21 Tahun 2011 Tentang Otoritas Jasa Keuangan	Otoritas Jasa Keuangan, Perbankan, Pasar Modal, Industri Keuangan Non Bank
POJK Nomor 24/POJK.03/2015 Tentang Produk dan Aktivitas Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah	Otoritas Jasa Keuangan, Bank Umum Syariah, Bank Konvensional yang memiliki Unit Usaha Syariah
POJK Nomor 2/POJK.03/2016 Tentang Pengembangan Jaringan Kantor Perbankan Syariah dalam Rangka Stimulus Perekonomian Nasional bagi Bank	Otoritas Jasa Keuangan, Bank Syariah
POJK Nomor 3/POJK.03/2016 Tentang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	Otoritas Jasa Keuangan, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
POJK Nomor 64/POJK.03/2016 Tentang Perubahan Kegiatan Usaha Bank Konvensional menjadi Bank Syariah	Otoritas Jasa Keuangan, Bank Konvensional yang memiliki Unit Usaha Syariah, Bank Umum Syariah
POJK Nomor 44/POJK.03/2015 Tentang Sertifikasi Kompetensi Kerja Bagi Anggota Direksi Dan Anggota Dewan Komisaris Bank Perkreditan Rakyat Dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	Otoritas Jasa Keuangan, Bank Perkreditan Rakyat, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
POJK Nomor 65 /POJK.03/2016 Tentang Penerapan Manajemen Risiko bagi Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah	Otoritas Jasa Keuangan, Bank Umum Syariah, Bank Konvensional yang memiliki Unit Usaha Syariah
POJK Nomor 8/POJK.03/2014 Tentang Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS)	Otoritas Jasa Keuangan, Bank Umum Syariah, Bank Konvensional yang memiliki Unit Usaha Syariah
POJK Nomor 16/POJK.03/2014 Tentang Penilaian Kualitas Aset Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah	Otoritas Jasa Keuangan, Bank Umum Syariah, Bank Konvensional yang memiliki Unit Usaha Syariah
POJK Nomor 21/POJK.03/2014 Tentang Kewajiban Penyediaan Modal Minimum Bank Umum Syariah	Otoritas Jasa Keuangan, Bank Umum Syariah, Bank Konvensional yang memiliki Unit Usaha Syariah
POJK Nomor 12/POJK.03/2015 Tentang Ketentuan Kehati-hatian Dalam Rangka Stimulus Perekonomian Nasional bagi Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah	Otoritas Jasa Keuangan, Bank Umum Syariah, Bank Konvensional yang memiliki Unit Usaha Syariah
POJK Nomor 66 /POJK.03/2016 Tentang Kewajiban Penyediaan Modal Minimum dan Pemenuhan Modal Inti Minimum Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	Otoritas Jasa Keuangan, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

Regulasi pasar modal syariah

Kegiatan pasar modal syariah di Indonesia diatur dengan berbagai regulasi yang didasarkan pada fatwa yang diterbitkan oleh Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Dasar hukumnya mengacu kepada Undang-Undang No. Tahun 1995 tentang Pasar Modal. Perkembangan pasar modal syariah Indonesia diawali dengan penerbitan reksa dana syariah pada tahun 1997. Selanjutnya diikuti dengan munculnya Jakarta Islamic Index (JII) pada tahun 2000 dan diterbitkannya Obligasi Syariah Mudharabah pada tahun 2002.

Pada tanggal 18 April 2001, untuk pertama kali Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) mengeluarkan fatwa yang berkaitan langsung dengan pasar modal, yaitu Fatwa Nomor 20/DSN-MUI/IV/2001 tentang Pedoman Pelaksanaan Investasi Untuk Reksa Dana Syariah. Dalam rangka memberikan kepastian hukum, Bapepam – LK menerbitkan paket regulasi pasar modal syariah pada tahun 2006. Paket peraturan tersebut yaitu Peraturan Bapepam dan LK Nomor IX.A13 tentang Penerbitan Efek Syariah dan Nomor IX.A.14 Tentang Akad-akad yang digunakan dalam Penerbitan Efek Syariah di Pasar Modal.

Pada tahun 2008, perkembangan pasar modal syariah mencapai tonggak sejarah dengan disahkannya Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2008 Tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN). Berdasarkan UU SBSN ini lalu pemerintah menerbitkan SBSN seri IFR0001 dan IFR0002 untuk pertama kalinya pada tanggal 30 Juni 2009, Bapepam-LK telah melakukan penyempurnaan terhadap Peraturan Bapepam-LK Nomor IX.A.13 Tentang Penerbitan Efek Syariah dan II.K.1 tentang Kriteria dan Penerbitan Daftar Efek Syariah.

Pada masa Otoritas Jasa Keuangan, dalam rangka memperkuat pengaturan pasar modal syariah, terdapat revisi atas Peraturan No.IX.A.13 mengenai Penerbitan Efek Syariah menjadi beberapa peraturan berdasarkan produk dan satu peraturan mengenai penerapan prinsip syariah di pasar modal. Selain itu, juga terdapat beberapa peraturan baru yang terbit, baik tentang produk pasar modal, kelembagaan dan profesi maupun tata kelola, sebagaimana yang terlihat pada tabel 7.3.2.

Tabel 7.8
Regulasi Pasar Modal Syariah

Regulasi	Instansi yang Terlibat
UU No. Tahun 1995 Tentang Pasar Modal	Kementerian Keuangan, Bapepam-LK, Bursa Efek Indonesia
Fatwa Nomor 20/DSN-MUI/IV/2001 Tentang Pedoman Pelaksanaan Investasi Untuk Reksa Dana Syariah	Bursa Efek Indonesia, Manajer Investasi
Peraturan Bapepam dan LK Nomor IX.A13 tahun 2006 Tentang Penerbitan Efek Syariah dan Nomor IX.A.14 tentang Akad-akad yang digunakan dalam Penerbitan Efek Syariah di Pasar Modal	Bapepam-LK, Bursa Efek Indonesia, Manajer Investasi
Peraturan Bapepam dan LK Nomor II.K.1 tahun 2007 Tentang Kriteria dan Penerbitan Daftar Efek Syariah	Bapepam-LK, Bursa Efek Indonesia
UU No 19 Tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN)	Bapepam LK, Kementerian Keuangan



Peraturan Bapepam-LK Nomor IX.A.13 tahun 2009 Tentang Penerbitan Efek Syariah	Bapepam-LK, Bursa Efek Indonesia
Peraturan Bapepam-LK No. II.K.1 Tentang Kriteria dan Penerbitan Daftar Efek Syariah	Bapepam-LK, Bursa Efek Indonesia
POJK No. 30/POJK.04/2016 Tentang Dana Investasi Real Estate Syariah Berbentuk Kontrak Investasi Kolektif	Otoritas Jasa Keuangan, Bursa Efek Indonesia
POJK No.17/POJK.04/2015 Tentang Penerbitan dan Persyaratan Efek Syariah Berupa Saham oleh Emiten Syariah atau Perusahaan Publik	Otoritas Jasa Keuangan, Bursa Efek Indonesia
POJK No.18/POJK.04/2015 Tentang Penerbitan dan Persyaratan Sukuk	Otoritas Jasa Keuangan, Bursa Efek Indonesia
POJK No.19/POJK.04/2015 Tentang Penerbitan dan Persyaratan Reksa Dana Syariah.	Otoritas Jasa Keuangan, Manajer Investasi
POJK No.20/POJK.04/2015 Tentang Penerbitan dan Persyaratan Efek Beragun Aset Syariah.	Otoritas Jasa Keuangan, Bursa Efek Indonesia
POJK No. 30/POJK.04/2016 Tentang Dana Investasi Real Estat Syariah Berbentuk Kontrak Investasi Kolektif (DIRE Syariah)	Otoritas Jasa Keuangan, Bursa Efek Indonesia
POJK No.16/POJK.04/2015 Tentang Ahli Syariah Pasar Modal.	Otoritas Jasa Keuangan, Majelis Ulama Indonesia, Bursa Efek Indonesia
OJK No.61/POJK.04/2016 Tentang Penerapan Prinsip Syariah di Pasar Modal pada Manajer Investasi	Otoritas Jasa Keuangan, Manajer Investasi
POJK No.15/POJK.04/2015 Tentang Penerapan Prinsip Syariah di Pasar Modal	Otoritas Jasa Keuangan, Bursa Efek Indonesia

Industri asuransi di Indonesia diatur oleh Undang-Undang No. 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian. Undang-Undang ini menggantikan Undang-Undang No. 2 Tahun 1992 Tentang Usaha Perasuransian yang dinilai sudah tidak sesuai lagi dengan perkembangan industri perasuransian. Berbeda dengan undang-undang sebelumnya, Undang-Undang No. 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian mengatur secara tegas asuransi syariah dan reasuransi syariah. Meskipun demikian terdapat beberapa aturan yang perlu diperjelas.

Terkait dengan pengaturan *spin off* unit usaha syariah perusahaan asuransi dan reasuransi menjadi perusahaan asuransi syariah atau perusahaan asuransi syariah, Pasal 87 UU No. 14 Tentang Perasuransian mengatur bahwa perusahaan asuransi atau perusahaan reasuransi yang memiliki unit syariah dengan nilai dana *tabarru'* dan dana

investasi peserta telah mencapai paling sedikit 50 persen (lima puluh persen) dari total nilai dana asuransi, dana *tabarru'*, dan dana investasi peserta pada perusahaan induknya atau 10 (sepuluh) tahun sejak disusunnya Undang-Undang ini (2024), maka perusahaan asuransi atau perusahaan reasuransi tersebut wajib melakukan pemisahan unit syariah tersebut menjadi perusahaan asuransi syariah atau perusahaan reasuransi syariah.

Aturan tentang porsi kepemilikan asing dalam perusahaan asuransi yang tidak boleh melebihi 80 persen menjadi permasalahan dalam melakukan *spin off*.

Meskipun siap secara permodalan dan infrastruktur, namun perusahaan patungan asuransi syariah tak mudah mencari mitra lokal. Di samping itu, perusahaan asuransi dengan produksi

rendah akan sulit menutup biaya operasional demi melakukan pemisahan unit usaha syariahnya. Oleh karena itu perlu insentif yang diberikan oleh pemerintah bagi perusahaan asuransi yang akan melakukan pemisahan atas unit usaha syariahnya. Insentif tersebut mungkin tidak hanya terbatas dari sisi permodalan, bisa dilihat dari sisi lainnya sehingga *spin off* perusahaan asuransi dengan produksi rendah tersebut bisa terlaksana. Sampai saat ini belum ada peraturan yang mengatur secara konfrehensif terkait mekanisme *spin off* ini. Oleh karena itu OJK mesti mengeluarkan mekanisme *spin off* yang terinci sehingga kegiatan tersebut bisa terlaksana.

Penyelesaian sengketa perusahaan asuransi syariah yang hanya mewajibkan melalui lembaga mediasi yang disetujui OJK sebagaimana yang diatur dalam Pasal 54 juga menimbulkan permasalahan karena membatasi kebebasan para pihak yang bersengketa untuk memutuskan mekanisme penyelesaian lain yang mereka sepakati seperti lembaga arbitrase dan pengadilan.

Tabel 7.9
Regulasi Asuransi Syariah

Regulasi	Instansi yang Terlibat
UU No. 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian	Otoritas Jasa Keuangan, Perusahaan Asuransi Konvensional, Perusahaan Reasuransi Konvensional, Perusahaan Asuransi Syariah, Perusahaan Reasuransi Syariah

Sektor dana sosial keagamaan, seperti zakat, wakaf mempunyai peran penting dalam pengembangan keuangan syariah dan industri halal di Indonesia. Untuk menjamin supaya dana sosial keagaman tersebut dikelola dengan benar maka harus diatur dengan peraturan yang kuat. Di Indonesia, pengelolaan zakat diatur dengan Undang-Undang No. 38 Tahun 1999 Tentang Pengelolaan Zakat. Undang-undang ini mengatur pengelolaan Zakat di Indonesia akan dilaksanakan bersama oleh Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) berbasis-rakyat. Untuk memperkuat

dan memperbaiki pengelolaan zakat, lalu Undang-Undang No. 38 Tahun 1999 Tentang Pengelolaan Zakat diamandemen dengan Undang-Undang No. 23 Tahun 2011. Undang-Undang ini memusatkan pengelolaan Zakat di bawah Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Undang-Undang Zakat No. 23 tahun 2011 diperkuat dengan Peraturan Pemerintah No. 14 Tahun 2014 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Tahun 2014 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat.

Secara umum, undang-undang zakat Indonesia sudah cukup baik mengatur tata cara pengelolaan dana Zakat. Namun, masih terdapat permasalahan dalam undang-undang zakat yang masih perlu diperbaiki untuk memperkuat pengelolaan dana zakat menjadi lebih baik. Permasalahan tersebut dapat diringkas sebagai berikut:

1. Memberikan kewenangan penuh kepada BAZNAS dalam Pengelolaan zakat. Direktorat Zakat Departemen Agama hanya berperan sebagai pengawas dan regulator saja. Sehingga tidak terjadi konflik kepentingan. Kemudian, Pasal 15 (2) dan (3) pada UU Zakat menyebutkan bahwa pendirian divisi provinsi dan daerah memerlukan izin dan tindakan dari Kementerian Agama. Hal ini nampak tidak sejalan dengan posisi BAZNAS yang merupakan lembaga independen yang bertanggung jawab pada presiden.
2. Pasal 34 UU Zakat memberi kewenangan pada Kementerian Agama untuk mengembangkan dan mengawasi BAZNAS, termasuk kantor perwakilan BAZNAS di provinsi dan area regional dan juga Lembaga Amil Zakat (LAZ), pada awalnya. Tetapi, gubernur dan bupati juga memiliki otoritas yang sama. Tidak ada alasan yang jelas mengapa gubernur dan bupati memiliki otoritas yang sama, dan cara BAZNAS untuk dapat bekerja sama dengan Kementerian Agama juga belum jelas. BAZNAS seharusnya memiliki kewenangan untuk mengawasi perwakilan BAZNAS di tingkat provinsi dan regional, juga untuk mengawasi LAZ. Kewajiban melapor untuk kantor regional BAZNAS ditetapkan dalam Pasal



Tabel 7.10
Regulasi ZISWAF

Regulasi	Instansi yang Terlibat
UU No. 38 Tahun 1999 Tentang Pengelolaan Zakat	Badan Amil Zakat, Lembaga Amil Zakat
UU No. 23 Tahun 2011 Tentang Perubahan	Badan Amil Zakat Nasional
PP No. 14 Tahun 2014 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang No. 23 Tahun 2011	Badan Amil Zakat Nasional
UU No. 41 Tahun 2004 Tentang Wakaf	Badan Wakaf Indonesia
PP No. 42 Tahun 2006 tentang Peraturan Pelaksanaan UU Wakaf	Badan Wakaf Indonesia

71 Peraturan Pemerintah No. 14 Tahun 2014. Pasal 71 menyatakan bahwa laporan tersebut harus disiapkan dengan jangka waktu setengah tahun sekali. Apabila kewajiban memberi laporan ini ditetapkan untuk dipersiapkan tiap bulan, maka hal ini akan berguna untuk membudayakan transparansi pada proses pengelolaan Zakat (Pasal 73 juga menetapkan kewajiban yang sama atas laporan LAZ).

Untuk pengelolaan wakaf, Pemerintah Indonesia mengeluarkan Undang-Undang No. 41 Tahun 2004 Tentang Wakaf. Undang-Undang ini cukup konfrehensif dan inovatif mengatur tentang tata cara pengelolaan harta Wakaf dengan cara yang profesional, transparan, dan akuntabel. Undang-undang secara tegas mengatur bahwa harta wakaf tidak hanya merupakan harta benda tidak bergerak, namun juga termasuk harta benda bergerak seperti uang. Undang-undang wakaf juga memperluas sumber pendanaan Wakaf seperti properti, tanah, uang, dan sumber lainnya dan mengatur tata cara pendistribusian wakaf yang tidak hanya terfokus pada tujuan keagamaan dan sosial, tetapi juga pendidikan, kesehatan, masyarakat dan perbaikan ekonomi, dan lain-lain. Untuk memperkuat pengelolaan harta wakaf, pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2006 Tentang Peraturan Pelaksanaan UU Wakaf. Peraturan Pelaksana tersebut menciptakan peluang yang lebih besar untuk pengembangan Wakaf di Indonesia, terutama melalui optimalisasi Wakaf tunai. Di

Indonesia, Lembaga yang diberikan kewenangan untuk mengelola wakaf adalah Badan Wakaf Indonesia dan Kementerian Agama.

Peraturan wakaf sudah cukup mengatur pengelolaan wakaf di Indonesia, namun masih ada permasalahan yang perlu diperbaiki. Permasalahan tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Kurangnya anggaran BWI yang berdampak pada kinerja BWI dan mengurangi kemampuannya untuk dapat melaksanakan program-programnya.
2. Tanggung jawab atas pengelolaan wakaf terbagi antara BWI dan Kementerian Agama. Sayangnya ini menyebabkan program-program dari kedua lembaga tersebut menjadi tidak efisien dan tumpang-tindih.

Berdasarkan Undang-Undang No. 17 Tahun 1999 Tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji, pengoperasian, pengelolaan dan pengawasan ibadah haji dilakukan dibawah Kementerian Agama secara bersamaan. Kewenangan yang diberikan kepada Kementerian Agama tersebut dianggap tidak berjalan efektif dan menimbulkan beberapa permasalahan terutama terkait dengan profesionalitas, transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana haji.

Untuk memberikan layanan terbaik dalam pengelolaan ibadah haji, Undang-Undang No. 17 Tahun 1999 direvisi dengan Undang-Undang No. 13 Tahun 2008. UU No. 13 Tahun 2018 memisahkan kewenangan tunggal Kementerian Agama dalam

mengatur, mengelola, dan mengawasi pelaksanaan ibadah haji kepada beberapa bagian. Menteri Agama bertugas sebagai pengelola, Direktur Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah sebagai pelaksana dan Komisi Haji Indonesia sebagai pengawas. Namun, pemisahan tugas tersebut masih dianggap belum optimal, terutama di bidang pelaksanaan ibadah haji dan pengelolaan dana haji yang masih di bawah Kementerian Agama.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, lalu pada tahun 2014 Pemerintah mengesahkan Undang-Undang No. 34 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Keuangan Haji (UU PKH). Tujuannya untuk menjamin terwujudnya pengelolaan keuangan haji yang ideal. UU PKH mengatur pengelolaan biaya penyelenggaraan ibadah haji (BPIH), Dana Abadi Umat (DAU) dan sumber lain yang tidak mengikat. Pengelolaan keuangan haji dapat dilakukan dalam bentuk investasi yang nilai manfaatnya dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas penyelenggaraan ibadah haji, meningkatkan rasionalitas dan efisiensi penggunaan BPIH dan juga kemaslahatan umat Islam.

UU PKH juga mengamanatkan pembentukan Badan Pengelola Keuangan Haji (BPKH) untuk mengelola keuangan haji yang berbadan hukum publik, bersifat independen, dan bertanggung jawab kepada Presiden melalui Menteri Agama. Pada tanggal 26 Juli 2017 BPKH didirikan melalui

Peraturan Presiden No. 110 Tahun 2017. Sejak itu pengelolaan keuangan haji tidak lagi menjadi kewenangan Kementerian Agama. Selanjutnya pada tanggal 13 Februari 2018, Pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah No. 5 Tahun 2018 tentang Pelaksanaan UU PKH. Ruang lingkup kebijakan ini meliputi pengaturan dan pengelolaan keuangan haji yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, pertanggungjawaban, pelaporan, dan pengawasan keuangan haji. Selain itu, Peraturan Pemerintah ini juga berisikan ketentuan mengenai peralihan semua aktivitas dan *passive* serta hak dan kewajiban hukum atas keuangan haji beserta kekayaannya dari Kementerian Agama ke BPKH setelah diaudit oleh Badan Pemeriksaan Keuangan.

Menurut Pasal 48 UU PKH, BPKH diberikan kewenangan untuk mengelola dana haji dengan menempatkan atau menginvestasikan pada kegiatan yang sesuai dengan prinsip syariah dengan mempertimbangkan aspek keamanan, kehati-hatian, nilai manfaat dan likuiditas. Penempatan dana haji tersebut dapat dilakukan dalam bentuk produk perbankan, surat berharga emas, investasi langsung, dan investasi lainnya. Terkait dengan penempatan dana haji di bidang investasi, menurut Peraturan Pemerintah No. 5 Tahun 2018 Tentang Pelaksanaan UU PKH, maksimal penempatan dana haji di investasi langsung adalah 20 persen dari total penempatan dana atau investasi keuangan haji. Saat

Tabel 7.11
Regulasi Dana Haji

Regulasi	Instansi yang Terlibat
UU No. 17 Tahun 1999 Tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji	Kementerian Agama
Undang-Undang No. 13 Tahun 2008 Tentang Perubahan UU No. 17 tahun 1999	Kementerian Agama
UU No. 34 Tahun 2014 Tentang Pengelolaan Keuangan Haji	Kementerian Agama, Badan Pengelola Keuangan Haji
Peraturan Presiden No. 110 Tahun 2017 Tentang Pendirian Badan Pengelola Keuangan Haji	Badan Pengelola Keuangan Haji
Peraturan Pemerintah No. 5 Tahun 2018 Tentang Pelaksanaan UU PKH	Badan Pengelola Keuangan Haji



ini BPKH mempunyai kendala untuk menempatkan dana haji ke investasi langsung karena belum memiliki sistem yang kuat dan sumber daya yang kompeten. Di samping itu, belum ada peraturan investasi dana haji yang jelas sehingga kegiatan tersebut belum bisa terealisasikan. Oleh karena itu, supaya dana haji dapat digunakan secara maksimal dalam bidang investasi, Badan Pengelola Keuangan Haji perlu mengeluarkan peraturan investasi dana haji yang komprehensif dengan memperhatikan dan mempertimbangkan aspek keamanan, kehati-hatian, nilai manfaat dan likuiditas.

1.BMT

Lembaga keuangan mikro syariah di Indonesia dikenal dengan nama *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT). BMT adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan berdasarkan prinsip syariah. Lahirnya BMT di Indonesia didasarkan pada tumbuhnya kesadaran masyarakat Muslim untuk menjalankan kegiatan ekonomi berdasarkan prinsip syariah secara menyeluruh. Di samping itu, berdirinya BMT bertujuan untuk menyediakan modal bagi pelaku usaha mikro dan kecil yang jumlahnya sangat banyak, namun kesulitan mendapatkan akses permodalan syariah. Di samping melakukan kegiatan komersial, BMT juga melakukan kegiatan sosial keagamaan dengan mengelola dana-dana sosial Islam, seperti zakat, infak, sedekah dan wakaf. Kegiatan sosial keagamaan ini yang merupakan karakteristik pembeda BMT dengan lembaga keuangan mikro lainnya.

Pada awal munculnya, BMT bukanlah lembaga berbadan hukum, namun hanya lembaga keuangan mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah. Namun dalam perjalannya, status hukum BMT dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu berbadan hukum dan tidak berbadan hukum. BMT yang berbadan hukum ada yang berbentuk badan hukum koperasi dan badan hukum yayasan. Sedangkan BMT yang tidak berbadan hukum pada umumnya berbentuk kelompok swadaya masyarakat (KSM) atau lembaga swadaya masyarakat (LSM).

BMT yang berupa KSM dapat dikategorikan sebagai perkumpulan. Asosiasi, perkumpulan ataupun persekutuan perdata yang diatur dalam KUH Perdata. Dari kedua bentuk status hukum di atas, pada saat ini BMT pada umumnya memilih berbadan hukum koperasi, karena konsep koperasi dianggap memiliki kesamaan dengan BMT, sudah dikenal luas oleh masyarakat dan mampu memberikan status hukum secara formal. Oleh karena itu, BMT adalah lembaga keuangan mikro syariah berbasis hukum koperasi dan merupakan ciri khas Indonesia yang tidak dijumpai di negara lain.

BMT berbadan hukum koperasi tunduk pada Undang-Undang No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian. UU ini tidak mengatur tentang BMT berbadan hukum koperasi, namun hanya mengatur lembaga perkoperasian secara umum. BMT berbadan hukum koperasi baru diatur secara formal pada tahun 2004 dengan dikeluarkannya Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah No. 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah.

Berdasarkan Keputusan Menteri tersebut, BMT dinamakan dengan Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS). KJKS adalah koperasi yang kegiatan usahanya bergerak di bidang pembiayaan, investasi, dan simpanan sesuai pola bagi hasil (syariah). Bagi koperasi yang telah beroperasi dan berkeinginan melakukan kegiatan jasa keuangan syariah diperbolehkan dengan membuka Unit Jasa Keuangan Syariah (UJKS). Selain kegiatan di atas, KJKS dan UJKS dapat juga berperan aktif dalam melakukan kegiatan pengumpulan dan penyaluran dana zakat, infak dan sedekah (*baitul mal*) guna kesejahteraan orang banyak.

Untuk memperkuat peraturan KJKS dan UJKS, pada tahun 2007 Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah mengeluarkan beberapa peraturan antara lain, Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah 35.2/Per/M.KUKM/X/2007 Tentang Pedoman Standar Operasional Manajemen Koperasi Jasa Keuangan Syariah dan Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah 39/Per/M.KUKM/XII/2007 Tentang Pedoman Pengawasan Koperasi Jasa Keuangan Syariah dan Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi.

Pada tahun 2015, Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah kembali mengeluarkan Peraturan No. 16/Per/M.KUKM/IX/2015 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah oleh Koperasi. Peraturan ini dikeluarkan dengan pertimbangan untuk mengembangkan pelaksanaan kegiatan usaha

simpan pinjam dan pembiayaan syariah oleh koperasi yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip syariah sehingga diharapkan masyarakat dapat memperoleh manfaat dan kesejahteraan sebesar-besarnya. Di samping itu, beberapa peraturan menteri yang dikeluarkan sebelumnya juga dianggap tidak sesuai lagi sehingga harus ada revisi. Diberlakukannya Peraturan Menteri No. 16 tahun 2015 semakin memperkuat eksistensi BMT dari segi legalitas karena diatur secara spesifik.

Dalam Peraturan Menteri No. 16 Tahun 2015, istilah KJKS sebagaimana yang diatur dalam Peraturan Menteri Koperasi dan UMKM No. 91 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah diganti dengan istilah Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS). KSPPS adalah koperasi yang kegiatan usahanya meliputi simpanan, pinjaman dan pembiayaan sesuai prinsip syariah, termasuk mengelola zakat, infaq/sedekah, dan wakaf (Pasal 1 ayat (2) Permen No. 16/2015).

Definisi KSPPS di atas telah mengakomodasi karakteristik dasar BMT sesuai dengan fungsinya yang tidak semata-mata hanya mencari keuntungan, namun juga mempunyai fungsi sosial dengan cara mengelola dan mendistribusikan dana zakat, sedekah, infak dan wakaf kepada orang yang berhak. Sedangkan istilah unit jasa keuangan syariah diubah menjadi unit simpan pinjam dan pembiayaan syariah (USPPS). Ini adalah unit koperasi yang bergerak di bidang usaha meliputi simpanan, pinjaman dan pembiayaan sesuai prinsip syariah, termasuk mengelola zakat, infaq /sedekah, dan wakaf sebagai bagian dari kegiatan koperasi yang bersangkutan (Pasal 1 ayat (3) Permen No. 16/2015). Berdasarkan peraturan di atas, diatur secara jelas bahwa KSPPS/ USPPS koperasi dalam menjalankan kegiatannya harus memperoleh izin usaha dan diawasi oleh Kementerian Koperasi dan UKM atau Dinas yang membidani koperasi di provinsi atau kabupaten/kota, sesuai dengan tingkatannya memiliki wilayah kerja dari kabupaten/kota, provinsi dan nasional, termasuk perwakilan di luar negeri.



Di samping itu, terkait dengan kegiatan usaha, menurut Pasal 21 huruf (b) Permen No. 16/2015, KSPPS/USPPS hanya dapat menyalurkan pinjaman dan pembiayaan syariah kepada anggota, calon anggota dan koperasi lain dan atau anggotanya dalam bentuk pinjaman berdasarkan akad *qard* dan pembiayaan dengan akad *murabahah, salam, istishna, mudharabah, musyarakah, ijarah, ijarah muntahiya bittamlik, wakalah, kafalah* dan *hiwalah*, atau akad lain yang tidak bertentangan dengan syariah. Dengan kata lain, KSPPS/USPPS tidak bisa memberikan pinjaman dan pembiayaan kepada pihak selain dari pihak-pihak yang disebutkan di atas.

Untuk memperkuat pengaturan lembaga keuangan mikro, pada tahun 2013 Pemerintah mengeluarkan Undang-Undang No. 1 tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro (UU LKM). UU LKM bertujuan memberikan landasan dan kepastian hukum kepada LKM dalam melakukan kegiatannya di tengah-tengah masyarakat sehingga layanan keuangan terhadap masyarakat miskin dan/atau berpenghasilan rendah dapat terpenuhi.

Salah satu kegiatan utama LKM adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan. UU LKM juga memberikan kepastian hukum bagi LKM dalam menjalankan kegiatan usahanya terutama dalam bidang usaha penghimpunan dana masyarakat dalam bentuk simpanan yang selama ini dipermasalahkan. UU LKM memuat substansi pokok mengenai ketentuan lingkup LKM, konsep Simpanan dan Pinjaman/Pembiayaan dalam definisi LKM, asas dan tujuan. Di samping itu juga mengatur terkait kelembagaan, baik mengenai pendirian, bentuk badan hukum, permodalan, maupun kepemilikan.

Tabel 7.12
Regulasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Regulasi	Instansi yang Terlibat
UU No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian	Kementerian Koperasi & UKM, Koperasi, Baitul Maal wat Tamwil
Kepmen KUKM No. 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah	Kementerian Koperasi & UKM, Koperasi, Baitul Maal wat Tamwil
Permen KUKM 35.2/Per/M.KUKM/X/2007 Tentang Pedoman Standar Operasional Manajemen Koperasi Jasa Keuangan Syariah	Kementerian Koperasi & UKM, Koperasi, Baitul Maal wat Tamwil
Permen KUKM 39/Per/M.KUKM/XII/2007 Tentang Pedoman Pengawasan Koperasi Jasa Keuangan Syariah dan Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi	Kementerian Koperasi & UKM, Koperasi, Baitul Maal wat Tamwil
Permen No. 16/Per/M.KUKM/IX/2015 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah oleh Koperasi	Kementerian Koperasi & UKM, Koperasi, Baitul Maal wat Tamwil
UU No. 1 tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro	Kementerian Koperasi & UKM, Koperasi, Baitul Maal wat Tamwil

Regulasi jaminan produk halal

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (selanjutnya disingkat UU JPH) disahkan oleh pemerintah bersama dengan Dewan Perwakilan Rakyat pada tahun 2014. Dasar hukum ini memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan produk, serta meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual produk halal (Lihat penjelasan atas UU JPH). Berikut hal-hal penting yang diatur dalam UU JPH:

1. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal

UU JPH Pasal pertama butir keenam menjelaskan pengertian Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal yang selanjutnya disingkat BPJPH adalah badan yang dibentuk oleh pemerintah untuk menyelenggarakan JPH. Penyelenggaraan jaminan produk halal dilaksanakan oleh BPJPH yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Menteri Agama.

Dengan adanya kebijakan ini, MUI tidak lagi sepenuhnya berwenang dalam penerbitan sertifikasi halal. Kewenangan itu dilaksanakan oleh BPJPH. Berdasarkan Pasal 6 lembaga ini berwenang sebagai berikut:

- a. Merumuskan dan menetapkan kebijakan JPH
- b. Menetapkan norma, standar, prosedur, dan kriteria JPH
- c. Menerbitkan dan mencabut sertifikat halal dan label halal pada produk
- d. Melakukan registrasi sertifikat halal pada produk luar negeri
- e. Melakukan sosialisasi, edukasi, dan publikasi produk halal
- f. Melakukan akreditasi terhadap LPH
- g. Melakukan registrasi auditor halal
- h. Melakukan pengawasan terhadap JPH

- i. Melakukan pembinaan Auditor Halal; dan
- j. Melakukan kerja sama dengan lembaga dalam dan luar negeri di bidang penyelenggaraan JPH

Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Pasal 7 dalam melaksanakan wewenang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6, Badan Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal atau yang disebut BPJPH bekerja sama dengan :

- a. Kementerian dan/ atau lembaga terkait;
- b. Lembaga Pemeriksa Halal;
- c. Majelis Ulama Indonesia

2. Lembaga pemeriksa halal

Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Pasal 1 butir 8 pengertian Lembaga Pemeriksa Halal yang selanjutnya disingkat LPH adalah lembaga yang melakukan kegiatan pemeriksa atau pengujian terhadap kehalalan produk. Dalam Pasal 12 ayat 1 Pemerintah dan/ atau masyarakat dapat mendirikan LPH artinya LPH yang didirikan pemerintah yaitu didirikan oleh kementerian atau lembaga. Selain itu, perguruan tinggi negeri juga dapat mendirikan LPH apabila telah memenuhi persyaratan.

Persyaratan mendirikan LPH sesuai dengan UU JPH Pasal 13 ayat 1 adalah sebagai berikut :

- a. Memiliki kantor sendiri dan perlengkapannya;
- b. Memiliki akreditasi dari BPJPH;
- c. Memiliki auditor halal paling sedikit 3 (tiga) orang; dan

Memiliki laboratorium atau kesepakatan kerja sama dengan lembaga lain yang memiliki laboratorium.

Adapun pemeriksaan dan/ atau pengujian kehalalan produk dilakukan oleh auditor halal di lokasi usaha saat proses produksi. Untuk memiliki auditor



halal paling sedikit 3 orang selain itu auditor halal diangkat dan diberhentikan oleh LPH. Pengangkatan auditor halal oleh LPH harus memenuhi persyaratan hal tersebut terdapat pada Pasal 14 ayat 2 sebagai berikut:

- a. Warga Negara Indonesia;
- b. Beragama Islam;
- c. Berpendidikan paling rendah sarjana strata 1 (satu) dibidang pangan, kimia, biokimia, teknik industri, biologi, atau farmasi;
- d. Memahami dan memiliki wawasan luas mengenai kehalalan produk menurut syariat Islam;
- e. Mendahulukan kepentingan umat di atas kepentingan pribadi dan/atau golongan; dan
- f. Memperoleh sertifikat dari MUI.

Auditor halal mempunyai serangkaian tugas sebagaimana dijelaskan Pasal 15, yaitu:

- a. Memeriksa dan mengkaji Bahan yang digunakan.
- b. Memeriksa dan mengkaji proses pengolahan Produk.
- c. Memeriksa dan mengkaji sistem penyembelihan.
- d. Meneliti lokasi produk.
- e. Mendahulukan kepentingan umat di atas kepentingan pribadi dan/atau golongan.
- f. Memperoleh sertifikat halal.

3. Majelis Ulama Indonesia

Kerja sama Badan penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dengan Majelis Ulama Indonesia (MUI) dilakukan dalam bentuk:

- a. Sertifikasi auditor halal
- b. Penetapan fatwa halal yang menghasilkan keputusan penetapan kehalalan produk. Fatwa adalah status halal atau haram suatu produk berdasarkan proses audit yang dikeluarkan oleh LPPOM-MUI.
- c. Akreditasi LPH

Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia yang dikaruniai dengan sumber daya alam yang indah, Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi destinasi utama pariwisata halal dunia. Berbagai upaya telah dilakukan pemerintah untuk mewujudkan hal tersebut. Pada tahun 2013 Kementerian Pariwisata (Kemenpar) bekerja sama dengan Majelis Ulama Indonesia mengadakan *grand launching pariwisata syariah*. Program ini bertujuan untuk menggaet wisatawan baik dalam maupun luar negeri dan untuk mendorong perkembangan entitas bisnis syariah di lingkungan pariwisata halal di Indonesia. Pengembangan pariwisata halal akan difokuskan pada empat jenis usaha, yaitu: perhotelan, restoran, biro atau jasa perjalanan wisata, dan spa. Kemenpar telah menetapkan tiga provinsi sebagai destinasi wisata halal: Aceh, Sumatera Barat, dan Nusa Tenggara Barat. Berbagai produk dan fasilitas seperti restoran halal dan akomodasinya telah disiapkan untuk menunjang kegiatan tersebut.

Terkait dengan peraturan perundang-undangan, saat ini tidak ada regulasi khusus yang mengatur pariwisata halal di Indonesia. Pariwisata halal dijalankan berdasarkan kepada Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Pada prinsipnya, Undang-undang tersebut mengatur secara umum tentang kepariwisataan di Indonesia. Aktivitas pariwisata halal selanjutnya diatur dalam peraturan yang dikeluarkan oleh Kementerian Pariwisata dalam bentuk Peraturan Menteri. Menurut Pasal 1 (3) Undang-Undang No 10 Tahun 2009 yang dimaksud dengan pariwisata adalah:

“Berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah.”

Selanjutnya, menurut Pasal 14 ayat (1) dan (2) disebutkan bahwa kegiatan/usaha wisata terdiri dari, antara lain:

- a. Daya tarik wisata;
- b. Kawasan pariwisata;
- c. Jasa transportasi wisata;
- d. Jasa perjalanan wisata;
- e. Jasa makanan dan minuman;
- f. Penyediaan akomodasi;
- g. Penyelenggaraan kegiatan hiburan

Tabel 7.13

Regulasi Pelaksana Undang-Undang Jaminan Produk Halal

Peraturan Presiden	Peraturan Pemerintah	Peraturan Menteri Agama	
Nomor 83 Tahun 2015 tentang Kementerian Agama	1. Kerjasama BPJPH dengan kementerian dan atau lembaga terkait LPH, dan MUI 2. Ketentuan lebih lanjut dari LPH 3. Lokasi, tempat dan alat proses produk halal (PPH) 4. Biaya sertifikasi halal 5. Kerjasama internasional dibidang JPH 6. Tata cara registrasi sertifikat halal 7. Pengawasan	1. Sanksi administratif atas pelanggaran ketentuan Proses Produk Halal (PPH) 2. Sanksi administratif atas pelanggaran pengusaha pemilik sertifikat halal 3. Penyelia halal 4. Tata cara pengajuan sertifikasi halal 5. Tata cara penetapan LPH 6. Ketentuan label Halal 7. Sanksi administratif atas pelanggaran pencantuman label halal 8. Ketentuan pembaruan sertifikasi halal 9. Pengelolaan keuangan BPJPH 10. Sanksi administratif atas pelanggaran registrasi sertifikat halal 11. Peran serta masyarakat dan pemberian penghargaan	Sampai saat ini baik Peraturan Pemerintah dan Peraturan Menteri Agama belum satupun diterbitkan. Konsekuensinya BPJPH belum bisa berjalan secara maksimal.

dan rekreasi; h. Penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insetif, konferensi, dan pameran; i. Jasa informasi pariwisata; j. Jasa konsultan pariwisata; k. Jasa pramuwisata; l. Wisata tirta; dan m. Spa.

Usaha pariwisata selain sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan peraturan menteri.

Meskipun kata pariwisata halal tidak disebutkan secara eksplisit dalam Pasal di atas, namun apabila diamati kata 'berbagai macam kegiatan wisata' dalam definisi pariwisata tersebut mengindikasikan dibolehkannya melakukan kegiatan pariwisata berdasarkan kepada prinsip-prinsip syariah. Pada

prinsipnya usaha pariwisata halal merupakan konsep yang mengintegrasikan nilai-nilai syariah ke dalam kegiatan pariwisata dengan menyediakan fasilitas dan pelayanan yang sesuai dengan ketentuan syariah. Di samping itu, kegiatan usaha pariwisata halal dimungkinkan untuk dijalankan jika didukung dengan fasilitas sarana prasarana yang disediakan oleh para *shareholder* seperti masyarakat, pemerintah, baik pusat maupun daerah.

Dari empat jenis usaha (perhotelan, restoran, biro atau jasa perjalanan wisata, dan spa), yang akan dikembangkan dalam pariwisata halal, baru usaha



hotel halal yang sudah dikeluarkan rugalasinya oleh Kemenpar, selebihnya terkait dengan restoran, biro dan spa akan dikeluarkan segera. Pada 2016, Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI telah menerbitkan Fatwa Nomor 108/DSN-MUI/X/2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah yang menjadi landasan standardisasi aspek-aspek wisata halal. Beberapa daerah seperti di NTB dan Kabupaten Siak telah mengeluarkan Perda Halal.

Berdasar penjelasan di atas, maka dapat dipahami bahwa peraturan terkait dengan pariwisata halal di Indonesia masih sangat minim. Untuk mengembangkan pariwisata syariah mesti didukung dengan regulasi yang kuat. Oleh karena itu, Majelis Ulama Indonesia (MUI), dalam Ijtima Ulama Komisi Fatwa se-Indonesia V tahun 2015, mendorong pemerintah untuk membentuk undang-undang pariwisata halal sebagai dasar hukum pengaturan dan pengembangan pariwisata halal di Tanah Air. Menurut MUI, penerbitan aturan ini diperlukan agar perkembangan wisata di Tanah Air tetap menjaga nilai-nilai dan ajaran agama.

Agar pariwisata halal di Indonesia berkembang dengan cepat dan bisa bersaing dengan negara lain, Pemerintah Indonesia harus memberikan dukungan penuh. Dukungan ini tidak hanya bersifat konstan, tapi harus berkelanjutan. Meskipun peraturan pariwisata halal bagus, tanpa dukungan penuh pemerintah, maka akan membuat bisnis pariwisata halal akan tetap menjadi tidak berkembang.

Ekonomi syariah di Indonesia berkembang dengan pesat. Untuk mendukung perkembangan ekonomi syariah dan menjadi pemain utama di skala global, aspek regulasi ekonomi syariah harus diperhatikan dengan serius. Dengan kata lain, dukungan hukum (*legal support*) terhadap aktivitas ekonomi syariah dari berbagai aspek regulasi sangat diperlukan. Salah satu aspek regulasi yang penting diperhatikan adalah mengenai penyelesaian sengketa. Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat Indonesia bertransaksi dalam aktivitas ekonomi syariah, maka perselisihan atau sengketa antarpelaku ekonomi syariah tidak dapat dihindarkan. Oleh karena aktivitas ekonomi syariah dijalankan berdasarkan pada prinsip syariah (*shariah based*), maka sudah semestinya mekanisme penyelesaian sengketanya berdasarkan kepada prinsip syariah (*in compliance with shariah principles*).

Di Indonesia, penyelesaian sengketa ekonomi syariah diselesaikan di Pengadilan Agama. Hal ini terjadi sejak tahun 2006 dengan direvisinya UU No. 7 Tahun 1989 dengan UU No. 3 Tahun 2006 Tentang Peradilan Agama. Saat itu, kewenangan Peradilan Agama diperluas, di samping berwenang memeriksa, memutus dan menyelesaikan sengketa di tingkat pertama antara orang-orang yang beragama Islam di bidang perkawinan, waris, wasiat, hibah, wakaf, zakat, infak, dan sedekah. Pengadilan Agama juga berwenang untuk memeriksa, memutus, dan menyelesaikan sengketa di bidang ekonomi syariah. Hal ini sebagaimana diatur dalam Pasal 49 ayat (i) UU No. 3 Tahun 2006 yang berbunyi sebagai

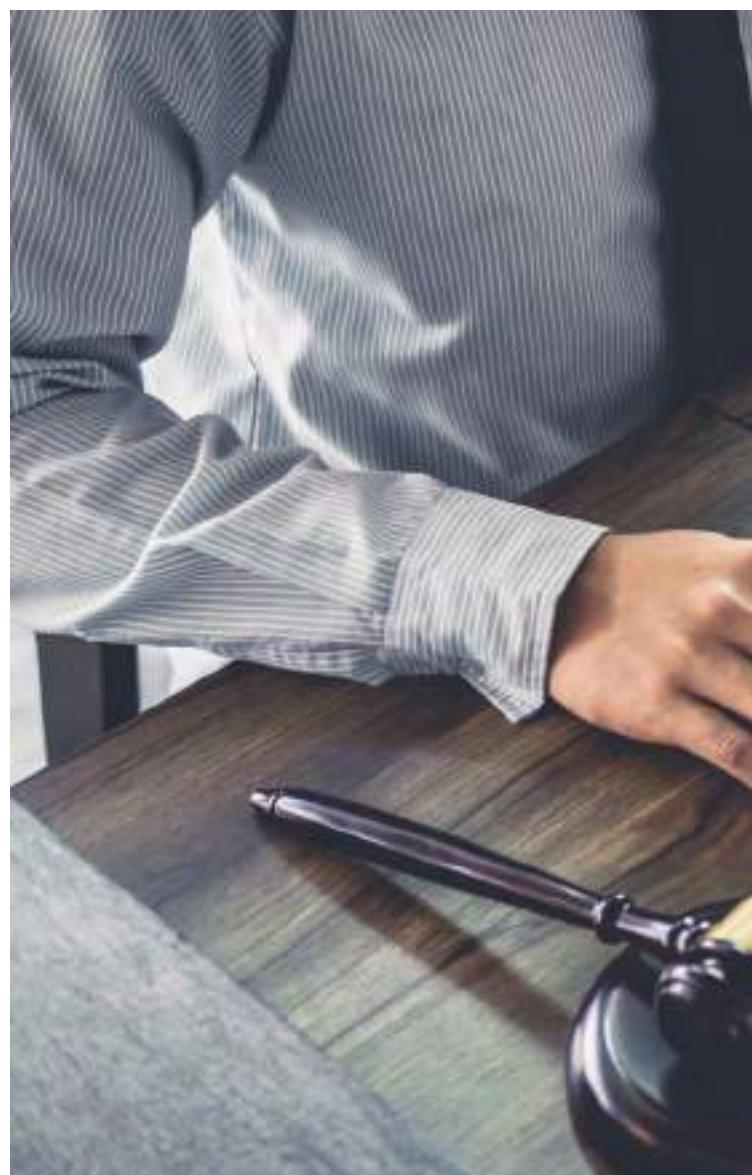
Tabel 7.14
Regulasi Pariwisata Halal

Regulasi	Instansi yang Terlibat
Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan	Kementerian Pariwisata, Pelaku Industri Pariwisata
Fatwa DSN-MUI Nomor 108/DSN-MUI/X/2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah	Pelaku Industri Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah

berikut: ‘Pengadilan agama bertugas dan berwenang memeriksa, memutus, dan menyelesaikan perkara di tingkat pertama antara orang-orang yang beragama Islam di bidang: a. perkawinan; b. waris; c. wasiat; d. hibah; e. wakaf; f. zakat; g. infaq; h. sedekah; dan i. ekonomi syari’ah.

Dalam penjelasannya, yang dimaksud dengan “ekonomi syariah” adalah ‘perbuatan atau kegiatan usaha yang dilaksanakan menurut prinsip syariah, antara lain meliputi: (a) bank syariah; (b) lembaga keuangan mikro syariah; (c) asuransi syariah; (d) reasuransi syariah; (e) reksa dana syariah; (f) obligasi syariah dan surat berharga berjangka menengah syariah; (g) sekuritas syariah; (h) pembiayaan syariah; (i) pegadaian syariah; (j) dana pensiunan lembaga keuangan syariah; dan (k) bisnis syariah.’ Kata ‘bisnis syariah’ pada huruf (k) dalam penjelasan Pasal 49 huruf (i) di atas memberikan makna bahwa sepanjang kegiatan bisnis tersebut dijalankan berdasarkan prinsip syariah atau menggunakan akad-akad syariah, maka apabila terjadi sengketa diselesaikan di pengadilan agama. Perluasan kewenangan absolut pengadilan agama dalam menyelesaikan sengketa ekonomi syariah semakin memperkuat eksistensi pengadilan agama sebagai salah satu lembaga peradilan yang melaksanakan fungsi kekuasaan kehakiman di Indonesia, namun di sisi lain, kewenangan baru ini menjadi tantangan tersendiri, karena ekonomi syariah merupakan bidang baru dengan permasalahannya yang sangat kompleks.

Secara nasional, sepanjang tahun 2015 perkara ekonomi syariah yang diterima oleh pengadilan tingkat banding seluruh Indonesia adalah 14 perkara, dan perkara yang telah diputus 15 perkara. Sementara di pengadilan tingkat pertama telah diterima 102 perkara dan yang telah diputus 41 perkara. Pada tahun 2016 mengalami peningkatan. Dari total 14 perkara banding di tahun 2015, meningkat jadi 24 perkara di tahun 2016. Hal serupa juga terjadi pada jumlah perkara pada pengadilan tingkat pertama, semula di tahun 2015 hanya terdapat 102 perkara, di tahun 2016 meningkat menjadi 229 perkara. Peningkatan tersebut juga terjadi di tahun berikutnya



yaitu tahun 2017. Pengadilan Tinggi Agama (PTA) di seluruh Indonesia telah menerima perkara banding ekonomi syariah sebanyak 31 perkara, bertambah 7 perkara dari tahun sebelumnya yang menerima 24 perkara. Sementara di pengadilan tingkat pertama, total perkara yang diterima di tahun 2017 sama dengan total perkara yang diterima di tahun 2016 yaitu sebanyak 229 perkara. Dari data statistik di atas, ternyata perkara ekonomi syariah memiliki tren meningkat selama tiga tahun terakhir dari tahun 2015 hingga tahun 2017.

Terkait dengan penyelesaian sengketa perbankan syariah, kewenangan Pengadilan Agama diperkuat kembali dalam Pasal 55 UU No. 21 Tahun 2008



Tentang Perbankan Syariah yang menyatakan sebagai berikut:

1. Penyelesaian sengketa Perbankan Syariah dilakukan oleh pengadilan dalam lingkungan Peradilan Agama.
2. Dalam hal para pihak telah memperjanjikan penyelesaian sengketa selain sebagaimana dimaksud pada ayat (1), penyelesaian sengketa dilakukan sesuai dengan isi akad.
3. Penyelesaian sengketa sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak boleh bertentangan dengan Prinsip Syariah.

Pasal 55 ayat (2) dalam penjelasannya dijabarkan sebagai berikut "Yang dimaksud dengan

"penyelesaian sengketa dilakukan sesuai dengan isi Akad" adalah upaya sebagai berikut: a. musyawarah; b. mediasi perbankan; c. melalui pengadilan dalam lingkungan Peradilan Umum.

bahwa penyelesaian sengketa perbankan syariah dilakukan oleh Pengadilan dalam lingkungan Peradilan Agama. Namun, Pasal 55 (2) UU ini memberi peluang kepada para pihak yang bersengketa untuk menyelesaikan perkara mereka di luar pengadilan agama apabila disepakati bersama dalam isi akad. Sengketa tersebut bisa diselesaikan melalui musyawarah, mediasi perbankan, Badan Arbitrase Syariah Nasional (Basyarnas) atau lembaga arbitrase lain dan/atau melalui pengadilan dalam lingkungan Peradilan Umum. Pasal 55

(2) menimbulkan masalah karena memberikan kewenangan penyelesaian sengketa ekonomi syariah ke pengadilan negeri sehingga menimbulkan ketidakpastian hukum. Pasal 55 (2) lalu diajukan *judicial review* ke Mahkamah Konstitusi.

Berdasarkan Putusan Mahkamah Konstitusi No. 93/PUU-X/2012, dalam pertimbangannya menyatakan antara lain sebagai berikut: akad (perjanjian) merupakan Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya sesuai dengan ketentuan Pasal 1338 KUH Perdata, namun suatu akad tidak boleh bertentangan dengan Undang-Undang, terlebih lagi Undang-Undang yang telah menetapkan adanya kekuasaan mutlak bagi suatu badan peradilan yang mengikat para pihak yang melakukan perjanjian. Oleh sebab itu, kejelasan dalam penyusunan perjanjian merupakan suatu keharusan. Selanjutnya, pilihan forum (*choice of forum*) sebagaimana diatur dalam Penjelasan Pasal 55 ayat (2) UU Perbankan Syariah menimbulkan persoalan konstitutionalitas yang pada akhirnya dapat memunculkan ketidakpastian hukum dan kerugian bagi nasabah dan unit usaha syariah. Di samping adanya ketidakpastian hukum dan menimbulkan kerugian, Pasal 55 ayat (2) tersebut juga menimbulkan adanya tumpang tindih kewenangan untuk mengadili oleh karena ada dua peradilan yang diberikan kewenangan untuk menyelesaikan sengketa perbankan syariah sedangkan UU Peradilan Agama secara tegas menyatakan bahwa peradilan agama berwenang

menyelesaikan sengketa perbankan syariah termasuk juga ekonomi syariah. [Lihat Putusan MK No. 93/PUU-X/2012, h. 37].

Dalam Amar Putusannya, MK mengabulkan permohonan Pemohon sebagian, menyatakan bahwa Penjelasan Pasal 55 ayat (2) Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah bertentangan dengan Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945 dan tidak mempunyai kekuatan hukum mengikat. Dengan kata lain, Penjelasan Pasal 55 ayat (2) telah dihapuskan dan tidak berlaku lagi. Putusan Majelis Hakim MK ini merupakan putusan yang bersifat *declaratoir* dan *constitutief* karena berisi pernyataan dan tidak mengandung unsur penghukuman yang bersifat *condemnatoir* dan putusan tersebut meniadakan suatu keadaan hukum atau menciptakan suatu keadaan hukum baru. Berdasarkan putusan ini, maka bisa diambil kesimpulan bahwa penyelesaian sengketa perbankan syariah sepenuhnya menjadi kewenangan absolut pengadilan agama. Peradilan lain, yakni peradilan umum tidak berwenang untuk menyelesaikan sengketa perbankan syariah. Putusan MK ini diperkuat dalam Rapat Pleno Pimpinan Mahkamah Agung bahwa penyelesaian perbankan syariah merupakan kewenangan pengadilan agama bukan pengadilan negeri. Apabila masih terdapat para pihak yang mengajukan gugatan ke pengadilan negeri, maka gugatan tersebut akan diputus NO (*niet ontvankelijke verklarend*).

Tabel 7.15

Regulasi Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah

Regulasi	Instansi yang Terlibat
UU No. 3 Tahun 2006 Tentang Peradilan Agama	Mahkamah Agung, Pengadilan Agama
UU No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah	Perbankan Syariah, Badan Arbitrase Syariah Nasional
Putusan Mahkamah Konstitusi No. 93/PUU-X/2012	Mahkamah Agung, Pengadilan Agama, Lembaga Keuangan Syariah



Peraturan Mahkamah Agung (PERMA) No. 05 Tahun 2016 Tentang Sertifikasi Hakim Ekonomi Syariah

Untuk meningkatkan *capacity building* dan kualitas para hakim di peradilan agama dalam menyelesaikan sengketa ekonomi syariah. Mahkamah Agung telah mengeluarkan PERMA RI No. 05 Tahun 2016 tentang Sertifikasi Hakim Ekonomi Syariah. PERMA ini mensyaratkan para hakim yang akan menyelesaikan sengketa ekonomi syariah di pengadilan agama harus lulus seleksi administrasi, kompetensi, integritas dan pelatihan hakim ekonomi syariah. Tujuannya dibuatnya PERMA ini adalah untuk menyertifikasi hakim ekonomi syariah dan meningkatkan efektivitas penanganan perkara-perkara ekonomi syariah dalam rangka penegakkan hukum syariah (lihat Pasal 3 Perma RI No. 05).

Para hakim yang telah memenuhi persyaratan dan dinyatakan lulus oleh Tim Seleksi, akan mengikuti pelatihan selama dua belas hari dengan menggunakan kurikulum, materi ajar, serta metode yang disiapkan oleh Tim Khusus dan Pusdiklat Teknis Mahkamah Agung Republik Indonesia. Tim pengajarnya terdiri dari berbagai lembaga seperti: OJK, BI Akademisi dan praktisi yang kompeten. Saat ini MA telah melakukan kerjasama dengan berbagai lembaga seperti OJK dan BI dalam rangka meningkatkan kompetensi hakim ekonomi syariah. Para hakim yang telah lulus kemudian diangkat sebagai hakim ekonomi syariah oleh ketua Mahkamah Agung. Para hakim ini nantinya akan ditempatkan di pengadilan agama dan mempunyai kewenangan khusus menyelesaikan ekonomi syariah. Kinerja Hakim Ekonomi Syariah nantinya akan terus dievaluasi. Namun dalam ketentuan peralihan pasal 25 PERMA RI No. 5 dinyatakan bahwa Dalam hal belum terdapat Hakim Ekonomi Syariah bersertifikat, perkara ekonomi syariah diperiksa, diadili dan diputus oleh hakim yang telah mengikuti pelatihan ekonomi syariah.

Saat ini dari 2500 hakim pengadilan agama yang ada, sudah 560 hakim yang telah tersertifikasi dan sekitar 1000 hakim yang telah mengikuti pelatihan ekonomi syariah (bimbingan teknis ekonomi Syariah). Diakui sampai saat ini hakim yang telah tersertifikasi tersebut belum menyebar ke seluruh daerah. Sehingga apabila tidak terdapat hakim yang tersertifikasi, maka perkara akan diselesaikan oleh hakim yang telah mengikuti pelatihan ekonomi Syariah dan apabila tidak ada juga hakim yang tersertifikasi dan telah mengikuti pelatihan ekonomi Syariah, maka perkara akan diselesaikan oleh ketua atau wakil ketua pengadilan agama tersebut. Setiap tahun akan diadakan pelatihan sertifikasi hakim ekonomi Syariah, sehingga ke depan harapannya semua hakim di pengadilan agama telah tersertifikasi.

Peraturan Mahkamah Agung (PERMA) Nomor 14 Tahun 2016 tentang Tata Cara Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah

Perma ini mengatur secara eksplisit bahwa perkara ekonomi syariah dapat diajukan dengan dua mekanisme, yakni melalui gugatan sederhana (*small claim court*) dan gugatan dengan acara biasa (lihat Pasal 2). Pengaturan ini pada prinsipnya membedakan tata cara pemeriksaan perkara dengan nilai objek materil yang nilainya kecil dan besar dengan tujuan supaya perkara ekonomi syariah dapat diselesaikan dengan cepat, sederhana dan biaya murah.

Terkait dengan tata cara pemeriksaan perkara dengan gugatan sederhana, Pasal 3 (2) Perma No. 14 Tahun 2016 menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan pemeriksaan perkara dengan acara/gugatan sederhana adalah "pemeriksaan terhadap perkara ekonomi syariah dengan nilainya paling banyak Rp 200.000.000 (dua ratus juta rupiah). Selanjutnya, Pasal 3(3) menyatakan bahwa pemeriksaan perkara/gugatan sederhana tersebut merujuk kepada Peraturan Mahkamah Agung Nomor 2 Tahun 2015 tentang Tata Cara Penyelesaian Gugatan Sederhana kecuali hal-hal yang diatur secara khusus dalam Peraturan Mahkamah Agung ini. Berdasarkan Pasal di atas, dapat dipahami bahwa perkara ekonomi syariah dengan nilai maksimal dua ratus juta rupiah dapat diselesaikan dengan tata cara sederhana. Pemeriksaan dengan acara sederhana harus selesai paling lama dua puluh lima hari sejak hari sidang pertama (PERMA Nomor 2 Tahun 2015). Adapun perkara ekonomi syariah yang nilainya di atas dua ratus juta rupiah, diselesaikan dengan acara biasa yang dilakukan dengan berpedoman pada hukum acara yang berlaku (lihat Pasal 7 (1).

Penyelesaian sengketa sederhana ini sangat membantu dalam menyelesaikan sengketa ekonomi syariah dengan nominal kecil. Namun saat ini, belum begitu banyak yang mengetahui akan mekanisme penyelesaian sengketa secara sederhana ini, sehingga perlu dilakukan sosialisasi terus menerus. Dengan berkembang pesatnya ekonomi syariah,

nilai perkara perkara gugatan perkara sederhana disarankan untuk diperbesar jumlahnya nilainya menjadi Rp 500 juta s.d Rp 1 miliar sehingga perkara tersebut bisa diselesaikan dengan cepat.

Di sisi lain, regulasi ekonomi syariah juga dapat diatur melalui fatwa. Fatwa adalah suatu pendapat hukum (*legal opinion* atau *advisory opinion*) terhadap suatu masalah yang muncul di kalangan umat Islam, yang dikeluarkan oleh seseorang atau lembaga tertentu yang memiliki otoritas dalam merumuskan dan memproduksi hukum (*kaifiyyah istinbath al-ahkam*). Otoritas yang dimaksud adalah terpenuhinya seperangkat kualifikasi yang harus dipenuhi agar seseorang memiliki kapasitas dan kelaikan untuk melakukan *ijtihad* (*Hal al-Mustafid*). Produk *ijtihad* tersebut kemudian menjadi fatwa.

Fatwa bisa berasal dari individu ulama yang bereputasi baik dalam ilmu dan akhlaknya, juga bisa dari institusi ulama yang menjadi acuan bagi umat Islam. Adapun yang dikeluarkan secara institusional, maka fatwa tersebut bermakna sebagai putusan atau pendapat hukum dari sebuah lembaga resmi yang diberikan kewenangan oleh pemerintah yang sah untuk mengeluarkan fatwa. Ulama Tanah Air juga telah melahirkan banyak fatwa yang menjadi rujukan masyarakat, baik sebelum ataupun sesudah terbentuknya lembaga fatwa. Sebut saja, Buya Hamka, Hasbi Asshiddiqie, Hazairin, dan lain-lain.

Di luar pemerintah, terdapat lembaga fatwa non pemerintah. Dua organisasi kemasyarakatan terbesar di Indonesia; Nahdlatul Ulama (NU) dan Muhammadiyah memegang peran penting dalam laju pertumbuhan ekonomi syariah di Tanah Air. NU dengan *bahtsul masail*-nya pernah mengeluarkan fatwa terkait riba, pada tahun 1992, meskipun belum sampai menyatakan riba sebagai haram mutlak. Demikian halnya Muhammadiyah dengan Majelis Tarjih-nya secara tegas menyatakan haramnya riba pada tahun 2006. Dua organisasi Islam ini yang dipandang paling populer menjadi rujukan



umat Islam, disamping juga organisasi-organisasi kemasyarakatan lainnya yang dimiliki umat Islam. Dalam dunia Islam, termasuk di Indonesia, fatwa dianggap sebagai salah satu indikator dari kuatnya peranan *ijihad* para ulama dan cendekiawan dalam memecahkan persoalan-persoalan masyarakat Muslim, baik aspek ibadah maupun muamalah.

Majelis Ulama Indonesia dibentuk pada tanggal 26 Juli 1975 di Jakarta yang menjadi wadah bagi para ulama, cendekiawan muslim dan pemimpin pemerintahan di bidang keagamaan di seluruh Indonesia. Pembentukan MUI dihadiri 26 orang ulama yang mewakili 26 Provinsi pada masa itu tertuang dalam sebuah Piagam Berdirinya MUI dan ditandatangani oleh seluruh peserta musyawarah yang kemudian disebut Musyawarah Nasional Ulama I.

MUI adalah organisasi keagamaan yang bersifat independen, tidak berafiliasi kepada salah satu partai politik, *mazhab* atau aliran keagamaan yang ada di Indonesia. Namun demikian, meski kelahiran MUI berasal dari arus bawah umat Islam, tetapi tidak dapat dinafikan adanya *political will* pemerintah saat itu. Pendirian MUI dengan fungsi-fungsi tersebut selaras dengan pernyataan Presiden Soeharto yang menegaskan bahwa Majelis Ulama akan memberikan nasihatnya kepada pemerintah baik diminta ataupun tidak.

Kewenangan MUI sebagai pemberi fatwa tidak terlepas dari fungsi MUI yang ditentukan dalam Pasal 4 Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga (AD/ART) MUI, yakni sebagai berikut: *Pertama*, sebagai wadah musyawarah para ulama, pemimpin pemerintahan dan cendekiawan Muslim dalam mengayomi umat dan mengembangkan kehidupan yang Islami, *Kedua*, sebagai wadah silaturrahim para ulama, zu'ama dan cendekiawan Muslim untuk mengembangkan dan mengamalkan ajaran Islam dan menggalang ukhuwah Islamiyah, *Ketiga*, sebagai wadah yang mewakili umat Islam dalam hubungan dan konsultasi antarumat beragama, dan *keempat* sebagai pemberi fatwa kepada umat Islam dan pemerintah, baik diminta atau tidak. Pada

praktiknya, fungsi MUI sebagai pemberi fatwa yang paling dominan dan berpengaruh terhadap umat Islam menjadi bagian dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

Fatwa telah menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan sosial keagamaan. Fatwa juga menjadi legitimasi atas praktik sosial ekonomi baru yang tidak terdapat secara eksplisit aturan bakunya dalam Alquran dan Sunnah. Di Indonesia, pedoman fatwa-fatwa hukum Islam yang dikeluarkan oleh MUI ditetapkan dalam Surat Keputusan Nomor: U-596/MUI/X/1997. Kewenangan MUI adalah memberi fatwa tentang masalah keagamaan yang bersifat umum menyangkut umat Islam Indonesia secara nasional dan dalam masalah agama Islam di daerah. Untuk menumbuh kembangkan penerapan nilai-nilai syariah dalam aktifitas perekonomian pada umumnya, dan sektor keuangan pada khususnya, MUI mendirikan Dewan Syariah Nasional (DSN). DSN-MUI telah berperan secara proaktif dalam menanggapi perkembangan masyarakat Indonesia yang dinamis dalam bidang ekonomi dan keuangan sejak pembentukannya pada Februari 1999. Di dalam DSN sendiri terdapat badan independen yang ditempatkan pada perbankan dan lembaga keuangan syariah yang dikenal dengan sebutan Dewan Pengawas Syariah (DPS).

DPS memegang fungsi pengawasan terhadap kepatuhan syariah di lembaga-lembaga keuangan syariah yang beranggotakan orang-orang dengan kompetensi tertentu. Para pengawas tersebut selain memiliki kemampuan dalam memahami ketentuan hukum Islam sekaligus juga harus memahami hukum positif nasional yang keduanya menjadi landasan hukum operasional bank syariah. Pemahaman terhadap hukum Islam memberikan kemampuan bagi mereka untuk mengimplementasikan prinsip-prinsip Islam dalam ketentuan operasional bank syariah, sedangkan pemahaman mengenai hukum positif nasional khususnya hukum perbankan memberikan kemampuan untuk mengimplementasikan prinsip syariah ke dalam aturan legal formal yang mempunyai kekuatan hukum dan mengikat para pelaku usaha dalam bidang perbankan syariah.

Menurut undang-undang perbankan syariah, lembaga yang memiliki otoritas pengawasan kepatuhan syariah dalam sistem hukum perbankan syariah Indonesia adalah Dewan Pengawas Syariah (DPS). Berdasarkan Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia, DPS termasuk lembaga di bawah DSN yang bertugas mengawasi segala aktivitas bank agar selalu sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. DPS merupakan suatu badan yang didirikan dan ditempatkan pada bank yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah untuk memastikan bahwa operasional bank syariah tidak menyimpang dari prinsip-prinsip syariah. DPS sebagai badan independen bertugas melakukan pengarahan (*directing*), pemberian konsultasi (*consulting*), melakukan evaluasi (*evaluating*), dan pengawasan (*supervising*) terhadap kegiatan bank syariah dalam rangka memastikan bahwa kegiatan usaha bank syariah tersebut mematuhi prinsip syariah sebagaimana telah ditentukan oleh fatwa DSN. Dalam melaksanakan pengawasan syariah, sekurang-kurangnya DPS harus melaksanakan 2 (dua) pokok tugas, yaitu:

- Pertama, *ex ante auditing*, yaitu aktivitas pengawasan syariah dengan melakukan pemeriksaan terhadap berbagai kebijakan moral yang diambil dengan cara melakukan review terhadap keputusan-keputusan manajemen dan melakukan tinjauan terhadap semua jenis kontrak yang dibuat manajemen bank syariah dengan semua pihak. Tujuannya adalah untuk mencegah bank syariah melakukan kontrak yang melanggar prinsip-prinsip syariah.
- Kedua, *ex post auditing*, yaitu aktivitas pengawasan syariah dengan melakukan pemeriksaan terhadap laporan kegiatan dan keuangan bank syariah. Tujuannya adalah untuk menelusuri kegiatan dan sumber-sumber keuangan bank syariah yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Aspek kesesuaian dengan syariah merupakan utama dan mendasar yang membedakan antara bank syariah dengan konvensional. DPS bertugas

mengawasi operasional serta jalannya bank syariah agar sesuai dengan nilai-nilai syariah. Tingkat kepatuhan syariah di bank syariah dengan peran pengawasan, model pengorganisasian dan kompetensi yang dimiliki oleh DPS memiliki hubungan yang sangat erat. Kepatuhan syariah semakin penting untuk diperhatikan karena adanya permintaan dari nasabah agar produk-produk perbankan syariah tidak hanya inovatif tetapi juga dapat dipastikan kepatuhannya terhadap syariah Islam.

Secara teknis, fatwa yang dikeluarkan oleh DSN-MUI harus melewati beberapa tahapan yang dijalankan oleh Badan Pelaksana Harian (BPH). BPH-DSN mengeluarkan fatwa mengenai suatu produk, jasa dan ketentuan setelah mendapatkan permohonan fatwa dari otoritas moneter atau lembaga keuangan syariah (LKS) dengan penjelasan sebagai berikut:

1. BPH-DSN melakukan pengkajian secara mendalam mengenai persoalan yang diminta fatwanya, dengan melakukan rapat intensif dan *workshop*.
2. BPH-DSN merumuskan draft fatwa untuk kemudian dibahas lebih lanjut dalam rapat pleno DSN.
3. Jika dalam rapat pleno DSN telah menyetujui draft fatwa, maka telah sah menjadi fatwa.

Sampai saat ini, DSN-MUI telah mengeluarkan sekitar 122 fatwa tentang ekonomi dan keuangan syariah. Struktur dan format fatwa sudah memadai dengan rumusan yang simpel. Jika dibandingkan dengan format fatwa mufti Mesir, misalnya, fatwa DSN-MUI lebih lengkap dari sisi substansi dan mutunya. Namun demikian, berdasarkan Pasal 7 dan 8 UU No. 12 Tahun 2011 Tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan, fatwa tidak termasuk salah satu jenis peraturan perundang-undangan yang diatur dalam UU. Oleh karena itu fatwa tidak bisa berlaku secara serta merta. Fatwa baru dapat diimplementasikan oleh lembaga keuangan syariah apabila sudah dilegalisasi menjadi hukum positif. Penyerapan fatwa DSN-MUI dalam



peraturan perundang-undangan lebih merupakan bentuk operasional atau penerjemahan dari isi ketentuan fatwa yang secara teknis belum dapat diterapkan secara langsung dalam kegiatan. Karena itu, proses transformasi fatwa untuk menjadi hukum positif seperti UU dan peraturan pemerintah menjadi sebuah keniscayaan.

Secara mendasar, ketika fatwa ditransformasi ke dalam hukum positif, ia telah mengalami perubahan wujud dan fungsi dalam konteks sistem hukum nasional. Fatwa telah terintegrasi dengan norma lain, yang telah berubah bentuk menjadi hukum positif. Bahkan dalam hal tertentu mengalami perubahan makna, baik dalam arti perluasan maupun penyempitan makna. Atas perihal tersebut, dalam bidang tertentu di Indonesia, misalnya, makna subjek hukum mengalami perluasan, dari orang (*naturlijk persoon*) menjadi orang dan atau badan hukum (*rechtspersoon*) sebagaimana tampak dalam hukum perwakafan (*wakif* dan *nazir*) dan hukum pengelolaan zakat (*muzakki* dan *mustahiq*). Hal itu tampak dalam ketentuan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004, wakif terdiri atas perseorangan, organisasi, dan badan hukum yang mewakafkan benda miliknya. Sedangkan *nadzir* adalah kelompok orang atau badan hukum yang diserahi tugas pemeliharaan dan penguasaan benda wakaf. Sementara itu, menurut ketentuan Pasal 1 Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 Tentang Pengelolaan Zakat, *muzakki* adalah orang atau badan hukum yang dimiliki oleh Muslim yang berkewajiban menuaikan zakat. Sedangkan *mustahiq* adalah orang atau badan hukum yang berhak menerima zakat. Saat ini, sebagian fatwa DSN-MUI telah ditransformasikan dalam bentuk Peraturan Bank Indonesia (PBI), Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) dan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan (SEOJK). Tujuan transformasi tersebut tidak lain agar fatwa dapat mengikat dan dilaksanakan oleh LKS, terutama bank syariah, karena salah satu indikator perkembangan bank syariah adalah semakin bervariasi produk perbankan syariah itu sendiri.

Transformasi fatwa DSN-MUI merupakan sebuah keharusan dan dianggap penting ketika sebuah

hukum Islam (dalam hal ini Fatwa DSN-MUI) ingin memiliki kekuatan hukum mengikat dalam hukum positif. Hal ini disebabkan Bank Indonesia tidak bisa memberikan sanksi bagi bank syariah atau unit usaha syariah yang tidak mengikuti fatwa. Oleh sebab itu solusi yang ditempuh agar fatwa menjadi mengikat adalah melalui transformasi fatwa DSN ke dalam PBI. Adapun proses transformasi tersebut dipengaruhi oleh KPS sebagai pemberi rekomendasi terhadap fatwa DSN. Ketika fatwa ditransformasi ke dalam hukum positif ia telah mengalami perubahan wujud dan fungsi dalam konteks sistem hukum nasional. Fatwa telah terintegrasi dengan norma lain, yang telah berubah bentuk menjadi hukum positif. Bahkan dalam hal tertentu mengalami perubahan makna, baik dalam arti perluasan makna maupun penyempitan makna. Hal ini dapat dilihat pada masa sebelum UU No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah disahkan Fatwa DSN secara jelas dimuat sebagai bahan pertimbangan hukum oleh Bank Indonesia walaupun disebutkan hanya dalam kodifikasi produk keuangan syariah. Sedangkan setelah UU Perbankan Syariah disahkan fatwa-fatwa tersebut hanya dapat dilihat secara tersirat dalam PBI karena tidak ada penjelasan secara eksplisit yang menyatakan fatwa tertentu yang digunakan.

Salah satu contoh bentuk transformasi fatwa menjadi undang-undang, di antaranya adalah Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah pasal 26 ayat 1 yang menyebutkan bahwa kegiatan usaha sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19, Pasal 20, dan Pasal 21 dan/atau produk dan jasa syariah, wajib tunduk kepada prinsip syariah. Ayat selanjutnya, 2 dan 3 menerangkan bahwa prinsip syariah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) difatwakan oleh Majelis Ulama Indonesia, dan fatwa sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dituangkan dalam Peraturan Bank Indonesia. Fatwa-fatwa yang berkaitan dengan kegiatan usaha sebagaimana dijelaskan oleh Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah oleh MUI dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional yang memiliki kewenangan menangani segala urusan yang berkaitan dengan

fatwa atas jenis-jenis kegiatan keuangan, fatwa atas produk dan jasa keuangan, termasuk juga berwenang mengawasi penerapan fatwa yang telah dikeluarkan yang kemudian fatwa-fatwa tersebut dituangkan ke dalam Peraturan Bank Indonesia.

Selanjutnya, untuk menyusun Peraturan Bank Indonesia sebagaimana dimaksud pada pasal 26 ayat 3 UU Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, maka Bank Indonesia membuat sebuah Komite Perbankan Syariah yang tertuang dalam Peraturan Bank Indonesia, Nomor 10/32/PBI/2008 tentang Komite Perbankan Syariah yang salah satu fungsinya adalah melakukan penafsiran dan pemaknaan fatwa di bidang perbankan syariah. Selain itu, komite ini bertugas memberikan rekomendasi kepada Bank Indonesia terhadap fatwa-fatwa yang dikeluarkan oleh DSN-MUI.

Kepatuhan syariah atau *shariah compliance* merupakan salah satu unsur dalam penilaian mengenai tingkat kesehatan lembaga keuangan syariah (LKS) yang berbanding lurus dengan pemeliharaan kepercayaan masyarakat. Kepercayaan dan keyakinan masyarakat pada LKS lebih didasarkan pada pelaksanaan prinsip hukum Islam yang diadopsi dalam aturan operasional institusi, sehingga dibutuhkan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Tanpa adanya kepatuhan terhadap prinsip syariah, maka dapat berpengaruh pada keputusan masyarakat untuk memanfaatkan jasa yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah (LKS).

Dari sudut pandang ini, maka kepatuhan syariah merupakan inti dari integritas dan kredibilitas LKS. Kepatuhan syariah merupakan konsekuensi logis penggunaan pedoman-pedoman yang secara legal formal disepakati sebagai pedoman dan menjadi syarat mutlak bagi LKS dalam menjalankan usahanya. Dalam konteks perbankan, upaya pemenuhan terhadap nilai-nilai syariah, adalah dengan menjadikan fatwa DSN-MUI dan PBI sebagai alat ukur pemenuhan prinsip syariah, baik dalam produk, transaksi, maupun operasionalnya. Secara operasional, kepatuhan bank syariah terhadap fatwa

DSN sebagai perwujudan prinsip dan aturan syariah harus ditaati. Kepatuhan syariah merupakan aspek penting yang membedakan ekonomi syariah dengan ekonomi konvensional atau antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional, karena sampai saat ini, bank syariah ditengarai masih mengikuti bank konvensional baik produk, sumber daya manusia atau operasional.

Ada dua isu krusial terkait produk bank syariah yang perlu ditindak lanjuti, yaitu, pertama, perbankan syariah harus memiliki prosedur standar operasi (SOP) syariah dan mengarahkan supaya portofolio produk bukan menjadi segmen pembiayaan utama bank. BI harus melakukan pengaturan tersendiri dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan dan keamanan nasabah, serta meminimalisir risiko-risiko yang terkait dengan produk tersebut, selain itu juga mengacu kepada kemanfaatan kepada perekonomian nasional dan model bisnis perbankan syariah ke depannya. Demi menjawab tantangan mengembangkan produk syariah, ada empat hal yang bisa dilakukan pelaku perbankan, yaitu *operating philosophy, organization structure, experience effect, and management style*. Hal ini memiliki peran signifikan untuk pertumbuhan pangsa pasar syariah, termasuk pengembangan dan inovasi produk dan merupakan satu bagian dari fungsi *research and development* serta *brand experience* yang mampu memberi wawasan yang intens pada masyarakat tentang produk syariah.

Kedua, inovasi pengembangan produk perbankan syariah memerlukan dasar hukum dari fatwa DSN-MUI. Oleh karena itu perlu ada kajian pemetaan fatwa DSN dan identifikasi kebutuhan pasar perbankan Syariah sehubungan dengan pengembangan produk. Dalam rangka mendukung upaya inovasi produk yang dapat meningkatkan daya saing perbankan syariah baik secara domestik, regional maupun kompetisi global di era pasar bebas dengan antisipasi berbagai peluang dan tantangannya ke depan, BI telah melakukan kajian pemetaan terhadap fatwa dan identifikasi kebutuhan sejak tahun 2010. Pemetaan tersebut dimaksudkan untuk mengidentifikasi sejauh mana implementasi fatwa



yang ada dalam produk perbankan syariah, fatwa apa saja yang terkendala dalam implementasinya dan produk apa saja yang diperlukan industri yang memerlukan fatwa ataupun penegasan syariah yang belum difatwakan oleh DSN. Di sisi lain, kalangan perbankan syariah juga mengungkap keinginan terhadap keberadaan beberapa fatwa tambahan yang mengatur mengenai produk-produk penyaluran dana/pembiayaan, penghimpunan dana dan produk treasury serta sistem pembayaran. Fatwa tersebut dipandang perlu diterbitkan untuk dijadikan sebagai dasar dalam pengembangan produk perbankan syariah.

Sesungguhnya kerangka hukum dan regulasi mengenai lembaga-lembaga ekonomi syariah di Indonesia sudah cukup komprehensif. Tantangan yang dihadapi adalah lemahnya penegakan hukum di Indonesia. Masih lemahnya kapasitas regulator untuk memperbaiki rezim tata kelola kelembagaan inilah yang membuat Indonesia masih menghadapi kesulitan untuk mengadopsi standar-standar internasional mengenai tata kelola kelembagaan yang baik. Hal inilah yang dianggap berkontribusi terhadap masih lambannya pertumbuhan ekonomi Indonesia, termasuk pertumbuhan sektor ekonomi syariah.

World Bank, secara berkala melakukan penilaian sejauh mana negara-negara di dunia mengimplementasikan standar-standar dan kode-kode internasional. Hasil penilaian dilaporkan dalam bentuk ROSC (*Report on the Observance of Standards and Codes*). Tujuan dari inisiatif ROSC adalah untuk mengidentifikasi berbagai kelemahan yang dapat berkontribusi terhadap kerentanan ekonomi dan keuangan suatu negara. Penilaian ROSC atas tata kelola perusahaan dilakukan dengan menilai kerangka hukum dan peraturan perundang-undangan, praktik bisnis dan kepatuhan dari perusahaan terbuka, dan kapasitas penegakannya terhadap prinsip-prinsip tata kelola yang dikeluarkan oleh OECD (*World Bank*, 2010). Untuk Indonesia, *country assessment* pertama dilakukan pada tahun 2004 dan diperbarui pada tahun 2010. Pada penilaian terakhir, skor yang diperoleh Indonesia meningkat termasuk empat

prinsip yang memperoleh nilai “fully implemented”, 25 item dinilai “broadly implemented”, 34 item dinilai “partially implemented”, dan 2 item dinilai belum diimplementasikan (*World Bank* 2010). Oleh karena itu *World Bank* merekomendasikan Indonesia untuk melakukan reformasi untuk meningkatkan kapasitas regulator dalam menegakkan ketentuan-ketetuan tata kelola kelembagaan yang baik.

Untuk industri keuangan syariah di Indonesia, tata kelola merupakan isu yang juga mendapat perhatian regulator. Untuk perbankan syariah, Tata Kelola Perbankan Syariah diatur dalam UU No. 21/2008 tentang Perbankan Syariah Bab VI mengenai “Tata Kelola, Prinsip-Prinsip Kehati-hatian, dan Pengelolaan Risiko Perbankan Syariah”. Dalam Pasal 34 ayat 1 dinyatakan bahwa: “Bank Syariah dan UUS wajib menerapkan tata kelola yang baik yang mencakup prinsip transparansi, akuntabilitas, pertanggungjawaban, profesional, dan kewajaran dalam menjalankan kegiatan usahanya.”

Ketentuan lebih lanjut mengenai tata kelola syariah perbankan syariah diatur dalam Bagian ketiga UU Perbankan Syariah Pasal 32 yang menyatakan bahwa (1) Dewan Pengawas Syariah wajib dibentuk di Bank Syariah dan Bank Umum Konvensional yang memiliki UUS; (2) Dewan Pengawas Syariah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diangkat oleh Rapat Umum Pemegang Saham atas rekomendasi Majelis Ulama Indonesia; (3) Dewan Pengawas Syariah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bertugas memberikan nasihat dan saran kepada direksi serta mengawasi kegiatan Bank agar sesuai dengan Prinsip Syariah. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tata Kelola ini tertuang dalam Peraturan BI No. 11/33/PBI/2009 tentang Pelaksanaan Good Corporate Governance bagi Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah.

Sedangkan ketentuan mengenai tata kelola syariah dituangkan dalam Surat Edaran BI No. 8/19/DPbS/2006 tentang Pedoman Pengawasan Syariah dan Tata Cara Pelaporan Hasil Pengawasan bagi Dewan Pengawas Syariah. Point ketiga menyatakan bahwa laporan hasil pengawasan syariah beserta

kertas kerja pengawasan disampaikan oleh Dewan Pengawas Syariah kepada Direksi, Komisaris, DSN dan Bank Indonesia (sekarang dialihkan ke OJK). Dalam point 4 SEBI ini dinyatakan bahwa laporan hasil pengawasan syariah paling kurang memuat hal-hal sebagai berikut:

1. Hasil pengawasan atas kesesuaian kegiatan operasional bank terhadap fatwa yang dikeluarkan oleh DSN –MUI.
2. Opini syariah atas pedoman operasional dan produk yang dikeluarkan oleh Bank.
3. Hasil kajian atas produk dan jasa baru yang belum ada fatwa untuk dimintakan fatwa kepada DSN – MUI.
4. Opini syariah atas pelaksanaan operasional Bank secara keseluruhan dalam laporan publikasi Bank.

Sejak disahkannya UU No. 21 Tahun 2011 Tentang Otoritas Jasa Keuangan, fungsi pengaturan dan pengawasan lembaga keuangan syariah telah dialihkan dari BI dan Bapepam-LK kepada OJK, sebagaimana Pasal 5 UU tentang OJK yang menyatakan "OJK berfungsi menyelenggarakan sistem pengaturan dan pengawasan yang terintegrasi terhadap keseluruhan kegiatan di dalam sektor jasa keuangan". Pasal 6 selanjutnya merinci "OJK melaksanakan tugas pengaturan dan pengawasan terhadap:

1. Kegiatan jasa keuangan di sektor perbankan.
2. Kegiatan jasa keuangan di sektor pasar modal,
3. Kegiatan jasa keuangan di sektor perasuransian, dana pensiun, lembaga pembiayaan, dan lembaga jasa keuangan lainnya. Sedangkan BI sebagai bank sentral fokus bertugas mengawal stabilitas moneter, stabilitas sistem pembayaran, dan stabilitas sistem keuangan. Dengan demikian BI tidak lagi mengatur dan mengawasi individual bank.

Namun demikian, aspek makroprudensial yaitu pengawasan terhadap resiko sistemik pada stabilitas sistem keuangan tetap berada dalam pengawasan BI. Sesuai amanah UU No.

21 tahun 2011 OJK melaksanakan fungsi, tugas dan kewenangan di sejumlah bidang, seperti pengaturan, pengawasan, pemeriksaan, penyidikan dan perlindungan konsumen pada sektor jasa keuangan perbankan, pasar modal serta industri keuangan non bank. Peraturan Bank Indonesia dan Surat Edaran Bank Indonesia mengenai Perbankan, termasuk Perbankan Syariah, masih tetap berlaku, selama OJK belum adanya peraturan terbaru.

Terkait pedoman Tata Kelola Perusahaan, OJK telah mempublikasikan manual tata kelola perusahaan Indonesia (*The Indonesia Corporate Governance Manual*) pada Januari 2014. Manual ini menekankan pada penguatan peran dan tanggung jawab dewan direksi dan komisaris perusahaan, meningkatkan jumlah dan kualitas pengungkapan dan meningkatkan akuntabilitas dewan eksekutif perusahaan, yang juga berlaku pada lembaga-lembaga keuangan syariah. Perbaikan kelemahan tata kelola difokuskan pada penguatan peran dewan direksi, dewan komisaris, hak-hak para pemegang saham, transaksi perusahaan material, transparansi, dan pengawasan internal.

Manual ini juga memberikan petunjuk pelaksanaan tata kelola kelembagaan yang bersifat umum yang juga berlaku untuk lembaga keuangan syariah. Namun sayangnya, karena ditulis untuk semua perusahaan secara umum yang berada di bawah pengawasan OJK, Manual ini belum memberi perhatian terhadap kekhususan lembaga-lembaga keuangan syariah yang harus memenuhi aspek kepatuhan syariah (*sharia compliance*).

Dalam hal tata kelola industri halal, pemerintah telah menetapkan UU No. 33/2014 Tentang Jaminan Produk Halal. UU JPH Bab V (Pasal 29-36) mengatur tata cara memperoleh setifikat Halal. Dalam Penjelasan UU ini, disebutkan bahwa tata cara ini diawali dengan pengajuan permohonan sertifikat halal oleh Pelaku Usaha kepada BPJPH. Selanjutnya, BPJPH melakukan pemeriksaan kelengkapan dokumen. Dalam jangka waktu paling lama 5 (lima) hari kerja terhitung sejak dokumen permohonan



dinyatakan lengkap, BPJPH menetapkan LPH untuk melakukan pemeriksaan dan/atau pengujian kehalalan Produk.

LPH tersebut harus memperoleh akreditasi dari BPJPH yang bekerja sama dengan MUI. LPH selanjutnya menyerahkan hasil pemeriksaan dan/atau pengujian kehalalan produk kepada BPJPH. Setelah itu, Badan ini menyampaikan hasil pemeriksaan dan/atau pengujian kehalalan produk kepada MUI untuk memperoleh penetapan kehalalan melalui sidang. Hasilnya berupa keputusan penetapan halal produk. Pasal 3 UU JPH menyatakan bahwa sidang fatwa halal bertujuan untuk memutuskan kehalalan produk paling lama 30 (tiga puluh) hari kerja sejak MUI menerima hasil pemeriksaan dan/atau pengujian produk. Dengan keputusan hasil sidang MUI, BPJPH menerbitkan sertifikat halal. UU JPH ini setidaknya telah memberikan prosedur dan jangka waktu untuk memberikan kepastian hukum bagi proses sertifikasi halal.

Dalam UU ini Pasal 1 ayat 3 dinyatakan bahwa proses produk halal yang selanjutnya disingkat PPH adalah rangkaian kegiatan untuk menjamin kehalalan produk mencakup penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian produk. Dari ketentuan ini terlihat bahwa ketentuan halal masih hanya menekankan pada unsur bahan, proses dan penyajian. Ketentuan ini belum mendorong para pelaku usaha halal untuk menggunakan pembiayaan syariah dari lembaga keuangan syariah sehingga tercipta *halal value chain* yang terintegrasi dari hulu ke hilir sejak bahan mentah hingga penyajian produk, termasuk dalam mata rantai pembiayaan yang juga bersifat halal karena sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Sedikit berbeda dengan lembaga keuangan syariah. Dewan Pengawas Syariah merupakan bagian internal dan bersifat wajib dalam lembaga keuangan syariah, ketentuan perusahaan-perusahaan penyedia produk halal memiliki penyelia halal atau orang yang bertanggung jawab terhadap PPH (proses produk halal) hanya berlaku bagi

perusahaan-perusahaan berskala besar, dan tidak berlaku bagi UMKM, karena hal ini dikhawatirkan akan menimbulkan keberatan dari segi biaya bagi para pelaku UMKM. Oleh karena itu Pasal 53 UU JPH memberikan landasan hukum bagi peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan JPH baik dengan melakukan sosialisasi mengenai JPH ataupun mengawasi produk halal yang dilakukan melalui pengaduan ataupun pelaporan ke BPJPH.

Dunia Muslim memiliki potensi signifikan untuk perkembangan ekonomi syariah karena didukung oleh populasi Muslim yang semakin bertambah disertai dengan pertumbuhan ekonomi yang relatif pesat di negara-negara Muslim. Ekonomi syariah menawarkan peluang untuk mengembangkan koneksi antara sektor keuangan syariah dan industri halal, memacu inovasi, dan memanfaatkan nilai-nilai bersama, dan kebutuhan ekonomi, untuk memperluas pasar baru.

Beberapa tantangan utama yang dihadapi oleh ekonomi syariah saat ini meliputi: kebutuhan untuk lebih banyak lagi tenaga kerja terampil dan berpengalaman, industri ekonomi syariah yang masih muda yang masih belum matang dan mendalam, beragamnya interpretasi syariah, dan kurangnya standar global. Namun, sifat dan tingkat standar global tersebut harus dipertimbangkan dengan hati-hati karena pengaturan yang terlalu detil dan rumit justru dapat menghambat inovasi.

Upaya meningkatkan harmonisasi standar dalam keuangan Islam dan industri halal dipandang akan mendukung pertumbuhan ekonomi syariah karena praktik standardisasi akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan investor dan memfasilitasi bisnis global. Namun, ada juga pandangan lain bahwa peraturan dan standar yang terlalu ketat akan merusak inovasi, yang juga penting untuk pengembangan. Para praktisi mengkhawatirkan efek dari risiko peraturan baru, hukum atau standar yang diterapkan tanpa disertai pemahaman yang baik mengenai dampak potensialnya di pasar. Oleh karena sulit diukur dampaknya, maka cara terbaik untuk pengembangan

standar lintas negara adalah melalui pembangunan konsensus yang bertujuan untuk menghindari kontradiksi.

Menurut laporan yang dikeluarkan oleh *Islamic Research and Training Institute-Islamic Development Bank* (IRTI-IDB), *Thomson Reuters* dan *General Council for Islamic Banks and Financial Institutions* (CIBAFI) pada tahun 2016 dalam *Islamic Finance Report Country Report for Indonesia* dengan tema '*Prospect for Exponential Growth*', Indonesia, sebagai negara besar dengan penduduk mayoritas Muslim, memiliki sumber daya alam yang melimpah dan lokasi geografis yang strategis, menawarkan potensi besar dalam pertumbuhan ekonomi dan berbagai peluang bagi industri keuangan syariah. Berbeda dengan negara-negara lain, industri keuangan syariah di Indonesia sebagian besar dibangun atas inisiatif masyarakat (*community based initiatives*). Dengan kata lain, inisiasi pertumbuhan keuangan syariah di Indonesia dilakukan melalui *bottom-up approach* bukan *top-down approach*. Keinginan tersebut muncul dari masyarakat lalu diakomodasi oleh pemerintah, bukan sebaliknya. Namun, setidaknya hal tersebut membawa kesan positif dengan memunculkan berbagai pengembangan fitur unik seperti kehadiran BPR syariah, sukuk ritel, dana haji dan berbagai inisiatif keuangan sosial yang inovatif lainnya.

Lebih lanjut, menurut laporan tersebut, saat ini pemerintah telah menjadikan perkembangan industri keuangan syariah sebagai pilar utama dalam keseluruhan strategi pertumbuhan ekonominya. Maka diharapkan industri tersebut tumbuh dengan kuat dengan tetap mempertahankan berbagai produk dan jasanya yang unik sehingga diharapkan bisa menaikkan pangsa pasar keuangan syariah menjadi lebih dari dua kali lipat dalam lima tahun ke depan. Studi ini melihat peluang pertumbuhan ritel dan korporasi di sektor utama keuangan Islam dan aset; termasuk perbankan syariah, asuransi syariah, manajemen aset syariah, sukuk dan keuangan sosial syariah. Dukungan pemerintah ditambah lagi dengan

berbagai daya tarik yang dimiliki bisa memikat para investor asing untuk menginvestasikan dananya di industri keuangan syariah.

Di samping keuangan syariah, industri halal juga mempunyai potensi yang besar untuk berkembang di Indonesia. Ini merupakan sektor yang mendukung tegaknya ekonomi Islam di Indonesia selain lembaga keuangan syariah. Industri halal masuk ke dalam sektor riil perekonomian yang saat ini sedang berkembang. Berbagai upaya telah dilakukan pemerintah untuk mengembangkan industri halal.

Berdasarkan UU JPH, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) didirikan. BPJPH adalah badan pemerintah yang ditugaskan untuk menyelenggarakan jaminan produk halal. Posisinya berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Menteri Agama. Menurut Pasal 6 UU JPH, kewenangan BPJPH dalam menyelenggarakan jaminan produk halal adalah sebagai berikut:

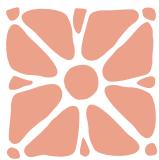
1. Merumuskan dan menetapkan kebijakan JPH.
2. Menetapkan norma, standar, prosedur, dan kriteria JPH.
3. Menerbitkan dan mencabut sertifikat dan label halal pada produk.
4. Melakukan registrasi sertifikat halal pada produk luar negeri.
5. Melakukan sosialisasi, edukasi, dan publikasi produk halal.
6. Melakukan akreditasi terhadap LPH.
7. Melakukan registrasi auditor halal.
8. Melakukan pengawasan terhadap JPH.
9. Melakukan pembinaan auditor halal;
10. Melakukan kerja sama dengan lembaga dalam dan luar negeri di bidang penyelenggaraan JPH.



Berdasarkan kewenangan di atas, saat ini BPJPH merupakan satu-satunya lembaga yang berwenang untuk menyelenggarakan sertifikasi produk halal di Indonesia. Dengan telah dibentuknya BPJPH, maka proses sertifikasi produk halal tidak lagi berada di bawah kewenangan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Meskipun demikian, sesuai yang diatur dalam UU JPH, MUI tetap mempunyai peran strategis dalam proses sertifikasi produk halal. BPJPH tetap akan melakukan kerja sama dengan MUI terutama terkait dengan proses sertifikasi auditor halal, akreditasi Lembaga Penjamin Halal (LPH) dan penetapan kehalalan produk dalam bentuk fatwa. Dengan lahirnya BPJPH diharapkan pengurusan proses penyelenggaraan jaminan halal semakin lebih baik dari sebelumnya. Dari segi kelembagaan dan legalitas tentu keberadaan BPJPH sangat kuat dan strategis karena merupakan lembaga resmi negara dan diatur secara tegas dalam UU JPH.

Indonesia, dalam melakukan harmonisasi dan standardisasi lembaga keuangan syariah melakukan pendekatan secara institutional. Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) mendapatkan mandat oleh Undang-Undang sebagai lembaga yang mempunyai otoritas untuk mengeluarkan fatwa-fatwa yang berhubungan dengan keuangan syariah. Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah memerintahkan Bank Indonesia, saat ini Otoritas Jasa Keuangan, untuk mengadopsi fatwa-fatwa yang dikeluarkan oleh DSN-MUI.

Terkait dengan harmonisasi dan standardisasi halal LPPOM MUI, BPJPH akan mengadakan harmonisasi standar sertifikasi halal yang sama dengan yang ada di Lembaga Pengkajian Pangan dan Obat-Obatan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Harmonisasi standar ini penting dilakukan agar pelaku usaha tidak bingung apabila BPJPH akan melakukan proses sertifikasi halal. Standar yang ditetapkan LPPOM-MUI masih berlaku selama tidak bertentangan dengan peraturan yang berlaku.



Peluang dan tantangan klaster fatwa, regulasi dan tata kelola

Regulasi keuangan syariah di Indonesia secara umum sudah cukup komprehensif. Hal ini ditandai dengan banyaknya regulasi yang mengatur secara spesifik pada masing-masing lembaga keuangan baik dalam bentuk undang-undang maupun

peraturan pelaksananya. Namun demikian, masih terdapat tantangan yang masih perlu diperbaiki dari segi regulasi agar institusi keuangan syariah dan industri halal bisa berjalan lebih optimal dan saling bersinergi antara satu sama lainnya.

Tabel 7.16
Peluang dan Tantangan Klaster Fatwa, Regulasi dan Tata Kelola

Aspek	Peluang	Tantangan
Fatwa	<ul style="list-style-type: none">Indonesia telah memiliki dewan fatwa yang fatwanya bersifat nasional, yaitu MUIIndonesia merupakan negara dengan jumlah Muslim terbesar di dunia, sehingga peluang untuk hadirnya fatwa-fatwa kontemporer cukup besarFatwa MUI maupun DSN-MUI memiliki reputasi yang cukup baik di dunia	<ul style="list-style-type: none">MUI bukanlah satu-satunya lembaga fatwa, sehingga apabila terjadi pertengangan antara fatwa MUI dan fatwa dari lembaga fatwa lainnya, akan menyebabkan masyarakat yang mengikuti organisasi kemasyarakatan tersebut tidak patuh terhadap fatwa MUIMUI merupakan lembaga independen yang tidak berada di dalam struktur pemerintahan, sehingga fatwa-fatwa yang dikeluarkannya tidak dapat dijadikan payung hukumKurangnya perhatian terhadap tata kelola organisasi, menjadikan fatwa-fatwa diputuskan dalam waktu yang relatif lama, sehingga terkadang menjadi <i>out of date</i>
Tata Kelola	<ul style="list-style-type: none">UU JPH telah memberi ruang yang luas bagi partisipasi masyarakat dalam proses penyelenggaraan jaminan halalUU JPH memberi ruang berdirinya <i>stakeholder</i> halal daerahDSN di bawah MUI yang merupakan lembaga swadaya pemerintah memberikan keleluasaan dan independensi DSN dari berbagai potensi kooptasi dan intervensi dari berbagai pihakOJK telah menerbitkan <i>the Indonesian Corporate Governance Manual</i>Potensi filantropi yang besar dan Indonesia merupakan negara yang dermawan	<ul style="list-style-type: none">Pelaksanaan amanat UU JPH pada tahun 2019 masih sulit karena belum didukung oleh peraturan terkaitDSN tidak memiliki kewenangan yang bersifat regulasi yang mengikat terhadap lembaga-lembaga keuanganDSN-MUI tidak memiliki standar jangka waktu penetapan fatwaBelum ada ketentuan baku mengenai proses rekrutmen mekanisme pengunduran diri, dan pemberhentian anggota-anggota DSN secara terbuka kepada publikBelum terdapat <i>Code of Ethics and Conduct</i> bagi anggota-anggota DPSBelum terdapat standar IKU/Indikator Kinerja Utama (KPI/Key Performance Indicators) untuk mengevaluasi kinerja DPS di lembaga-lembaga keuangan syariahUntuk mengawasi <i>post-ante</i>, belum ada standar <i>operating</i> untuk penyelesaian temuan-temuan ketidak-sesuaian syariah<i>The Indonesian Corporate Governance Manual</i> yang diterbitkan OJK hanya berlaku untuk emiten yang telah <i>go public</i>Perlu pemberian tata kelola lembaga ZISWAF
Regulasi	<ul style="list-style-type: none">Secara umum, regulasi keuangan syariah sudah cukup komprehensifAdanya fatwa DSN-MUI No. 108 tahun 2016 tentang Pedoman Pariwisata Syariah yang menjadi acuan beberapa Pemerintah Daerah untuk membuat regulasi pariwisata halal	<ul style="list-style-type: none">Banyak hal yang perlu diperbaiki/diamandemen dari regulasi-regulasi keuangan syariah yang sudah adaUU No. 33 tahun 2014 belum mendapat dukungan peraturan apapun untuk teknis pelaksanaannya



Dibidang fatwa, terdapat beberapa peluang di Indonesia, yaitu, pertama, telah terdapat dewan fatwa di Indonesia dengan eksistensi yang telah mencapai dasawarsa kelima bernama Majelis Ulama Indonesia (MUI). MUI telah membuat berbagai fatwa di bidang kemasyarakatan dan membentuk dewan khusus untuk menangani permasalahan ekonomi dan keuangan melalui Dewan Syariah Nasional (DSN-MUI).

Kedua, Indonesia merupakan negara dengan jumlah Muslim terbesar di dunia, sehingga peluang untuk hadirnya fatwa-fatwa kontemporer cukup besar. Ketiga, fatwa MUI (termasuk DSN-MUI) memiliki reputasi yang cukup baik di dunia. Di balik peluang tersebut, terdapat beberapa tantangan, yaitu, pertama, MUI bukanlah satu-satunya lembaga fatwa. Terdapat pula lembaga fatwa yang merupakan bagian dari organisasi kemasyarakatan yang usianya telah cukup tua di Indonesia seperti Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah serta fatwa yang dikeluarkan oleh ulama dari organisasi kemasyarakatan.

Apabila terjadi pertengangan antara fatwa MUI dan fatwa dari lembaga fatwa lainnya, masyarakat cenderung tidak patuh terhadap fatwa MUI. Kedua, karena MUI merupakan lembaga independen yang tidak berada di dalam struktur pemerintahan, maka fatwa-fatwa yang dikeluarkannya tidak dapat dijadikan payung hukum kecuali jika terdapat undang-undang atau peraturan lainnya yang merujuk kepada fatwa MUI ataupun DSN-MUI. Ketiga, kurangnya perhatian terhadap tata kelola organisasi, menjadikan fatwa-fatwa diputuskan dalam waktu yang relatif lama, sehingga terkadang menjadi *out of date*.

Dalam hal tata kelola syariah yang terkait dengan sektor keuangan syariah, isu kelembagaan menjadi krusial. Secara kelembagaan Dewan Syariah Nasional (DSN) merupakan lembaga swadaya masyarakat/organisasi non-pemerintah. Status ini di satu sisi, memberikan keleluasaan dan independensi DSN dari berbagai potensi kooptasi dan intervensi dari berbagai pihak. Namun di sisi lain, sebagai lembaga non-pemerintah, DSN tidak memiliki kewenangan mengikat terhadap lembaga-lembaga keuangan.

Beberapa isu yang muncul dengan status kelembagaan DSN saat ini sebagai lembaga non-pemerintah adalah tidak adanya standar jangka waktu penetapan fatwa. Untuk isu-isu yang lebih sederhana, proses penetapan fatwa bisa dilakukan dengan cepat. Namun, untuk isu-isu yang lebih kompleks, proses penetapan fatwa bisa memakan waktu lama, bahkan sampai bertahun-tahun. Kondisi seperti ini tentu kurang kondusif bagi upaya akselesi keuangan syariah. Dengan lamanya proses penetapan fatwa, industri berpotensi kehilangan momentum untuk mengambil kesempatan bisnis dari produk yang sedang dimintakan fatwa.

Sebagai lembaga non-pemerintah, ketentuan penerapan tata kelola kelembagaan yang baik tidak bersifat mengikat bagi DSN. Namun sebagai lembaga yang mengeluarkan fatwa yang dijadikan rujukan hukum Islam bagi industri keuangan syariah, DSN perlu menerapkan prinsip tata kelola kelembagaan yang bersandar kepada prinsip-prinsip good governance. Hal ini meliputi: keterbukaan (*transparency*), akuntabilitas (*accountability*), pertanggungjawaban (*responsibility*), profesional (*professional*), dan kewajaran

(fairness). Lebih lanjut, selama ini juga belum terlihat adanya ketentuan baku mengenai proses rekrutmen anggota-anggota DSN secara terbuka kepada publik. Berbeda dari organisasi induk DSN yaitu MUI yang beranggotakan perwakilan organisasi massa Islam, keanggotaan DSN lebih didasarkan kepada keahlian dan keterampilannya di bidang fikih *muamalah maliyah*. Selain proses recruitment, mekanisme pengunduran diri dan pemberhentian DSN belum juga belum memiliki standar baku.

Di samping DSN, sistem tata kelola syariah yang baik perlu pula diterapkan kepada Dewan Pengawas Syariah di Lembaga Keuangan Syariah. Saat ini belum terdapat kode etik bagi anggota-anggota DPS. Di samping itu yang dianggap medesak adalah penyusunan standar IKU/Indikator Kinerja Utama (KPI/Key Performance Indicators) untuk mengevaluasi kinerja DPS yang bisa diterapkan di lembaga-lembaga keuangan syariah.

Untuk evaluasi kinerja, saat ini DPS lebih mengandalkan pada penilaian pribadi (*self-assessment*) yang menjadi bagian dari *self-assessment good corporate governance*. Namun karena bersifat *self-assessment*, laporan ini cenderung bersifat subjektif. Selain itu, untuk memonitor *post-ante*, belum ada standar operasional untuk penyelesaian temuan-temuan ketidak-sesuaian syariah. Pada praktiknya, terdapat keragaman pola bentuk penyelesaian temuan-temuan ketidaksesuaian syariah. Namun demikian, dalam proses pengawasan, hingga saat ini pun belum ada prosedur operasi standar (SOP), termasuk sanksi, bagi LKS yang melanggar ketentuan syariah, meskipun telah ada temuan dari DPS.

Beberapa isu tata kelola syariah ini perlu segera ditindaklanjuti dalam rangka mengharmonisasi ketentuan hukum dan peraturan di lembaga-lembaga keuangan syariah. Oleh karena itu lembaga otoritas yang berwenang perlu mengadopsi standar

internasional, terutama untuk sistem tata kelola syariah di lembaga keuangan syariah.

Lebih jauh lagi, dukungan fatwa, regulasi, dan tata kelola terhadap industri halal dapat diidentifikasi melalui analisis sektor masing-masing industri. Tiap sektor atau klaster tersebut memiliki kondisi fatwa, regulasi, dan tata kelola yang berbeda-beda sehingga diperlukan penjabaran terpisah.

Berdasarkan uraian pada *halal value chain*, industri halal digolongkan ke dalam enam klaster, di antaranya adalah makanan dan minuman halal, pariwisata halal, fesyen Muslim, media dan rekreasi halal, farmasi dan kosmetik halal, serta pengembangan energi terbarukan.

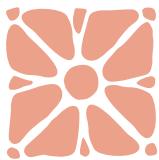
Secara umum seluruh klaster membutuhkan regulasi induk yang spesifik mengatur klaster tersebut. fungsinya untuk mendorong bisnis dan memberi kepastian hukum bagi pelaku pasar. Selain payung hukum, klaster yang menghasilkan produk olahan seperti makanan dan minuman halal serta farmasi dan kosmetik halal juga menekankan pada upaya percepatan sertifikasi, utamanya bagi pelaku industri di daerah.

Percepatan ini dapat didukung dengan hadirnya peraturan-peraturan teknis untuk menjalankan amanat UU JPH. Pembahasan pada klaster regulasi dan tata kelola juga menyinggung permasalahan pada klaster pariwisata halal. Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 2 tahun 2014 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah dan Pariwisata Halal telah dicabut berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 11 tahun 2016.



Tabel 7.17
Dukungan Fatwa, Regulasi, dan Tata Kelola terhadap Industri Halal

Klaster	Dukungan/Keterkaitan
Makanan Halal	Memacu percepatan kepemilikan sertifikat halal, khususnya bagi pelaku usaha di daerah dengan upaya desentralisasi fatwa makanan halal oleh LPPOM-MUI daerah
Pariwisata Halal	Mengupayakan pembuatan undang-undang induk pariwisata halal dengan kementerian dan lembaga terkait
Fesyen Muslim	Mengupayakan penyelarasan kebijakan pemerintah pusat dan pemerintah daerah tentang ekonomi kreatif, khususnya yang berkaitan dengan fesyen Muslim
Media dan Rekreasi Halal	Perlu dibuat regulasi-regulasi yang mereduksi pelanggaran hak cipta dan pembajakan, serta mengupayakan adanya stimulus dari sisi regulasi untuk mendukung program-program media dan rekreasi halal
Farmasi dan Kosmetik Halal	Memacu eksistensi fatwa dan regulasi khusus untuk farmasi dan kosmetik, khususnya terkait aturan pemilihan dan penggunaan bahan baku Mengupayakan adanya kemudahan dalam memperoleh sertifikat halal
Energi Terbarukan	Terdapat berbagai peraturan dan undang-undang yang memungkinkan pengadaan energi terbarukan dengan berbagai cara yang dapat dilakukan. Namun di lapangan terdapat keluhan bahwa regulasi di Indonesia sering berubah-ubah sehingga terjadi ketidakpastian bagi pelaku industri



Strategi dan program

Berdasarkan konsep dasar ekonomi syariah serta analisis peluang dan tantangan di atas, penyusunan rencana aksi untuk mengembangkan fatwa, regulasi dan tata kelola dibagi ke dalam delapan strategi khusus. Strategi-strategi tersebut secara umum mencakup regulasi induk terkait ekonomi syariah secara umum, pengembangan industri keuangan syariah, pengembangan industri halal, dan hal-hal yang berkaitan dengan cross-linkage dari sektor riil dan keuangan.

Beberapa penjabaran strategi dan program yang direkomendasikan adalah regulasi induk ekonomi syariah, perbaikan regulasi, baik di bidang perbankan syariah, industri keuangan syariah non bank, maupun regulasi lembaga filantropi, pemberian regulasi industri halal, penciptaan kerangka hukum yang membangun link pembiayaan industri halal dan lembaga keuangan syariah, pengupayaan terwujudnya fatwa ekonomi syariah yang mencakup kebutuhan pasar keuangan syariah, serta pengembangan standar dan sertifikasi produk halal.

Tabel 7.18
Rencana Aksi Pengembangan Literasi, SDM, dan Riset dan Pengembangan

No.	Strategi/Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
1.	Koordinasi antara semua lembaga pemangku kebijakan dalam merumuskan RUU induk ekonomi syariah	<ul style="list-style-type: none">• RUU induk ekonomi syariah dapat tersusun pada tahun 2020							KNKS, DPR-RI, Kemenkum HAM, Kemenko Perekonomian, Kementerian Keuangan, Kementerian Perindustrian, Kementerian Perdagangan, Kementerian KUKM, Kementerian Pariwisata, BI, OJK
	a. Koordinasi antara lembaga pemangku kebijakan yang dikoordinir oleh KNKS								
	b. menyusun ruu induk ekonomi syariah								



No.	Strategi/Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
2.	Membuat undang-undang induk ekonomi syariah	<ul style="list-style-type: none"> Terintegrasinya pengaturan keuangan syariah karena telah ada payung hukum undang-undang induk ekonomi syariah 							DPR-RI, Kemenkum HAM, Kemenko Perekonomian, Kementerian Keuangan, Kementerian Perindustrian, Kementerian Perdagangan, Kementerian KUKM, Kementerian Pariwisata, BI, OJK
	Melakukan studi banding dengan sistem regulasi di negara-negara lain yang dinilai sukses								
	b. Membuat undang-undang induk ekonomi syariah.								

Strategi 2: Perbaikan Regulasi Sektor Perbankan Syariah

1.	Membuat aturan dan mekanisme yang jelas mengenai prosedur dan jangka waktu pengadopsian fatwa DSN-MUI menjadi hukum positif	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat aturan dan mekanisme yang jelas mengenai prosedur dan jangka waktu pengadopsian fatwa DSN-MUI menjadi hukum positif 							DPR-RI, BI, OJK, Kemenkum HAM, DSN-MUI
	a. Membuat kajian tentang prosedur dan jangka waktu pengadopsian fatwa DSN-MUI menjadi hukum positif								
	b. Menghadirkan regulasi tentang aturan dan mekanisme prosedur dan jangka waktu pengadopsian fatwa DSN-MUI menjadi hukum positif								
2.	Membuat peraturan yang komprehensif tentang tugas dan fungsi DPS	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat peraturan yang komprehensif tentang tugas dan fungsi DPS 							BI, OJK, DSN-MUI
	Membuat kesepakatan antarpemangku kepentingan agar tercipta sinergi yang baik satu sama lain								
	b. Membuat peraturan dan petunjuk teknis tentang audit syariah internal dan eksternal								
	c. Membuat peraturan tentang pembatasan rangkap jabatan DPS, di mana satu orang hanya boleh menjadi DPS pada satu perusahaan di industri yang sama, sehingga terjaga confidentiality masing-masing industri								

No.	Strategi/Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
3.	Mengintegrasikan peran DSN-MUI dalam pembuatan fatwa keuangan syariah ke dalam OJK, sehingga prosedur pembuatan fatwa keuangan syariah menjadi lebih cepat	<ul style="list-style-type: none"> fungsi DSN-MUI selaku lembaga fatwa terintegrasi ke dalam lembaga regulator seperti OJK atau Bank Indonesia 							OJK, DSN-MUI
	a. Melakukan kajian yang mengacu kepada regulasi internasional tentang institusi fatwa ekonomi/keuangan								
	b. Melakukan studi banding ke Negara-negara yang memiliki institusi fatwa untuk mendapatkan model								
	c. Merumuskan regulasi tentang institusi fatwa ekonomi/keuangan yang ideal di Indonesia								
4.	Pengaturan yang komprehensif mengenai susunan organisasi, permodalan dan kepemilikan suatu UUS dan kewajiban <i>spin-off</i> UUS	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat pengaturan yang komprehensif mengenai organisasi, permodalan dan kepemilikan suatu UUS dan kewajiban <i>spin-off</i> UUS 							Otoritas Jasa Keuangan
	a. Peninjauan Undang-undang no. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, khusus di ketentuan mengenai UUS dan kewajiban <i>spin off</i>								
	b. Penerbitan regulasi yang mengatur secara komprehensif susunan organisasi, permodalan dan kepemilikan suatu UUS dan kewajiban <i>spin-off</i> UUS								
5.	Membuat aturan relaksasi terhadap batas waktu pelaksanaan <i>spin off</i>	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat aturan relaksasi terhadap batas waktu pelaksanaan <i>spin off</i> 							Otoritas jasa Keuangan
	a. Peninjauan Undang-undang no. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah								
	b. Pembuatan aturan relaksasi terhadap batas waktu pelaksanaan <i>spin off</i>								



No.	Strategi/Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
6.	Mendorong Mahkamah Agung untuk mengeluarkan kebijakan, yang mengatur pengadilan agama berwenang menyelesaikan sengketa perbankan syariah	<ul style="list-style-type: none"> Mahkamah Agung mengeluarkan kebijakan yang menyatakan pengadilan agama berwenang menyelesaikan sengketa perbankan syariah, menguatkan putusan MK 							Mahkamah Agung
	a. Mahkamah agung mengeluarkan kebijakan, baik dalam bentuk Surat Edaran ataupun Peraturan yang menyatakan pengadilan agama berwenang menyelesaikan sengketa perbankan syariah, menguatkan putusan MK								
	b. Pelaksanaan penyelesaian sengketa perbankan syariah dilakukan melalui pengadilan agama								

Strategi 3: Perbaikan Regulasi Industri Keuangan Syariah Non Bank

1.	Perbaikan regulasi pasar modal syariah	<ul style="list-style-type: none"> Berlaku regulasi yang mengatur pemberian insentif pajak kepada emiten sukuk korporasi Tercipta koordinasi yang baik untuk mendukung program cash wakaf link sukuk 							Kementerian Keuangan, Otoritas Jasa Keuangan
	Mendukung program <i>cash wakaf link sukuk</i> berkoordinasi dengan Kemenkeu untuk mengoptimalkan instrumen <i>cash wakaf link sukuk</i> , baik dari aspek regulasi maupun aspek pengelolaan								
	Memasukkan ke dalam regulasi yang memuat ketentuan <i>screening syariah</i> di pasar modal tentang kewajiban emiten untuk menempatkan dananya di bank syariah								
	Menyederhanakan prosedur dan jangka waktu tertentu sehingga dapat memotivasi perusahaan-perusahaan besar untuk mengeluarkan sukuk korporasi								
	d. Memberikan insentif pajak kepada emiten sukuk korporasi dalam jangka waktu tertentu sehingga bisa memotivasi perusahaan-perusahaan besar untuk mengeluarkan sukuk korporasi								

No.	Strategi/Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
2.	Perbaikan regulasi dalam industri asuransi	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat aturan yang komprehensif mengenai pemisahan unit usaha syariah asuransi dan reasuransi Mengeluarkan peraturan secara rinci yang mewajibkan LKS dan industri halal menggunakan asuransi syariah secara bertahap 							Otoritas Jasa Keuangan
	Mengeluarkan aturan komprehensif mengenai pemisahan (<i>spin off</i>) unit usaha syariah asuransi dan reasuransi								
	b. Mengeluarkan peraturan secara rinci yang mewajibkan LKS dan industri halal menggunakan asuransi syariah secara bertahap								

Strategi 4: Perbaikan Regulasi Lembaga Filantropi

1.	Membenahi tata kelola institusi zakat dan wakaf	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat regulasi yang mengatur pembatasan tugas yang jelas antara BAZNAS dan Direktorat Zakat Kementerian Agama BAZNAS menjadi satu-satunya penanggungjawab pendirian dan pengawasan BAZNAS daerah dan LAZ BWI di samping menjalankan tugasnya saat ini juga menjadi pengelola harta wakaf, sehingga dapat bekerja fokus dan independen Tersedianya dana operasional yang cukup untuk BWI sehingga dapat melaksanakan tugasnya secara efektif 							Kementerian Agama, BAZNAS, BWI
	Pendirian dan pengawasan BAZNAS daerah dan LAZ cukup menjadi tanggung jawab BAZNAS								
	Pembatasan tugas yang jelas antara BAZNAS dan Direktorat Zakat. Kementerian agama bertugas melakukan pengawasan dan mengatur regulasi dan pelaksanaannya dalam pengelolaan zakat yang dilakukan BAZNAS								
	Pengelolaan harta wakaf cukup dilakukan oleh BWI sehingga pengelolaan harta wakaf bisa lebih fokus dan independen								
	e. Tersedianya dana operasional yang cukup untuk BWI sehingga dapat melaksanakan tugasnya secara efektif								



No.	Strategi/Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
2.	Mengintegrasikan zakat sebagai instrumen filantropi Islam dengan pajak sebagai instrumen penyokong pembangunan	<ul style="list-style-type: none"> Tercipta integrasi antara zakat sebagai instrument filantropi Islam dengan pajak sebagai instrumen penyokong pembangunan 							Kementerian Keuangan, Badan Amil Zakat Nasional
	a. Membuat regulasi yang memungkinkan pengelolaan zakat sebagai pajak oleh pemerintah, secara transparan dan tepat sasaran								
	b. Membuat regulasi yang memungkinkan zakat sebagai pengurang pajak, bukan lagi sebagai pengurang penghasilan kena pajak sebagaimana aturan yang telah berlaku saat ini								
3.	Mendukung kewenangan, pengaturan dan pengawasan pengelolaan keuangan haji oleh pemerintah melalui BPKH dengan mengeluarkan peraturan pemerintah terkait	<ul style="list-style-type: none"> BPKH berwenang mengatur dan mengawasi pengelolaan keuangan haji 							Kemenkum HAM, Kementerian Keuangan, Kementerian Agama, BPKH
	a. Membuat kajian tentang pengelolaan keuangan haji oleh pemerintah								
	b. Mengeluarkan peraturan pemerintah berkaitan dengan kewenangan, pengaturan dan pengawasan pengelolaan keuangan haji oleh pemerintah								
	c. Sosialisasi kepada masyarakat tentang peraturan pemerintah yang mendukung kewenangan, pengaturan dan pengawasan pengelolaan keuangan haji oleh pemerintah melalui BPKH								

No.	Strategi/Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
1.	mendukung kinerja BPJPH dengan mengeluarkan PP dan PMA sehingga BPJPH bisa menjalankan tugasnya dengan optimal*	Dikeluarkannya PP dan PMA yang merupakan amanat UU no 33 tahun 2014							Kementerian KUKM, Kementerian Agama, Kementerian Perdagangan, Pondok Pesantren, BWI
	Menyiapkan BPJPH sebagai integrator peraturan kehalalan dari hulu ke hilir	Tentang Jaminan Produk halal yang berisi:							
	Mendukung rencana sistem subsidi silang antara perusahaan besar dan UMKM untuk biaya sertifikasi halal	<ul style="list-style-type: none"> • Sistem subsidi silang antara perusahaan besar dan UMKM untuk biaya pengurusan sertifikasi halal 							
	c. Mendukung program pemberian insentif pajak untuk perusahaan-perusahaan, khususnya UMKM yang sudah bersertifikasi halal	<ul style="list-style-type: none"> • Program pemberian insentif pajak untuk perusahaan yang sudah bersertifikasi halal • BPJPH sebagai integrator peraturan kehalalan dari hulu ke hilir 							
2.	Mengeluarkan peraturan pariwisata halal yang mengatur keterkaitan dengan sektor pendukung	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya peraturan pariwisata halal yang mengatur keterkaitan dengan sektor pendukung 							Kemenkum HAM, Kementerian Pariwisata, Pemerintah Daerah
	a. Melakukan tinjauan kepada Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 2 Tahun 2014 Tentang Pariwisata Halal yang telah dicabut berdasarkan keputusan pada Peraturan Menteri Pariwisata nomor 11 tahun 2016								
	b. Melakukan kajian-kajian tentang pentingnya peraturan pariwisata halal dan keterkaitan-keterkaitan dengan sektor pendukung yang ada								
	c. Mengeluarkan peraturan pariwisata halal								



No.	Strategi/Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
3.	Membuat institusi birokrasi pengurusan perizinan halal dan UMKM satu pintu	• Terdapat institusi birokrasi pengurusan perizinan halal dan UMKM satu pintu							Kemenko Perekonomian,
	Mengeluarkan peraturan pemerintah mengenai auditor halal								Kementerian Perindustrian,
	Membuat rancangan dan system program OSS dengan menjaga kerahasiaan data perusahaan								Kementerian KUKM, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal
4.	Membuat peraturan yang mampu mensinergikan antara industry halal, UMKM dan pesantren	• Terdapat peraturan yang mampu menyinergikan antara industri halal, UMKM dan pesantren							Badan Penyelenggara Jaminan
	Program pemberdayaan pesantren sebagai sentra ekonomi umat								Produk Halal, Kementerian Agama,
	b. Mencetak Auditor halal dan Penyelia halal bersumber dari pesantren dan komunitas UMKM								Kementerian Koperasi & UKM,
	c. Mengeluarkan ijin usaha pendirian hypermarket halal secara nasional								Kementerian Perdagangan
5.	Membuat regulasi yang mampu mendukung pertumbuhan ekosistem ekonomi digital yang sehat, demi mendukung pertumbuhan industri halal	• Tercipta regulasi yang mendukung pertumbuhan ekosistem ekonomi digital yang sehat, yang melindungi konsumen, baik data maupun dana, serta mendukung tata kelola perusahaan fintech yang baik dengan tersedianya pengawas syariah							Kemenkumham, kemenkominfo, Otoritas Jasa Keuangan
	Membuat undang-undang perlindungan data konsumen yang mampu melindungi data konsumen digital pada khususnya, dan masyarakat Indonesia pada umumnya, dari penyalahgunaan data								
	Membuat undang-undang <i>trust fund</i> , yang memberikan kekuatan hukum kepada perusahaan fintech untuk menghimpun dana masyarakat, serta mampu melindungi kepentingan konsumen/investor dari penyalahgunaan penggunaan dana yang telah dititipkan pada perusahaan investasi								
	Merevisi Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas untuk mempersyaratkan perusahaan-perusahaan berbasis syariah untuk mempunyai pengawas syariah								

No.	Strategi/Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Strategi 6: Penciptaan kerangka hukum yang membangun link antara pembiayaan industri halal dan lembaga keuangan									
1.	Membuat regulasi yang membangun <i>link</i> antara pembiayaan industri halal dan lembaga keuangan syariah sehingga tercipta ekosistem halal yang terintegrasi dalam <i>halal value chain</i> Indonesia dari hulu ke hilir*	<ul style="list-style-type: none"> Tercipta kerangka hukum dan regulasi serta tata kelola kelembagaan yang membangun link antara pembiayaan industri halal dan lembaga keuangan syariah 							Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan, Kementerian KUKM, Kementerian Perindustrian, Kementerian Perdagangan, Kementerian Pariwisata, Badan Pemeriksa Jaminan Produk Halal
	Memacu pertumbuhan jumlah auditor halal dan lembaga pemeriksa halal merata di tiap-tiap daerah/kabupaten								
	Melengkapi kebutuhan infrastruktur halal bagi masyarakat, khususnya UMKM								
	Mengintegrasikan pertumbuhan industri halal dengan industri keuangan syariah, dengan kewajiban sertifikasi halal bagi perusahaan, terutama UMKM, apabila ingin mendapatkan pembiayaan syariah								
2.	Melakukan harmonisasi regulasi kelembagaan ekonomi syariah yang baik pada lembaga keuangan syariah dan industri halal	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat harmonisasi kerangka hukum dan regulasi serta sistem tata kelola kelembagaan ekonomi syariah yang baik pada lembaga keuangan syariah dan industri halal 							KNKS, BI, OJK, Kementerian KUKM, Kementerian Perindustrian, Kementerian Perdagangan, Kementerian Pariwisata
	a. Membuat kajian tentang kelembagaan ekonomi syariah pada lembaga keuangan syariah dan industri halal								
	b. Mengharmonisasikan kerangka hukum, regulasi dan sistem tata kelola kelembagaan ekonomi syariah pada lembaga keuangan syariah dan industri halal								
3.	Mewujudkan kerangka hukum yang meningkatkan literasi dan inklusi keuangan syariah serta budaya halal masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> Terwujudnya kerangka hukum dan regulasi serta tata kelola kelembagaan ekonomi syariah yang meningkatkan literasi dan inklusi keuangan syariah serta budaya halal masyarakat 							BI, OJK, Kemenkominfo, Kemendiknas, Kemenag
	a. Membuat kerangka hukum, regulasi dan tata kelola kelembagaan ekonomi syariah yang meningkatkan literasi dan inklusi keuangan syariah serta budaya halal masyarakat								
	b. Menyosialisasikan kerangka hukum dan regulasi terkait literasi dan inklusi keuangan syariah serta budaya halal masyarakat								



No.	Strategi/Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
4.	Menciptakan kerangka hukum dan regulasi serta tata kelola kelembagaan yang membangun link antara pembiayaan industri halal dan lembaga keuangan syariah sehingga tercipta ekosistem halal yang terintegrasi dalam halal <i>Value Chain</i> Indonesia dari hulu ke hilir	<ul style="list-style-type: none"> Terbangun link antara pembiayaan industry halal dan lembaga keuangan syariah sehingga tercipta integrasi dalam <i>halal value chain</i> 							BI, OJK, Kementerian KUKM, Kementerian Perindustrian, Kementerian Perdagangan, Kementerian Pariwisata
	a. Membuat rancangan kerangka hukum yang membangun <i>link</i> antara pembiayaan industri halal dan lembaga keuangan syariah								
	b. Merealisasikan penciptaan kerangka hukum dan regulasi serta tata kelola kelembagaan yang membangun link antara pembiayaan industry halal dan lembaga keuangan syariah								
5.	Melakukan harmonisasi kerangka hukum dan regulasi serta sistem tata kelola kelembagaan ekonomi syariah yang baik pada lembaga keuangan syariah dan industri halal	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat harmonisasi ekonomi syariah pada lembaga keuangan syariah dan industri halal 							KNKS, BI, OJK, Kementerian KUKM, Kementerian Perindustrian, Kementerian Perdagangan, Kementerian Pariwisata
	a. Melakukan pengaturan harmonisasi kerangka hukum dan regulasi pada lembaga keuangan syariah dan industri halal								
	b. Mengatur tata kelola yang baik pada lembaga keuangan syariah dan industri halal								
6.	Mewujudkan kerangka hukum yang meningkatkan literasi dan inklusi keuangan syariah serta budaya halal masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya literasi dan inklusi keuangan syariah serta budaya halal masyarakat 							BI, OJK, Kemenkominfo, Kemendiknas, Kemenag
	a. Merancang kerangka hukum dan regulasi untuk peningkatan literasi dan inklusi keuangan syariah serta budaya halal masyarakat								
	b. Mewujudkan terciptanya kerangka hukum dan regulasi serta tata kelola kelembagaan ekonomi syariah yang meningkatkan literasi dan inklusi keuangan syariah serta budaya halal masyarakat								

No.	Strategi/Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Strategi 7: Pengupayaan terwujudnya fatwa ekonomi syariah yang mencakup kebutuhan pasar keuangan syariah									
1.	Mengupayakan penguatan institusi fatwa ekonomi syariah yang kredibel, profesional dan terbebas dari konflik kepentingan*	• Indonesia memiliki institusi fatwa ekonomi syariah yang kredibel, professional dan terbebas dari konflik kepentingan							BI, OJK, DSN-MUI, Kementerian Agama
	a. Meninjau dan mengkaji kondisi institusi fatwa yang ada di Indonesia saat ini								
	b. Melakukan studi tentang bagaimana institusi fatwa dapat menjadi kredibel, professional dan terbebas dari konflik kepentingan								
	c. Melakukan berbagai aksi dari hasil tinjauan, kajian dan studi yang telah dilakukan sebelumnya untuk mendapatkan institusi fatwa yang kredibel, profesional dan terbebas dari konflik kepentingan								
2.	Pembentukan Working Group untuk Meningkatkan Efektivitas Fatwa**	• <i>Working Group Fatwa</i>							DSN-MUI, OJK, Bank Indonesia, Industri Keuangan Syariah
	Identifikasi stakeholder dalam <i>working group</i>								
	Peresmian <i>working group</i> untuk mengawal proses pembentukan, pengeluaran, dan sosialisasi fatwa								
3.	Melakukan pemetaan fatwa ekonomi syariah dalam mengidentifikasi kebutuhan pasar keuangan syariah	• Fatwa ekonomi syariah di Indonesia dapat mengakomodir kebutuhan pasar keuangan Islam							BI, OJK, DSN-MUI
	a. Mengidentifikasi kebutuhan pasar ekonomi syariah dalam kaitan dengan keuangan syariah								
	b. Melakukan studi banding ke Negara-negara lain, serta organisasi-organisasi keuangan Islam tentang fatwa-fatwa ekonomi/keuangan yang telah diproduksi								
	c. Membuat peta fatwa ekonomi syariah yang mengidentifikasi kebutuhan pasar keuangan syariah								



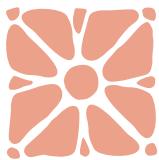
No.	Strategi/Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
4.	Menyusun langkah strategis dalam upaya transformasi fatwa menjadi undang-undang dan peraturan pemerintah yang mengikat dan wajib dipenuhi	<ul style="list-style-type: none"> • Fatwa-fatwa keuangan di Indonesia dapat ditransformasikan menjadi regulasi yang mengikat dan wajib dipenuhi 							Bappenas, BI, OJK, DSN-MUI
	a. Melakukan koordinasi antara pemangku kepentingan untuk menjadikan fatwa dapat bertransformasi menjadi undang-undang sesuai dengan kebutuhan di industri keuangan syariah								
	b. Melakukan kajian tentang kemungkinan kemudahan transformasi fatwa menjadi undang-undang dari sisi institusi								
5.	Menyiapkan sistem dan infrastruktur hukum ekonomi syariah yang jelas agar dapat menjadi acuan penegakan hukum bagi setiap bentuk pelanggaran dan persengketaan keuangan syariah	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat system dan infrastruktur hukum ekonomi syariah yang jelas dan dapat menjadi acuan bagi penegakan hukum setiap bentuk pelanggaran dan persengketaan keuangan syariah 							Mahkamah Agung, BI, OJK
	a. Menyiapkan struktur kelembagaan yang baik untuk memfasilitasi setiap bentuk pelanggaran dan persengketaan keuangan syariah								
	b. Merancang dan membuat sistem yang baik dalam memfasilitasi setiap bentuk pelanggaran dan persengketaan keuangan syariah								
	c. Melakukan sosialisasi yang masif dan terencana untuk para praktisi hukum dan masyarakat umum tentang penegakan hukum bagi setiap bentuk pelanggaran dan persengketaan keuangan syariah								

No.	Strategi/Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
5.	Mengeluarkan regulasi yang berisi peraturan teknis yang mengatur secara rinci mekanisme pendidikan/pelatihan dan sertifikasi hakim ekonomi syariah	<ul style="list-style-type: none"> Tercukupinya jumlah hakim yang memiliki kompetensi yang baik dalam menyelesaikan sengketa ekonomi syariah, minimal 1 orang di setiap pengadilan agama 							Mahkamah Agung, Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia
	a. Merancang peraturan teknis yang mengatur secara rinci mekanisme pendidikan/pelatihan dan sertifikasi hakim ekonomi syariah								
	b. Mengeluarkan regulasi tentang peraturan teknis mekanisme pendidikan/pelatihan hakim ekonomi syariah								
Strategi 8: Pengembangan Standar dan Sertifikasi Produk Halal									
1.	Pembentukan aturan teknis (seperti PP dan PMA) untuk mendukung efektivitas BPJPH**	<ul style="list-style-type: none"> Aturan teknis terkait implementasi UU No. 30 Tahun 2014 							BPJPH, LPPOM MUI
	Harmonisasi dan implementasi peraturan terkait tata kelola halal dalam industri halal								
	Pembuatan manual halal sebagai panduan untuk memperoleh sertifikasi halal untuk setiap sektor industri halal								
	Pembuatan prosedur operasi standar untuk audit halal bagi industri halal								
2.	Memperkuat kerangka hukum dan regulasi yang mendorong sinkronisasi dan harmonisasi antar lembaga yang berkepentingan dalam pembentukan dan pengembangan standar halal	<ul style="list-style-type: none"> Tercipta sinkronisasi dan harmonisasi antar lembaga yang berkepentingan dalam pembentukan dan pengembangan standar halal 							Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan, DSN-MUI, Kementerian Agama
	Melakukan kajian tentang upaya sinkronisasi dan harmonisasi yang dapat dilakukan antar lembaga pemangku kepentingan dalam pembentukan dan pengembangan standar halal								
	Menerbitkan regulasi-regulasi yang mendorong sinkronisasi dan harmonisasi antar lembaga yang berkepentingan dalam pembentukan dan pengembangan standar halal								



No.	Strategi/Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
3.	Mendorong pemerintah untuk meratifikasi standar-standar internasional di bidang keuangan syariah dan industri halal	<ul style="list-style-type: none"> Standar-standar internasional di bidang keuangan syariah dan industri halal dapat terratifikasi dengan baik 							BPJPH, Otoritas jasa Keuangan, Kementerian Perdagangan, LPPOM-MUI
	Menyusun dan membuat kajian tentang standar-standar internasional di bidang keuangan syariah dan industri halal yang dapat diratifikasi								
	Memberikan rekomendasi tentang standar-standar internasional yang perlu diratifikasi berdasarkan skala prioritas								
4.	Mendorong pembentukan Lembaga Pemeriksa Halal di setiap daerah*	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat lembaga pemeriksa halal di setiap daerah 							BPJPH, LPPOM-MUI
	Melakukan studi dan pengumpulan data tentang kebutuhan sertifikasi halal di setiap daerah								
	Menerbitkan regulasi untuk mengakselerasi pembentukan lembaga pemeriksa halal di setiap daerah								
5.	Desentralisasi kewenangan dalam penetapan fatwa produk halal kepada MUI daerah	<ul style="list-style-type: none"> Fatwa produk halal dapat terdesentralisasi kepada MUI daerah 							LPPOM-MUI
	Membuat kajian tentang pentingnya desentralisasi kewenangan penetapan fatwa produk halal kepada MUI daerah								
	Mendorong berbagai langkah yang dapat dilakukan untuk melakukan desentralisasi kewenangan dalam penetapan fatwa produk halal kepada MUI daerah								
6.	Meningkatkan kesadaran literasi dan budaya halal di kalangan masyarakat dengan cara sosialisasi melalui informasi dan acara-acara publik	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat kesadaran literasi dan budaya halal di kalangan masyarakat 							BPJPH, Kemenkominfo
	Membuat pemetaan literasi dan budaya halal di berbagai kalangan masyarakat								
	Membuat berbagai acara secara berkala dan simultan untuk meningkatkan kesadaran literasi dan budaya halal di kalangan masyarakat								

(*) merupakan program utama, (**) merupakan quick wins



Berdasarkan keseluruhan rencana aksi untuk menguatkan sistem fatwa, tata kelola, dan regulasi di atas, terdapat pengarutan dua program yang dapat diimplementasikan dalam jangka pendek (*quick wins*). Kedua program ini dinilai memiliki cakupan yang sempit namun memberikan dampak signifikan untuk mendorong pengembangan industri halal dan industri keuangan syariah dari sisi . *Quick wins* sendiri telah dialokasikan untuk selesai dalam periode tahun 2019 dan menjadi momentum awal bagi rencana aksi lainnya di tahun 2020 hingga 2024.

1. Pembentukan working group untuk meningkatkan efektivitas fatwa

Fatwa merupakan rujukan yang sangat penting dalam penyusunan regulasi dan tata kelola institusi terkait ekonomi syariah. Namun demikian, pengeluaran fatwa sering berlangsung lambat karena berbagai hal, seperti koordinasi dengan berbagai pihak. Working group atau *task force* yang beranggotakan perwakilan dari DSN-MUI, regulator, praktisi, akademisi dan pihak terkait lainnya ini diharapkan dapat menjembatani permasalahan koordinasi tersebut sehingga proses pembentukan, pengeluaran dan sosialisasi fatwa dapat berjalan dengan lebih cepat dan efektif. Dengan demikian, diharapkan regulasi yang sesuai bisa segera dikeluarkan dan dipergunakan oleh pelaku ekonomi dan industri halal dengan semestinya.

2. Pembentukan aturan teknis (seperti PP dan PMA) untuk mendukung efektivitas BPJPH.

Salah satu amanat dalam UU JPH adalah peraturan pelaksanaan undang-undang. Akan tetapi, sampai saat ini peraturan pelaksana tersebut belum ada. Padahal peraturan tersebut sangat diperlukan untuk mendukung tugas BPJPH dalam penyelenggaraan jaminan produk halal di Indonesia. Beberapa hal yang perlu dituangkan dalam regulasi terkait jaminan produk halal antara lain harmonisasi dan implementasi peraturan terkait tata kelola halal dalam industri halal, pembuatan manual halal sebagai panduan untuk memperoleh sertifikasi halal untuk setiap sektor industri halal, pendirian cabang BPJPH untuk mempercepat proses sertifikasi halal di daerah, kerjasama BPJPH dengan perguruan tinggi untuk mendirikan *halal center*, pelatihan auditor dan penyelia halal, pembuatan prosedur operasi standar untuk audit halal bagi industri halal, pengadopsian standard-standar halal internasional sehingga label halal BPJPH dapat diterima oleh dunia internasional, serta pembuatan standard halal bagi produk-produk halal impor.



8

Kesimpulan dan Rekomendasi





Dalam konteks pembangunan halal hub berbasis daerah, peran pemerintah daerah menjadi krusial untuk dapat menciptakan iklim pengembangan industri halal yang kondusif di daerah masing-masing.



Program utama

Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia ini memiliki usulan program yang dilaksanakan dalam jangka pendek dan menengah. Tergambar dalam kerangka Masterplan, terdapat 4 strategi utama yang bertujuan untuk mewujudkan Indonesia yang mandiri, makmur, dan madani dengan menjadi pusat ekonomi syariah terkemuka dunia. Keempat strategi tersebut adalah:

1. Penguatan halal *value chain*, yang terdiri atas industri makanan dan minuman halal, industri pariwisata halal, industri fesyen Muslim, industri media dan rekreasi halal, industri farmasi dan kosmetik halal dan industri energi terbarukan.
2. Penguatan keuangan syariah.
3. Penguatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).
4. Penguatan ekonomi digital.

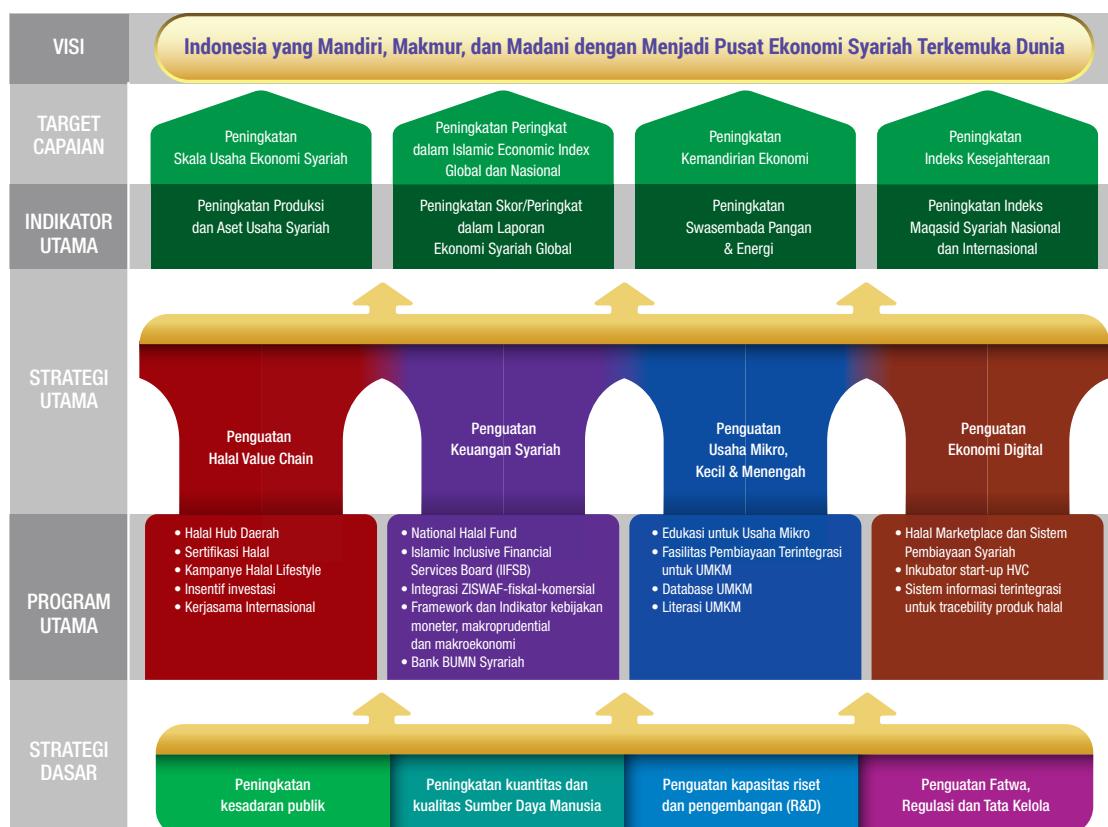
4. Penguatan ekonomi digital.

Selain strategi utama, terdapat strategi dasar sebagai ekosistem pendukung, yaitu: (1) penguatan regulasi dan tata kelola, (2) pengembangan kapasitas riset dan pengembangan, (3) Peningkatan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia, dan (4) Peningkatan kesadaran dan literasi publik.

Masing-masing strategi di atas diwujudkan dalam program-program klaster yang telah dipaparkan dalam bab sebelumnya. Di antara banyak program tersebut, beberapa di antaranya merupakan unggulan yang dapat membantu akselerasi pencapaian visi Masterplan. Program utama tersebut dibagi menjadi 4 sub-klaster:

Gambar 8.1

Kerangka Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia





Program utama penguatan rantai nilai halal



Program ini merupakan program unggulan untuk memperkuat *Halal Value Chain*, terdapat lima program utama seperti dibawah ini:

1. Membangun kawasan industri halal dan *halal hub* di berbagai daerah sesuai dengan *comparative advantage* masing-masing daerah unggulan. Hal ini didukung oleh pusat riset yang memiliki kapasitas unggul.

Program ini bertujuan untuk mendorong pengembangan industri halal yang berbasis regional sesuai dengan karakteristik dan *comparative advantage* masing-masing daerah. Selain itu untuk efisiensi produksi industri halal, *halal hub* yang terbentuk di berbagai daerah diharapkan dapat berkontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja dan peningkatan kapasitas ekonomi regional. Dalam konteks pembangunan halal hub berbasis daerah, peran pemerintah daerah menjadi krusial untuk dapat menciptakan iklim pengembangan industri halal yang kondusif di daerah masing-masing.

2. Memperkuat infrastruktur untuk meningkatkan efektivitas dan standarisasi proses sertifikasi halal di Indonesia (Halal Center, Lembaga Penjamin Halal, perwakilan BPJPH, Sistem Informasi Halal, dll)

Sertifikasi halal akan menjadi faktor yang berkontribusi dalam keputusan pembelian konsumen. Industri halal Indonesia secara mayoritas masih ditopang oleh industri kecil dan menengah. Di mata mereka, sertifikasi halal produk sampai saat ini belum menjadi prioritas sehingga efektifitasnya menjadi sangat dibutuhkan untuk menunjang pengembangan industri halal. Untuk itu, diperlu infrastruktur pendukung dalam mendorong efektivitas sertifikasi halal melalui berbagai lembaga penunjang seperti lembaga halal center, lembaga

penjamin halal, perwakilan BPJPH di level daerah, dan juga melalui sistem informasi halal yang terintegrasi.

3. Meningkatkan jangkauan (outreach) melalui sosialisasi/edukasi publik *halal lifestyle*

Literasi halal diartikan sebagai kemampuan untuk membedakan barang dan jasa yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan berdasarkan aturan yang diturunkan dari hukum dan nilai Islam. Rendahnya literasi halal secara otomatis juga berdampak pada rendahnya kesadaran halal di masyarakat. Program utama berupa kampanye nasional gaya hidup halal diharapkan mampu untuk meningkatkan literasi dan kesadaran masyarakat dalam memilih gaya hidup halal. Selain itu, ekonomi dan industri halal juga dapat disosialisasikan melalui bahan ajar dalam kurikulum sekolah dan perguruan tinggi.

4. Program Insentif bagi lokal dan global player untuk berinvestasi dalam mendukung perkembangan HVC secara komprehensif (mulai dari bahan baku, produksi, distribusi dan promosi)

Komponen utama dari industri halal adalah bahan baku. Hingga saat ini, bahan baku yang digunakan dalam proses produksi sebagian besar masih bersumber dari bahan baku impor. Padahal Indonesia dengan sumber daya alam yang melimpah mampu untuk dapat menghasilkan bahan baku bagi industri halal. Namun demikian, faktor keterbatasan penggunaan teknologi dan keterbatasan pendaan menjadi penghambat dari sisi pasokan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan kerjasama dengan pemain besar di level lokal dan global untuk dapat berinvestasi langsung di Indonesia. Dengan adanya proses produksi oleh pemain besar di dalam negeri diharapkan dapat meningkatkan

output produksi bahan baku dalam jangka pendek dan dapat mempercepat terjadinya transfer of technology dalam jangka panjang. Oleh karena itu, program insentif diperlukan untuk dapat menarik minat pemain besar, baik di level lokal maupun global, agar berinvestasi langsung di dalam negeri. Program insentif investasi ini mencakup rantai bahan baku, produksi, distribusi hingga promosi.

5. Memperkuat kerja sama dan pengakuan internasional untuk memperluas pasar produk halal Indonesia, diantaranya melalui standardisasi dan harmonisasi dengan dibentuknya *international halal center* di Indonesia

Untuk dapat menjadi pemain utama di industri halal internasional, dibutuhkan promosi dan advokasi yang kuat dari pemerintah kepada pemerintah lain (G to G) untuk mendapatkan pengakuan internasional mengenai standardisasi produk dan sertifikasi halal di Indonesia untuk memperluas pasar ekspor produk halal Indonesia.

Kerja sama G to G di level internasional disasar untuk mendorong penguatan *halal value chain* dengan melibatkan semua pihak terkait (di bawah koordinasi KNKS, Kementerian Luar Negeri, dan Kementerian Perdagangan). Hal ini dapat dilakukan dengan adanya inisiatif untuk mendirikan

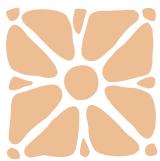
international halal centre yang bertujuan untuk menjembatani kerja sama Indonesia dengan pihak luar negeri dalam mengembangkan industri halal di Tanah Air. Selain kerjasama G to G, penguatan kerja sama ekonomi internasional juga dapat diinisiasi melalui keikutsertaan Indonesia secara rutin dalam mengikuti eksibisi dan kompetisi internasional untuk memperkuat eksistensi Indonesia di industri halal internasional. Selain itu, *International halal center* berfungsi untuk mendorong promosi dan kerjasama internasional untuk produk dan industri halal di Indonesia.

- Positioning baik secara G to G maupun kesepakatan secara multilateral dalam berbagai HVC (seperti makanan dan minuman, pariwisata, dan obat-obatan).
- Positioning Indonesia dalam *business halal value chain* secara global melalui berbagai forum internasional yang memiliki dampak signifikan dalam mendorong *industrial competitiveness*.
- Positioning Indonesia dalam pengembangan kerangka regulasi sektor keuangan secara global yang mencakup sektor keuangan komersial, sosial, moneter, makroprudensial dan makroekonomi.

Kelima program utama ini akan dilaksanakan dalam periode 2019 hingga 2024, dengan rincian rencana kerja sebagaimana dalam tabel berikut:

No.	Program	Tahun						Pemangku Kepentingan
		2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Program 1: Membangun Halal Hub di berbagai daerah								
1	Identifikasi dan diskusi dengan pemangku kepentingan daerah potensial							Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, Kementerian Keuangan, Bank Indonesia, Kementerian Perindustrian, Kementerian Agama, Majelis Ulama Indonesia, Asosiasi, dan Universitas
2	Perumusan dan harmonisasi pengaturan untuk mendorong <i>halal hub</i> di daerah							
3	Sosialisasi dan konsolidasi pembangunan <i>halal hub</i>							
4	Pembangunan infrastruktur <i>halal hub</i>							
5	<i>Halal hub</i> resmi beroperasi							

No.	Program	Tahun						Pemangku Kepentingan
		2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Program 2: Standarisasi/sertifikasi produk halal yang efektif dan diterima di tingkat internasional								
1	Perumusan metode verifikasi produk halal							Majelis Ulama Indonesia, Badan Pemeriksa dan Pengawasan Obat-obatan dan Makanan, Kementerian Agama, Asosiasi, dan Universitas
2	Pengaturan standarisasi halal							
3	Sosialisasi kebijakan standardisasi produk halal							
4	Penerapan kebijakan standarisasi produk halal							
5	Promosi standarisasi halal ke luar negeri							
Program 3: Meningkatkan jangkauan (outreach) dan efektivitas program sosialisasi/edukasi publik.								
1	Penyusunan kurikulum dan bahan ajar ekonomi/industri halal							Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan, Lembaga Penjamin Simpanan, Majelis Ulama Indonesia, Kementerian Perindustrian, Badan Ekonomi Kreatif, Kementerian Agama, Asosiasi, dan Universitas
	Penyusunan dan penyebarluasan buku-buku ekonomi halal							
2	Kampanye gaya hidup halal di sekolah-sekolah untuk pelajar dan remaja (milenials)							
3	Kampanye gaya hidup halal untuk keluarga di komunitas							
Program 4: Program insentif bagi pemain global								
1	Identifikasi sektor usaha prioritas berikut daerah unggulan							Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, Kementerian Keuangan, Bank Indonesia, Kementerian Perindustrian, Kementerian Agama, Majelis Ulama Indonesia, Asosiasi, dan Universitas
2	Identifikasi pemain global potensial yang memberikan keunggulan kompetitif bagi pengembangan industri halal di Indonesia							
3	Pengaturan insentif yang tepat dan menjadi <i>win-win solution</i> bagi pihak dalam dan luar negeri							
4	Sosialisasi program insentif ke dalam dan luar negeri							
5	Fasilitasi dan penerapan program insentif							
Program 5: Membangun International Halal Center								
1	Perumusan rencana pembangunan IHC							Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, Kementerian Keuangan, Bank Indonesia, Kementerian Perindustrian, Kementerian Agama, Asosiasi, dan Universitas
2	Konsolidasi antar pemangku kepentingan							
3	Pembangunan infrastruktur IHC							
4	Penguatan kapasitas operasional IHC							
5	Peresmian operasional IHC							



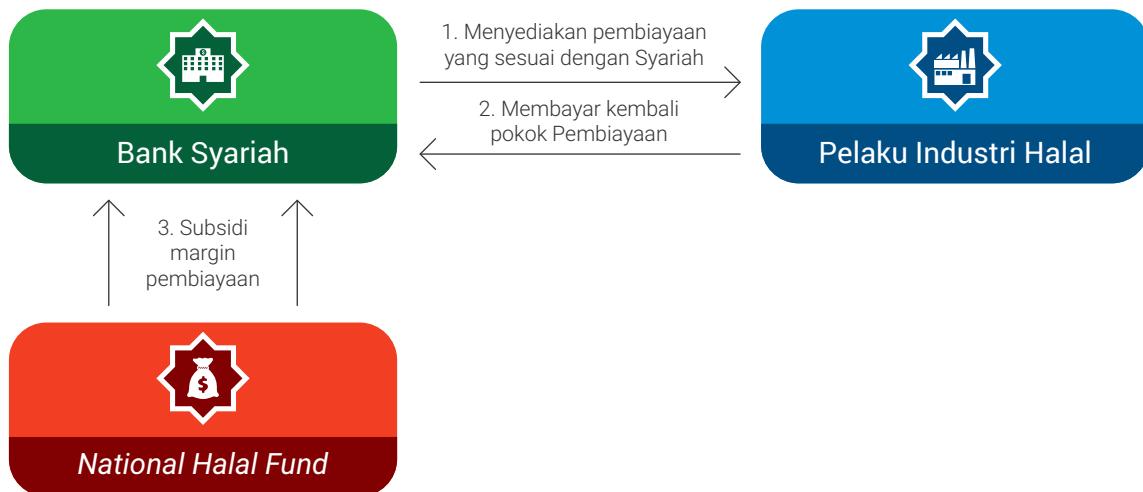
Program utama keuangan syariah

Program utama untuk menguatkan keuangan syariah di Indonesia dilakukan melalui lima program, yaitu:

1. Membangun *national halal fund*

National halal fund (NHF) adalah dana yang bertujuan untuk mendukung pengembangan industri halal di Indonesia secara spesifik. Dana tersebut tidak menyediakan pembiayaan secara langsung, namun menggunakan mekanisme subsidi tingkat pembiayaan seperti praktik dalam KUR. Subsidi ini diberikan kepada nasabah bank syariah yang terlibat dalam pengembangan industri halal dan memenuhi syarat ketentuan pemberian pembiayaan.

Pada tahap awal, dana harus didistribusikan untuk sektor halal yang diprioritaskan. Pendanaan NHF akan berasal dari dua sumber utama, yaitu dana pemerintah dan *crowdfunding*. Tujuan *crowdfunding* adalah untuk menarik wakaf, zakat, infaq, sedekah, dan dana yang mengandung unsur non-halal (*tainted fund*). Dana dari *crowdfunding* tersebut akan digunakan untuk peningkatan kapasitas klien yang memenuhi syarat dan dapat dilakukan oleh bank syariah atau lembaga lainnya. Gambaran skema *national halal fund* digambarkan sebagai berikut:



Penyaluran dari dana ini dapat ditujukan untuk:

- Mendorong tumbuhnya *halal value chain* sektor-sektor prioritas (seperti makanan dan minuman), industri kreatif, termasuk di dalamnya perusahaan *start-up* yang diberikan secara selektif namun progresif.
- Mendorong tumbuhnya *halal hub/centre* yang berpotensi untuk memperkuat kemampuan ekspor produk halal dan substitusi impor.
- Mendorong implementasi program sertifikasi halal, khususnya bagi UMKM
- Pembiayaan untuk meningkatkan produktivitas usaha UMKM di industri halal, khususnya di sektor makanan dan minuman halal
- Pembiayaan dan akses untuk meningkatkan eksposur internasional
- Mendorong kegiatan riset terapan yang dapat mendorong peningkatan kualitas dan variasi produk yang kompetitif di pasar domestik dan global



2. Pembentukan *islamic inclusive financial board* (IIFSB)

Salah satu strategi utama yang dapat dilakukan untuk mempercepat pengembangan zakat dan wakaf atau dana-dana sosial Islam secara umum adalah dengan menjadikan Indonesia sebagai pusat keuangan inklusif Islam global. Saat ini, belum ada lembaga atau negara yang menjadi pusat pengembangan ZISWAF yang merupakan inti dari keuangan inklusif Islami.

Indonesia sejatinya telah memainkan peran ini, yang antara lain dapat dilihat dari inisiatif dalam mendorong penyusunan standarisasi pengelolaan zakat dana sosial Islam internasional, yaitu *zakat core principles* (ZCP) dan *waqf core principles* (WCP). ZCP diluncurkan pada tahun 2016 dan saat ini telah diterapkan di beberapa negara Islam. Sementara itu WCP baru diluncurkan pada tahun 2018.

Peranan penting Indonesia dalam membentuk standar internasional pengelolaan dana sosial Islam ini menjadikan Indonesia berpotensi menjadi pusat keuangan sosial Islam atau pusat keuangan inklusif Islam secara umum. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, maka perlu dibentuk *Islamic inclusive financial service board* (IIFSB) yang antara lain dapat berperan dalam menentukan standar regulasi dan pengawasan pada bidang keuangan sosial dan keuangan inklusif serta mendorong perkembangan industri halal di Indonesia.

Pendirian dan aktivasi IIFSB merupakan upaya Indonesia dalam menunjukkan *leadership* di level internasional dalam bidang dana sosial Islam. Pendirian lembaga ini juga diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan dalam menjawab tantangan perekonomian di negara-negara OKI. IIFSB berperan sebagai lembaga standarisasi keuangan inklusif yang mencakup

zakat, infak, sedekah dan wakaf dengan area yang dikembangkan meliputi:

- Kompilasi *best practices* ke dalam suatu standar regulasi yang bertaraf internasional
- Melakukan riset terdepan dalam hal koneksiitas dana sosial Islam terhadap frontier produksi

3. Integrasi Sektor ZISWAF, Fiskal, dan Komersial

Praktik sistem keuangan yang komprehensif sejatinya memiliki keterkaitan antara sektor komersial dan sektor sosial serta didukung oleh sektor fiskal. Sektor sosial Islam sendiri di dalamnya mencakup pengumpulan zakat, infaq, dan sedekah (ZISWAF). Zakat merupakan instrumen wajib sedangkan sisanya adalah instrumen sukarela. Zakat sendiri juga berdiri sebagai salah satu instrumen kebijakan fiskal klasik yang sejatinya dapat diintegrasikan dengan instrumen kebijakan fiskal lain seperti pajak.

4. Pembentukan bank BUMN syariah

Pencapaian pangsa pasar perbankan syariah Indonesia per Desember 2018 hampir mencapai 6%, walaupun sudah dilakukan berbagai upaya melalui kebijakan-kebijakan oleh para pemangku kebijakan terkait. Pendirian Bank BUMN syariah dinilai dapat menjadi kekuatan bagi perbankan syariah untuk meningkatkan pangsa pasarnya. Dampak yang diharapkan dari pendirian BUMN syariah adalah meningkatnya skala usaha atau pembiayaan meningkat, efisiensi dan ruang ekspansi. Dengan kapasitas modal yang besar dapat memberikan leverage untuk menghimpun DPK lebih besar sehingga skala pembiayaan juga meningkat. Skala modal dan usaha yang lebih besar tentu akan memberikan ruang ekspansi layanan yang lebih luas dan produk-produk yang inovatif.

5. Pengembangan *framework* dan indikator bagi kebijakan moneter, makroprudensial, dan makroekonomi

Sistem keuangan syariah memiliki karakteristik yang berbeda dengan sistem keuangan pada umumnya karena adanya kewajiban untuk tidak mengandung unsur *riba*, *maysir*, dan *gharar* dalam praktik bisnis. Hal ini sejatinya menjadi perhatian pemerintah sebagai dasar untuk mengembangkan *framework* dan indikator yang sesuai dengan karakteristik tersebut dalam rangka mewujudkan stabilitas sistem keuangan syariah.

Pengembangan *framework* dan indikator yang dimaksud mencakup kebijakan makroprudensial

dan makroekonomi, termasuk kebijakan moneter di dalamnya. Salah satunya dengan membuat indeks sektor riil sebagai acuan penetapan besaran bagi hasil bagi bank syariah. Hingga saat ini, institusi dan industri dalam sistem keuangan syariah masih menerapkan *framework* dan mengacu pada indikator ekonomi konvensional. Oleh karenanya, diharapkan strategi ini dapat memungkinkan sistem keuangan syariah berfungsi secara efektif dan efisien, serta dapat menginternalisasi nilai-nilai syariah dengan komprehensif.

Kelima program utama ini akan dilaksanakan pada periode 2019 hingga 2024, dengan rincian rencana kerja sebagaimana dalam tabel berikut:

No.	Program	Tahun						Pemangku Kepentingan
		2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Program 1: Membangun National Halal Fund								
1	Konsolidasi dan perencanaan pembentukan <i>national halal fund</i>							Bappenas, Kementerian Keuangan, BI, OJK, LPS, MUI, Kementerian BUMN, Industri Perbankan Syariah dan Keuangan lainnya
2	Perumusan kebijakan pendirian <i>national halal fund</i>							
3	Pengaturan operasional <i>national halal fund</i>							
4	Pembangunan infrastruktur mekanisme operasional <i>national halal fund</i>							
5	Sosialisasi dengan stakeholders							
	Peresmian <i>national halal fund</i>							
Program 2: Pembentukan Islamic Inclusive Financial Board (IIFSB)								
1	Konsolidasi dan perencanaan pembentukan IIFSB							Kementerian Agama, BWI, BAZNAS, BI, OJK, Kementerian Koperasi dan UKM, Kementerian Keuangan, KNKS, Bappenas
2	Perumusan kebijakan pendirian IIFSB							
3	Pengaturan operasional IIFSB							
4	Pembangunan infrastruktur mekanisme operasional IIFSB							
5	Sosialisasi dengan stakeholders							
6	Peresmian IIFSB							

No.	Program	Tahun						Pemangku Kepentingan
		2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Program 3: Integrasi Sektor ZISWAF, Fiskal, dan Komersial								
1	Desain model dan <i>feasibility study</i> integrasi ZISWAF, fiskal, dan industri komersial lain							Bappenas, Kemenko Perekonomian, BAZNAS, BWI, Kementerian Keuangan, BI, OJK, Industri Keuangan (Bank, Pasar Modal, IKNB) Syariah
2	Penyusunan kebijakan dan pengaturan model integrasi							
3	Peluncuran instrumen integrasi							
4	Sosialisasi dan promosi							
Program 4: Pembentukan Bank BUMN Syariah								
1	Konsolidasi dan perencanaan pembentukan bank BUMN syariah							Kementerian BUMN, Kementerian Keuangan, Bank Bank Indonesia, OJK, LPS, Bappenas,
2	Perumusan kebijakan pendirian bank BUMN syariah							
3	Pengaturan operasional bank BUMN syariah							
4	Pembangunan infrastruktur mekanisme operasional bank BUMN syariah							
5	Sosialisasi dengan stakeholders							
6	Peresmian bank BUMN syariah							
Program 5: Pengembangan Framework dan Indikator bagi Kebijakan Moneter, Makroprudensial, dan Makroekonomi								
1	Pengembangan konsep indeks sektor riil							BI, Kemenko Perekonomian, Kementerian Keuangan, Bappenas
2	Pengembangan Framework dan Indikator bagi kebijakan moneter, makroprudensial, dan makroekonomi lainnya.							



Program utama usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM)

Untuk menguatkan usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia dilakukan melalui tiga program utama, yaitu:

1. Program edukasi untuk usaha mikro

Program edukasi untuk usaha mikro menjadi prioritas dikarenakan peningkatan skala usaha dari usaha mikro menjadi kecil dampaknya teramat besar terhadap penyerapan tenaga kerja dan pertumbuhan PDB di negara ini. Dari uraian sebelumnya terindikasi jika 2,8 persen dari total unit usaha mikro bisa naik kelas menjadi usaha kecil, maka terdapat potensi penyerapan tenaga kerja sebanyak 10 juta orang dengan potensi kontribusi PDB Rp 2,700 triliun. Akan tetapi perlu dilakukan riset tentang bentuk dan cakupan program edukasi apa saja yang dibutuhkan oleh pelaku usaha mikro agar bisa naik kelas. Dari hasil riset tersebut bisa akan didapatkan pemangku kepentingan mana yang perlu melakukan sinergi dalam memberikan edukasi, termasuk didalamnya edukasi gaya hidup halal dan keuangan syariah.

2. Fasilitas pembiayaan terintegrasi untuk UMKM

Mengingat luasnya skala bisnis UMKM dan pentingnya pembiayaan untuk UMKM, maka program utama dalam klaster ini adalah fasilitas pembiayaan terintegrasi, di mana antara usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah perlu mendapatkan *channel* dan fasilitas pembiayaan yang berbeda-beda, agar tepat sasaran.

Bagi usaha mikro dan usaha kecil, program subsidi pembiayaan yang telah ada (KUR, LPDB) dapat terus dilanjutkan dan dibarengi dengan *peer-to-peer lending* berlandaskan syariah, agar dapat menjangkau semua daerah, setidaknya yang sudah ada akses internet. usaha kecil dan menengah mendapatkan fasilitas pembiayaan

melalui sinergi antara lembaga keuangan syariah dan badan wakaf Indonesia, didukung oleh regulasi yang mengizinkan lembaga keuangan syariah ikut menyalurkan dana wakaf produktif. Sedangkan bagi kecil dan usaha menengah dapat dilakukan dengan pembiayaan berbasis modal dengan investasi saham berbentuk *marketplace* dengan teknologi lanjutan (contoh: *Blockchain*).

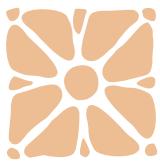
3. Database UMKM

Database UMKM juga dimasukkan ke dalam prioritas mengingat pentingnya peranan data bagi pengembangan UMKM. Di Indonesia, UMKM besar dalam jumlah namun belum memiliki data yang memadai. Pengumpulan data harus dimulai dengan mendefinisikan siapa saja yang termasuk pelaku usaha UMKM dan dilanjutkan dengan mendata melalui unit masyarakat terkecil yaitu rukun tetangga (RT). Pengumpulan dan validasi data didukung oleh kerja sama dengan pihak terkait penyimpan data masyarakat seperti Komisi Pemilihan Umum (KPU), Badan Pusat Statistik (BPS), Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS), dan penyedia data nasional lainnya.

Secara paralel, membuat platform *database* pelaku usaha UMKM yang sedang membutuhkan dana atau kelebihan dana bisa dipertemukan dengan lembaga ZISWAF yang mempunyai dana produktif siap pakai atau menampung dana produktif. Adapun lembaga keuangan syariah bisa berkontribusi dengan melakukan analisis kelayakan usaha dan penyaluran dana produktifnya sebagai modal usaha.



No.	Program	Tahun						Pemangku Kepentingan
		2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Strategi 1: Program edukasi untuk usaha mikro								
1.	Melakukan riset tentang bentuk dan cakupan program edukasi untuk pengusaha mikro							Otoritas Jasa Keuangan, Bank Indonesia, Kementerian KUKM
2.	Melakukan sinergi dengan <i>stakeholder</i> dalam upaya edukasi usaha mikro							
3.	Program edukasi <i>halal lifestyle</i> bagi usaha mikro							
4.	Program edukasi keuangan syariah bagi usaha mikro							
Strategi 2: Fasilitas Pembiayaan Terintegrasi untuk UMKM								
1.	Program subsidi pembiayaan pemerintah dibarengi dengan pembiayaan <i>peer-to-peer lending</i> syariah bagi usaha mikro dan kecil							Kementerian KUKM, Otoritas Jasa keuangan, Bank Indonesia, Kementerian Kominfo, Badan Wakaf Indonesia, DPR-RI, DSN-MUI, Bursa Efek Indonesia
2.	Sinergi antara lembaga keuangan syariah yang didukung juga oleh wakaf produktif tepat sasaran untuk usaha kecil dan menengah							
3.	Memudahkan pembiayaan berbasis modal dengan menyediakan investasi saham <i>marketplace</i> berbasis teknologi lanjut (contoh: <i>Blockchain</i>) untuk exit strategy para pemodal awal untuk usaha kecil dan menengah melakukan <i>IPO</i> , sekaligus menciptakan pasar sekunder yang pelaksanaannya memenuhi ketentuan syariah, sehingga dapat memenuhi kebutuhan UKM <i>halal value chain</i> terhadap permodalan berbasis syariah							
Strategi 3: Database UMKM								
1.	Mendefinisikan dan mendata pelaku usaha UMKM melalui unit masyarakat terkecil							Kementerian KUKM, kementerian Dalam Negeri, Komisi Pemilihan Umum, BPJS Kesehatan, BPJS Ketenagakerjaan, Badan Pusat Statistik, Badan Amil Zakat Nasional, Badan Wakaf Indonesia, Otoritas Jasa keuangan, Bank Indonesia
2.	Membuat <i>platform database</i> di mana pelaku usaha UMKM yang sedang membutuhkan dana atau kelebihan dana bisa dipertemukan dengan lembaga ZISWAF yang mempunyai dana produktif siap pakai atau menampung dana produktif							
3.	Kerjasama dengan lembaga keuangan syariah untuk analisis kelayakan usaha dan penyaluran dana produktif sebagai modal usaha							



Program utama digital ekonomi

Pengembangan teknologi tepat guna dan mutakhir untuk meningkatkan efisiensi produk halal, misalnya melalui halal marketplace dan sistem pembayaran syariah

1. Pengembangan teknologi tepat guna dan mutakhir untuk meningkatkan efisiensi produk halal dan mendorong transformasi digital UMKM

Meningkatkan konsumsi produk halal dalam negeri melalui ekonomi digital dapat dilakukan di antaranya melalui pengembangan *halal marketplace* dan sistem pembayaran syariah. Pemanfaatan e-commerce dan fintech ini utamanya ditujukan untuk memfasilitasi usaha skala kecil dan menengah dengan memungkinkan industri untuk melakukan pemasaran secara *online*. Sistem pembayaran syariah digunakan untuk memfasilitasi masyarakat menggunakan platform atau aplikasi fintech yang sesuai syariah untuk kebutuhan transaksional sehari-hari.

2. Pembentukan fasilitas inkubator untuk memfasilitasi tumbuhnya perusahaan **startup** yang dapat memperkuat *national halal Value Chain* dan memiliki cakupan global

Program ini bertujuan untuk memfasilitasi pelaku startup untuk mengembangkan bisnisnya sehingga dapat tumbuh dengan baik, efisien dan ke depan dapat memiliki cakupan global. Selain itu, inkubator ini juga harus dapat memberikan informasi terkait model bisnis digital yang sesuai syariah sehingga *startup* tersebut dapat melakukan transformasi digital dengan baik.

3. Sistem informasi yang terintegrasi untuk *traceability* produk halal

Traceability merupakan aspek yang dibutuhkan untuk memastikan kehalalan komponen produk halal untuk meningkatkan kepercayaan pasar terhadap proses sertifikasi halal, terutama produk konsumsi seperti makanan dan kosmetik. *Traceability* digunakan untuk mengecek produk halal, mulai dari perolehan komponen bahan baku, proses produksi, hingga logistik dan distribusi produk yang dilakukan secara sistematis. Sistem informasi yang terintegrasi memungkinkan proses *traceability* dilakukan dengan lebih mudah, yaitu dengan membuat *database* yang memuat informasi komponen dan proses produksi sepanjang *Value Chain* produk halal agar dapat diakses secara transparan. Dengan menggunakan sistem informasi, *traceability* untuk produk halal di Indonesia diharapkan dapat lebih efisien dan terpercaya. Dengan *traceability* yang kredibel, produk halal unggulan dari Indonesia akan lebih mampu bersaing di tingkat global.



No.	Strategi/Program/Aktivitas	Target Indikator	Tahun						Pemangku Kepentingan
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Program Utama 1: Pengembangan teknologi tepat guna dan mutakhir untuk meningkatkan efisiensi produk halal, misalnya melalui halal marketplace dan sistem pembayaran syariah									
1	Meningkatkan kapasitas produksi dengan menambahkan modal melalui platform <i>fintech</i> .	• Untuk meningkatkan awareness dan penggunaan produk halal dalam negeri melalui ekonomi digital							
	a. Pemanfaatan e-commerce dan <i>fintech</i> ditujukan untuk memfasilitasi usaha skala kecil dan menengah dengan memungkinkan industri untuk melakukan pemasaran secara online								
	b. Pemanfaatan e-commerce dan <i>fintech</i> ditujukan untuk memfasilitasi pembayaran transaksional dengan sistem yang sesuai syariah								
Program Utama 2: Fasilitas inkubator untuk memfasilitasi startup dalam halal Value Chain									
1	a. Penerbitan panduan praktis model bisnis digital yang sesuai syariah untuk pelaku startup. b. Mengadakan penyuluhan ekonomi digital dan syariah yang berkelanjutan dan menyediakan program akselerasi dan inkubator untuk UMKM strategis.	• Percepatan implementasi Inclusive Digital Economy							Kemen KUKM
Program Utama 3: Sistem informasi yang terintegrasi untuk traceability produk halal (teritama makanan dan kosmetik)									
1	a. <i>Traceability</i> digunakan untuk mengecek produk halal, mulai dari perolehan komponen bahan baku, proses produksi, hingga logistik dan distribusi produk yang dilakukan secara sistematis. Dengan menggunakan sistem informasi, <i>traceability</i> untuk produk halal di Indonesia diharapkan dapat lebih efisien dan terpercaya.	• produk halal unggulan dari Indonesia akan lebih mampu bersaing di tingkat global.							



Quick wins

Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia

Dari program utama di atas, beberapa program dijadikan quick wins untuk dapat dilakukan dalam waktu 1-2 tahun. Adapun program yang dianggap penting namun belum bisa dilaksanakan dalam jangka pendek, dapat dilakukan persiapan pelaksanaan dalam kurun waktu 1-2 tahun. Berikut adalah pengembangan *quick wins* masterplan ini:

1. Penguatan aspek hukum dan koordinasi.
2. Kampanye nasional gaya hidup halal.
3. Mendorong pengelolaan *national halal fund*.
4. Pendirian *regional halal hub/halal center* untuk penguatan industri halal dalam negeri.

5. Pendirian dan aktivasi *Islamic inclusive financial services board* (IIFSB) yang berpusat di Indonesia

Penguatan kerja sama ekonomi internasional melalui *international halal centre*. Kegiatan kerja sama internasional ini dapat dilakukan sejak awal, termasuk inisiasi dan persiapan pendirian *international halal centre* yang ditargetkan dapat terlaksana pada tahun 2022.

Tabel di bawah ini menunjukkan target *outcome* didapatkan atas program yang dilakukan:

No	Proses	Output	Outcome
1	Penguatan Aspek Hukum dan Koordinasi	<ul style="list-style-type: none">• Adanya Revisi UU zakat dan UU wakaf	<ul style="list-style-type: none">• Meningkatnya realisasi penghimpunan zakat• Meningkatnya realisasi penghimpunan wakaf
2	Kampanye Nasional 'Halal Lifestyle'	<ul style="list-style-type: none">• Adanya sosialisasi dan edukasi mengenai literasi produk halal• Kampanye cinta produk halal dalam negeri• Adanya topik mengenai ekonomi dan industri halal di dalam kurikulum sekolah dan perguruan tinggi	<ul style="list-style-type: none">• Peningkatan konsumsi produk halal dalam negeri• Peningkatan skala usaha ekonomi syariah• Topik mengenai ekonomi dan industri halal di adopsi dalam kurikulum sekolah dan perguruan tinggi
3	Mendorong Pengelolaan National Halal Fund	<ul style="list-style-type: none">• Terbentuknya <i>national halal fund</i> yang bertujuan untuk mengkoordinasikan pendanaan industri halal dan penguatan <i>value chain</i>• Program Insentif bagi lokal dan global player untuk berinvestasi dalam mendukung perkembangan HVC secara komprehensif (mulai dari bahan baku, produksi, distribusi dan promosi)• Adanya platform pembiayaan yang efisien	<ul style="list-style-type: none">• Dana investasi untuk pembiayaan industri halal dari dalam negeri meningkat



4	Pendirian Halal Hub untuk Penguatan Industri Halal dalam Negeri	<ul style="list-style-type: none">Didirikannya <i>halal hub/halal center regional</i> sesuai dengan <i>comparative advantage</i>Adanya <i>district</i> industri halal di daerah	<ul style="list-style-type: none">Efisiensi biaya produksi produk halal dalam negeriPenurunan jumlah impor dan peningkatan jumlah ekspor produk halalPeningkatan skala usaha ekonomi syariah
5	Pendirian dan Aktivasi Islamic Inclusive Financial Services Board (IIFSB) yang Berpusat di Indonesia	<ul style="list-style-type: none">Berdirinya Islamic Inclusive Financial Service Board di IndonesiaTerdapat kompilasi best practices ke dalam suatu standar regulasi yang bertaraf internasionalTerdapat research terdepan dalam hal konektivitas Islamic social finance terhadap frontier produksi	<ul style="list-style-type: none">Indonesia menjadi pusat rujukan internasionalStandar dan technical notes yang diimplementasikan secara global
6	Penguatan Kerja sama Ekonomi Internasional	<ul style="list-style-type: none">Berdirinya <i>international halal centre</i> pada tahun 2022Adanya kerja sama G to G mengenai pengembangan industri halalLogo halal Indonesia diterima di luar negeri	<ul style="list-style-type: none">Peningkatan jumlah ekspor produk halalDana investasi untuk pembiayaan industri halal dari luar negeri meningkat

Di bawah ini merupakan *milestone* pengembangan ekonomi syariah:



Glosarium

A

- Agriculture: pertanian: industri makanan dan pertanian halal
- Air Connectivity: koneksi transportasi udara
- Akad Ikatan: kesepakatan antara nasabah dengan bank: pertalian ijab (pernyataan melakukan ikatan) dan kabul (pernyataan menerima ikatan) sesuai dengan kehendak syariat yang berpengaruh pada objek perikatan.
- America First: mengutamakan (produk) Amerika Serikat. Istilah ini diutarakan Presiden Donald Trump dalam pidatonya pada 2017
- APBN: Anggaran Pendapatan Belanja Negara; Suatu daftar yang secara sistematis memuat sumber-sumber pembiayaan negara, dan belanja negara
- APEC: Asia-Pacific Economic Cooperation
- Areal: Lahan, lebih cocok digunakan untuk perkebunan
- ASEAN Association of South East Asian Nations

B

- Bappenas: Badan Perencanaan Pembangunan Nasional
- Baznas: Badan Amil Zakat Nasional
- BEI: Bursa Efek Indonesia
- Benchmark: Aktivitas pengukuran/pembandingan beberapa macam produk hardware yang memiliki fungsi sama untuk mengetahui tingkatan kinerjanya
- Birokrasi Sistem pemerintahan yang dijalankan oleh pegawai pemerintah karena telah berpegang pada hirarki dan jenjang jabatan
- BMT: Baitul Maal wa Tamwil
- BPJPH: Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal

- BPKH: Badan Pengelola Keuangan Haji
- Bonus Demografi Kelebihan jumlah penduduk usia kerja pada periode tertentu
- Bottleneck Hambatan
- BPN Badan Pertanahan Nasional
- BPPD: badan pengelola pendapatan daerah
- BPS Badan Pusat Statistik
- Brexit: Britain exit: Pencabutan keanggotaan Britania Raya dari Uni Eropa (UE)
- BUMN Badan Usaha Milik Negara
- BWI: Badan Wakaf Indonesia

C

- CAGR: Compound Annual Growth Rate (Laju Pertumbuhan Majemuk Tahunan)
- capital deepening: situasi income pekerja meningkat
- crowd funding: Urun dana: adalah praktik penggalangan dana dari sejumlah besar orang untuk memodali suatu proyek atau usaha
- cyclical recovery: Pemulihan ekonomi secara struktural

D

- Dispute resolution: mekanisme penyelesaian masalah
- Disrupsi ekonomi: perubahan cara dan fundamental bisnis yang disebabkan oleh revolusi teknologi
- Distribusi Bagi Hasil: Pembagian keuntungan bank syariah kepada nasabah simpanan berdasarkan nisbah yang disepakati setiap bulannya.
- DSN: Dewan Syariah Nasional

E

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

Ekonomi digital: aktivitas ekonomi dan bisnis berbasis internet

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

ESDM: Energi sumber daya mineral

e-commerce: perdagangan elektronik

F

FKD: Forum Komunikasi Daerah

Fintech: financial technology: teknologi keuangan

Fatwa: nasihat, pendapat: pendapat atau tafsiran pada suatu masalah yang berkaitan dengan hukum Islam.

G

Garuda Indonesia: Maskapai penerbangan nasional milik BUMN

GCC: Gulf Cooperation Council

Generasi milenial: pemuda berusia antara 15-30an tahun

Gharar: tipuan

GIEI: Global Islamic Economy Indicator

Gini ratio/ratio gini: Koefisien gini: ukuran ketidakmerataan atau ketimpangan agregat (secara keseluruhan) yang angkanya berkisar antara nol (pemerataan sempurna) hingga satu (ketimpangan yang sempurna).

Global Islamic Economy Indicator: Indikator global ekonomi Islam

H

Halal: Segala sesuatu yang dibolehkan menurut ajaran Islam

Halal travel: wisata halal

Halal fashion: busana halal (menutup aurat)

Halal media: media massa atau tayangan yang menonjolkan nilai-nilai Islam

halal value chain: rantai nilai halal

Halalan thayyiban: yang boleh dan baik atau bermanfaat

HPI: Himpunan Pramuwisata Indonesia

I

IFPI: Internasional Federation of the Phonographic Industry.

Impor Kegiatan membeli barang atau jasa dari negara lain

Industri halal: industri penghasil produk yang dibolehkan menurut Islam

Inhalec: Indonesia Halal Lifestyle Center

IPM Indeks Pembangunan Manusia; Pengukuran perbandingan dari harapan hidup, melek huruf, pendidikan dan standar hidup untuk semua negara seluruh dunia

Islamic finance: keuangan Islam/syariah

Indeks saham syariah: indeks saham yang mencerminkan keseluruhan saham syariah yang tercatat

di Bursa Efek Indonesia

K

Kaffah: sempurna/total

Keuangan Syariah: Keuangan yang mengikuti syariah Islam

KJKS: Kelompok Usaha Jasa Keuangan Syariah

KNKS: Komite Nasional Keuangan Syariah

Koreksi: penurunan, biasanya secara tiba-tiba dan substansial, dalam harga saham, obligasi, komoditas, indeks, atau pasar secara keseluruhan.

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

KTI: Kawasan Timur Indonesia: kawasan Indonesia bagian timur

L

Literasi: kemampuan seseorang dalam memahami baca dan tulis

LPPOM: Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, dan Kosmetika

LPS: Lembaga Penjamin Simpanan

M

Madani: masyarakat yang beradab dalam membangun, menjalani, dan memaknai kehidupannya.

MAKSI: Masterplan Arsitektur Keuangan Syariah Indonesia.

Makmur: Serba kecukupan

Mandiri: tidak bergantung pada orang lain.

Maqashid syariah: tujuan syariah

Masterplan: Rencana induk

Maysir: Judi

modest fashion: industri fesyen Muslim

Mudharabah: akad yang dilakukan antara pemilik modal (shahibul mal) dengan pengelola (mudharib) pada saat awal, bagi hasil atau nisbah disepakati. Sedangkan, kerugian ditanggung pemilik modal.

Mudharabah Muqayyadah: Adalah pembiayaan Mudharabah untuk kegiatan usaha yang cakupannya dibatasi oleh spesifikasi jenis

usaha, waktu dan daerah sesuai permintaan pemilik dana.

MUI: Majelis Ulama Indonesia

Muqayyad Jual beli dengan pertukaran yang terjadi antara barang dengan barang atau barter.

Murabahah Akad jual beli tempat harga dan keuntungan disepakati antara penjual dan pembeli. Jenis dan jumlah barang juga dijelaskan rinci.

Musyarakah: akad antara dua pemilik modal atau lebih untuk menyatukan modalnya pada usaha tertentu. Sedangkan, pelaksanaannya bisa ditunjuk salah satu dari mereka.

Akad ini diterapkan pada usaha/proyek yang sebagianya dibiayai oleh lembaga keuangan. Sedangkan, selebihnya dibiayai oleh nasabah.

N

NAB: nilai aktiva bersih

O

OJK: Otoritas jasa keuangan

OKI: Organisasi kerja sama Islam: organisasi internasional dengan 57 negara anggota yang memiliki seorang perwakilan tetap di Perserikatan Bangsa-Bangsa.

P

Pasar modal syariah: pasar modal yang didalamnya termasuk transaksi keuangan atau modal yang sesuai dengan syariat Islam

PDB: Pendapatan Domestik Bruto suatu negara dalam periode tertentu

PDRB: Pendapatan Domestik Regional Bruto

Peer to peer lending: praktik atau metode memberikan pinjaman uang kepada individu atau bisnis dan juga sebaliknya, mengajukan pinjaman kepada pemberi pinjaman, yang

menghubungkan antara pemberi pinjaman dengan peminjam atau investor secara online.

Pendapatan per kapita: Besarnya pendapatan rata-rata penduduk di suatu negara

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

Perpres: Peraturan Presiden

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

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

Q

Qanun: Peraturan Perundang-undangan sejenis Peraturan Daerah yang mengatur penyelenggaraan pemerintahan dan kehidupan masyarakat di Provinsi Aceh.

R

Regulasi: pengaturan, peraturan yang diundangkan oleh pemerintah yang mempengaruhi kegiatan.

Riba: setiap kelebihan dari modal asli yang ditentukan sebelumnya karena semata-mata imbalan waktu

Shariah compliant: kepatuhan syariah

Riparinas: Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional

RPJMN: Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional

S

Salam: Jual beli dengan cara pemesanan. Pembeli memberikan uang terlebih dahulu terhadap barang yang telah disebutkan spesifikasinya. Lalu, barang dikirim kemudian.

SMIIC: The Standards and Metrology Institute for the Islamic Countries: lembaga standarisasi proses halal yang menaungi negara-negara Muslim.

T

Transport infrastructure: infrastruktur transportasi

V

Visa requirement: persyaratan mendapatkan visa vulnerable, uncertain, complex, and ambiguous (VUCA) : Rentan, tidak menentu, kompleks, dan ambigu

W

Wakaf: sedekah jariyah: menyedekahkan harta untuk kepentingan umat.

World's Best Halal Culinary Destination: destinasi wisata kuliner halal terbaik

World Halal Tourism Award (WHTA): kompetisi yang menampilkan destinasi wisata halal dunia

Z

Zakat: harta tertentu yang wajib dikeluarkan oleh orang yang beragama Islam dan diberikan kepada golongan yang berhak menerimanya

Ziswaf: Zakat, infak, sedekah, dan wakaf