Angga Syahputra, Itsla Yunisva Aviva, Umar Fauzi, Yessy Septrimadona, Erny Arianty,
Abdul Ghoni, Galuh Tri Pambekti, Muhammad Abdul Aziz, Putri Rizka Citaningati,
Marlya Fatira AK, Muhammad Haris Riyaldi, Hastuti Olivia



Peranan Ekonomi Islam Bagi Pembangunan Indonesia

Editor:
Prof. Dr. Hj. Darmawati, M.Hum.

PERANAN EKONOMI ISLAM
BAGI PEMBANGUNAN INDONESIA

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

Lingkup Hak Cipta Pasal 1

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

Ketentuan pidana Pasal 113

(1) Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf i untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.100.000.000 (seratus juta rupiah).

(2) Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

(3) Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

(4) Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

PERANAN EKONOMI ISLAM BAGI PEMBANGUNAN INDONESIA

Penulis:
Angga Syahputra, Itsla Yunisva Aviva, Umar Fauzi
Yessy Septrimadona, Erny Arianty, Abdul Ghoni
Galuh Tri Pambekti, Muhammad Abdul Aziz
Putri Rizka Citaningati, Marlya Fatira AK
Muhammad Haris Riyaldi, Hastuti Olivia

Editor:
Prof. Dr. Hj. Darmawati, M.Hum.

AZ-ZAHRA
MEDIA SOCIETY

PERANAN EKONOMI ISLAM
BAGI PEMBANGUNAN INDONESIA

Penulis:
Angga Syahputra, Itsla Yunisva Aviva, Umar Fauzi, Yessy Septrimadona
Erny Arianty, Abdul Ghoni, Galuh Tri Pambekti, Muhammad Abdul Aziz
Putri Rizka Citaningati, Marlya Fatira AK
Muhammad Haris Riyaldi, Hastuti Olivia

Editor:
Prof. Dr. Hj. Darmawati, M.Hum.

ISBN:
978-623-89005-8-9

Desain Cover:
Tim Kreatif Az-Zahra Media Society

Cetakan Pertama:
Mei 2024

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

PENERBIT:
AZ-ZAHRA MEDIA SOCIETY
Anggota IKAPI
Jl. HM. Harun No. 8, Percut, Deli Serdang – Sumatera Utara 20371
Email: zahramedia.society@gmail.com
http://azzahramedia.com



KATA PENGANTAR

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

Alhamdulillah, segala puji hanya kepada Allah Swt., Tuhan semesta alam. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasulullah Muhammad ﷺ, keluarga dan para sahabat, semoga kita semua termasuk umatnya yang mendapatkan syafaat.

Dengan nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, buku ini dapat terwujud sebagai sumbangan dalam upaya meningkatkan pemahaman terhadap peran ekonomi Islam bagi pembangunan Indonesia. Buku ini merupakan hasil kerja keras para penulis yang telah menggali berbagai pengetahuan dan pengalaman untuk memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi masyarakat.

Buku "Peranan Ekonomi Islam bagi Pembangunan Indonesia" ini disusun dengan tujuan memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai konsep dasar, prinsip-prinsip, serta peran ekonomi Islam dalam konteks pembangunan Indonesia. Melalui berbagai topik yang disajikan, pembaca akan diajak untuk memahami betapa pentingnya penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam pembangunan ekonomi dan sosial di tanah air.

Daftar isi buku ini dirancang secara sistematis untuk memudahkan pembaca dalam menavigasi berbagai topik yang dibahas. Mulai dari konsep dasar ekonomi Islam, etika bisnis dalam perspektif Islam, hingga pembangunan UMKM berbasis syariah, setiap bab menghadirkan analisis mendalam yang didukung oleh data dan referensi yang relevan.

Kami berharap buku ini dapat menjadi sumber pengetahuan yang berharga bagi pembaca yang tertarik untuk memahami lebih lanjut tentang kontribusi ekonomi Islam dalam pembangunan Indonesia. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan buku ini. Akhir kata, semoga buku ini dapat memberikan manfaat yang luas bagi pembaca dan turut berkontribusi dalam memajukan pemahaman dan implementasi ekonomi Islam di Indonesia.

Deli Serdang, 10 Mei 2024 M
2 Dzulkaidah 1445 H

H. Angga Syahputra, S.E.I., M.E.I., CBPA
Direktur Penerbit Az-Zahra Media Society



KATA PENGANTAR EDITOR

Alhamdulillah ‘ala kulli haal,

Segala kepunyaan hanya milik Allah Swt. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasulullah Muhammad Saw. beserta keluarga dan para sahabat. *Allahumma sholli ‘ala Sayyidina Muhammad wa ‘ala ali Sayyidina Muhammad.*

Saudara-saudari yang terhormat, Dengan senang hati, kami mempersembahkan buku "Peranan Ekonomi Islam bagi Pembangunan Indonesia" kepada Anda semua. Sebagai editor, kami merasa bangga dan bersyukur atas kesempatan untuk menjadi bagian dari proyek yang luar biasa ini.

Buku ini telah melalui proses penyusunan yang cermat dan teliti, yang melibatkan kontribusi dari para penulis yang berpengalaman dan ahli di bidangnya masing-masing, sehingga tujuan kami untuk menyajikan sebuah karya yang tidak hanya informatif, tetapi juga relevan dan inspiratif bagi pembaca dapat terlaksana.

Melalui bab demi bab yang disajikan dalam buku ini, pembaca akan diajak untuk memahami secara mendalam bagaimana prinsip-prinsip ekonomi Islam dapat menjadi landasan yang kokoh bagi pembangunan Indonesia yang

berkelanjutan. Mulai dari konsep dasar ekonomi Islam hingga tantangan dalam implementasinya, setiap bab menghadirkan analisis yang mendalam dan pemikiran yang cermat.

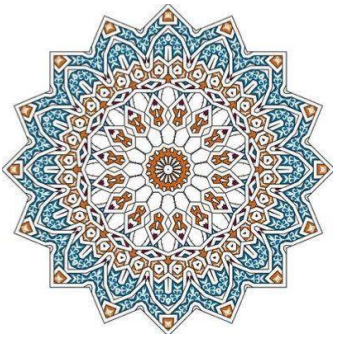
Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada para penulis atas dedikasi dan kerja keras mereka dalam menyusun tulisan-tulisan yang berharga ini. Tanpa kontribusi mereka, buku ini tidak akan menjadi kenyataan. Kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada tim penerbit atas dukungan dan kerjasama yang mereka berikan selama proses penyusunan buku ini.

Semoga buku ini dapat menjadi sumber pengetahuan yang bermanfaat bagi pembaca, serta mampu menginspirasi upaya-upaya lebih lanjut dalam mengembangkan ekonomi Islam di Indonesia. Mari bersama-sama kita terus berkontribusi dalam memajukan pemahaman dan implementasi nilai-nilai Islam dalam berbagai aspek kehidupan.

Akhir kata, kami turut mendoakan agar buku ini dapat memberikan manfaat yang luas bagi pembaca dan menjadi langkah awal yang baik dalam perjalanan pemahaman kita tentang ekonomi Islam.

Editor,

Prof. Dr. Hj. Darmawati, M.Hum.



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR v

KATA PENGANTAR EDITOR vii

DAFTAR ISI ix

PRINSIP DASAR EKONOMI ISLAM 1
- A. Defenisi dan Ruang Lingkup Ekonomi Islam 1
- B. Prinsip Utama Ekonomi Islam.....4
- C. Sistem Ekonomi Islam 16

ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM 21
- A. Pendahuluan.....21
- B. Defenisi Etika Bisnis Islam.....22
- C. Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam 25
- D. Penilaian Baik Buruk Aktivitas Bisnis.....28
- E. Seberapa Penting Etika dalam Bisnis?.....33

KONSEP PEMBANGUNAN DALAM EKONOMI ISLAM 37
- A. Pendahuluan.....37
- B. Makna dan Tujuan Membangun Manusia Seutuhnya.....39
- C. Pembangunan di Era Nabi Muhammad Saw.....43

D. Prinsip-Prinsip Ekonomi dalam Islam 45

PERANAN ZISWAF DALAM PEMBANGUNAN INDONESIA 49
A. Pendahuluan.....49
B. Pengertian dan Ruang Lingkup ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah dan Wakaf) 53
C. Potensi dan Perkembangan ZISWAF di Indonesia 67
D. Peranan ZISWAF dalam Pembangunan Indonesia 71

PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS SYARIAH 75
A. Pendahuluan.....75
B. Kajian Terkait.....80
C. Peningkatan Akses Sumber Pembiayaan Syariah dan Modal.....82
D. Pengembangan Sumber Daya Manusia 84
E. Strategi Produktivitas *Output* Halal 86

PERAN ASURANSI SYARIAH 91
A. Pendahuluan.....91
B. Konsep Asuransi Syariah.....95
C. Prinsip Asuransi Syariah.....99
D. Peran Asuransi Syariah dalam Perekonomian Indonesia 105

SEKTOR INDUSTRI MAKANAN HALAL 107
A. Pendahuluan.....107
B. Urgensi Rantai Pasok Industri Makanan Halal...111
C. Perilaku Konsumen Produk Halal 119
D. Dukungan Pemerintah pada Ekosistem Bisnis Makanan Halal.....125

E. Peluang dan Tantangan 128

PERTUMBUHAN *FASHION* SYARIAH BAGI EKONOMI 133
A. *Overview Fashion* Syariah 133
B. Pengertian *Fashion* Syariah.....135
C. *Fashion* Syariah vs *Fashion* Konvensional 136
D. Potensi Besar *Fashion* Syariah.....137
E. Peluang dan Tantangan Bisnis *Fashion* Syariah.....143

TOPANGAN PARIWISATA HALAL UNTUK EKONOMI INDONESIA 147
A. Pengertian dan Ruang Lingkup Pariwisata Halal 147
B. Potensi dan Pertumbuhan Pariwisata Halal di Indonesia 152
C. Ekosistem Pariwisata Halal di Indonesia 157
D. Pengaruh Geopolitik dan Pandemi pada Pariwisata Halal.....163

GELIAT INDUSTRI HALAL DI INDONESIA.....167
A. Industri Halal di Indonesia.....167
B. *Support System* Industri Halal Indonesia.....172
C. Tantangan dan Peluang Indonesia Pusat Produsen Halal Dunia.....176
D. Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia 184

PENGARUH EKONOMI ISLAM TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI 189
A. Pendahuluan.....189
B. Faktor Pertumbuhan Ekonomi dalam

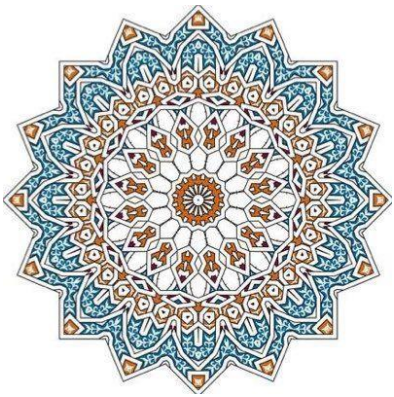
Perekonomian Islami 193
C. Peran Ekonomi Islam dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi 196

TANTANGAN DAN HAMBATAN DALAM IMPLEMENTASI EKONOMI ISLAM 205
A. Landasan Ekonomi Islam.....205
B. Tantangan Implementasi Ekonomi Islam.....207
C. Hambatan dalam Implementasi Ekonomi Islam.211

DAFTAR PUSTAKA 215

BIOGRAFI PENULIS





PRINSIP DASAR EKONOMI ISLAM

A. Defenisi dan Ruang Lingkup Ekonomi Islam

Sebenarnya, sebuah definisi yang diterima secara luas tentang ekonomi Islam masih belum tercapai, meskipun telah berlangsung lebih dari enam dekade sejak kemunculannya baik secara formal maupun informal. Selain dipengaruhi oleh dinamika sosial yang terus berubah, terdapat beberapa hambatan lain yang menghalangi kemajuan dalam upaya mencapai kesepakatan mengenai definisi tersebut (Hasan, 2016).

Di era saat ini, ekonomi Islam telah menjadi subjek pembahasan yang semakin relevan dalam tradisi intelektual Islam kontemporer. Namun, ada perdebatan tentang apakah ini seharusnya dipandang sebagai doktrin atau ilmu. Ekonomi Islam dapat dianggap sebagai sebuah 'doktrin' yang berarti bahwa ekonomi Islam bersandar pada prinsip-prinsip yang dianggap tidak dapat diganggu gugat, dan tujuannya adalah untuk mengubah realitas sesuai dengan prinsip-prinsip tersebut. Pendekatan ini menekankan pentingnya aspek

normatif dalam mengatur sistem ekonomi, dengan mengacu pada ajaran agama sebagai panduan utama (Furqani, 2019).

Namun, di sisi lain, ekonomi Islam juga bisa dilihat sebagai sebuah 'ilmu'. Ini karena fokusnya adalah pada aspek praktis, dengan menggunakan metode rasional untuk menjelaskan dan memberikan saran tentang fenomena ekonomi dunia nyata. Berbeda dengan paradigma ekonomi lain seperti kapitalisme atau sosialisme, ekonomi Islam menekankan peran agama secara eksplisit dalam proses analisis teori dan pembuatan kebijakan. Perspektif agama dalam ekonomi Islam membawa doktrin dan prinsip-prinsip yang perlu dioperasionalisasikan dalam praktik agar dapat dievaluasi secara ilmiah. Dengan demikian, ekonomi Islam dapat dipandang sebagai sebuah disiplin ilmu yang mencoba mengintegrasikan aspek normatif dan empiris dalam kajian ekonomi (Furqani, 2019).

Secara umum, ekonomi Islam dapat diartikan sebagai cabang ilmu ekonomi yang mempelajari prinsip-prinsip ekonomi berdasarkan ajaran Islam. Dalam pemahaman ini, ekonomi Islam tidak sekadar membahas aspek moneter atau keuangan semata, tetapi juga meliputi dimensi-dimensi sosial, etika, dan moral yang bersumber dari ajaran agama Islam. Dalam konteks Ekonomi Islam, tujuan utama bukan hanya mencapai keuntungan materi atau pertumbuhan ekonomi, tetapi juga menciptakan keadilan sosial, kesejahteraan umat, dan keberlanjutan ekonomi yang berkelanjutan. Prinsip-prinsip utama yang menjadi pijakan dalam ekonomi Islam antara lain adalah keadilan, kesetaraan, dan kesejahteraan sosial.

Ekonomi Islam juga merupakan cabang ilmu yang meneliti perilaku manusia terkait dengan beragam keinginan dan keterbatasan sumber daya, serta alternatif penggunaannya. Tujuannya adalah untuk mencapai falah,

yakni kesejahteraan baik dalam kehidupan dunia maupun di akhirat (Hasan, 2016).

Amiur Nuruddin, Guru Besar Ekonomi Syariah dari UIN Sumatera Utara secara singkat mendefenisikan ekonomi Islam sebagai ekonomi yang menghadirkan Tuhan dalam setiap aktifitasnya. Sedangkan Kahf dan Tag el-Din mendefinisikan ekonomi Islam sebagai suatu sistem kebijakan ekonomi yang bersumber dari Alquran dan Sunnah dalam menanggapi berbagai tantangan ekonomi. Baginya, fokus utama dari ekonomi Islam adalah penerapan kebijakan-kebijakan intervensi yang bersifat normatif, yang dianggap diperlukan untuk mengatasi perilaku serakah manusia. Oleh karena itu, bagi Tag el-Din, ekonomi Islam bukan sekadar suatu ilmu yang analitis, tetapi juga menjadi sarana untuk memberikan pencerahan kepada para pembuat kebijakan, membantu mereka dalam pengambilan keputusan yang bijaksana. Sebagai akibatnya, menurutnya, aspek analitis dari ilmu ekonomi menjadi sekunder, karena seseorang harus memahami kondisi yang ada untuk dapat memberikan saran yang rasional mengenai apa yang seharusnya dilakukan (Siddiqui, 2011).

Dalam lingkupnya, konsep tauhid, atau keyakinan akan keesaan Allah Swt., juga memainkan peran penting dalam ekonomi Islam. Tauhid mengajarkan bahwa segala sumber daya dan kekayaan berasal dari Allah, dan manusia bertanggung jawab untuk menggunakan sumber daya tersebut secara bijaksana dan adil.

Selain itu, keadilan dalam distribusi sumber daya juga menjadi fokus utama dalam ekonomi Islam. Setiap individu memiliki hak yang sama dalam mengakses sumber daya ekonomi, dan distribusi pendapatan harus dilakukan secara adil dan merata, sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Kesejahteraan sosial juga menjadi perhatian utama dalam

ekonomi Islam. Sistem ekonomi Islam menghargai nilai-nilai sosial dan moral, dan bertujuan untuk menciptakan kesejahteraan bagi seluruh masyarakat, bukan hanya bagi individu atau kelompok tertentu.

Penting bagi kita untuk memahami konsep, prinsip, dan nilai-nilai dasar ekonomi Islam, diharapkan pembaca dapat melihat bagaimana ekonomi Islam dapat menjadi landasan yang kuat dalam membangun ekonomi yang berkelanjutan dan berkeadilan di Indonesia.

B. Prinsip Utama Ekonomi Islam

1. Tauhid dan Keadilan

Tauhid, secara bahasa, berasal dari kata kerja bahasa Arab *"waḥḥada-yuwaḥḥidu-tauhīdan"*, yang berarti "mengesakan". Namun, dalam konteks istilah, tauhid merujuk pada konsep pengesakan Allah Swt. dalam *ulūhiyyah* (keesaan dalam penyembahan), *rubūbiyyah* (keesaan dalam penciptaan dan pengaturan), serta nama-nama dan sifat-sifat-Nya. Ilmu tauhid adalah cabang ilmu yang mempelajari tentang keesaan Tuhan dan aspek-aspek yang terkait dengannya, seperti sifat-sifat-Nya. Hakikat tauhid dalam Islam meliputi penyerahan diri yang mutlak kepada kehendak Allah, baik dalam hal ibadah maupun muamalah, dengan tujuan menciptakan pola kehidupan yang sesuai dengan kehendak-Nya. Tauhid menjadi dasar bagi seluruh konsep dan aktivitas umat Islam, baik dalam ibadah seperti shalat, puasa, zakat, haji, maupun dalam hal bermuamalah, termasuk dalam konteks ekonomi, politik, sosial, dan budaya. Konsep tauhid tidak hanya memengaruhi aspek spiritualitas individu, tetapi juga membentuk landasan bagi tatanan masyarakat dan negara dalam Islam. Sebagai prinsip yang menyeluruh,

tauhid mengarahkan umat Islam untuk menjalani kehidupan yang mengakui keberadaan Allah dalam setiap aspek dan tindakan mereka (Aqbar & Iskandar, 2021).

Tauhid merupakan prinsip utama dalam ekonomi Islam. Tauhid bukan hanya menjadi dasar keimanan dalam Islam, tetapi juga menjadi fondasi dalam pemahaman terhadap hubungan antara manusia dan kekayaan serta sumber daya alam. Dalam konteks ekonomi, tauhid mengajarkan bahwa semua sumber daya berasal dari Allah, dan manusia bertanggung jawab untuk mengelola sumber daya tersebut secara bijaksana dan adil. Keadilan merupakan konsekuensi alami dari prinsip tauhid dalam ekonomi Islam. Keadilan sosial dan ekonomi harus menjadi tujuan utama dalam distribusi sumber daya dan pendapatan, sehingga setiap individu memiliki akses yang adil dan setara terhadap kekayaan dan peluang ekonomi.

Tauhid adalah ajaran fungsional yang tidak hanya bersifat teologis dan metafisik. Dalam konteks fungsionalnya, tauhid menjelaskan makna sistemik dari Keesaan Allah yang mengacu pada hukum-hukum Ilahi. Pemahaman tentang Keesaan hukum-hukum Ilahi ini sangat berguna, karena Allah tetap berada di luar pemahaman dan konfigurasi, kecuali dengan ilmu-Nya yang mendefinisikan Perintah, Kepemilikan, dan Kemutlakan dalam Penciptaan. Alih-alih memikirkan Allah dalam manifestasi keesaan metafisik apa pun, Alquran menyerukan kepada orang-orang yang beriman untuk mempelajari hukum-hukum yang merefleksikan kesatuan Ilahi dalam skema segala sesuatu (Choudhury, 2006). Hal ini sebagaimana dituliskan dalam Alquran Surah al-An’am [6] ayat 103:

لَا تُدْرِكُهُ الْاَبْصَارُ وَهُوَ يُدْرِكُ الْاَبْصَارَۚ وَهُوَ اللَّطِيْفُ الْخَبِيْرُ

> “Dia tidak dapat dicapai oleh penglihatan mata, sedang Dia dapat melihat segala penglihatan itu, dan Dialah Yang Mahahalus, Mahateliti”.

Hal penting yang harus dipahamkan, komitmen manusia terhadap tauhid tidak hanya terbatas pada hubungan vertikal dengan Tuhan, tetapi juga meluas ke hubungan horizontal dengan sesama manusia dan seluruh makhluk. Semua hubungan ini harus sesuai dengan kehendak Allah. Kehendak-Nya memberi visi kepada manusia yang berkomitmen pada tauhid untuk membentuk masyarakat yang menghargai nilai-nilai utama dan berusaha mewujudkan keadilan sosial. Visi ini menjadi sumber inspirasi bagi mereka untuk mengubah dunia di sekitar mereka agar sesuai dengan kehendak Allah. Inilah misi manusia yang berkomitmen pada tauhid atau yang disebut manusia Muslim. Misi ini memerlukan serangkaian tindakan untuk mewujudkan kehendak Allah, dan menjadi bagian tak terpisahkan dari komitmen mereka kepada-Nya (Aqbar & Iskandar, 2021).

Misi untuk mengubah dunia, menegakkan kebenaran dan keadilan, mewujudkan nilai-nilai utama, dan memberantas kerusakan di bumi bukanlah sekadar suatu turunan, melainkan merupakan bagian integral dari komitmen mereka kepada Allah. Gabungan individu-individu yang berkomitmen pada tauhid membentuk sebuah umat. Menegakkan kebenaran dan keadilan, serta memerangi kejahatan adalah dua ciri utamanya, umat tauhid menunjukkan bahwa gerakannya tidak hanya untuk kepentingan bangsa atau kelompok tertentu, tetapi untuk

seluruh umat manusia. Mereka memiliki kewajiban untuk menegakkan tatanan sosial yang adil dan etis.

Alquran dengan tegas mengutuk ketimpangan ekonomi dan ketidakadilan sosial, serta mendorong kita untuk mendirikan suatu tatanan sosial yang etis dan egaliter. Surat-surat Alquran yang diturunkan saat Nabi Muhammad masih di Makkah mengecam keras politeisme dan disparitas sosio-ekonomi yang mewarnai masyarakat yang terpecah belah. Kedua masalah ini dipandang sebagai dua sisi dari satu masalah yang sama, dan Alquran secara konsisten menyerukan penyelesaian masalah ini karena tantangannya yang sulit.

Keadilan dalam bahasa Arab disebut *"adl"*, yang memiliki arti bersikap dan berlaku dalam keseimbangan. Konsep keseimbangan ini mencakup keselarasan antara hak dan kewajiban, serta keserasian dengan sesama makhluk. Pada hakikatnya, keadilan berarti memperlakukan seseorang atau orang lain sesuai dengan haknya berdasarkan kewajiban yang telah dilakukan. Setiap individu memiliki hak yang harus diakui dan diperlakukan sesuai dengan martabatnya yang sama di hadapan Allah Swt. Hak-hak manusia ini mencakup hak-hak yang diperlukan bagi kelangsungan hidupnya dalam masyarakat. Keadilan tidak hanya mencakup pemberian hak, tetapi juga memastikan bahwa hak-hak tersebut diakui dan dihormati secara adil oleh masyarakat. Ini berarti memperlakukan semua orang dengan sama, tanpa memandang perbedaan latar belakang, status, atau posisi mereka dalam masyarakat (Salfitra, Hasanah, & Kurniawan, 2021).

Dalam Islam, prinsip keadilan menjadi landasan bagi sistem hukum dan nilai-nilai sosial. Setiap tindakan atau keputusan harus diambil dengan mempertimbangkan

keadilan bagi semua pihak yang terlibat. Keadilan merupakan salah satu pilar utama dalam membangun masyarakat yang adil dan harmonis menurut ajaran agama Islam.

Dalam konteks pembangunan ekonomi di sebuah masyarakat, dimensi keadilan memiliki peran yang sangat penting dan tidak dapat dipisahkan. Dalam pengertian ini, proses pembangunan ekonomi yang tidak memperhatikan keadilan dapat dikategorikan sebagai proses yang anti pembangunan. Proses pembangunan yang memiliki dimensi keadilan sebagai fokus utama hanya dapat berlangsung secara efektif dan berkelanjutan dalam masyarakat jika sistem sosial telah mengalami reformasi yang mendasar, dimana prinsip-prinsip keadilan menjadi landasan bagi interaksi antara anggota masyarakat. Keadilan dalam proses pembangunan tidak hanya mencakup aspek ekonomi secara keseluruhan, tetapi juga harus tercermin dalam ekonomi mikro. Jika tidak, akan terjebak dalam suatu sistem ekonomi di mana pemilik modal atau aset material menjadi penentu tunggal dalam distribusi nilai tambah produk atau jasa yang dihasilkan. Oleh karena itu, sistem ekonomi yang demokratis secara nasional harus diikuti dengan pembentukan unit-unit ekonomi yang demokratis juga di tingkat mikro. Ini berarti bahwa keputusan ekonomi tidak hanya dipegang oleh segelintir orang atau entitas, tetapi melibatkan partisipasi dan distribusi yang adil bagi semua pemangku kepentingan di dalam masyarakat. Dengan demikian, dimensi keadilan menjadi landasan bagi pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan dalam suatu masyarakat (Rahmiyanti, 2018).

2. Risalah dan Ijtihad

Risalah merujuk pada ajaran Islam yang terdapat dalam Alquran dan Hadis, yang memberikan pedoman dan arahan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk ekonomi. Prinsip ini merupakan landasan yang kokoh bagi praktik ekonomi yang sesuai dengan prinsip-prinsip agama Islam. Sementara itu, ijtihad merupakan proses interpretasi dan penafsiran terhadap ajaran Islam yang dilakukan oleh para ulama dan cendekiawan Islam. Ini adalah sebuah kajian mendalam yang melibatkan pemahaman mendalam terhadap teks-teks suci dan konteks sosial saat ini. Dalam konteks ekonomi, ijtihad memainkan peran krusial dalam mengembangkan kerangka kerja ekonomi yang responsif dan relevan dengan nilai-nilai Islam, serta dalam menanggapi tantangan-tantangan ekonomi yang berkembang.

Risalah dan ijtihad bekerja bersama-sama untuk membentuk landasan teoritis dan praktis bagi ekonomi Islam. Risalah memberikan prinsip-prinsip dasar yang tak tergoyahkan yang harus diikuti, sementara ijtihad memungkinkan adaptasi dan pengembangan prinsip-prinsip tersebut sesuai dengan kebutuhan dan konteks waktu yang berubah. Dengan kata lain, risalah memberikan kerangka kerja yang kokoh, sementara ijtihad memberikan fleksibilitas dan adaptabilitas yang diperlukan untuk menjawab perubahan dan tantangan yang terus berkembang dalam dunia ekonomi.

Prinsip risalah dan ijtihad menjadi tonggak penting dalam menjaga relevansi dan keberlanjutan ekonomi Islam sebagai sebuah disiplin ilmu dan sebagai kerangka kerja untuk praktek ekonomi yang beretika dan berkeadilan dalam masyarakat Muslim. Ini juga menegaskan bahwa ekonomi Islam bukanlah sebuah konsep yang statis atau

tertutup, tetapi merupakan sebuah paradigma yang hidup dan terbuka terhadap pembaharuan dan pengembangan sesuai dengan tuntutan zaman.

Perkembangan zaman yang terus berubah membawa tantangan baru bagi perekonomian Indonesia, terutama dengan masuknya era digitalisasi yang mempengaruhi berbagai sektor ekonomi dan kehidupan masyarakat secara luas. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara manusia berinteraksi, bertransaksi, dan bekerja. Namun, di tengah kemajuan ini, juga muncul berbagai problematika baru yang perlu ditangani dengan bijaksana (Hidayat, 2024).

Dalam konteks ini, risalah dan ijtihad memainkan peran penting bagi kemajuan ekonomi Indonesia. Risalah, sebagai pedoman dari ajaran Islam yang terkandung dalam Alquran dan Hadis, memberikan landasan moral dan etika yang kuat dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk ekonomi. Sementara itu, ijtihad memungkinkan adanya penyesuaian dan adaptasi terhadap realitas yang ada. Hal ini memungkinkan pengembangan kerangka kerja ekonomi yang relevan dan responsif terhadap tantangan-tantangan baru yang muncul, termasuk dalam menghadapi dampak dari era digitalisasi.

Tanpa adanya risalah dan ijtihad, akan sulit bagi ekonomi Indonesia untuk berkembang secara berkelanjutan. Risalah memberikan nilai-nilai moral yang mendasari praktek ekonomi, sementara ijtihad memberikan fleksibilitas dan adaptabilitas yang diperlukan untuk menjawab perubahan-perubahan yang terjadi. Kedua hal ini bekerja secara sinergis untuk memastikan bahwa ekonomi Indonesia dapat bergerak maju secara seimbang, berlandaskan pada nilai-nilai keadilan, keberlanjutan, dan kesejahteraan masyarakat.

Secara tidak langsung hal ini mengisyaratkan bahwa ajaran Islam selalu sesuai dengan perkembangan zaman begitu pula halnya Islam selalu mampu mengakomodir berbagai kebutuhan umat dan negara sesuai dengan perkembangan zaman (Garamatan & Ayuniyyah, 2021). Ekonomi syariah merupakan solusi yang relevan dan berkelanjutan dalam menghadapi berbagai tantangan baru dalam dunia ekonomi. Ini tidak hanya mencakup aspek-aspek seperti lembaga keuangan syariah dan produk-produk keuangan yang syariah-*compliant*, tetapi juga dalam membangun sistem ekonomi yang adil, inklusif, dan berkelanjutan bagi masyarakat secara luas. Begitu pula hanya ekonomi syariah dapat menjadi motor penggerak bagi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan berkeadilan, sesuai dengan nilai-nilai Islam yang mendasarinya.

Untuk itu, penting bagi pemerintah, para pemangku kepentingan, dan masyarakat luas untuk terus memperkuat risalah dan ijtihad dalam konteks pembangunan ekonomi Indonesia. Dengan demikian, Indonesia dapat menghadapi tantangan-tantangan baru dalam era digitalisasi ini dengan lebih baik, serta mewujudkan visi pembangunan ekonomi yang inklusif, berkelanjutan, dan berkeadilan bagi seluruh rakyat Indonesia.

3. Kepemilikan dan Pengelolaan Harta

Kata kepemilikan dalam Islam berasal dari bahasa Arab, yang akarnya berasal dari kata *"malaka",* yang berarti memiliki. Dalam konteks bahasa Arab, *"milk"* mengacu pada kepemilikan seseorang terhadap sesuatu, baik itu barang atau harta, yang berada dalam genggamannya, baik secara nyata maupun secara hukum.

Dimensi kepemilikan ini tercermin dalam fakta bahwa seseorang yang memiliki suatu barang memiliki kekuasaan penuh atas barang tersebut, sehingga ia dapat menggunakan barang tersebut sesuai dengan keinginannya tanpa adanya hambatan dari individu maupun institusi lain yang dapat menghalanginya (Sobarna, 2021).

Konsep kepemilikan dalam Islam menekankan pada hak eksklusif seseorang atas barang yang dimilikinya. Ini berarti bahwa individu yang memiliki barang tersebut memiliki hak untuk menggunakan, mengalihkan, atau melakukan tindakan lain terkait barang tersebut sesuai dengan kehendaknya sendiri. Prinsip ini memberikan kedudukan yang kuat bagi pemilik dalam mengelola dan memanfaatkan harta benda yang dimilikinya, dengan asumsi bahwa penggunaan tersebut tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip dan nilai-nilai Islam.

Kepemilikan adalah ikatan seseorang dengan hak miliknya yang diakui oleh syariah. Hal ini juga mencakup hak khusus yang diberikan kepada pemilik untuk menggunakan harta mereka sesuai dengan ketentuan syariah tanpa melanggar prinsip-prinsipnya. Kepemilikan harta merupakan alat bagi manusia untuk memenuhi tanggung jawab yang telah diberikan kepada mereka, dan harus digunakan dengan sebaik-baiknya untuk kebahagiaan di dunia dan di akhirat, serta untuk kesejahteraan umat manusia agar dapat menjalani kehidupan yang lebih baik (Ulhaq, 2019).

Pengakuan Islam terhadap hak kepemilikan tercermin dalam konsep *"haq al-adami",* yang menegaskan perlindungan terhadap kepemilikan individu. Dalam Islam, hak kepemilikan dianggap sebagai suatu hak yang diakui dan dilindungi, dengan sanksi yang ditetapkan

bagi mereka yang merampasnya. Namun, penting pula dipahami bahwa dalam pemahaman Islam, hakikat kepemilikan atas alam dan isinya secara mutlak berada di tangan Allah Swt. Manusia hanya diberi hak kepemilikan secara *nisbi* dan temporal sebagai pemberian dari Allah untuk memenuhi kebutuhan mereka (Efendi, Nurhasanah, & Saripudin, 2022).

Konsep *"haq al-adami"*, menggarisbawahi bahwa Islam sangat melindungi hak kepemilikan individu sebagai bagian dari nilai-nilai moral dan hukum dalam agama. Ini mencerminkan kesadaran akan pentingnya menjaga keadilan dan keseimbangan dalam interaksi sosial dan ekonomi. Di sisi lain, pemahaman bahwa hak kepemilikan adalah pemberian Allah menekankan pentingnya bersikap rendah hati dan bijaksana dalam memanfaatkan harta benda yang dimiliki. Konsep hak kepemilikan dalam Islam tidak hanya mencakup aspek legal dan sosial, tetapi juga memiliki dimensi spiritual yang mendalam, dimana Islam memandang hak kepemilikan sebagai suatu amanah yang harus dijaga dan dimanfaatkan dengan penuh tanggung jawab, serta sebagai sarana untuk mencapai keadilan dan kesejahteraan bagi semua anggota masyarakat.

Islam mengatur hak milik baik bagi individu maupun secara kolektif, yang pada hakikatnya menunjukkan keberpihakan Islam terhadap upaya pembebasan manusia dari kemiskinan dengan memberikan sarana dan sumber daya yang dapat dikembangkan secara ekonomis. Konsep hak milik dalam Islam tidak hanya bertujuan untuk melindungi hak-hak individu, tetapi juga untuk memastikan bahwa kekayaan dan sumber daya tersedia bagi kepentingan bersama masyarakat.

Adanya hak milik individu memberikan insentif bagi manusia untuk bekerja keras dan berkembang secara

ekonomis (Efendi, Nurhasanah, & Saripudin, 2022). Setiap individu memiliki hak untuk memiliki, mengelola, dan menggunakan harta benda sesuai dengan ketentuan syariat Islam, dengan harapan bahwa hal ini akan mendorong produktivitas dan kesejahteraan bagi individu dan masyarakat secara keseluruhan. Di sisi lain, hak milik kolektif menggarisbawahi pentingnya kerjasama dan kebersamaan dalam pengelolaan sumber daya dan distribusi kekayaan. Konsep ini menegaskan bahwa kekayaan dan sumber daya alam adalah anugerah dari Allah Swt. yang harus dikelola secara adil dan berkelanjutan untuk kepentingan bersama masyarakat.

Harta adalah salah satu kebutuhan pokok manusia yang penting karena menentukan kualitas hidupnya, baik saat ini maupun di masa depan. Harta yang dimiliki seseorang harus memberikan manfaat, baik untuk dirinya sendiri maupun untuk orang lain, serta harus menghindari terjadinya kerugian yang dapat merugikan manusia itu sendiri. Manusia harus bertanggung jawab dalam mengelola dan merawat harta yang telah diperoleh melalui berbagai usaha. Merawat harta merupakan kewajiban bagi setiap individu karena merupakan kebutuhan penting yang dapat membawa manfaat dan membantu mencapai kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Selain merawat harta, kekayaan yang dimiliki juga harus dikelola secara profesional agar dapat memberikan manfaat bagi diri sendiri dan masyarakat secara umum (Irwan, 2021).

Kehadiran seorang Muslim dalam kehidupan dunia dianggap sebagai seorang *khalifah* yang memiliki tanggung jawab untuk menjaga dan merawat bumi beserta isinya. Dalam mengelola harta dan kekayaan, fokusnya adalah pada upaya meningkatkan kesejahteraan daripada sekadar mengejar keserakahan (Baitul Maal Hidayatullah,

n.d.). Selain memenuhi kebutuhannya, sebagai bentuk menjauhkan diri dari keserakahan seorang Muslim harus mampu pula memberikan bagian hartanya untuk berbagi kepada pihak lain yang membutuhkan (baik wajib dan sunnah), membayar hutang (jika ada), menabung, berinvestasi dan menggunakannya untuk konsumsi secukupnya.

Implikasi positif dari pengaturan hak milik dan pengelolaan harta dalam Islam terhadap pengembangan ekonomi yang Islami berbasis syariah dan berorientasi pada kerakyatan sangatlah signifikan. Dengan prinsip-prinsip yang ditetapkan dalam Islam, seperti keadilan, kebersamaan, dan tanggung jawab sosial, ekonomi Islami dapat menjadi instrumen yang efektif dalam mengatasi ketimpangan sosial dan menghasilkan pembangunan yang berkelanjutan dan inklusif bagi semua lapisan masyarakat. Pengaturan hak milik dan pengelolaan harta dalam Islam tidak hanya menciptakan landasan yang kokoh untuk keadilan ekonomi, tetapi juga memberikan arah yang jelas bagi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan berorientasi pada kesejahteraan bersama.

Dalam konteks ekonomi, konsep kepemilikan dalam Islam memberikan dasar bagi pengaturan hak-hak kepemilikan dan pengelolaan harta benda secara adil dan berkeadilan. Konsep ini menjadi salah satu pijakan utama dalam pembentukan sistem ekonomi yang adil dan berkeadilan menurut prinsip-prinsip Islam. Islam mengajarkan bahwa kepemilikan harta harus didasarkan pada prinsip kepemilikan yang sah, yang melindungi hak-hak individu dan mencegah terjadinya penyalahgunaan atau eksploitasi. Selain itu, Islam juga mengatur cara pengelolaan harta yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, termasuk dalam hal investasi, pengelolaan bisnis,

dan distribusi pendapatan. Dengan memahami dan mengikuti prinsip-prinsip ini, diharapkan masyarakat dapat mengelola harta mereka secara bertanggung jawab dan adil, serta berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan berkeadilan.

C. Sistem Ekonomi Islam

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

> "Wahai orang-orang yang beriman, masuklah kamu semua ke dalam Islam secara *kaffah.* Dan janganlah kalian mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagi kalian," (QS. Al-Baqarah [2]: 208).

Memahami sistem ekonomi Islam secara menyeluruh memerlukan pemahaman yang komprehensif tentang Islam serta pengetahuan ekonomi umum secara mendasar. Keterbatasan dalam pemahaman tentang Islam dapat mengakibatkan ketidakpahaman terhadap sistem ekonomi Islam secara utuh, mulai dari aspek ideologis fundamental hingga pemahaman tentang konsep dan aplikasi praktisnya. Dampaknya, ada kesalahpahaman yang muncul yang menganggap bahwa sistem ekonomi Islam tidak jauh berbeda dengan sistem ekonomi konvensional yang ada, hanya ditambah dengan praktik ribawi dan sistem zakat, infak, sedekah, serta prinsip-prinsip moral yang diperlukan dalam kegiatan ekonomi. Sebaliknya, keterbatasan dalam pemahaman tentang ekonomi mendasar, seperti kapitalisme dan sosialisme, dapat mengakibatkan anggapan bahwa sistem ekonomi Islam tidak memiliki konsep operasional yang

jelas. Lebih jauh, ada kesan bahwa sistem ekonomi Islam hanya memiliki konsep-konsep teoritis dan moral yang terbatas pada hukum-hukum fikih tentang muamalah, seperti perdagangan, sewa-menyewa, dan simpan-pinjam (Sobarna, 2021).

Dengan kata lain, ada anggapan bahwa sistem ekonomi Islam hanya berada pada level konsep teoritis tanpa memiliki konsep operasional yang praktis seperti sistem ekonomi lainnya. Akibatnya, muncul pandangan bahwa sistem ekonomi Islam hanya memberikan gambaran umum tentang ekonomi, tetapi tidak memberikan detail yang cukup. Untuk memahami sistem ekonomi Islam secara menyeluruh, tidak hanya diperlukan pemahaman yang mendalam tentang Islam secara keseluruhan, tetapi juga diperlukan pemahaman yang memadai tentang pengetahuan ekonomi umum secara mendasar, termasuk pemahaman tentang berbagai sistem ekonomi yang ada. Dengan demikian, akan terbentuk pemahaman yang lebih komprehensif dan akurat tentang sistem ekonomi Islam serta relevansinya dalam konteks ekonomi global yang terus berkembang.

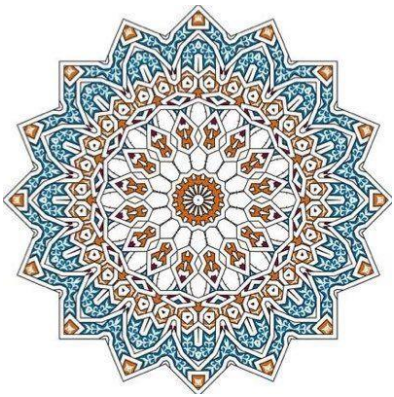
Ekonomi memiliki akar kata dari bahasa Latin *"oikosnomos"* yang diperkenalkan oleh filsuf Aristoteles pada zaman Yunani Kuno. *"Oikos"* berarti rumah tangga, sementara "*nomos"* berarti ilmu. Ilmu ekonomi merupakan studi tentang produksi, distribusi, dan konsumsi yang dilakukan oleh individu yang tinggal dalam satu keluarga atau rumah tangga. Karena ekonomi merupakan bidang kajian ilmiah, pendekatan untuk memahami dan membahasnya meliputi tiga tahapan proses, yaitu ontologi (tentang keberadaan), epistemologi (tentang cara), dan aksiologi (tentang nilai guna, hasil, dan tujuan). Pada tahap ontologi, dilakukan analisis terhadap masalah-masalah yang terkait dengan produksi, distribusi, dan konsumsi dalam kehidupan.

Tahap epistemologi menyoroti metode manusia dalam menyelesaikan masalah yang timbul untuk memenuhi kebutuhan. Sedangkan pada aspek aksiologi, fokusnya adalah pada tujuan utama kegiatan ekonomi, yaitu untuk memenuhi kebutuhan hidup (Riyadi & Hilyatin, 2021).

Penerapan sistem ekonomi pada hakikatnya bertujuan untuk menciptakan kesejahteraan dan ketenteraman bagi seluruh masyarakat, namun berbagai dampak negatif terus muncul akibat sistem yang diterapkan. Sistem ekonomi kapitalis memberi kekuasaan kepada kaum kapitalis dan menyebabkan masalah seperti pengangguran, kemiskinan, dan ketimpangan sosial. Sementara sistem ekonomi sosialis, meskipun mengedepankan pemeraataan sosial, juga menimbulkan masalah seperti kurangnya kebebasan hak milik dan keterbatasan kreativitas masyarakat. Untuk mewujudkan masyarakat sejahtera secara ekonomi, diperlukan penyusunan sistem dan konsep yang ideal agar tidak ada lagi dampak negatif seperti kemiskinan. Sistem ekonomi Islam menawarkan kesejahteraan bagi seluruh masyarakat dengan prinsip keadilan, kebersamaan, dan menciptakan kondisi sosial yang kondusif serta memberikan kesempatan yang luas bagi semua pelaku usaha dengan memanfaatkan sumber daya alam secara universal (Takhim, 2016).

Sistem Ekonomi Islam memiliki fondasi yang kuat pada empat nilai utama: *Rabbaniyyah* (ketuhanan), *Akhlakiyyah* (akhlak), *Insaniyyah* (kemanusiaan), dan *Wasatiyyah* (keseimbangan) (Bakhri, 2011). Nilai ini bukan hanya sekadar pandangan, tetapi merupakan prinsip-prinsip inti yang membimbing setiap aspek dari sistem ini. Nilai-nilai ini pula yang menjadi pembeda utama antara sistem ekonomi Islam dengan sistem-sistem lainnya.

Rabbaniyyah menegaskan bahwa Allah Swt. adalah sumber segala kebijaksanaan dan arahan dalam hal ekonomi, dan bahwa aktivitas ekonomi haruslah sesuai dengan ajaran-Nya. *Akhlakiyyah* menekankan pentingnya etika dan moralitas dalam setiap transaksi dan interaksi ekonomi. *Insaniyyah* menekankan perlunya memperhatikan kesejahteraan dan keadilan sosial bagi seluruh umat manusia. Sedangkan *wasatiyyah* menekankan pentingnya keseimbangan dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam distribusi kekayaan dan sumber daya. Nilai-nilai ini pada akhirnya bermuara pada prinsip-prinsip moral, etika, keadilan, dan keseimbangan, yang pada akhirnya bertujuan untuk menciptakan kesejahteraan bagi seluruh masyarakat.



ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM

A. Pendahuluan

Dalam pandangan Islam, bisnis bukan hanya sekadar mencari keuntungan materi, tetapi juga merupakan sebuah amal yang diperintahkan oleh Allah Swt. Etika bisnis dalam perspektif Islam mencakup prinsip-prinsip yang didasarkan pada ajaran agama, moralitas, dan keadilan sosial. Hal ini memainkan peran penting dalam membentuk hubungan antarindividu, masyarakat, dan negara. Dengan memperhatikan nilai-nilai etika Islam, bisnis dapat menjadi instrumen untuk mencapai tujuan yang lebih luas, yaitu mendapatkan ridha Allah Swt. dan kesejahteraan bersama.

Munculnya kesadaran untuk menjalankan syariah dalam kehidupan ekonomi Muslim berarti harus mengubah pola pikir dari sistem ekonomi kapitalis ke sistem ekonomi syariah termasuk dalam dunia bisnis. Dunia bisnis tidak bisa dilepaskan dari etika bisnis. Beberapa hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya hubungan yang positif antara etika bisnis dan kesuksesan suatu perusahaan (Hasoloan, 2018; Ayu and Anwar, 2022; Pratiwi and Kurniawan, 2022).

Dapat belajar dari kisah bangkrutnya Lehman Brothers pada tahun 2008 menggambarkan dampak dari suatu perusahaan yang tidak menggunakan etika bisnis dalam setiap aktivitas bisnisnya (Lioudis, 2024). Pada akhirnya praktek bisnis yang tidak jujur, hanya memikirkan keuntungan maksimal dan merugikan pihak lain akan membawa perusahaan, yang tergolong raksasa sekalipun akan hancur juga.

Bisnis dikategorikan etis apabila perilaku dan cara-cara berbisnisnya dapat diterima baik oleh khalayak. Cara berbisnis yang etis tidak hanya *concern* pada cakupan *marketing*nya saja, melainkan banyak faktor pendukung yang menjadi pertimbangan diantaranya dalam hal pembangunan sarana dan prasarananya, cara rekrutmen pegawai hingga turut serta berkontribusi pada kegiatan sosial. Oleh karena itu, etika bisnis memegang peranan penting dalam ekonomi Islam dikarenakan tidak hanya mempengaruhi praktek bisnis secara individual, tetapi juga membentuk struktur sosial dan ekonomi yang lebih adil dan berkelanjutan. Dengan mengikuti prinsip-prinsip yang ditetapkan oleh agama, bisnis dapat menjadi sarana untuk mencapai keberkahan dan keberlanjutan, serta memperoleh keuntungan yang tidak hanya bersifat materi, tetapi juga spiritual.

B. Definisi Etika Bisnis Islam

Etika bisnis, terkadang disebut sebagai etika manajemen atau etika organisasi, hanya membatasi kerangka acuannya pada organisasi. Secara etimologi, etika *(ethics)* yang berasal dari bahasa Yunani "*ethikos*" mempunyai beragam arti yaitu pertama, sebagai analisis konsep-konsep terhadap apa yang harus, mesti, tugas, aturan-aturan moral, benar, salah, wajib, tanggung jawab dan lain-lain. Kedua, aplikasi ke dalam watak moralitas atau tindakan-tindakan moral. Ketiga, aktualisasi kehidupan yang

baik secara moral. Etika merupakan filsafat tentang moral. Jadi sasaran etika adalah moralitas. Moralitas adalah istilah yang dipakai untuk mencakup praktek dan kegiatan yang membedakan apa yang baik dan apa yang buruk, aturan-aturan yang mengendalikan kegiatan itu dan nilai yang tersimpul didalamnya, yang dipelihara atau dijadikan sasaran oleh kegiatan dan praktik tersebut (Suwito, 2004).

Tidak jauh berbeda dengan definisi yang diberikan Beekun (1997) bahwa etika adalah seperangkat prinsip moral yang membedakan apa yang benar dan apa yang salah. Ini adalah bidang normatif karena menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak dilakukan seseorang. Etika adalah norma manusia harus berjalan dan bersikap sesuai nilai atau norma yang ada (Muhammad, 2004). Lebih detail, Bertens (2007) menjelaskan bahwa pengertian etika memiliki tiga makna. *Pertama,* etika digunakan dalam pengertian nilai-nilai dan norma-norma moral yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya. *Kedua,* etika dalam pengertian kumpulan asas atau nilai-nilai moral atau kode etik. *Ketiga,* etika sebagai ilmu tentang baik dan buruk. Etika juga merupakan salah satu bagian dari disiplin pokok filsafat yang merefleksikan bagaimana manusia harus sukses dalam kehidupan bisnisnya di tengah lingkungan masyarakat (Trihastuti, 2020).

Dalam konteks Islam, istilah etika lebih mudah dipahami dan paling erat kaitannya adalah *khuluq. Khuluq* berarti akhlak atau adab yang bertujuan membentuk moralitas manusia. Allah Swt. menyebutkan kata *"khuluq"* dalam Alquran Surah Al-Qalam: 4 yang berbunyi:

وَاِنَّكَ لَعَلٰى خُلُقٍ عَظِيْمٍ

"Sesungguhnya engkau benar-benar berbudi pekerti yang agung"

Alquran juga menggunakan berbagai istilah untuk menggambarkan konsep kebaikan: *khayr* (kebaikan), *birr* (kebenaran), *qist* (keadilan), *'adl* (keseimbangan dan keadilan), *haqq* (kebenaran dan kebenaran), *ma'ruf* (diketahui dan disetujui), dan taqwa. Perbuatan shaleh digambarkan sebagai salihat dan perbuatan kesesatan disebut *sayyi'at* (Fakhry, 1991; Beekun, 1997; Muhammad, 2004; Trihastuti, 2020).

Adapun bisnis merupakan serangkaian peristiwa yang melibatkan para pelaku bisnis (Muhammad, 2004). Griffin and Ebert (2008) mendefinisikan bisnis sebagai rangkaian aktifitas yang menyediakan barang dan jasa yang diperlukan atau diinginkan konsumen. Sedangkan dalam Islam kata bisnis disebutkan dalam Alquran dengan kata *al-tijarah* yang memiliki makna berdagang atau berniaga (QS. Al-Baqarah: 282, QS. An-nisa: 29, QS At-Taubah: 24, QS. An-Nur: 37, QS. As-Shaff: 10, QS. Al-Jumuah: 11), *al-ba'i* yang bermakna jual beli (Al-Baqarah: 275), *tadayantum* yang disebutkan sekali dalam Alquran yang maknanya mencari keuntungan (QS. Al-Baqarah: 282), dan *isytara* yang bermakna membeli (QS. At-Taubah:111).

Dari pengertian istilah-istilah bisnis yang disebutkan dalam Alquran tersebut yaitu *al-tijarah, al-bai', tadayantum,* dan *isytara*, kesemuanya menunjukkan bahwa bisnis dipandang sebagai cara untuk memperoleh penghidupan. Namun, esensi dari bisnis ini tidak hanya terfokus pada aspek keuntungan materiil semata, melainkan juga memperhatikan dimensi materiil dan non-materiil, dengan penekanan lebih pada nilai-nilai non-materiil dan kualitas.

Etika bisnis merupakan etika terapan. Sebuah aplikasi pemahaman kita mengenai mana yang baik dan benar untuk beragam institusi, teknologi, dan transaksi yang disebut bisnis. Pembahasan etika bisnis harus dimulai dengan

menyediakan kerangka prinsip-prinsip dasar pemahaman tentang apa yang dimaksud dengan istilah “baik dan benar”, karena hanya dengan cara tersebut seseorang kemudian dapat membahas implikasi-implikasi terhadap dunia bisnis.

Dengan demikian, etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis yang selaras dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tida ada lagi kekhawatiran, sebab telah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Etika bisnis Islam memposisikan pengertian bisnis yang pada hakikatnya merupakan usaha manusia untuk mencari keridhaan Allah Swt. Bisnis tidak hanya berorientasi pada individual, jangka pendek, dan semata-mata demi keuntungan berdasarkan kalkulasi matematis, tetapi juga bertujuan jangka panjang, yaitu tanggung jawab pribadi dan sosial dihadapan masyarakat, negara dan Allah Swt.

C. Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam

Hakikatnya, Islam memberikan kebebasan terhadap pelaku usaha meskipun terdapat beberapa prinsip dasar yang menjadi etika normatif yang harus ditaati dan diterapkan setiap Muslim dalam menjalankan bisnisnya (Handayani, 2018), yaitu:

1. Kewajiban bagi seorang Muslim dalam ikhtiar mencari rezeki.
2. Kewajiban mencari rezeki yang halal.
3. Segala sesuatu yang dilakukan dalam proses mencari rezeki merupakan sarana *taqarrub* kepada Allah Swt.
4. Selalu bersikap jujur dalam menjalankan usahanya.
5. Bisnis yang dijalankan tidak boleh merusak lingkungan hidup.
6. Melakukan persaingan bisnis dengan adil dan sehat.
7. Selalu belajar dari proses artinya jangan cepat merasa puas diri terhadap apa yang sudah didapatkan.

8. Memberikan amanah kepada ahlinya meskipun bukan keluarga.

Menariknya, gagasan etika bisnis yang berlaku saat ini memiliki keselarasan dengan komponen etika bisnis dalam Islam. Sebagaimana tertuang dalam QS. An-Nahl: 90 yang berbunyi:

۞ اِنَّ اللّٰهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْاِحْسَانِ وَاِيْتَآئِ ذِى الْقُرْبٰى وَيَنْهٰى عَنِ الْفَحْشَآءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُوْنَ

> “Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil, berbuat kebajikan, dan memberikan bantuan kepada kerabat. Dia (juga) melarang perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pelajaran kepadamu agar kamu selalu ingat”.

Dalam ayat tersebut, terangkum tiga prinsip utama yang menjadi dasar kerangka kerja etika bisnis Islam yakni perintah berlaku adil, berbuat baik dengan membantu orang-orang terdekat, dan melarang berbuat keji yang bisa menimbulkan permusuhan (Al-Ghazali, 2013; Musa *et al.*, 2020).

Selanjutnya, lebih rinci dijabarkan bagaimana implementasi nilai-nilai etika Islam dalam kegiatan bisnis sebagai berikut (Beekun, 1997; Nugraheni, Alhabsi and Rosman, 2024):

1. Kesatuan (*Unity*/Tauhid)

   Tauhid (kesatuan/keesaan) menjadi prinsip utama etika Islam. Tauhid adalah sebuah dimensi vertikal dalam Islam karena akidah Islam dilandasi oleh keyakinan hanya kepada Allah Swt., dan manusia sebagai khalifah-Nya

wajib mengelola sumber daya bumi dalam rangka menjunjung tinggi amanah sebagai wujud tanggung jawab manusia kepada Allah. Dalam dunia bisnis, tauhid tercermin dalam kerja sama dan kesetaraan baik dalam usaha maupun dalam kesempatan. Tauhid direfleksikan dengan tidak boleh melakukan tindakan diskriminasi terhadap karyawannya, konsumen, dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan gender, ras, dan agama.

2. Keadilan *(Adl)*
   Keadilan bisa dimaknai keseimbangan dan berkaitan dengan keselarasan yang mencakup semua di alam semesta. Keadilan dapat digambarkan dengan dua kata: *adl* dan *qist*. *Adl* mengacu pada pemerataan dan keseimbangan Keadilan mendorong umat Islam 'untuk berperilaku adil terhadap semua orang'. Sedangkan sebagai konsep keseimbangan, *adl* mengacu pada 'melakukan sesuatu secara proporsional, menghindari hal-hal ekstrem'. Segala sesuatu yang ada di alam semesta harus berada dalam keadaan seimbang untuk menghasilkan keteraturan sosial. Hal ini adalah dimensi horizontal dan manusia harus mempunyai keseimbangan dalam segala hal, termasuk dalam aspek sosial ekonomi. Nilai etika ini mempunyai implikasi bagi bisnis bahwa semua transaksi yang dilakukan oleh pengusaha Muslim harus adil termasuk terhadap karyawan.

3. Tanggung Jawab (*Responsibility*)
   Tanggung jawab memberikan batasan pada manusia, dimana seseorang boleh mengambil tindakan namun juga harus bertanggung jawab atas tindakannya tersebut. Oleh karena itu, kebebasan individu harus diseimbangkan dengan kebebasan organisasi atau bermasyarakat. Dari

sudut pandang Islam, tanggung jawab sosial harus selalu dianggap sebagai bagian dari kebebasan yang seimbang. Oleh karena itu, masyarakat harus bertanggung jawab atas tindakan mereka.

4. Kebajikan *(Ihsan)*
   Kebajikan *(ihsan)* adalah kebaikan terhadap orang lain dan didefinisikan sebagai perbuatan yang memberi manfaat kepada orang lain selain orang yang melakukan perbuatan tersebut tanpa kewajiban apa pun. Untuk aktivitas bisnis, etika ini mendorong karyawan Muslim untuk melakukan pekerjaan terbaiknya baik sebagai bentuk cinta kepada Allah Swt. dan keyakinan mereka bahwa Allah Swt. akan selalu mengawasi tingkah laku mereka.

5. Kehendak Bebas *(Free Will)*
   Nilai etika ini mengacu pada peran manusia sebagai *khalifah* (wakil Allah) di muka bumi. Berdasarkan hal ini, manusia memiliki kebebasan untuk berakad dan menepati atau melanggarnya. Selanjutnya, kehendak bebas berarti amanah dimana kekayaan dan sumber daya lain yang diberikan Allah Swt. digunakan sebagai alat untuk memenuhi tanggung jawabnya. Konsep kebebasan dalam Islam yaitu dengan tetap mengedepankan etika dan moral dalam bertindak. Kalaupun bersaing maka tetap dalam kebaikan. Dalam konteks kegiatan bisnis, kehendak bebas artinya masyarakat harus mengelola sumber daya untuk semua orang dan mempertimbangkan pembangunan berkelanjutan.

D. Penilaian Baik Buruk Aktivitas Bisnis

Penilaian baik dan buruk dalam aktivitas bisnis sangatlah penting dalam membangun reputasi dan

keberlanjutan perusahaan. Sebuah bisnis yang dikelola dengan baik, tidak hanya fokus pada pencapaian keuntungan semata, tetapi juga memperhatikan dampaknya terhadap berbagai pemangku kepentingan, seperti karyawan, pelanggan, masyarakat, dan lingkungan. Bisnis yang menunjukkan etika yang tinggi dalam setiap aspek operasionalnya cenderung mendapatkan penilaian baik dari berbagai pihak. Sebaliknya, praktik bisnis yang tidak etis, seperti korupsi, penipuan, atau penyalahgunaan lingkungan, akan menimbulkan penilaian buruk dan bahkan dapat mengancam kelangsungan bisnis tersebut dalam jangka panjang. Oleh karena itu, penting bagi setiap perusahaan untuk memprioritaskan integritas dan keberlanjutan dalam setiap keputusan dan tindakan bisnisnya guna mendapatkan penilaian baik dari berbagai pihak terkait. Dengan demikian, khususnya dalam Islam, seorang pelaku bisnis diharuskan untuk berperilaku dalam bisnis mereka sesuai dengan anjuran Alquran dan Sunnah.

Berikut rangkuman tata karma perilaku bisnis Islam (Syafiq, 2019):

1. Murah Hati

   Murah hati dalam artian selalu bersikap ramah-tamah, sopan santun, dan murah senyum namun tetap penuh tanggung jawab. Sopan santun adalah pondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku. Sebagaimana firman Allah dalam QS. Ali-Imran ayat 159:

   فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللّٰهِ لِنْتَ لَهُمْۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيْظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوْا مِنْ حَوْلِكَۖ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِى الْاَمْرِۚ فَاِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللّٰهِۗ اِنَّ اللّٰهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِيْنَ

> “Maka, berkat rahmat Allah engkau (Nabi Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka akan menjauh dari sekitarmu. Oleh karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal.”

2. Motivasi Untuk Berbakti

   Dalam aktivitas bisnis seorang Muslim hendaknya berniat memberikan pengabdian yang diharapkan oleh masyarakatnya dan manusia secara keseluruhan. Etika bisnis Alquran mengharuskan pelakunya untuk memberikan perhatian pada kepentingan orang lain, yang karena alasan tertentu tidak mampu melindungi dan memproteksi kepentingan dirinya sendiri. Firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 280:

وَاِنْ كَانَ ذُوْ عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ اِلٰى مَيْسَرَةٍۗ وَاَنْ تَصَدَّقُوْا خَيْرٌ لَّكُمْ اِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ

> “Jika dia (orang yang berutang itu) dalam kesulitan, berilah tenggang waktu sampai dia memperoleh kelapangan. Kamu bersedekah (membebaskan utang) itu lebih baik bagimu apabila kamu mengetahui(-nya).”

3. Ingat Allah dan Prioritas Utamanya

   Seorang Muslim diperintahkan untuk selalu mengingat Allah bahkan dalam suasana sedang sibuk

dalam aktivitas mereka. Bersikap penuh kesabaran dan responsive terhadap prioritas-prioritas yang telah ditentukan oleh sang maha pencipta. Semua kegiatan bisnis seharusnya selaras dengan moralitas dan nilai-nilai utama yang digariskan oleh Alquran. Karena tujuan manusia diciptakan hanya untuk tunduk kepada Allah, firman Allah dalam Surah Ar-Ra'd ayat 36:

وَالَّذِيْنَ اٰتَيْنٰهُمُ الْكِتٰبَ يَفْرَحُوْنَ بِمَآ اُنْزِلَ اِلَيْكَ وَمِنَ الْاَحْزَابِ مَنْ يُّنْكِرُ بَعْضَهٗ ۗ قُلْ اِنَّمَآ اُمِرْتُ اَنْ اَعْبُدَ اللّٰهَ وَلَآ اُشْرِكَ بِهٖ ۗ اِلَيْهِ اَدْعُوْا وَاِلَيْهِ مَاٰبِ

> "Orang-orang yang telah Kami berikan al-Kitab kepada mereka, bergembira dengan apa (kitab) yang diturunkan kepadamu (Nabi Muhammad). Diantara golongan-golongan itu (Yahudi dan Nasrani) ada yang mengingkari sebagiannya. Katakanlah, 'Sesungguhnya aku hanya diperintah untuk menyembah Allah dan tidak mempersekutukan-Nya. Hanya kepada-Nya aku seru (manusia) dan hanya kepada-Nya aku kembali.'"[1]

Dalam Islam, indikator dalam menentukan baik dan buruknya aktivitas bisnis yaitu:

a. Syariah sebagai Standar Baik Buruk

   Syariah merupakan derivative dari Alquran dan *As-Sunnah* yang diformulasikan secara praktis. Syariah, tidak hanya tampil sebagai sistem hukum positif saja tetapi juga sisi moralitas (etika) atau menjadi sebuah

[1]Yang dimaksud dengan mereka adalah orang Yahudi dan Nasrani yang tidak mengingkari Allah Swt. dan tidak mendustakan Rasul-rasul-Nya.

sistem hukum yang komprehensif (meliputi hukum dan moralitas). Hal ini berarti bahwa syariah berhubungan dengan etika/moral, yaitu syariah sebagai hukum yang dibangun atas tanggung jawab moral dan syariah diimplementasikan dengan sikap, perilaku, dan moral. Keduanya saling melengkapi dan tidak bisa dipisahkan. Hal ini menunjukkan *acceptability* atas syariah sebagai etika yang mampu membedakan dan memilih secara tegas, jelas, dan tepat yang baik diantara yang buruk dan yang benar diantara yang salah (etika syariah).

b. Mashlahah sebagai Standar Baik Buruk
Maslahah adalah *mashdar* dengan arti kata shalah yaitu 'manfaat' atau 'terlepas dari padanya kerusakan' (Syarifuddin, 1999). Kata *maslahah* telah menjadi serapan ke dalam bahasa Indonesia yang berarti 'sesuatu yang mendatangkan kebaikan' (Poerwadarminta, 1999). *Maslahah* dalam artian syariah bukan hanya didasarkan pada pertimbangan akal dalam menilai baik buruknya sesuatu, bukan pula dapat mendatangkan kenikmatan dan menghindarkan kerusakan, namun lebih jauh dari itu, yakni bahwa apa yang dianggap baik oleh akal juga harus sejalan dengan tujuan syariah dalam menetapkan hukum yaitu memelihara lima prinsip pokok kehidupan. Menurut ulama, cakupan penerapan *maslahah mursalah* dibatasi atas penetapan wilayah wilayah penggunaannya, yaitu hanya untuk masalah selain wilayah ibadah, seperti muamalah dan adat. Dalam masalah ibadah (dalam arti khusus) sama sekali *maslahah* tidak dapat dipergunakan secara keseluruhan. Alasannya karena *maslahah* itu didasarkan pada pertimbangan akal

tentang baik buruk suatu masalah, sedangkan akal tidak dapat melakukan hal itu untuk masalah ibadah.

E. Seberapa Penting Etika Dalam Bisnis?

Pentingnya etika dalam kehidupan bermasyarakat termasuk kegiatan bisnis dapat dilihat dari beberapa sudut pandang, salah satunya adalah dari aspek agama. Agama penting sebagai salah satu faktor yang mempelajari perilaku etis individu atau masyarakat karena berfungsi sebagai pedoman untuk menyelaraskan perilaku individu agar yakin bahwa tindakannya berkaitan dengan ajaran agama (Wahab dan Masron, 2020).

Etika bisnis merupakan keharusan. Etika dapat menyatu dengan dunia bisnis. Tanpa etika, dunia bisnis akan menjadi sebuah struktur kehidupan yang tersendiri dan menjadi dunia yang “hitam”. Etika dalam bisnis bukan hanya tentang kepatuhan pada peraturan, tetapi juga tentang membangun budaya perusahaan yang memprioritaskan integritas, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Hal ini penting untuk menciptakan lingkungan bisnis yang berkelanjutan dan bermakna bagi semua *stakeholders*.

Implementasi etika dalam bisnis merupakan komponen penting karena dapat memengaruhi berbagai aspek dari operasi perusahaan, hubungan dengan pelanggan, karyawan, dan masyarakat luas. Berikut beberapa alasan mengapa etika dalam bisnis sangat penting (Crane and Matten, 2016):

1. Reputasi dan Kepercayaan

   Etika yang kuat dapat membangun reputasi yang baik bagi perusahaan, yang pada gilirannya membangun kepercayaan pelanggan, mitra bisnis, dan masyarakat. Kepercayaan ini penting untuk mempertahankan

hubungan jangka panjang dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. Kepatuhan Hukum
   Prinsip-prinsip etika yang baik sering kali mencerminkan standar hukum yang diatur. Melanggar etika dapat mengarah pada pelanggaran hukum yang dapat berdampak serius pada perusahaan.

3. Memotivasi Karyawan
   Karyawan cenderung lebih termotivasi dan berkinerja tinggi di lingkungan kerja yang berbasis pada prinsip-prinsip etika. Etika bisnis yang baik menciptakan budaya perusahaan yang mendukung keadilan, integritas, dan tanggung jawab sosial.

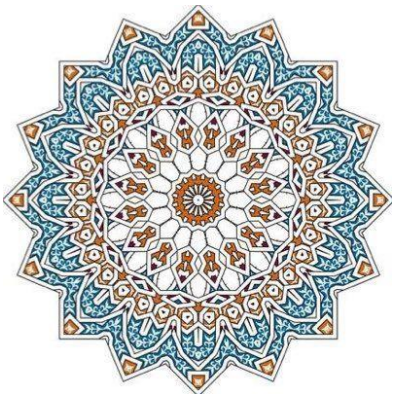
4. Keputusan Strategis
   Etika membantu perusahaan dalam membuat keputusan strategis yang mempertimbangkan dampaknya tidak hanya pada keuntungan finansial, tetapi juga pada *stakeholders* dan masyarakat secara keseluruhan.

5. Pemenuhan Tanggung Jawab Sosial
   Perusahaan memiliki tanggung jawab sosial untuk berperilaku secara bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan dimana mereka beroperasi. Etika bisnis yang baik membantu perusahaan memenuhi kewajiban ini.

6. Inovasi Berkelanjutan
   Etika memainkan peran penting dalam mendorong inovasi berkelanjutan yang mempertimbangkan dampak jangka panjang pada lingkungan dan masyarakat.

Begitupun dalam Islam, etika harus menjadi bagian dari aktifitas bisnisnya dan sesuatu yang penting dalam perjalanan bisnis profesional. Karena etika akan mempengaruhi pelaku usaha Muslim untuk mencapai tujuan berikut: (1) Meningkatkan integritas, kreativitas, kerjasama, efektivitas dan efisiensi kegiatan, dan kualitas; (2) Memperlakukan karyawan dengan lebih baik, dan (3) Mencegah perilaku buruk seperti korupsi dan penyalahgunaan kekuasaan (Nugraheni, Alhabsi and Rosman, 2024).

Selanjutnya mengutip ungkapan Syahata (2002) bahwa etika bisnis Islam mempunyai fungsi substansial yang membekali para pelaku bisnis yakni dengan membangun kode etik islami guna mengendalikan, mengembangkan, dan menanamkan metode berbisnis dalam kerangka ajaran agama. Kode etik ini juga menjadi simbol arahan agar melindungi pelaku bisnis dari risiko dan menjadi dasar hukum dalam menetapkan tanggung jawab para pelaku bisnis, terutama bagi diri mereka sendiri, antara komunitas bisnis, masyarakat, dan di atas segalanya adalah tanggung jawab di hadapan Allah Swt. Selanjutnya, kode etik ini dipersepsi sebagai dokumen hukum yang dapat menyelesaikan persoalan yang muncul, daripada harus diserahkan kepada pihak peradilan.



KONSEP PEMBANGUNAN DALAM EKONOMI ISLAM

A. Pendahuluan

Islam adalah agama *kaffah* yang mengatur urusan dunia dan akhirat, dari berbagai bidang aspek kehidupan manusia, khususnya aspek peribadatan kepada Allah Swt., mengatur kehidupan pribadi, rumah tangga bahkan bernegara, membangun jiwa yang tenang, badan sehat dan membangun *baldatun thaiyibatun wa rabbun ghafur*, negara yang makmur dan penuh berkah dari Tuhan Yang Maha Esa, Allah Swt.

Islam juga sangat peduli terhadap hukum yang terkait dengan pribadi, keluarga, sesama, lingkungan, khususnya beribadah kepada Allah Swt. dengan adil dan lebih-lebih terhadap membangun manusia seutuhnya jasmani-rohani dengan cara patuh beragama dan umumnya membangun kemajuan suatu bangsa yang adil dan beradab. Islam adalah agama *rahmatan* bagi semesta alam, khususnya untuk kaum beriman, kasih-sayang (rahmat) Allah kepadanya tidak hanya di dunia tapi juga berlanjut di akhirat nanti, memasukkan

hamba-hamba-Nya yang beriman dan beramal shalih ke dalam surga-Nya.

Salah satu contoh, bagaimana Nabi Muhammad Saw. mendakwahkan Islam dengan santun tapi tegas dan penuh kasih-sayang, memberi teladan yang terbaik kepada keluarga, masyarakat dan kaumnya dengan akhlak mulia serta tidak hanya membangun jasmani-ruhaninya tetapi juga membangun tanah airnya kota Madinah al-Munawarah dan Makkah al-Mukarramah. Sehingga kota Madinah al-Munawarah dengan kepemimpinan Nabi Muhammad Saw. menjadi *baldatun thaiyibatun wa rabbun ghafur*, kota yang penuh cahaya Ilahi dan keberkahan dari-Nya.

Bicara tentang pembangunan dalam Islam, tentunya tidak lepas dari bimbingan Allah Swt. yang sudah tersurat dalam Alquran dan Hadis Nabi Muhammad Saw. yang membangun jasmani-rohani, disamping membangun tanah air dan bangsanya yang sesuai dengan undang-undang dan tujuan bernegara yang terkait. Konsep pembangunan dan ekonomi menurut perspektif Islam berbeda dengan konsep pembangunan ekonomi yang dikemukakan oleh pemikir barat. Dalam perspektif Islam, pembangunan ekonomi bersifat material dan spiritual, yang mencakup pula pembangunan sumber daya manusia (SDM), sosial, kebudayaan dan lainnya dengan mengacu sumber hukum dalam Islam.

Mengutip Bank Indonesia (BI) pada tahun 2018 mengenai nilai dan prinsip dasar ekonomi syariah, terdapat enam prinsip ekonomi syariah yang didasarkan pada ajaran agama Islam. Prinsip tersebut disesuaikan dengan kelima instrumen yang terdapat dalam ekonomi syariah, yaitu zakat; pelarangan riba; pelarangan *maysir* atau perjudian; infak, sedekah, dan wakaf; dan aturan transaksi muamalah.

B. Makna dan Tujuan Membangun Manusia Seutuhnya

Pembangunan dalam Islam adalah membangun manusia seutuhnya, baik jasmani dan ruhani disamping pembangunan lainnya, khususnya membangun prinsip-prinsip keadilan dalam bidang ekonomi. Islam menginginkan pembangunan manusia seutuhnya yang mencakup aspek moral, spiritual, dan material. Selain itu, pembangunan dalam sudut pandang Islam juga harus mencakup tauhid, *rububiyah*, *khilafah*, dan *tazkiyah* (Ahmad, 2006).

Ada beberapa ayat-ayat Alquran dan Hadis Nabi Muhammad Saw. yang terkait dengan spirit ajaran Islam tentang pembangunan manusia seutuhnya, diantaranya:

1. Sehat Jasmani dan Ruhani

Setiap makanan dan minuman yang dikonsumsi harus halal secara zat, pembuatan maupun cara memperolehnya. Allah Swt. berfirman dalam surah al-Baqarah ayat 168:

يٰٓاَيُّهَا النَّاسُ كُلُوْا مِمَّا فِى الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا ۖوَّلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ ۗ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ

> “Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.”

Dalam Tafsir *Al-Qur’an al-Azim*, Ibnu Katsir memberikan pemahaman bahwa makanan yang tersedia di bumi yang boleh dikonsumsi manusia dengan syarat halal dan baik untuk dimakan tidak berdampak buruk bagi badan maupun akal.

2. Tidak Berbuat Berlebihan

يٰبَنِيْٓ اٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَّكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْٓا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

> "Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan." (QS. Al-A'raf ayat 31)

Syeikh Wahbah al-Zuhaili dalam *Fiqh al-Islami wa Adillatuhu* berpendapat, ajaran Islam sangat memperhatikan kesehatan fisik dengan mewajibkan umatnya untuk memakan asupan yang dapat menjaga kehidupan, menolak kerusakan fisik, melakukan kewajiban-kewajiban agama seperti shalat, puasa dan yang lainnya.

3. Perintah Makan yang Halal dan Bertakwa

وكلوا مما رزقناكم حلالا طيبا واتقوا الله الذي أنتم به مؤمنون

> “Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepada kalian sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kamu kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.” (QS. Al-Maidah: 88)

Terkait ayat yang mulia ini, Ibnu Katsir menjelaskan bahwa maksud dari *halalan thayiban* adalah makanan yang zatnya halal dan juga baik (Al-Mishbahul Munir fi Tahdzib Tafsir Ibni Katsir, hal. 397).

4. Membangun Masjid (Tempat Ibadah)

مَنْ بَنَى مَسْجِدًا لِلَّهِ كَمَفْحَصِ قَطَاةٍ أَوْ أَصْغَرَ بَنَى اللَّهُ لَهُ بَيْتًا فِي الْجَنَّة

> "Siapa yang membangun masjid karena Allah, walaupun hanya selubang tempat burung bertelur atau lebih kecil, maka Allah bangunkan baginya (rumah) seperti itu pula di surga." (HR. Ibnu Majah no. 738. Al-Hafizh Abu Thahir mengatakan bahwa sanad Hadis ini sahih)

Ibnu Hajar dalam Al-Fath (1: 545) menyatakan:

> "Maksud dari 'siapa yang membangun masjid' digunakan *isim nakirah* yang menunjukkan keumuman, sehingga maksud Hadis ini adalah siapa yang membangun masjid besar maupun kecil. Dalam riwayat Anas yang dikeluarkan oleh Tirmidzi yang mendukung yang menyatakan dengan masjid kecil atau besar."

5. Nikmat Sehat dan Kesempatan

Kesehatan dalam Islam adalah perkara yang penting, ia merupakan nikmat besar yang harus disyukuri oleh setiap hamba. Terkait pentingnya kesehatan Rasulullah Saw. bersabda:

نعمتان مغبون فيهما كثير من الناس الصحة والفراغ

> "Dua kenikmatan yang sering dilupakan oleh kebanyakan manusia adalah kesehatan dan waktu luang." (HR. Al-

Bukhari: 6412, at-Tirmidzi: 2304, Ibnu Majah: 4170)

Dari petunjuk ayat-ayat Alquran tersebut di atas dan Hadis Nabi Saw. dapat difahami bahwa Islam sangat peduli tentang membangun, membina, membimbing ke jalan yang dirahmati dan diberkahi dengan membangun fisik jasmani lewat makanan yang halal dan *thayyib* (baik, bergizi), tidak mengikuti jejak setan, mengajak ke jalan yang terlarang, makanan haram dan perbuatan maksiat, disamping itu juga membangun secara fisik material seperti membangun masjid, pondok pesantren, yayasan, sekolah dan pembangunan lainnya yang sangat bermanfaat bagi orang lain dengan ikhlas karena Allah Swt.

Adapun makna pembangunan secara umum oleh para pakar antara lain sebagai berikut:

1. Pembangunan *(development)* adalah proses perubahan yang mencakup seluruh system sosial, seperti politik, ekonomi, infrastruktur, pertahanan, pendidikan dan teknologi, kelembagaan, dan budaya (Alexander, 1994).

2. Portes (1976) mendefenisikan pembangunan sebagai transformasi ekonomi, sosial dan budaya. Pembangunan adalah proses perubahan yang direncanakan untuk memperbaiki berbagai aspek kehidupan masyarakat.

3. Menurut Deddy T. Tikson (2005) bahwa pembangunan nasional dapat pula diartikan sebagai transformasi ekonomi, sosial dan budaya secara sengaja melalui kebijakan dan strategi menuju arah yang diinginkan.

4. Siagian (1983) dalam bukunya Administrasi Pembangunan mengemukakan, pembangunan sebagai suatu perubahan,

mewujudkan suatu kondisi kehidupan bernegara dan bermasyarakat yang lebih baik dari kondisi sekarang, sedangkan pembangunan sebagai suatu pertumbuhan menunjukkan kemampuan suatu kelompok untuk terus berkembang, baik secara kualitatif maupun kuantitatif dan merupakan sesuatu yang mutlak harus terjadi dalam pembangunan.

Dari definisi pembangunan tersebut di atas dapat difahami bahwa pembangunan adalah sebuah proses perubahan pembangunan yang mencakup seluruh sistem sosial, politik, ekonomi, infrastruktur, pertahanan, pendidikan, teknologi, kelembagaan dan budaya yang diinginkan suatu bangsa, baik secara kualitatif maupun kuantitatif.

C. Pembangunan di Era Nabi Muhammad Saw

Nabi Muhammad Saw. adalah Nabi dan Rasul Allah yang terakhir. Beliau membawa Islam *kaffah* (universal) yang mencakup berbagai aspek kehidupan manusia disamping menetapkan hukum halal dan haram barang atau perbuatan, khususnya dibidang hukum ekonomi, jual-beli dan lainnya. Beliau diutus untuk menyempurnakan akhlak dan memberi petunjuk ke jalan yang benar dengan hidayah Alquran dan Sunah-sunnah-nya dalam segala lini kehidupan manusia, baik secara *hablum minallah* maupun *hablum minannas* sehingga kehidupannya dalam naungan dan pertolongan Allah Swt.

Di zaman Nabi Muhammad Saw. sampai masa para sahabat, mereka hidup dengan *istiqomah* berpegang kepada Alquran dan Sunnah Nabi Saw. serta menggunakan ijtihad para ulama yang juga menjadi sumber hukum dalam Islam. Pemikiran ekonomi Islam diawali sejak Nabi Muhammad Saw. dipilih sebagai seorang Rasul. Ketika itu, Rasulullah

Saw. diberi amanat untuk mengemban dakwah Islam dalam rangka mengatur pelaksanaan umat manusia sehingga umat manusia berkehidupan harmonis yang akhirnya tercapai kebahagiaan dan kesejahteraan *(falah).*

Pemikiran-pemikiran pokok yang terkiat muamalah Islam telah sempurna di zaman Rasulullah Saw. Namun demikian, pemikiran ekonomi Islam terkait operasional terus berkembang hingga pada masa *khulafaur rasyidin*, dimana dalam pelaksanaan pemikiran ekonomi Islam, Alquran dan Sunnah dijadikan dasar teori pokok ekonomi para khalifah dalam menata kehidupan ekonomi umat Islam.

Berbagai studi dan kajian dari para ekonom Muslim menghasilkan beberapa kecenderungan pemikiran, antara lain: 1) Studi Ekonomi Mikro. 2) Studi Ekonomi Makro. 3) Studi Ekonomi Sejarah. 4) Studi Metodologis jurusan Ekonomi Islam (Lukman Hakim, 2002).

Aktifitas antar manusia-termasuk aktivitas ekonomi terjadi melalui apa yang diistilahkan oleh ulama dengan *mu'amalah* (interaksi). Pesan utama Alquran dalam *mu'amalah* keuangan atau aktivitas ekonomi tertuang dalam Alquran Surah al-Baqarah: 188.

وَلَا تَأْكُلُوٓا۟ أَمْوَٰلَكُم بَيْنَكُم بِٱلْبَٰطِلِ

> "Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebagian yang lain diantara kamu dengan jalan yang bathil..."

Dalam perjalanannya, harus diakui pula bahwa Alquran tidak menyajikan hukum maupun tata cara dan rincian bermuamalah secara spesifi, namun Alquran memberikan prinsip-prinsip pokoknya saja. Untuk itu, Sunnah Nabi Saw. dan analisis para ulama maupun cendekiawan

dibutuhkan dalam rangka memberikan petunjuk operasionalnya (M. Quraish Shihab, 2013).

D. Prinsip-Prinsip Ekonomi dalam Islam

Menurut An-Nabhany asas yang dipergunakan untuk membangun sistem ekonomi dalam pandangan Islam terdiri dari tiga pilar (fundamental), antara lain: bagaimana harta diperoleh yakni menyangkut kepemilikan *(al-milkiyah),* lalu bagaimana pengelolaan kepemilikan harta *(tasharruf fil milkiyah),* serta bagaimana distribusi kekayaan di tengah masyarakat *(tauzi'ul tsarwah bayna an-naas).*

Dasar pertama dalam pembangunan sistem ekonomi adalah harta diperoleh yaitu harta kepemilikan, dari cara yang halal atau yang haram sehingga pekerjaan atau harta itu jelas halal dan haramnya, berkah dan tidaknya. Beberapa kewajiban yang dibebankan agama Islam kepada orang yang memiliki harta antara lain:

1. Memberikan kepada mereka yang berhak seperti istri, dan anak-anak;
2. Mengeluarkan zakat, sebagian dari *fardhu* yang diwajibkan Allah Swt. dalam harta orang-orang yang kaya yang diberikan kepada orang-orang miskin dan tujuh golongan *asnaf*.
3. Hak lain yang harus ditunaikan selain zakat.

Dalam Islam, kepemilikan pribadi adalah kepemilikan yang manfaatnya hanya berkaitan dengan satu orang saja, tidak ada orang lain yang ikut andil dalam kepemilikan itu. Islam menetapkan adanya kepemilikan jenis ini sebagai bentuk akomodatif agama Islam dalam memiliki harta. Kepemilikan perserikatan, merupakan kepemilikan yang manfaatnya dapat dipergunakan oleh beberapa orang yang dibentuk beberapa orang dengan cara tertentu, seperti kerja

sama yang melibatkan orang tanpa melibatkan sekelompok orang lain. Kepemilikan kelompok, merupakan kepemilikan yang tidak boleh dimiliki oleh perorangan atau kelompok kecil, namun pembagiannya harus didasarkan pada persebaran terhadap banyaknya pihak, dimana manfaatnya diprioritaskan untuk orang-orang yang sangat membutuhkannya (Lukman Hakim, 2012).

Pengelolaan kepemilikan harta harus jelas dalam syariat Islam, dimana harta harus benar-benar milik sendiri dan didapat dari cara yang halal, bekerja di tempat yang halal, tidak ada unsur pelanggaran baik secara pribadi maupun secara bekerja seperti di pasar, perkantoran atau pabrik dan lainnya. Halal akan membawa muamalah berjalan dengan baik dan maju, disamping memperoleh keberuntungan serta keberkahan rezki dan hidup dari Allah Swt.

Adapun tujuan alokasi harta dalam Islam adalah:

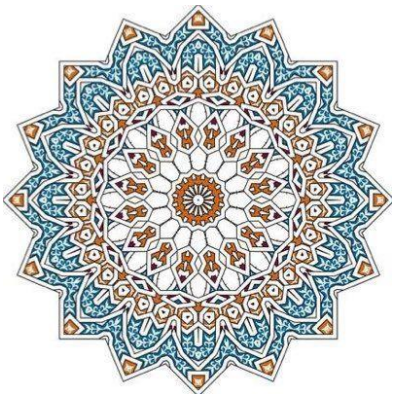
1. Untuk mencari keridhaan Allah Swt;
2. Untuk mewujudkan kerjasama antara anggota masyarakat dan tersedianya jaminan sosial;
3. Untuk menumbuhkan rasa tanggung jawab individu terhadap kemakmuran diri, keluarga dan masyarakat sebagai bagian aktivitas dan dinamisasi ekonomi;
4. Untuk meminimalisasi pemerasan dengan menggali sumber-sumber nafkah;
5. Supaya negara melakukan kewajibannya terhadap warga negara yang masih miskin.

Islam tidak mengarahkan distribusi pendapatan yang sama rata. Letak pemerataan dalam Islam adalah keadilan atas dasar *maslahah*. Dalam konsep Islam perilaku distribusi pendapatan masyarakat yang bertumpu pada ZIS mempunyai dua hikmah, yaitu bentuk kesadaran masyarakat

dalam mendekatkan diri kepada Allah dan bernilai terhadap redistribusi pendapat masyarakat.

Dampak yang ditimbulkan dari distribusi pendapatan sebagaimana yang telah dibahas, antara lain:

1. Menciptakan kehidupan yang saling menghargai dan menghormati antara satu dengan yang lain, karena antara satu dengan yang lain tidak akan sempurna eksistensinya sebagai manusia jika tidak ada yang lain.
2. Negara bertanggung jawab terhadap mekanisme distribusi, artinya harus diperhatikan sumbernya apakah zakat, infak, dan sedekah, sehingga alokasi distribusi tepat sasaran tentunya dengan mengedepankan kepentingan umum dari pada kepentingan kelompok, atau golongan apalagi perorangan (Lukman Hakim, 2012).



PERANAN ZISWAF
DALAM PEMBANGUNAN INDONESIA

A. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara dengan jumlah populasi umat Muslim terbesar di dunia yang tercermin dari 87,2% penduduknya menganut agama Islam. Sebagai negara dengan populasi besar dan keanekaragaman budaya tentunya Indonesia menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan pembangunan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Salah satunya adalah kemiskinan.

Kemiskinan merupakan masalah kompleks dan multidimensional yang menyebabkan penderitaan, penurunan martabat manusia, beban bagi Negara, rendahnya kualitas sumber daya manusia, serta berpengaruh negatif bagi kesehatan dan pendidikan suatu negara. Hal ini juga dikemukakan oleh pandangan Yusuf Qardawi (2005) yang mengatakan bahwa kemiskinan sebagai salah satu penyebab munculnya permasalahan ekonomi karena rendahnya sumber penghasilan. Fenomena kemiskinan ini tentunya menjadi masalah ekonomi yang sangat

mempengaruhi tingkat pembangunan ekonomi dan disinyalir menjadi faktor penghambat pertumbuhan ekonomi di suatu negara, khususnya di Indonesia. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) per Maret tahun 2023 di Indonesia mencatat angka kemiskinan nasional masih 9,36%. Padahal target angka kemiskinan dalam Rencana Pembangunan jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024 yang telah ditetapkan pemerintah sebesar 6,5%-7,5%. Ini membuktikan bahwa masih terjadi adanya peningkatan kemiskinan di Indonesia. Oleh karena itu, perlu adanya upaya penanggulangan kemiskinan ini secara terpadu dan benar.

Menurut Islam, kemiskinan adalah masalah serius yang perlu diberikan perhatian khusus dan harus diselesaikan hingga ke akar-akarnya agar manusia bisa mendapatkan kehidupan yang layak dan sejahtera serta dapat menunaikan perintah Allah Swt. Islam menginginkan setiap manusia bisa menikmati kehidupan di dunia dengan bahagia, mendapatkan keberkahan, dan mendapatkan nikmat Allah Swt. yang luas agar mereka bisa menyembah Allah dengan khusyu'. Oleh karena itu Islam menjelaskan masalah kemiskinan dan kesenjangan sosial ini secara detail, baik dari aspek konsepsi maupun implementasinya. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya ayat-ayat Alquran yang memberi perintah, anjuran, dan motivasi kepada umat Islam untuk mendistribusikan sebagian harta kepada fakir miskin.

Di dalam Alquran, kata-kata yang sering muncul dalam kaitannya dengan kemiskinan adalah fakir dan miskin. Dimana dalam esensinya orang-fakir dan miskin layak untuk dibantu guna memenuhi kebutuhan dasar mereka. Sebagaimana yang ditegaskan dalam Surat Adz Dzariat [57]: 19-20:

وَفِيٓ أَمۡوَٰلِهِمۡ حَقّٞ لِّلسَّآئِلِ وَٱلۡمَحۡرُومِ وَفِي ٱلۡأَرۡضِ ءَايَٰتٞ لِّلۡمُوقِنِينَ

> “Dan pada harta-harta mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak mendapat bagian. Dan di bumi itu terdapat tanda-tanda (kekuasaan Allah) bagi orang-orang yang yakin”.

Tidak dapat dipungkiri, bahwa pertumbuhan ekonomi di Indonesia mendapatkan kontribusi dari masyarakat golongan atas yang berimplikasi pada akumulasi kekayaan yang meningkat. Sementara golongan menengah kebawah relatif lebih sedikit memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi. Hal ini menjadi perhatian dari ekonomi Islam untuk adanya pemerataan kesejahteraan, pengentasan kemiskinan melalui penyaluran dan pemberdayaan ekonomi golongan menengah ke bawah.

Sistem ekonomi Islam merupakan sistem ekonomi yang terlahir dari sistem ekonomi Islami yang diharapkan mampu memberikan solusi terhadap segala permasalahan yang ada khususnya menciptakan keadilan dan kemaslahatan umat. Salah satu instrumen keuangan yang dapat membantu perekonomian dan pembangunan Indonesia adalah ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf). Melalui instrumen tersebut diharapkan adanya pemberdayaan bagi masyarakat, penyaluran dana bantuan, terutama untuk golongan menengah ke bawah agar memiliki kesempatan untuk berkontribusi lebih besar pada pertumbuhan ekonomi sehinga mampu mengurangi kemiskinan serta kesenjangan pendapatan masyarakat Indonesia.

Di tengah dinamika pembangunan ekonomi dan kesejahteraan umat, ZISWAF, yaitu zakat, infak, sedekah,

dan wakaf, muncul sebagai kekuatan filantropi yang berakar dalam ajaran Islam. Sebagai pendorong distribusi harta untuk pemberdayaan ekonomi umat, ZISWAF memainkan peran krusial dalam memperkuat fondasi pembangunan Indonesia. Pemerintah memiliki peran strategis dalam mendukung kebijakan distribusi ZISWAF untuk memperkuat pemberdayaan ekonomi umat dan meningkatkan kesejahteraan. Dengan mayoritas penduduk Indonesia memeluk agama Islam, potensi ZISWAF menjadi faktor penting dalam mendukung pembangunan dan meningkatkan kesejahteraan. Melalui kebijakan yang tepat dan dukungan pemerintah, ZISWAF dapat menjadi penggerak utama dalam membangun ekonomi umat. Distribusi zakat, infak, sedekah, dan wakaf dapat digunakan untuk mendukung program-program pembangunan yang berkelanjutan, seperti pendidikan, kesehatan, pengentasan kemiskinan, dan pengembangan infrastruktur. ZISWAF juga memiliki peran dalam membangun kebersamaan dan solidaritas sosial di masyarakat. Melalui praktik-praktik filantropi Islam, seperti pembangunan masjid, pemberian beasiswa, dan bantuan sosial kepada yang membutuhkan, ZISWAF tidak hanya menjadi instrumen pembangunan ekonomi, tetapi juga sarana untuk memperkuat hubungan antarwarga dan meningkatkan kohesi sosial. Peran ZISWAF dalam pembangunan Indonesia tidak dapat diabaikan. Dukungan pemerintah dan partisipasi aktif masyarakat dalam praktik ZISWAF menjadi kunci untuk memanfaatkan potensi filantropi Islam dalam mempercepat pembangunan dan meningkatkan kesejahteraan umat.

B. Pengertian dan Ruang Lingkup ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah dan Wakaf)

1. Zakat

Agama Islam telah menyatakan dengan tegas bahwa zakat merupakan salah satu rukun Islam ketiga dan *fardhu 'ain* yang wajib ditunaikan oleh setiap Muslim dimana hartanya sudah memenuhi kriteria dan syarat tertentu Sebagai salah satu rukun Islam, zakat memainkan peranan yang sangat penting dalam pelaksanaan pembangunan dan pengembangan ekonomi umat khususnya para *mustahik* zakat, sebagaimana yang tertera di dalam Alquran dan Sunnah nabi. Zakat yang menjadi salah satu rukun penyangga tegaknya Islam serta kewajiban bagi pemeluknya membawa misi memperbaiki hubungan horizontal antara sesama manusia yang pada akhirnya mampu mengurangi gejolak akibat problematika kesenjangan ekonomi dan sosial. Selain itu zakat juga dapat memperkuat hubungan vertikal manusia dengan Allah, karena Islam menyatakan bahwa zakat merupakan bentuk pengabdian ibadah kepada Allah Swt.

Definisi zakat secara terminologi, terdapat beberapa pendapat yang bervariasi yang dikemukakan oleh para ulama. Menurut Ahmad Ibn Faris dalam *Mu'jam al-Maqayis fil al-Lughah* (1998), zakat memiliki akar kata yang mengacu pada makna *al-nama* dan *al-ziyadah* yang berarti pertumbuhan dan pertambahan. Makna tersebut dapat dijelaskan bahwa harta yang dikeluarkan zakatnya akan bertambah baik di dunia maupun di akhirat. Adapun bertambahnya harta di dunia adalah sebagaimana dijelaskan dalam sabda nabi sebagai berikut:

> "Tidaklah seseorang membuka pintu sedekah atau pintu menyambung silahturahmi kecuali Allah Swt. akan

menambahkan karunianya kepadanya karena sedekahnya." *(Shahihul Jami')*

Adapun bertambahnya harta di akhirat sebagaimana dijelaskan juga dalam sabda Nabi Muhammad Saw. sebagai berikut:

> "Sesungguhnya Allah Swt. akan menerima zakat dan mengambilnya dengan tangan kanannya kemudian dia akan memeliharanya sebagaimana salah seorang diantara kalian memelihara anak kuda sehingga satu suapan bisa bernilai seperti pahala sebesar gunung uhud disisi allah Swt." *(Shahihul Jami')*

Sedangkan ahli bahasa lain, Ibn Manzhur dalam buku Oni Sahroni (2019) mengatakan, bahwa zakat mengandung makna asal *al-shalah* yaitu kebaikan, serta *al-tathhir* yaitu penyucian. Karena zakat membersihkan dan mensucikan orang yang menunaikan zakat dan harta yang dizakati. Sebagaimana firman Allah dalam surah At-Taubah: 103.

خُذۡ مِنۡ أَمۡوَٰلِهِمۡ صَدَقَةٗ تُطَهِّرُهُمۡ وَتُزَكِّيهِم بِهَا وَصَلِّ عَلَيۡهِمۡۖ إِنَّ صَلَوٰتَكَ سَكَنٞ لَّهُمۡۗ وَٱللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

> "Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui."

Sedangkan menurut ahli fiqih kontemporer, Yusuf al-Qardawi mendefinisikan istilah bahwa zakat adalah

bagian tertentu dari harta yang diwajibkan Allah Swt. untuk diberikan kepada orang yang berhak. Sementara itu, menurut Suharsono, bahwa zakat adalah bagian harta yang dikeluarkan kepada para *mustahik* dengan nilai tertentu (2,5%, 5%, 10%, dan 20%). Berdasarkan pengertian dari beberapa ulama maka dapat disimpulkan bahwa secara istilah zakat merupakan sejumlah harta yang dikeluarkan dengan nilai tertentu (2,5%, 5%, 10%, dan 20%) pada waktu tertentu (masa *haul*) untuk diberikan kepada para *mustahik* (fakir, miskin, amil, muallaf, *riqab, gharimin, fisabillilah* dan *ibnu sabil*) dengan tujuan kesejahteraan ekonomi umat. Adapun dalil yang menyebutkan tentang para *mustahik* atau *asnaf* zakat dapat dilihat pada Surah At-Taubah: 60 di bawah ini:

۞إِنَّمَا ٱلصَّدَقَٰتُ لِلۡفُقَرَآءِ وَٱلۡمَسَٰكِينِ وَٱلۡعَٰمِلِينَ عَلَيۡهَا وَٱلۡمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمۡ وَفِي ٱلرِّقَابِ وَٱلۡغَٰرِمِينَ وَفِي سَبِيلِ ٱللَّهِ وَٱبۡنِ ٱلسَّبِيلِۖ فَرِيضَةٗ مِّنَ ٱللَّهِۗ وَٱللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٞ

> “Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yuang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana”

Ayat di atas menjelaskan tentang delapan golongan *mustahik* atau *asnaf* zakat yang berhak mendapatkan zakat. Diantaranya adalah:

a. Fakir: Orang yang tidak memiliki sumber daya atau pun penghasilan untuk hidup.
b. Miskin: Orang yang tidak memiliki sumber daya ataupun penghasilan namun tidak cukup untuk penghidupannya.
c. Amil: Orang yang mengumpulkan dan mendistribusikan zakat.
d. Muallaf: Orang yang diharapkan masuk Islam.
e. *Riqab*:Budak yang ditawan.
f. *Gharim:* Orang yang berhutang.
g. *Fiisabillillah*: Orang yang berjuang di jalan Allah.
h. *Ibnu Sabil:* Orang yang sedang dalam perjalanan bukan untuk maksiat dan kehabisan bekal atau kesulitan untuk pulang.

Dalam ajaran Islam, zakat menempati posisi yang sangat urgen. Zakat mengajarkan pada setiap kaum Muslimin bahwa perbedaan hal rezeki merupakan takdir Allah Swt. agar manusia menjalani kehidupan ini dengan saling tolong menolong dan saling memberikan jasa yang bermanfaat bagi kehidupan manusia. Sebagaimana firman Allah Swt. dalam Surah al-Maidah: 2.

> “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”.

Banyak hikmah dan manfaat yang terkandung dengan diwajibkannya zakat. Hikmah zakat tidak hanya kepada mereka yang menunaikan atau yang menerima, tetapi kepada banyak komponen, diantaranya perwujudan iman kepada Allah Swt., zakat mendidik berinfak dan

memberi, zakat mengobati hati dari cinta dunia, zakat menarik rasa simpati, selain itu zakat yang merupakan hak bagi *mustahik* tentu berfungsi untuk menolong, membangun harmonisasi antara orang kaya dan miskin, menumbuhkan keberkahan pada harta yang dizakati dan juga sebagai sumber dana bagi pembangunan sarana maupun prasarana seperti sarana pendidikan, kesehatan serta mensucikan *muzakki*.

Menurut Subkhi Risya pada Direktorat Pemberdayaan Zakat dan Wakaf (2022) dalam bukunya "Modul Literasi Zakat" menjelaskan bahwa manfaat zakat dapat dilihat dari beberapa aspek diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Manfaat *Diniyah* (Agama)
   1) Dengan berzakat berarti telah menjalankan salah satu rukun Islam yang mengantarkan seorang hamba kepada kebahagiaan dan keselamatan dunia.
   2) Merupakan sarana bagi hamba untuk *taqarrub* (mendekatkan diri) kepada *Rabb*-nya, akan menambah keimanan karena keberadaannya yang memuat beberapa macam ketaatan.
   3) Pembayar zakat akan mendapakan pahala besar yang berlipat ganda, sebagaimana firman Allah Swt. Surah Al-Baqarah: 276.

يَمْحَقُ ٱللَّهُ ٱلرِّبَوٰا۟ وَيُرْبِى ٱلصَّدَقَٰتِ ۗ وَٱللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ

> "Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah. Dan Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa".

4) Zakat merupakan sarana penghapus dosa, seperti yang disabdakan Rasullullah Saw. dalam Hadis riwayat Ibn Khuzaimah dan Hakim dari Jabir yaitu:

> "Apabila seorang pemilik harta telah ditunaikan zakatnya maka terhapusnya kejahatan/dosa terhadapnya."

b. Manfaat *Khuluqiyah* (Akhlak)
   1) Menanamkan sifat kemuliaan, rasa toleran dan kelapangan dada kepada pribadi pembayar zakat.
   2) Pembayar zakat biasanya ientik dengan sifat *rahmah* (belas kasih) dan lembut kepada saudaranya yang tidak punya apa-apa.
   3) Merupakan realita bahwa menyumbangkan sesuatu yang bermanfaat baik berupa harta maupun raga bagi kaum Muslimin akan melapangkan dada dan meluaskan jiwa.
   4) Di dalam zakat terdapat pensucian terhadap akhlak.

c. Manfaat *Ijtima'iyyah* (Sosial Kemasyarakatan)
   1) Zakat merupakan sarana untuk membantu dalam memenuhi hajat hidup para fakir, miskin, yang merupakan kelompok mayoritas sebagian besar negara di dunia.
   2) Memberikan dukungan kekuatan bagi kaum Muslimin dan mengangkat eksistensi mereka.
   3) Zakat bisa mengurangi kecemburuan sosial.
   4) Zakat akan memacu pertumbuhan ekonomi pelakunya dan keberkahan.
   5) Membayar zakat berarti memperluas peredaran harta benda atau uang, karena akan meluas dan lebih banyak pihak yang mengambil manfaat.

2. Infak

Secara bahasa kata infak di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah pemberian harta dan sebagainya untuk kebaikan. Infak berasal dari kata *anfaqa* yang berarti mengeluarkan sesuatu (harta) untuk kepentingan sesuatu. Menurut Undang-Undang Zakat, infak adalah harta yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan usaha diluar zakat untuk kemaslahatan umum. Oleh karena itu substansi infak itu lebih umum dari pada substansi zakat. Sebagaimana firman Allah Swt. dalam Surah Al-Anfal: 36.

إِنَّ ٱلَّذِينَ كَفَرُواْ يُنفِقُونَ أَمۡوَٰلَهُمۡ لِيَصُدُّواْ عَن سَبِيلِ ٱللَّهِۚ

> “Sesungguhnya orang-orang yang kafir menginfakkan (menafkahkan) harta mereka untuk menghalangi (orang) dari jalan Allah…”

Secara terminologi infak memiliki beberapa pendapat para ahli, diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Didin Hafidhudin (1998) mengatakan bahwa infak adalah mengeluarkan sebagian dari harta atau pendapatan atau penghasilan untuk suatu kepentingan yang diperintahkan ajaran Islam.
b. Tim Penyusun IAIN Syarif Hidayatullah (1992) menjelaskan bahwa infak berarti mengeluarkan sebagian harta untuk kepentingan kemanusiaan sesuai dengan ajaran Islam.
c. Mohammad Daud Ali (1988) menyatakan bahwa infak adalah pengeluaran sukarela yang dilakukan setiap orang, setiap kali memperoleh rezeki, sebanyak yang dikehendakinya sendiri.

Dari beberapa pendapat di atas dapat diketahui bahwa substansi infak terletak pada masalah harta benda atau materi. Maka dapat disipulkan bahwa infak adalah memberikan sebuah materi yaitu sebagian harta benda di jalan Allah Swt. kepada orang lain sesuai dengan keinginan ketika memberikannya dan semata-mata hanya mengharap pembalasan atau pahala dari Allah Swt.

Infak menjadi bagian dari distribusi kekayaan atas rezeki yang diberikan oleh Allah Swt. kepada umat manusia. Islam juga menjadikan infak sebagai pengakuan kepemilikan atas harta yang dimilikinya yang terdapat hak orang lain di dalamnya. Tentunya pemberian infak ini bersifat sukarela dan ikhlas kepada orang-orang yang membutuhkan.

Infak memiliki peran yang sangat *urgent* dalam kehidupan manusia. Adapun peran berinfak adalah sebagai berikut: (a) Sebagai bentuk filantropi Islam; (b) Sebagai faktor pertumbuhan ekonomi dalam ekonomi Islam; (c) Sebagai faktor perwujudan kesejahteraan sosial; (d) Sebagai investasi keuangan Islam untuk mengurangi kemiskinan.

3. Sedekah

Sedekah merupakan solusi yang ditawarkan oleh Islam untuk kesejahteraan umat. Karena dengan bersedekah juga dapat membantu yang fakir, miskin dan siapapun yang membutuhkan sehingga kebutuhannya terpenuhi dan taraf hidupnya menjadi lebih baik. Sedekah dalam konsep Islam mempunyai arti yang luas, tidak hanya terbatas pada pemberian sesuatu yang sifatnya materil kepada orang-orang miskin, tetapi lebih dai itu, sedekah

mencakup perbuatan kebaikan, baik bersifat fisik maupun non fisik.

Sedekah berasal dari kata *sadaqah* yang berarti benar. Maksudnya adalah orang yang suka bersedekah adalah orang yang benar pengakuan imannya. Menurut Taufiq Abdullah (1996) dalam bukunya Ensiklopedi Islam menerangkan bahwa sedekah adalah suatu pemberian seorang Muslim kepada seseorang secara sukarela tanpa dibatasi oleh waktu dan jumlah tertentu dengan tujuan sebagai kebajikan untuk mengharap ridha Allah Swt. dan pahala semata. Sedangkan menurut terminologi syariat, pengertian dan hukum sedekah sama dengan infak. Akan tetapi, sedekah mencakup arti yang lebih luas dan menyangkut hal-hal yang bersifat nonmaterial. Sebagaimana dijelaskan dalam Hadis yang diriwayatkan oleh Imam Al-Bukhari yang bersumber dari Abu Musa al-Asy'ary yaitu:

> "Diriwayatkan dari Abu Dzar Ra. bahwasanya beberapa orang sahabat Nabi Saw. berkata kepada Beliau, 'Ya Rasullullah, orang-orang kaya bisa memperoleh banyak pahala, mereka sholat sebagaimana kami, mereka berpuasa sebagaimana kami dan mereka bisa menyedekahkan kelebihan harta mereka.' Kemudian Rasullullah Saw. bersabda, 'Tidakkah Allah telah menjadikan untukmu sesuatu yang bisa kau sedekahkan yang bernilai sebagai sedekah? Sesungguhnya setiap *tasbih* adalah sedekah, setiap *takbir* adalah sedekah, *amar ma'ruf* adalah sedekah, dan *nahi munkar* adalah sedekah.'"

Sedekah yang bersifat sukarela pertama kali ditetapkan di Makkah dengan nama zakat. Kemudian di Madinah diperkenalkan dengan istilah sedekah. Pijakan disyariatkan dan dianjurkan sedekah dapat ditemukan pada beberapa ayat Alquran dan Hadis Nabi. Salah satu diantaranya adalah surah Al-Mujadilah: 12.

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِذَا نَٰجَيۡتُمُ ٱلرَّسُولَ فَقَدِّمُواْ بَيۡنَ يَدَيۡ نَجۡوَىٰكُمۡ صَدَقَةٗۚ ذَٰلِكَ خَيۡرٞ لَّكُمۡ وَأَطۡهَرُۚ فَإِن لَّمۡ تَجِدُواْ فَإِنَّ ٱللَّهَ غَفُورٞ رَّحِيمٌ

> “Hai orang-orang beriman, apabila kamu mengadakan pembicaraan khusus dengan Rasul hendaklah kamu mengeluarkan sedekah (kepada orang miskin) sebelum pembicaraan itu. Yang demikian itu lebih baik bagimu dan lebih bersih; jika kamu tidak memperoleh (yang akan disedekahkan) maka sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”

Selain Alquran, ada juga Hadis yang telah mengungkap perintah bersedekah yaitu:

> “Diriwayatkan dari Abu Hurairah Ra: Rasullullah Saw. pernah bersabda, ‘Apabila seseorang memberikan sedekah yang setara dengan sebuah kurma yang diperoleh dengan harta (uang) yang baik dan Allah hanya menerima sedekah yang dikeluarkan dari harta yang baik maka Allah akan menerima harta itu dengan tangannya (yang kanan) dan kemudian menambahkan pahala kepada orang itu, sebagaimana siapapun dari kamu yang membesarkan bayi kudanya, sedemikian besarnya,

> sehingga menjadi sama besarnya dengan sebuah gunung" (HR. al-Bukhari).

Rasullullah Saw. juga bersabda dalam Hadis riwayat Abu Daud dan al-Nasa'i yaitu:

> "Bersedekahlah kalian! Seorang laki-laki bertanya, 'Wahai Rasullullah, aku mempunyai satu dinar.' Beliau menjawab, "Sedekahkanlah ia untuk dirimu sendiri.' Lalaki itu berkata, 'Aku mempunyai satu dinar lainnya.' Beliau bersabda, 'Sedekahkanlah ia untuk anakmu.' Lelaki itu berkata kembali, 'Aku mempunyai yang lainnya lagi'. Beliau bersabda, 'Engkau lebih mengetahuinya.'" (HR. Abu Daud dan al-Nasa'i)

Ayat dan Hadis di atas dapat disimpulkan bahwa perintah bersedekah sangat dianjurkan bagi setiap orang yang beriman agar mendapat pahala dan keberkahan hidup. Sedekah juga dapat diterima siapa saja dengan skala priortas sesuai dengan kondisi dan kebutuhan penerima sedekah, karena tidak ada batasan yang mengatur didalamnya. Akan tetapi, orang yang paling layak menerima sedekah seseorang adalah anaknya, keluarga dan kerabatnya.

Pada istilah ekonomi, sedekah merupakan suatu tindakan penyerahan harta kekayaan dari golongan kaya ke golongan miskin. Tindakan ini tentu mengakibatkan perubahan tertentu yang bersifat ekonomis, seperti seseorang yang menerima sedekah bisa menggunakannya untuk kebutuhan konsumsi atau produksi. Sehubungan dengan argumen di atas, Raharjo menyatakan dalam bukunya Muhammad (2002), bahwa dengan menggunakan pendekatan ekonomi, sedekah bisa

berkembang menjadi konsep kemasyarakatan. Sedangkan Supani (2010) menjelaskan bahwa dalam dimensi ekonomi, sedekah juga dapat menciptakan keadilan sosial, dimana distribusi kekayaan berjalan secara merata. Selain itu sedekah juga didayagunakan dalam rangka pemberdayaan masyarakat miskin menuju kehidupan ekonomi yang layak.

4. Wakaf

Wakaf merupakan pranata keagamaan dalam Islam yang memiliki hubungan langsung dengan upaya pemecahan masalah-masalah sosial dan kemanusiaan, seperti pengentasan kemiskinan dan pemberdayaan ekonomi umat. Wakaf ini termasuk salah satu instrumen keuangan yang jika dikelola secara produktif maka akan dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat. Ini berarti wakaf dapat menjadi sumber pendanaan dari umat untuk umat, baik untuk kepentingan keagamaan, sosial, maupun ekonomi. Namun dalam pengelolaan wakaf, peran kunci terletak pada eksistensi nazir. Menurut Sherafat Ali Hashmi (1987), jika wakaf dikelola oleh nazir profesional, maka wakaf akan menjadi institusi keIslaman yang potensial.

Kata “wakaf” berasal dari bahasa Arab “*waqafa*”, yang berarti menahan, berhenti, diam di tempat, atau tetap berdiri. Dalam terminologi hukum Islam, kata wakaf didefinisikan sebagai suatu tindakan penahanan dari penggunaan dan penyerahan aset, dimana seseorang dapat memanfaatkan atau menggunakan hasilnya untuk tujuan amal, sepanjang barang tersebut masih ada. Wakaf juga memiliki arti menyerahkan hak milik yang tahan lama (zatnya) kepada seseorang atau nazir, baik berupa perorangan maupun badan pengelola dengan ketentuan

bahwa hasil atau manfaatnya digunakan untuk hal-hal yang sesuai dengan syariat Islam. Pengertian lainnya dapat ditemukan juga dalam Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004, bahwa wakaf artinya suatu perbuatan hukum wakif untuk memisahkan dan/atau menyerahkan sebagian harta benda miliknya untuk dimanfaatkan selamanya atau untuk jangka waktu tertentu sesuai dengan kepentingannya guna keperluan ibadah dan/atau kesejahteraan umum menurut syariah. Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa wakaf adalah menahan harta yang diambil manfaatnya untuk kemaslahatan umat dalam jangka waktu yang lama dengan tujuan untuk mendekatkan diri kepada Allah Swt.

Berkaitan dengan pensyariatan wakaf, secara khusus, *nash* yang menunjukkan pensyariatan wakaf dalam Alquran dan Hadis tidak ditemukan. Akan tetapi, secara umum banyak ditemukan ayat maupun Hadis yang menganjurkan agar orang beriman menafkahkan sebagian rezekinya untuk kebaikan. Adapun dasar persyariatan wakaf pada Alquran dapat dilihat pada surah Al-Baqarah: 267.

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ أَنفِقُواْ مِن طَيِّبَٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّآ أَخْرَجْنَا لَكُم مِّنَ ٱلْأَرْضِ

> “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi”

Dalam Hadis Nabi Saw. yang diriwayatkan oleh Imam al-Bukhari juga dijelaskan tentang amalan wakaf

bahwa salah satu amalan yang tidak akan putus adalah sedekah jariyah. Adapun redaksinya sebagai berikut:

> “Diriwayatkan oleh Abu Hurairah Ra., sesungguhnya Nabi Saw telah bersabda: ‘Apabila seorang anak adam meninggal dunia, maka terputuslah amalnya kecuali 3 hal: sedekah jariyah, ilmu yang bermanfaat, dan anak sholeh yang mendoakan kedua orang tuanya.’” (HR. Muslim)

Sepanjang sejarah Islam, wakaf telah memerankan peran yang sangat penting dalam mengembangkan kegiatan-kegiatan sosial, ekonomi, dan kebudayaan masyarakat Islam. Dalam konteks kekinian, wakaf memiliki tiga ciri utama, antara lain seperti:

a. Pola manajemen wakaf harus terintegrasi. Dana wakaf dapat dialokasikan untuk program-program pemberdayaan dengan segala macam biaya yang tercatut di dalamnya.
b. Asas kesejahteraan nazir, yaitu pekerjaan nazir tidak lagi diposisikan sebagai pekerja sosial, tetapi sebagai professional yang biasa hidup dengan layak dari profesi tersebut.
c. Asas transparansi dan tanggung jawab. Badan wakaf dan lembaga yang dibantunya harus melaporkan segala dana yang dikelola kepada umat setiap tahunnya.

Wakaf memiliki kekhasan tersendiri dibandingkan dengan instrumen filantropi Islam lainnya. Apabila wakaf ditinjau sebagai suatu sistem, maka wakaf terdiri dari beberapa komponen yang dapat dilihat dari skema alur institusi dan aktivitas wakaf di bawah ini:

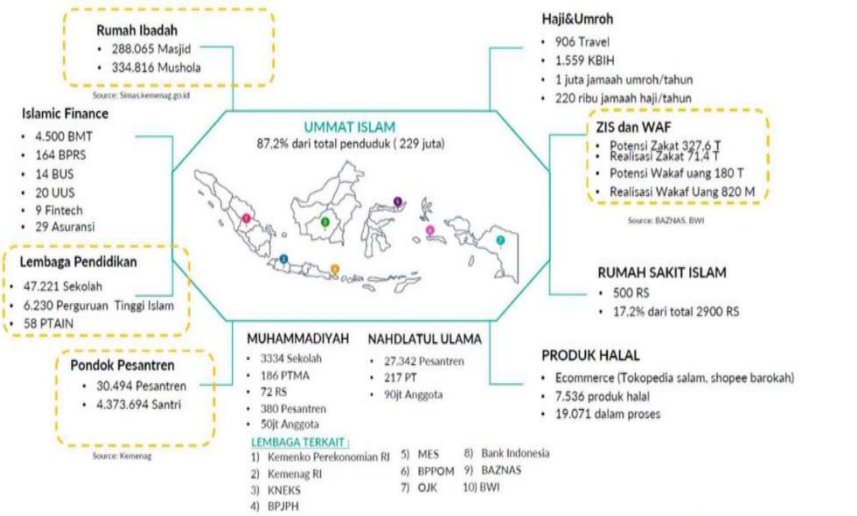
Gambar 1. Skema Alur Institusi dan Aktivitas Wakaf

Institusi Wakaf	Aktivitas Wakaf
Wakif	Penghimpunan harta wakaf
Nazir	Mengelola investasi berbasis wakaf
Pengelola Aset Wakaf	Mendapatkan laba
Mauquf Alaih	Berbagi manfaat dengan *mauquf alaih*

C. Potensi dan Perkembangan ZISWAF di Indonesia

Di Indonesia dengan mayoritas penduduknya sekitar 87,2 % adalah Muslim, memiliki potensi yang tinggi terhadap pengumpulan dana ZISWAF. Hal tersebut dapat kita lihat dari potensi yang dimiliki Indonesia atas dana zakat pada gambar dibawah ini:

Gambar 2. Potensi Umat Muslim di Indonesia



Sumber: Bank Syariah Indonesia

Pada gambar di atas dapat kita lihat bahwa terdapat potensi Indonesia yang begitu besar dalam mengembangkan dana ZISWAF untuk pemberdayaan dan pembangunan ekonomi umat. Beberapa diantaranya adalah adanya rumah ibadah seperti: 288.065 masjid dan 334.816 mushalla, *Islamic Finance* terdapat 4500 BMT, 164 BPRS, 14 BUS, 20 UUS, 9 Fintech, dan 29 Asuransi. Produk halal yang berjumlah 5.736, dan terdapat pula 500 Rumah Sakit Islam. Selain itu ada juga lembaga pendidikan Islam, pondok pesantren, serta organisasi dengan massa yang besar seperti: Muhammadiyah dan Nahdatul Ulama yang telah tumbuh dan berkembang di Indonesia.

Berdasarkan sumber data dari Bank Syariah Indonesia dalam buku KNEKS (2022) pada gambar di atas juga menyatakan bahwa potensi dana zakat yang dimiliki Indonesia sangat besar mencapai 327,6 triliun per tahun. Apalagi saat ini sudah ada 512 Badan Amil zakat, 49.132 Unit Pengumpul Zakat (UPZ), 145 Lembaga Zakat, dan 10.124 Amil. Sebagai negara dengan mayoritas Muslim, minat masyarakat terhadap zakat tergolong cukup tinggi. Oleh karena itu pemerintah wajid mewadahi kepentingan masyarakat dengan menghidupkan ekosistem zakat dengan membentuk kelembagaan zakat yang terstruktur dan tersebar di berbagai daerah di Indonesia, yakni dengan mendirikan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS).

BAZNAS merupakan badan resmi dan satu-satunya yang dibentuk oleh pemerintah berdasarkan keputusan Presiden RI No 8 tahun 2001 yang memiliki tugas dan fungsi menghimpun dan menyalurkan zakat, infak dan sedekah pada tingkat nasional. Dengan demikian BAZNAS bersama pemerintah bertanggung jawab untuk melaksanakan pengelolaan zakat yang berazaskan syariat Islam, amanah, kemanfaatan, keadilan, kepastian hukum, terintegrasi dan

akuntabilitas. Untuk terlaksananya tugas dan fungsi tersebut, maka BAZNAS memiliki kewenangan sebagai berikut:

1. Menghimpun, mendistribusikan dan mendayagunakan zakat.
2. Memberikan rekomendasi dalam pembentukan BAZNAS Provinsi, BAZNAS Kabupaten/Kota, dan Lembaga Amil Zakat (LAZ).
3. Meminta laporan pelaksanaan pengelolaan zakat, infak, sedekah dan social keagamaan lainnya kepada BAZNAS Provinsi dan LAZ.

Di lihat dari sisi perkembangan BAZNAS saat ini di Indonesia telah meraih prestasi dan penghargaan sebagai wujud peningkatan kesejahteraan umat melalui penyelenggaraan zakat. Adapun penghargaan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pada tahun 2008 BAZNAS mendapatkan sertifikat ISO 9001:2000.
2. Pada tahun 2009, 2010, dan 2011 BAZNAS kembali berhasil memperoleh sertifikat ISO 9001:2008.
3. Pada tahun 2009, BAZNAS mendapatkan penghargaan *"The Best Quality Management"* dari Business Consulting.
4. Pada tahun 2008 BAZNAS berhasil memperoleh predikat "Laporan Keuangan Terbaik" untuk lembaga non-departemen versi Departemen Keuangan RI.
5. Pada tahun 2011 BAZNAS meraih *"The Best Innovation Programme"* dan *"The Best in Tranparancy Management"* pada IMZ.

Menurut data dari Direktorat Pemberdayaan Zakat dan Wakaf, Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Kementerian Agama RI bahwa sebagai lembaga zakat nasional, BAZNAS telah memiliki jaringan yang tersebar di 34

provinsi, dengan 500 cabang di masing-masing kabupaten/kota. Selain itu dalam rangka mendukung ekosistem zakat, terdapat 18 Lembaga Zakat Nasional, dan 19 Lembaga Amil Zakat Internasional.

Sedangkan potensi dana wakaf di Indonesia menjanjikan peluang besar bagi masyarakat untuk berperan aktif dalam membantu sesama dan memberikan manfaat jangka panjang melalui pembangunan infrastruktur, program pendidikan, pelayanan kesehatan, dan upaya kesejahteraan lainnya. Berdasarkan Informasi dari Sistem Informasi Wakaf Kementerian Agama (2022), menyatakan bahwa terdapat 440,5 ribu titik tanah wakaf di Indonesia dengan luas total mencapai 57,2 hektar. Selain itu, potensi wakaf khususnya wakaf uang diperkirakan mencapai angka 180 triliun per tahun. Meskipun potensi wakaf di Indonesia sangat besar, pengelolaan wakaf harus dilaksanakan dengan baik dan terealisasi secara efektif. Dalam hal ini dukungan pemerintah dan profesionalisme seorang nazir (pengelola wakaf) menjadi kunci dalam meningkatkan pengelolaan wakaf secara optimal. Wakaf produktif di Indonesia juga memiliki potensi yang sangat besar dan sebanding dengan negara-negara Islam lainnya. Konsep wakaf produktif berfokus pada mengelola aset wakaf agar menghasilkan keuntungan yang berkelanjutan. Tentunya keuntungan yang dihasilkan dari asset wakaf tersebut digunakan untuk mendukung berbagai kebutuhan umat, seperti pendidikan dan kesehatan untuk dhuafa, serta pengelolaan berbagai aset ekonomi lainnya untuk kesejahteraan umat.

Berdasarkan perkembangan wakaf di Indonesia dengan komitmen untuk mendorong penyelengaraan wakaf nasional, pemerintah membentuk Badan Wakaf Indonesia (BWI). Badan Wakaf Indonesia (BWI) adalah lembaga negara independen yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang

Nomor 41 Tahun 2004 dalam rangka mengembangkan dan memajukan perwakafan di Indonesia. Dalam rangka mendukung pelaksanaan tugas dan fungsinya, BWI membentuk perwakilan BWI provinsi, perwakilan kabupaten/kota. Ada beberapa inovasi penyelenggaraan wakaf yang telah dilakukan di Indonesia. Diantaranya adalah program wakaf produktif yaitu mendirikan rumah sakit di Banten, program *"Cash Waqf Linked Sukuk"* serta program KALISA. Selain itu juga era digitalisasi memungkinkan satu *platform* menjadi *platform* manajemen wakaf Indonesia yang bisa diisi dan di verifikasi dengan pendekatan internet, teknologi, *block chain* dan *artifisial intelligent.*

D. Peranan ZISWAF dalam Pembangunan Indonesia

ZISWAF merupakan bagian instrumen filantropi dalam Islam yang mampu berperan terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat jika dikelola dengan baik. Pada perekonomian makro, dana ZISWAF juga memegang peranan yang sangat penting dalam penyelesaian permasalahan yang ada di masyarakat seperti masalah kemiskinan dan gejolak sosial. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya peningkatan pada pengelolaan terhadap dana dan harta ZISWAF agar tujuan kesejahteraan masyarakat umat dapat tercapai secara adil dan merata dan pembangunan ekonomi dapat lebih baik.

ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah dan Wakaf) memiliki peran yang sangat penting dalam pembangunan Indonesia dari berbagai aspek baik dari aspek ekonomi, sosial, pendidikan, dan lingkungan. Berikut ini adalah peran ZISWAF dalam pembangunan Indonesia diantaranya adalah:

1. Pemberdayaan Ekonomi Umat

   ZISWAF berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi umat dengan cara memberikan bantuan kepada yang

membutuhkan dalam bentuk zakat, infak, sedekah, dan wakaf. Dana yang terkumpul dapat digunakan untuk memberikan modal usaha kepada masyarakat yang kurang mampu, sehingga dapat membantu mereka untuk mandiri secara ekonomi

2. Peningkatan Kesejahteraan Sosial
   Melalui pengelolaan ZISWAF, dana yang terkumpul dapat dialokasikan untuk membantu mengatasi berbagai masalah social seperti kemiskinan, pengangguran, bencana alam, dan lain-lain. Hal ini tentunya dapat meningkatkan kesejahteraan social masyarakat secara keseluruhan.

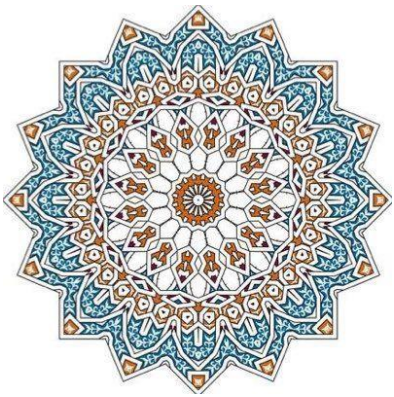
3. Pengembangan Infrastruktur Sosial
   Dana ZISWAF juga dapat digunakan untuk pengembangan infrastruktur sosial seperti pembangunan rumah sakit, sekolah, masjid, dan fasilitas umum lainnya. Dengan adanya infrastruktur yang memadai, kualitas hidup masyarakat dapat meningkat secara signifikan.

4. Penguatan Pendidikan
   Salah satu aspek penting dalam pembangunan adalah pendidikan. ZISWAF dapat dialokasikan untuk memberikan beasiswa pendidikan kepada anak-anak yang kurang mampu, pembangunan sekolah dan pengembangan program-program pendidikan yang bermanfaat bagi masyarakat.

5. Pengentasan Kemiskinan
   Melaui program-program ZISWAF, kemiskinan dapat diatasi secara langsung dengan memberikan bantuan kepada mereka yang membutuhkan. Dengan demikian

ZISWAF berperan dalam mengurangi kesenjangan social dan ekonomi di masyarakat.

6. Pembangunan Berkelanjutan
   ZISWAF juga berperan dalam pembangunan berkelanjutan dengan memperhatikan aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. Dana yang terkumpul dapat digunakan untuk mendukung program-program pembangunan yang berkelanjutan dan ramah lingkungan.



PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS SYARIAH

A. Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi Islam global mengalami peningkatan di mana salah satu indikatornya adalah jumlah pengeluaran/belanja yang dilakukan oleh masyarakat Muslim dunia. Kebutuhan akan produk yang dihasilkan dari aktivitas ekonomi Islam semakin tinggi, baik itu berupa jasa maupun barang yang dihasilkan dengan berbasis prinsip-prinsip syariah. Realisasi belanja dari sejumlah 1,9 miliar masyarakat Muslim mengalami kenaikan di mana pada tahun 2020 kenaikan nilai belanja di beberapa sektor, yaitu sektor makanan, kesehatan, kosmetik, media/rekreasi, fesyen, dan pejalanan di luar keuangan syariah mencapai sebesar 7,8 %.

Tahun 2021 pengeluaran masyarakat Muslim mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun sebesar 8.9 % dibanding tahun 2020 dan di tahun berikutnya, tahun 2022, sebesar 9,1 %. Pengeluaran masyarakat Muslim diperkirakan mencapai US$2,8 triliun pada tahun 2025 dengan Tingkat

Pertumbuhan Tahunan Kumulatif (CAGR) 4 tahun sebesar 7,5% (BAZNAS, 2024).

Pertumbuhan ekonomi Islam global ini merupakan kontribusi dari 81 negara-negara Muslim dunia yang terus menerus mengembangkan ekonomi Islam yang lebih kuat. Indonesia menjadi salah satu negara yang menduduki posisi sepuluh top besar sebagai negara penyumbang pertumbuhan tersebut di beberapa sektor. Hal ini diketahui dari laporan *The State of the Global Islamic Economic Report* (SGIE) tahun 2023/2024 dimana Indonesia masuk kategori 10 top di sektor *Islamic finance, halal food, modest fashion, pharma and cosmetics,* dan *media and recreation*. Indonesia memiliki potensi untuk terus tumbuh dan dapat mencapai pusat ekonomi Islam di dunia. Hal ini dapat dilihat menurut laporan *Global Islamic Economic Indicator* (GIEI) tahun 2023-2024 untuk beberapa sektor Indonesia berada di posisi keempat dibandingkan negara negara Muslim lainnya. Beberapa faktor lainnya yang mendukung Indonesia dapat mencapat pusat ekonomi Islam global adalah jumlah Muslim di Indonesia terbesar di dunia, demografi yang luas keyakinan agama yang kuat, pertumbuhan penduduk yang tinggi, potensi dana-dana sosial yang belum optimal dimanfaatkan, dan Indonesia menjadi negara dermawan yang cukup tinggi (INDEF, 2022).

Untuk mencapai pusat ekonomis Islam global, sesuai dengan Master Plan Industri Halal Indonesia tahun 2024-2029, beberapa langkah strategis terus dilakukan oleh pemerintah, termasuk strategi akselerasi pengembangan industri halal yang tertuang dalam Rencana Pemerintah Jangka Menengah tahun 2024-2029 dengan beberapa program tahunan untuk mencapai RPJM tersebut. Strategi pengembangan industri halal salah satunya adalah meningkatkan produktivitas dan daya saing dengan empat

program yang harus direalisasikan, yaitu pengembangan SDM, penguatan rantai nilai halal, penguatan pelaku industri halal yang mencakup Industri/Usaha Mikro Kecil dan Menengah (I/UMKM) dan pesantren, serta penguatan inkubasi startup bisnis halal berbasis inovasi dan teknologi; dan (iv) Peningkatan riset dan inovasi.

Penguatan pelaku industri halal yang mencakup industry/UMKM menjadi program pengembangan industri halal yang tentu saja UMKM dalam hal ini adalah UMKM berbasis syariah di mana aktivitas bisnis dan produk yang dihasilkan tidak boleh bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah, yaitu menghindari riba, *maysir*, *gharar* serta prinsip keadilan. Adapun tujuan yang dicapai juga sesuai dengan *maqashid syariah*. Penguatan dalam hal ini tidak hanya terkait dengan jumlah UMKM berbasis syariah, namun hal-hal yang bersifat kualitas juga harus dikembangkan, seperti pengembangan kompetensi SDM, sumber keuangan yang berbasis syariah, produk yang dihasilkan harus disahkan kehalalannya dengan memiliki sertifikasi halal, dan aktivitas bisnisnya selalu mengedepankan prinsip syariah dan bertujuan sesuai *maqashid syariah*. Dengan program ini, UMKM syariah menjadi salah satu driver tercapainya pertumbuhan industri *halal global* yang memberi dampak pada pertumbuhan ekonomi Islam baik nasional maupun secara global (Ayyagari Demirgüç-Kunt & Maksimovic, 2011).

Peran UMKM juga menjadi *driver* kontribusi nilai PDB suatu negara (Al Balushi, Locke & Boulanouar, 2019); (Ramadhan & SUkmana, 2019). Beberapa peneliti juga menyampaikan pada saat UMKM memiliki modal yang cukup, UMKM akan lebih muda melakukan ekspansi usaha, melakukan investasi peralatan yang dibutuhkan untuk kegiatan bisnisnya sehingga berpotensi meningkatkan hasil usaha, dan terakhir UMKM akan menjadi solusi dalam

menanggulangi permasalahan terkait pengangguran dan kemiskinan (Sabiu & Abduh, 2021; Haron & Ibrahim, 2016).

Pada saat ini untuk mewujudkan penguatan UMKM syariah terdapat permasalahan yang akan menjadi kendala dalam mewujudkan program penguatan pelaku industri halal. Kurangnya sumber daya untuk mengembangkan bisnis syariah masih banyak ditemui di UMKM syariah, yang meliputi sumber daya manusia, sumber daya berupa modal, maupun infrastruktur yang diperlukan (Muhmad et.al, 2020). Akses ke sumber pembiayaan seperti bank syariah juga masih dialami oleh UMKM berbasis syariah (KNEKS, 2024). Hal ini disebabkan adanya persyaratan dan dokumentasi yang belum dimiliki serta jaminan yang kurang (Muhmad et.al, 2020; Haron & Ibrahim, 2016). Kurangnya kesiapan dan sikap pengelola yang belum memiliki pemahaman mengenai aktivitas yang sesuai dengan prinsip syariah (Muhmad et.al, 2020). Permasalahan terbatasnya sumber pembiayaan eksternal dan batasan jumlah peminjaman juga masih dihadapi oleh UMKM syariah (Beck & de la Torre, 2007).

UMKM juga berpotensi ditolak pada saat melakukan peminjaman yang disebabkan karena ketidakcukupan aliran kas yang dimiliki seta rencana bisnis yang tidak jelas (Kandasamy, Lee & Jer, 2018). Beberapa UMKM tidak berani melakukan peminjaman yang disebabkan biaya peminjaman yang harus dikembalikan terlalu besar. Hal ini tidak sebanding dengan keuntungan yang diperoleh dari usaha UMKM yang relatif tidak seberapa, khususnya UMKM pemula (Wassiuzaman & Nordin, 2019; Kandasamy et al., 2018). Sulitnya akses ke bank sebagai salah satu sumber pembiayaan eksternal menjadikan UMKM tidak dapat menjalankan fungsinya secara optimal dan menjadi kendala untuk berkembang (Bazza, Maiwada, & Daneji, 2014; Beck, Demirgüc-Kunt dan Maksimovic, 2008).

Berdasarkan pada fenomena di atas, penelitian ini akan menganalisis bagaimana strategi dan upaya yang perlu dilakukan untuk mengembangkan UMKM berbasis syariah dengan memberikan solusi atas permasalahan yang telah diuraikan pada paragraf sebelumnya. Solusi dan strategi yang akan dianalisis mencakup bagaimana meningkatkan kapasitas sumber daya manusia yang dimiliki, kemudahan memperoleh akses modal dari lembaga keuangan syariah, mewujudkan aktivitas bisnis berbasis syariah, serta menghasilkan produk halal yang diakui dan dipercaya oleh masyarakat.

Penelitian terkait dengan UMKM syariah telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian terkait dengan pengembangan UMKM berbasis syariah terkait dengan peningkatan sumber modal yang berasal dari eksternal peminjam berbasis syariah dimana disampaikan UMKM Syariah secara umum mengalami kendala dalam usaha perolehan modal yang berasal dari pihak eksternal lembaga keuangan syariah. Penelitian terkait hal tersebut memberikan solusi sumber peminjam eksternal yang memungkinkan dapat mengatasi masalah tersebut serta keefektifannya (Ramdhan et.al, 2019; Sabiu dan Abduh, 2021; Haron dan Ibrahim, 2016; Yanti, 2015). Penelitian lain terkait UMKM Syariah juga dilakukan oleh Muhmad et.al (2020) yang mengkaji tentang tantangan dan peluang dalam mengoptimalisasi potensi UMKM Syariah (Muhmad et.al, 2020). Perbedaan dengan penelitian ini, analisis dilakukan tidak terbatas pada keuangan yang menjadi sumber modal bagi UMKM Syariah, namun penelitian ini fokus pada solusi yang dituangkan dalam strategi untuk mengatasi sumber daya manusia, permasalahan terkait perolehan modal/dana dari pihak eksternal yang berbasis syariah, serta

meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk melalui sertifikasi halal produk yang dihasilkan.

B. Kajian Terkait

Usaha Menengan Kecil Mikro merupakan bentuk usaha dengan memiliki batasan batasan dalam hal ukuran atau jumlah karyawan, ukuran aset yang dimiliki, besaran modal, serta perputaran omset tahunan yang dicapai (Kasekende & Opondo, 2003; MTIC, 2015; Tumwine et.al, 2015; Turyahiko, 2015). Karateristik dari unsur-unsur tersebut tentu saja berbeda di setiap negara, seperti Komisi Eropa (2015) dan OECD (2005) mendefinisikan UKM sebagai perusahaan yang mempekerjakan kurang dari 250 orang, dengan jumlah omset tahunan tidak melebihi EUR 50 juta, dan total neraca tahunan tidak melebihi EUR 43m.

UMKM di Indonesia terdiri dari usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah yang masing-masing jenis usaha tersebut memiliki definisi dan kriteria yang berbeda yang diatur dalam undang-undang. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan dengan nilai omset maksimal 300 juta, nilai aset maksimal 50 Juta. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar aset: 50 juta - 500 juta, kriteria omset: 300 juta - 2,5 Miliar rupiah. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha

kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Kriteria aset: 500 juta - 10 Miliar, kriteria omset: >2,5 Miliar - 50 Miliar rupiah (UU No. 20 Tahun 2008).

Keberadaan UMK di Indoensia memiliki peran yang sangat penting dan ikut berkontribusi dalam mengatasi berbagai permasalah ekonomi dan pembangunan di Indonesia, diantaranya mengatasi permasalahan pengangguran dimana setiap tahunnya jumlah pengangguran di Indonesia semakin berkurang, dengan berkurangnya pengangguran di Indonesia pendapatan masyarakat secara nasinal rata-rata mengalami peningkatan. UMKM juga berperan dalam mengentaskan kemiskinan, mengurangi kesenjangan distribusi pendapatan, hingga meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Indika & Marliza, 2019; Krisnawati, 2016; Sarfiah et al., 2019; Setiawan, 2017; Tambunan, 2012).

UMKM berbasis syariah merupakan merupakan usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah dimana dalam melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan pada prinsip syariah. Prinsip syariah yang dimaksud adalah prinsip-prinsip yang menghindari praktik *maysir*, *gharar*, dan riba serta menerapkan prinsip keadilan (Machmud dan Hidayat, 2020). Berkaitan dengan hal ini UMKM yang berbasis syariah menerapkan praktik-praktik syariah dalam hal perolehan modal yang bersumber dari penyedia modal yang juga menerapkan prisip syariah misalnya bank syariah atau lembaga keuangan syariah lainnya. Selain itu produk yang dihasilkan merupakan produk halal serta aktivitas yang dijalankan menerapkan nilai-nilai ibadah.

C. Peningkatan Akses Sumber Pembiayaan Syariah dan Modal

Fenomena yang telah dijelaskan di bagian latar belakang menyebutkan bahwa salah satu permasalahan yang dihadapi oleh UMKM sehingga UMKM sulit berkembang adalah sulitnya akses untuk memperoleh penambahan modal dan pembiayaan ke lembaga keuangan, yang dalam hal ini adalah bank syariah. Hal ini disampaikan oleh beberapa peneliti sebelumnya bahwa sulitnya akses ke bank sebagai salah satu sumber pembiayaan eksternal menjadikan UMKM tidak dapat menjalankan fungsinya secara optimal dan menjadi kendala untuk berkembang (Bazza, Maiwada, & Daneji, 2014; Beck, Demirgüc-Kunt dan Maksimovic, 2008). Pada saat UMKM memiliki modal yang cukup, UMKM akan lebih muda melakukan ekspansi usaha, melakukan investasi peralatan yang dibutuhkan untuk kegiatan bisnisnya sehingga berpotensi meningkatkan hasil usaha, dan terakhir UMKM akan menjadi solusi dalam menanggulangi permasalahan terkait pengangguran dan kemiskinan (Sabiu & Abduh, 2021; Haron & Ibrahim, 2016).

Pengembangan UMKM berbasis syariah yang siap menjadi salah satu bagian dari ekosistem industri halal yang berdampak pada terwujudnya percepatan pembangunan nasional, aspek permodalan yang bersumber dari lembaga keuangan syariah menjadi hal yang perlu diperhatikan. Sumber keuangan berbasis syariah menjadikan UMKM akan terhindar dari *maysir*, *gharar*, dan riba. Hal ini menjadi salah satu indikator kegiatan bisnis UMKM menghasilkan produk yang halal. Hal ini disebabkan harga pokok produk yang meliputi *cost* bahan baku, *cost* tenaga kerja, dan *cost* overhead pabrik akan terbebas dari bunga apabila sumber pembiayaan dari pinjaman bank syariah. Seperti kita ketahui, akuntansi konvensional mengenal istilah kapitalisasi bunga

dalam menentukan harga perolehan asset yang dibangun sendiri dalam hal ini adalah *Plant Property Equipment* (PPE). Jadi apabila entitas membangun gedung dan *equipment* dengan pembiayaan dari bank konvensional, bunga yang dibayar selama periode membangun sesuai PSAK akan dikapitalisasi menambah harga perolehan aset. Aset ini akan digunakan dalam kegiatan operasional dan bagian dari *cost* yang termasuk bunga dialokasikan menjadi unsur harga produk yang diproduksi sendiri.

Peran lembaga keuangan syariah, baik industri perbankan syariah, asuransi syariah, lembaga keuangan syariah lainnya sangat penting untuk mengembangkan UMKM yang berbasis syariah dari sisi permodalan dan pembiayaan (Chittithaworn et.al, 2010). Dengan memiliki modal dan akses pembiayaan yang mudah, produk yang dihasilkan akan memiliki kualitas yang bagus dan dari sisi efisiensi, hal ini akan terwujud. UMKM syariah akan mampu bersaing baik di tingkat nasional maupun internasional karena tingkat kepercayaan dari masyarakat akan tumbuh dengan tingkat kepuasan akan produk dan pelayanan yang tinggi. Peran LKS sangat penting sebagai perantara antara nasabah dengan para UMKM. Lembaga keuangan syariah sebagian besar melakukan pembiayaan untuk sektor bisnis, dan memiliki kemampuan untuk menjangkau usaha mikro. Hal ini menjadi kelebihan bank syariah yang secara umum hal ini masih jarang dilakukan oleh bank-bank konvensional (Wahab dan Mahdiya, 2023).

Strategi yang perlu dilakukan baik oleh pemerintah sebagai badan regulator dan industi keuangan syariah, khususnya bank syariah, salah satunya adalah peningkatan kerjasama yang dilakukan oleh pemerintah dengan bank-bank syariah yang berkesinambungan mendorong pertumbuhan dan perkembangan UMKM berbasis syariah.

Peran masyarakat juga diperlukan dalam hal ini agar lebih berkontribusi dalam mengkonsumsi produk-produk hasil UMKM dan juga mulai menjadi nasabah bank syariah. Hal ini dapat mengatasi segala permasalahan yang dihadapai, khususnya di negara sedang berkembang, secara cepat dan efesien. Industri bank syariah dapat mengembangkan secara inisiatif beragam model pembiayaan syariah, seperti pembiayaan dari bank mikro, P2P lending, fintech syariah, untuk membantu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam menambah modal mereka. Pemerintah Indonesia dan KNEKS menawarkan solusi prospektif bagi kemajuan usaha UMKM tanah air dengan menetapkan kebijakan sumber permodalan yang dapat diperoleh dari dana ZISWAF yang dikelola oleh LAZ, BAZNAS, Nazir, BWI, dan bank syariah yang memiliki UPZ. Sumber dana ini dikhususkan untuk UMKM syariah pemula dan baru merintis usahanya. Sedangkan UMKM kategori menengah dan atas, pemerintah mendorong bank bank syariah mengeluarkan produk pembiayaan yang disesuaikan dengan besaran bisnis UMKM.

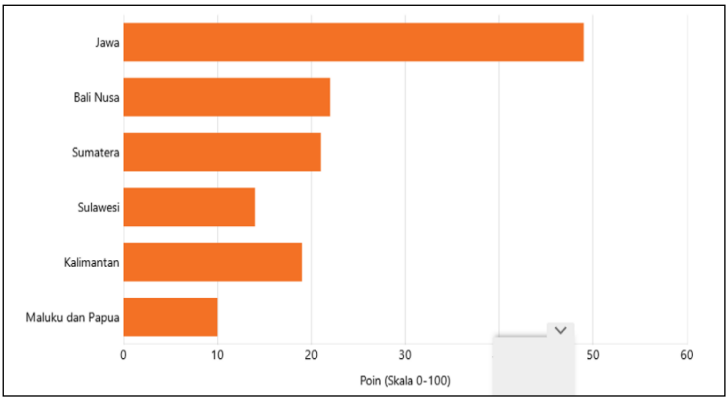
D. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Permasalahan terkait dengan sumber daya manusia yang dimiliki oleh UMKM Syariah sehingga menyebabkan salah satu kendala UMKM sulit berkembang telah disampaikan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Kurangnya sumber daya manusia secara kuantitas untuk mengembangkan bisnis syariah masih banyak ditemui di UMKM Syariah (Muhmad et.al, 2020). Kurangnya kesiapan dan sikap pengelola yang belum memiliki pemahaman mengenai aktivitas yang sesuai dengan prinsip syariah menjadikan UMKM berbasis syariah masih terbatas jumlahnya (Muhmad et.al, 2020). Pendapat yang memiliki

kesamaan terkait yang dalam hal ini kompetensi kepemimpinan di UMKM masih rendah khususnya bidang syariah dan teknologi (Febriani dan Sa'diyah, 2021). Pelaku UMKM juga masih terdapat sikap penolakan terhadap kemajuan teknologi atau bisnis yang berbasis digitalisasi (Ostmeier & Strobel, 2022; Maier & et.al, 2015).

Kondisi masih sedikitnya kompetensi terkait dengan teknologi juga didukung oleh laporan *East Ventures Digital Competitiveness Index* (EV-DCI) 2022 yang memberikan informasi pulau Jawa merupakan pulau dengan jumlah UMKM yang tertinggi dalam memanfaatkan teknologi untuk mengoperasikan kegiatan bisnisnya. Rata-rata pemanfaatan internet pelaku UMKM memiliki poin 49 dari skala 0-100. Namun untuk daerah daerah lain, indek pemanfaatan masih tertinggal jauh dengan UMKM di Jawa, seperti wilayah Maluku dan Papua yang memiliki poin pemanfaatan internet oleh pelaku UMKM sebesar 10. Menurut laporan itu, kondisi geografis menjadi salah satu tantangan penyediaan koneksi internet yang mumpuni untuk pelaku UMKM. Masih minimnya UMKM yang menggunakan teknologi dan basis proses digitalisasi dapat dilihat pada gambar berikut.

Gambar 1. Indeks Pemanfaatan Teknologio oleh UMKM



Sumber: Sunanto, 2021

Sektor usaha UMK juga belum semua yang memanfaatkan teknologi, hal ini didasarkan pada informasi laporan laporan *Boston Consulting Group* (BCG) dan Telkom Indonesia, UMKM sektor makanan dan minuman memiliki adopsi teknologi digital tertinggi dibanding sektor lainnya, yaitu 71% responden UMKM sektor makanan-minuman memanfaatkan teknologi digital untuk mencari pemasok, dan 69% memanfaatkannya untuk menjangkau pelanggan. Ini merupakan persentase tertinggi dibanding sektor lain.

Strategi yang diperlu dilakukan untuk meningkatkan UMKM yang menggunakan teknologi berbasis digital dalam menjalankan kegiatan bisnisnya adalah secara berkesinambungan dan intensif perlu diberikan literasi dan bimbingan teknis terkait teknologi terhadap sumber daya manusia yang dimiliki oleh UMKM. Selain itu perlu juga dikembangkan aplikasi berbasis digital yang lebih sederhana untuk kegiatan mulai dari produksi sampai pemasaran produk. Infrastruktur untuk mendukung hal tersebut juga perlu disiapkan. Peran pemerintah, pelaku UMKM, para akademisi, dan masyarakat memegang peranan penting untuk mendukung tujuan ini sesuai masterplan ekonomi syariah Indonesia bahwa program digitalisasi ekonomi dengan fokus pada fintech syariah.

E. Strategi Produktivitas *Output* Halal

Beberapa indikator yang digunakan untuk menunjukkan *output*, khususnya produk barang, adalah bahan dasar yang digunakan harus halal, proses produksinya harus terhindar dari zat-zat yang mengandung bahan selain yang tidak halal, misalnya alat yang digunakan untuk memproduksi, dan proses pembiayaan produksi juga harus menghindari unsur riba. Halal dari sisi bahan dasar yang digunakan serta proses produksinya, setiap UMKM harus

memiliki sertifikasi halal, namun sampai dengan akhir tahun 2023, UMKM yang telah memiliki sertifikasi halal belum mencapai target yang diharapkan. Baru 5,8 persen dari 64,19 juta UMKM di Indonesia yang telah memiliki nomor induk berusaha hingga menyebabkan rendahnya kepemilikan sertifikat halal dan SNI (Prasetyadi, 2023). Menurut GAPMMI (Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman), dari sejumlah 1,6 juta pelaku industri makanan dan minuman kecil, yang telah memiliki sertifikasi halal hanya sekitar 10%. Hal ini menunjukkan masih banyak UMKM di Indonesia yang belum tersertifikasi halal.

Saudah dan Noer (2023) menyampaikan bahwa sertifikasi halal merupakan suatu tindakan untuk menjamin kehalalan suatu produk atau layanan yang sangat penting bagi masyarakat Muslim sebagai konsumen utama produk halal. Dasar hukum pelaksanaan sertifikasi halal di Indonesia di antaranya adalah Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 2019 tentang Sistem Jaminan Halal Produk serta Peraturan, Keputusan Menteri Agama Nomor 13 Tahun 2019 tentang Petunjuk Teknis Pelaksanaan Sertifikasi Halal. Dasar hukum tersebut bertujuan untuk memberikan jaminan kepada masyarakat bahwa produk yang dikonsumsi atau digunakan adalah halal dan memenuhi persyaratan kehalalan yang ditetapkan. Apabila ada suatu pelanggaran atau kecurangan dalam suatu produk bersertifikat halal, maka pemerintah terkait akan menindaklanjuti pelaku usaha tersebut dengan diberi hukuman penjara 5 tahun atau denda paling banyak sebesar Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

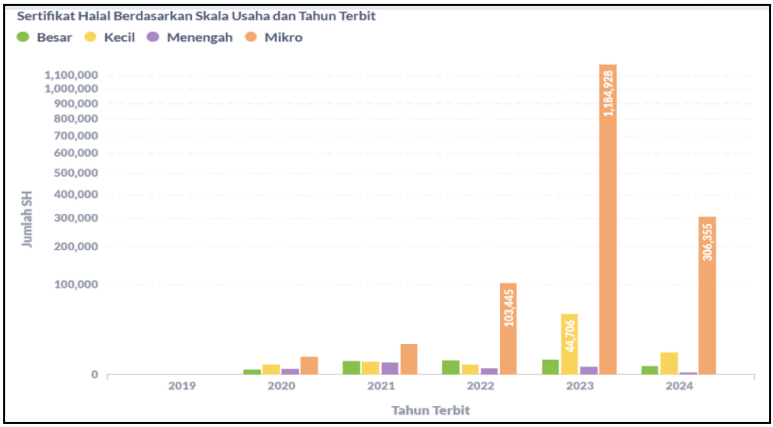
Berbagai upaya dan strategi yang dilakukan oleh pemerintah untuk mempercepat peningkatan jumlah UMKM yang memiliki sertifikasi halal, seperti memberikan dukungan berkelanjutan kepada usaha mikro, kecil, dan menengah

(UMKM), penyederhanaan proses permohonan untuk mendapatkan sertifikasi halal juga penting. Saat ini, pemerintah sedang membuat prosedur permohonan sertifikasi yang diberikan secara gratis, dengan tujuan mencapai total satu juta sertifikasi. Upaya ini tentunya bertujuan untuk memajukan bisnis halal sehingga memberikan keunggulan kompetitif bagi setiap usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Selain itu, pemerintah menawarkan layanan dukungan kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memfasilitasi kelancaran proses permohonan sertifikasi halal. Berbagai program telah diluncurkan oleh BPJPH untuk mengupayakan sertifikasi halal bagi para UMK salah satunya yaitu menurunkan biaya pendaftaran sertifikasi halal dan menggelontorkan program Sertifikasi Halal Gratis (Sehati) bagi 10 ribu UMK. Selain layanan sertifikasi, perbaikan juga dilakukan di bidang pengawasan dan pembinaan jaminan produk halal. Sampai saat ini terhitung BPJPH telah menggandeng 151 Lembaga Pendamping Proses Produk Halal (LPPPH) yang terdiri dari ormas Islam dan universitas. BPJPH juga telah melakukan sertifikasi pada 344 Penyelia Halal dan 18.248 Pendamping Proses Produk Halal (PPH). Untuk memastikan standarisasi jaminan produk halal, BPJPH juga memiliki kurang lebih sebanyak 497 auditor halal tersertifikasi.

Berikut ini merupakan data UMKM yang telah memiliki sertifikasi halal yang dapat dilihat pada gambar 2 dan 3 berikut.

Gambar 2. Data Sertifikasi Halal



Sumber: Pusat Halal UNAIR, 2023

Berdaarkan data pada gambar 2, tahun 2023 merupakan data tertinggi di mana UMKM telah memiliki sertifikasi halal. Hal ini merupakan hasil dari beberpa program yang telah dikeluarkan oleh pemerintah, khususnya program sertifikasi *halal free*. Pendampingan yang dilakukan terhadap UMKM memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan UMKM tersertifikasi halal. Berikut ini disajikan juga data jumlah UMKM yang tersertifikasi standar menurut wilayah.

Gambar 3. Data Jumlah UMKM Tersertifikasi Standar

Sertifikat Halal Berdasarkan Area Pemasaran

Area Pemasaran	Jml SH	Jml Produk
Kabupaten/Kota	1,434,119	2,581,553
Provinsi	148,561	697,031
Nasional	89,008	781,387
Internasional	6,227	214,050
-	1	0

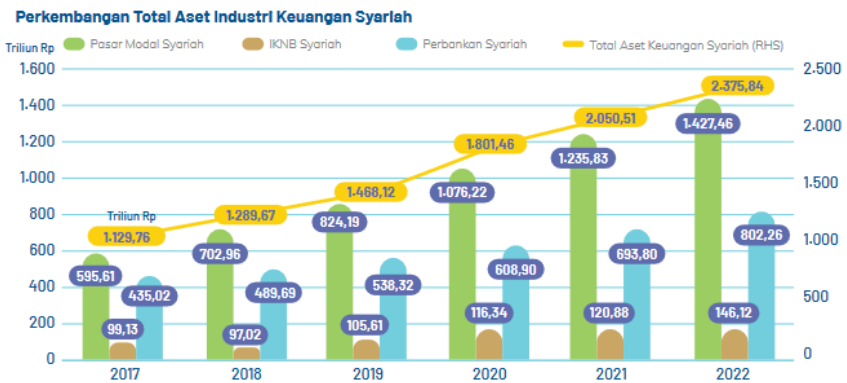
Sumber: Pusat Halal UNAIR, 2023

PERAN ASURANSI SYARIAH

A. Pendahuluan

Per Desember 2022, total aset keuangan syariah Indonesia (tidak termasuk saham syariah) mencapai Rp. 2.375,84 triliun atau US$151,03 miliar (OJK, 2022).

Gambar 1. Perkembangan Aset Industri Keuangan Syariah



Sedangkan *market share* keuangan syariah mencapai 10,69% terhadap keuangan nasional dengan jumlah institusi keuangan syariah sebanyak 473.

Gambar 2. *Market Share* Keuangan Syariah

Industri	Market Share (%)
Perbankan Syariah	7,09%
IKNB Syariah	4,74%
Pasar Modal Syariah	18,27%

Sampai dengan akhir tahun 2022, total aset IKNB Syariah secara keseluruhan mencapai 146,12 triliun dengan laju pertumbuhan aset sebesar 20,88% (yoy).

Industri asuransi syariah dibandingkan dengan aset keuangan syariah global, hanya memiliki *share* relatif kecil, yaitu sebesar 1% dari total aset keuangan global dengan nilai diprediksi pada tahun 2021, sebesar $ 3,96 Triliun (OJK, 2022), yang terdiri dari lebih 600 lembaga keuangan syariah di 75 negara diseluruh dunia. Saat ini ada 58 Usaha Asuransi Syariah, dimana 43 merupakan unit usaha (UUS) dan 15 sudah dalam bentuk perusahaan asuransi syariah (*full pledge)*, yang terdiri dari 29 usaha asuransi jiwa syariah dan 25 usaha asuransi umum syariah dan 4 usaha reasuransi syariah. Dari 25 usaha asuransi umum syariah, 19 merupakan unit usaha syariah yang mungkin akan melakukan *spin-off* dan sisanya 6 merupakan perusahaan asuransi syariah (*full pledge)* (OJK, 2023).

Tabel 1. Jumlah Pelaku Usaha Asuransi Syariah, April 2023

Jenis	Full	UUS	Total
Jiwa	8	21	29
Umum	6	19	25
Reasuransi	1	3	4
Total	**15**	**43**	**58**

Sumber: OJK

Rata-rata pertumbuhan kontribusi industri asuransi syariah selama 10 tahun terakhir adalah sebesar 15,20%, walaupun 10 tahun pertama periode 2002 s.d 2011 rata-rata pertumbuhan industri asuransi syariah jauh lebih tinggi yaitu sebesar 51,89%.

Tabel 2. Kontribusi Asuransi Syariah 2002-2011

Financial Highlight
Asuransi Syariah 2002 s.d 2011

dalam milyar rupiah

Keterangan	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Kontribusi	124	138	215	326	498	805	1.650	2.408	2.787	5.080
Aset	306	325	518	685	950	1.418	1.853	3.022	3.542	9.152
Konvensional	30.181	34.138	41.403	45.359	52.421	77.831	90.311	106.445	125.116	153.125
Rasio	0,41%	0,40%	0,52%	0,72%	0,95%	1,03%	1,83%	2,26%	2,23%	3,32%

Pada tahun 2002 ke 2011 mengalami kenaikan kontribusi yang signifikan, yang semula Rp. 124 milyar menjadi Rp. 5 triliun. *Market share* pun meningkat yang semula 0,41% menjadi 3,32%.

Pada tahun 2012 ke 2021 mengalami kenaikan kontribusi yang semula Rp. 6,95 triliun menjadi Rp. 23 triliun. Market *share* pun meningkat sedikit yang semula 4,09% menjadi 4,5% dan pada tahun 2022 kontribusi asuransi syariah meningkat cukup baik menjadi Rp. 27,57 triliun.

Tabel 3. Kontribusi Asuransi Syariah 2012-2021

Financial Highlight
Asuransi Syariah 2012 s.d 2021

dalam milyar rupiah

Keterangan	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Kontribusi	6.950	9.000	10.000	10.230	12.290	13.740	15.410	16.750	17.520	23.870
Aset	13.240	16.650	22.380	26.690	33.120	40.530	41.600	45.800	44.280	43.140
Konvensional	170.090	186.250	247.320	295.560	361.780	407.710	433.380	481.100	503.300	530.920
Rasio	4,09%	4,83%	4,04%	3,46%	3,40%	3,37%	3,56%	3,48%	3,48%	4,50%

Perekonomian Indonesia pada tahun 2021, jika diukur dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB), naik 10,0% dari Rp.15.434,2 triliun pada tahun 2020 menjadi Rp. 16.970,8 triliun pada tahun 2021. Pada periode yang sama, penerimaan premi bruto industri asuransi meningkat sebesar 5,7% dari Rp. 503,3 triliun pada tahun 2020 menjadi Rp. 530,9 triliun pada tahun 2021. Dengan demikian, rasio antara premi bruto terhadap PDB mengalami penurunan dari 3,26% pada tahun 2020 menjadi 3,13% pada tahun 2021, adapun jumlah polis pada tahun 2021 sebanyak 38 juta polis dengan total pertanggungan sebesar Rp. 4.395,15 triliun.

Porsi terbesar dari premi bruto industri asuransi tahun 2021 adalah premi bruto badan penyelenggara jaminan sosial sebesar 42,0%, diikuti premi asuransi jiwa sebesar 38,5%, asuransi umum dan reasuransi sebesar 17,3% dan perusahaan penyelenggara Asuransi ASN, TNI/POLRI, Kecelakaan Penumpang Umum dan Lalu Lintas Jalan sebesar 2,2%.

Asuransi tersebut menanggung risiko atas aset-aset pemerintah, aset perusahaan BUMN dan swasta termasuk aset jaminan di perbankan, baik konvensional maupun syariah. Selain itu jumlah investasi dari sektor asuransi cukup besar, di asuransi syariah sendiri sudah puluhan triliun rupiah,

dana asuransi ini sangat membantu dalam perkembangan ekonomi di Indonesia (OJK, 2021).

B. Konsep Asuransi Syariah

Istilah asuransi syariah berasal dari bahasa Arab dari akar kata *kafalah* yang artinya adalah saling menanggung, dalam konteks ini merupakan asuransi yang sesuai dengan ketentuan syariah (Puteri dkk, 2016). Asuransi syariah juga merupakan alternatif asuransi yang halal menggantikan asuransi konvensional yang dinyatakan oleh ulama mengandung unsur haram. Unsur-unsur yang terdapat dalam asuransi konvensional tersebut meliputi unsur ketidakpastian yang disebut *gharar*, unsur judi yang disebut *maisir* dan unsur bunga yang disebut riba (Samina Riaz, 2009). Asuransi syariah yang merupakan konsep asuransi yang sesuai dengan ketentuan syariah menghilangkan ketiga unsur di atas. Konsep asuransi syariah bukan merupakan sesuatu yang baru, konsep ini sudah berjalan 1400 tahun yang lalu, yaitu pada zaman Arab Kuno, yang disebut dengan *al-'āqilah,* yaitu perjanjian antar Suku Arab melalui uang darah *(diyat)* (Tahani Coolen-Maturi, 2013).

Di Indonesia sendiri, istilah lain dari asuransi syariah adalah *takaful*, yaitu konsep asuransi yang menggunakan prinsip syariah. Penulis menukil pengertian asuransi syariah dari Fatwa DSN, yaitu: asuransi syariah (*ta'min,* asuransi syariah atau *tadhamun*) adalah usaha saling melindungi dan tolong-menolong diantara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan/atau *tabarru'* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah (UU No. 40, 2014).

Pengertian asuransi syariah di Fatwa DSN masih bersifat umum, yaitu berupa kegiatan saling tolong-menolong melalui dana *tabarru',* sedangkan pengertian asuransi syariah pada Undang-Undang Perasuransian sudah bersifat khusus dalam aspek legal suatu entitas dan terbagi atas pengelolaan risiko di produk asuransi kerugian dan jiwa.

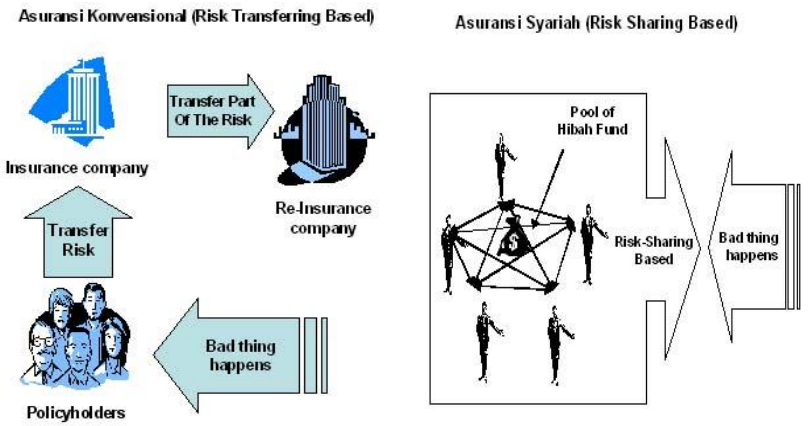
Dari pengertian asuransi syariah di atas juga, kita dapat melihat bahwa konsep *takaful* merupakan konsep *risk sharing* antar sesama peserta (Asmak Ab Rahman dkk, 2011) yang tentunya berbeda dengan konsep di asuransi konvensional yang berupa *risk transfer.* Hal ini mengacu pada pengertian asuransi dalam perundang-undangan yaitu, asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri pada tertanggung, dengan menerima premi asuransi untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan (UU No. 2, 1992).

Konsep dasar asuransi syariah sangat menekankan pada unsur *ta'āwun*, maka segala bentuk transaksi yang mengarah kepada dua perbuatan yang terlarang itu benar-benar harus diwaspadai dan dihindari. Kalau seandainya kedua unsur tersebut masih terindikasi dalam operasional perusahaan asuransi syariah, maka *ta'āwun* yang diperintahkan oleh Allah belum sepenuhnya dapat diaplikasikan. Dalam melaksanakan *ta'āwun*, Allah tidak mengarahkan manusia kepada suatu bentuk tertentu saja, akan tetapi semua aktifitas yang dapat membebaskan dan

meringankan orang-orang yang memerlukan pertolongan masuk kedalam kategori yang diperintahkan. Oleh karena itu, jika kita ingin menerapkan konsep *ta'âwun* yang sesungguhnya dalam operasional perusahaan asuransi syariah, maka alangkah baiknya jika konsep *risk sharing* dan asuransi syariah yang ada dalam perusahaan asuransi syariah tidak terkelompok dalam batas-batas tertentu saja, atau kalaupun dikelompokkan maka ia harus dalam pengertian yang jelas dan dapat dipahami oleh semua pihak yang terlibat agar tidak menimbulkan kesalahpengertian dan kesalahpahaman yang ujungnya menimbulkan permusuhan (Muhammad Baltaji Hasan, 1983).

Tujuan utama yang ingin dicapai sistem asuransi syariah adalah membina hubungan persaudaraaan dan saling mengasihi atas sesama kelompok masyarakat, mengembalikan orang-orang yang ditimpa musibah kepada kondisi yang baik, mewujudkan ketentraman dan kedamaian dalam kehidupan bermasyarakat, dan untuk menyimpan harta benda, karena para peserta yang ikut dalam program ini diminta untuk memberikan/membayarkan sedikit kontribusi yang akan dikumpulkan bersama peserta yang lain sebagai alat menghadapi risiko besar yang mungkin terjadi (Mustafa Ahmad al-Zarqa', 1980).

Gambar. 3 Perbandingan Konsep Asuransi Syariah vs Asuransi Konvensioanal



Sumber: Diklat Keuangan Syariah Kementerian Keuangan, 2014

Pada gambar 3 di atas menjelaskan bahwa pada asuransi konvensional terjadi transfer risiko dari peserta kepada perusahaan asuransi, berbeda dengan konsep pada asuransi syariah, para peserta saling menanggung sehingga terjadi sharing risiko sesama peserta dan perusahaan hanya menjalankan fungsi sebagai pengelola saja, baik itu mengelola dana maupun pembayaran klaim bagi peserta.

Dikarenakan asuransi syariah merupakan kumpulan perjanjian diantara perusahaan dan peserta serta antar peserta, maka penting untuk mengetahui macam-macam perjanjian yang ada, dalam istilah fikih disebut dengan akad. Secara umum akad antar peserta merupakan akad *tabarru' bil hibah* (*donation*), walaupun hibah disini merupakan hibah bersyarat atau tidak murni hibah (Azman Mohd Noor dan Muhammad Abd Hadi, 2016), dikarenakan peserta dalam suatu kondisi musibah dapat menerima manfaat, berbeda

dengan hibah yang sebenarnya adalah sepenuhnya diserahkan kepada pemberi manfaat. Selain hibah ada juga yang menggunakan akad *tabarru'* lainnya, yaitu wakaf, dimana banyak pihak berpendapat model inilah yang paling sesuai dengan ketentuan syariah.

Akad *tabarru'* merupakan akad yang harus melekat pada semua produk asuransi, akad *tabarru'* pada asuransi adalah semua bentuk akad yang dilakukan antar peserta pemegang polis. Dalam akad *tabarru'*, harus disebutkan sekurang-kurangnya:

1. Hak dan kewajiban masing-masing peserta secara individu;
2. Hak dan kewajiban antara peserta secara individu dalam akun *tabarru'* selaku peserta dalam arti badan/kelompok;
3. Cara dan waktu pembayaran premi dan klaim;
4. Syarat-syarat lain yang disepakati, sesuai dengan jenis asuransi yang diakadkan (Fatwa DSN, 2006).

Akad antara peserta dan perusahaan merupakan akad *tijari* (komersial), yaitu untuk pengelolaan risiko dan investasi dana asuransi syariah dari peserta. Akad *tijari* dapat menggunakan akad *ijarah* atau *mudharabah* atau kombinasi dari akad-akad yang lain. Akad (kontrak) antara peserta dan perusahaan asuransi syariah inilah yang menjadi perbedaan model pengelolaan operasional asuransi syariah tersebut, apakah *mudharabah* model, *wakala model* atau model lainnya (Suria Zainuddin dan Izyan Nadiah Md Noh, 2013).

C. Prinsip Asuransi Syariah

Dalam menjalankan usaha asuransi syariah, sangat diperlukan tegaknya nilai-nilai syariah, agar operasional asuransi syariah benar-benar mencerminkan ruh syariah yang sesungguhnya (Abdullah Ali Abdullah Mohammed,

2015). Untuk itulah, dalam asuransi syariah terdapat nilai yang mendasar dalam pengelolaan asuransi syariah, yaitu (Iqbal, Muhaimin, 2005):

1. Prinsip Tauhid

   Tauhid merupakan prinsip dasar dalam asuransi syariah (Abdullah Amrin, 2006). Karena pada hakikatnya setiap Muslim harus melandasi dirinya dengan tauhid dalam menjalankan segala aktivitas kehidupannya, tidak terkecuali dalam bermuamalah (berasuransi syariah). Artinya bahwa niatan dasar ketika berasuransi syariah haruslah berlandaskan pada prinsip tauhid, mengharapkan keridhaan Allah Swt. Sebagai contoh dilihat dari sisi perusahaan, asas yang digunakan dalam berasuransi syariah bukanlah semata-mata meraih keuntungan, atau menangkap peluang pasar yang sedang cenderung pada syariah (Arif Effendi, 2016).

   Namun lebih dari itu, niatan awalnya adalah untuk mengimplementasikan nilai-nilai syariah dalam dunia asuransi. Sedangkan dari sisi peserta, berasuransi syariah adalah bertujuan untuk bertransaksi dalam bentuk tolong menolong yang berlandaskan asas syariah, dan bukan semata-mata mencari "perlindungan" apabila terjadi musibah. Dengan demikian, maka nilai tauhid terimplementasikan pada industri asuransi syariah.

2. Prinsip Keadilan

   Prinsip kedua yang menjadi nilai-nilai dalam pengimplementasian asuransi syariah adalah prinsip keadilan (Muhammad Syafii Antonio, 2015). Artinya bahwa asuransi syariah harus benar-benar bersikap adil, khususnya dalam membuat pola hubungan antara peserta dengan peserta, maupun antara peserta dengan perusahaan asuransi syariah, terkait dengan hak dan

kewajiban masing-masing. Asuransi syariah tidak boleh mendzalimi peserta dengan hal-hal yang akan menyulitkan atau merugikan peserta. Ditinjau dari sisi asuransi sebagai sebuah perusahaan, potensi untuk melakukan ketidakadilan sangatlah besar. Seperti adanya unsur dana hangus (pada *saving* produk), dimana peserta yang sudah ikut asuransi (misalnya asuransi pendidikan) dengan periode tertentu, namun karena suatu hal ia membatalkan kepesertaannya di tengah jalan.

Pada asuransi syariah, dana *saving* peserta yang telah dibayarkan melalui premi harus dikembalikan kepada peserta bersangkutan, berikut hasil investasinya. Bahkan terkadang asuransi syariah merasa kebingungan ketika terdapat dana-dana *saving* peserta yang telah mengundurkan diri atau terputus di tengah periode asuransi, lalu tidak mengambil dananya tersebut kendatipun telah dihubungi baik melalui surat maupun melalui media lainnya. Mau dikemanakan dana ini? Karena dana tersebut bukanlah milik asuransi syariah, namun milik peserta. Namun telah bertahun-tahun diberitahu atau dihubungi, peserta bersangkutan tidak juga mengambilnya.

3. Prinsip Tolong Menolong

Semangat tolong menolong merupakan aspek yang sangat penting dalam operasional asuransi syariah (M. Syakir Sula, 2004). Karena pada hakikatnya, konsep asuransi syariah didasarkan pada prinsip ini. Dimana sesama peserta ber-*tabarru'* atau berderma untuk kepentingan peserta lainnya yang tertimpa musibah. Peserta tidaklah berderma kepada perusahaan asuransi syariah, peserta berderma hanya kepada sesama peserta saja. Perusahaan asuransi syariah bertindak sebagai

pengelola saja. Konsekuensinya, perusahaan tidak berhak mengklaim atau mengambil dana *tabarru'* peserta (Edi Hariyadi, 2017). Perusahaan hanya mendapatkan dari *ujrah (fee)* atas pengelolaan dana *tabarru'* tersebut, yang dibayarkan oleh peserta bersamaan dengan pembayaran kontribusi (premi) (Arif Effendi, 2016). Perusahaan asuransi syariah mengelola dana *tabarru'* tersebut (Bouaziz Cheikh, 2013), untuk diinvestasikan (secara syariah) lalu kemudian dialokasikan pada peserta lainnya yang tertimpa musibah. Dengan konsep seperti ini, berarti antara sesama peserta telah mengimplementasikan saling tolong menolong, kendatipun antara mereka tidak saling bertatap muka.

4. Prinsip Amanah

Amanah juga merupakan prinsip yang sangat penting (Aznan Hasan, 2011). Karena pada hakikatnya kehidupan ini adalah amanah yang kelak harus dipertanggungjawabkan dihadapan Allah Swt. Perusahaan dituntut untuk amanah dalam mengelola dana premi. Demikian juga peserta, perlu Amanah (Bouaziz Cheikh, 2013) dalam aspek risiko yang menimpanya. Jangan sampai peserta tidak amanah dalam artian mengada-ada sesuatu sehingga yang seharusnya tidak klaim menjadi klaim yang tentunya akan berakibat pada ruginya para peserta yang lainnya. Perusahaan pun juga demikian, tidak boleh semena-mena dalam mengambil keuntungan, yang berdampak pada ruginya peserta.

5. Prinsip Saling Ridha

Transaksi apapun yang dijalankan, aspek *an-taradhin* atau saling meridhai harus selalu menyertai (M. Syakir Sula, 2004). Peserta ridha dananya dikelola oleh perusahaan asuransi syariah yang amanah dan profesional, sementara perusahaan asuransi syariah ridha terhadap amanah yang diembankan peserta dalam mengelola kontribusi (premi) mereka. Demikian juga peserta ridha dananya dialokasikan untuk nasabah-peserta lainnya yang tertimpa musibah, untuk meringankan beban penderitaan mereka. Dengan prinsip inilah, asuransi syariah menjadikan saling tolong menolong memiliki arti yang luas dan mendalam, karena semuanya menolong dengan ikhlas dan ridha, bekerjasama dengan ikhlas dan ridha, serta bertransaksi dengan ikhlas dan ridha pula.

6. Prinsip Menghindari Riba

Riba merupakan bentuk transaksi yang harus dihindari sejauh-jauhnya khususnya dalam berasuransi (Muhammad Syafii Antonio, 2015). Karena riba merupakan sebatil-batilnya transaksi muamalah. Tingkatan dosa paling kecil dari riba adalah ibarat berzina dengan ibu kandungnya sendiri. Kontribusi (premi) (UU No. 40, 2014) yang dibayarkan peserta, harus diinvestasikan pada investasi yang sesuai dengan syariah dan sudah jelas kehalalannya. Demikian juga dengan sistem operasional asuransi syariah juga harus menerapakan konsep *sharing of risk* yang bertumpu pada akad *tabarru'*, sehingga menghilangkan unsur riba pada pemberian manfaat asuransi syariah (klaim) kepada peserta.

7. Prinsip Menghindari *Maisir*

   Asuransi jika dikelola secara konvensional akan memunculkan unsur *maisir* (*gambling*). Karena seorang peserta bisa jadi membayar premi hingga belasan kali namun tidak pernah klaim. Di sisi yang lain terdapat peserta yang baru satu kali membayar premi lalu klaim. Hal ini terjadi, karena konsep dasar yang digunakan dalam asuransi konvensional adalah konsep *transfer of risk*. Dimana perusahaan asuransi konvensional ketika menerima premi, otomatis premi tersebut menjadi milik perusahaan, dan ketika membayar klaim pun adalah dari rekening perusahaan. Hal ini menyebabkan perusahaan bisa untung besar yaitu ketika premi banyak dan klaim sedikit, atau bisa rugi besar yaitu ketika premi sedikit dan klaimnya banyak.

8. Prinsip Menghindari *Gharar*

   Gharar adalah ketidakjelasan (M. Syakir Sula, 2004). Berbicara mengenai risiko, adalah berbicara tentang ketidakjelasan, karena risiko bisa terjadi bisa tidak. Dalam syariat Islam, kita tidak diperbolehkan bertransaksi yang menyangkut aspek ketidakjelasan. Pada asuransi (konvensional), peserta tidak mengetahui apakah ia mendapatkan klaim atau tidak, karena klaim sangat bergantung pada risiko yang menimpanya. Jika ada risiko, maka ia akan dapat klaim, namun jika tidak maka ia tidak mendapakan klaim. Hal seperti ini menjadi *gharar* adanya, karena akad atau konsep yang digunakan adalah *transfer of risk.* Sedangkan jika menggunakan aspek *sharing of risk,* ketidakjelasan tadi tidak menjadi *gharar*, namun menjadi sesuatu yang perlu diwaspadai, yang apabila terjadi sesama peserta akan saling bantu membantu terhadap peserta lainnya yang tertimpa musibah, yang

diambil dari dana *tabarru'* yang dikelola oleh perusahaan asuransi syariah (bukan dari dana perusahaan) (Arif Effendi, 2016).

9. Prinsip Menghindari *Risywah*

   Pada saat menjalankan bisnisnya, baik pihak asuransi syariah maupun pihak peserta harus menjauhkan diri sejauh-jauhnya dari aspek *risywah* (sogok menyogok atau suap menyuap) (Bouaziz Cheikh, 2013). Apapun dalihnya, *risywah* pasti akan menguntungkan satu pihak dan pasti akan ada pihak lain yang dirugikan. Peserta umpamanya tidak boleh menyogok oknum asuransi supaya bisa mendapatkan manfaaat (klaim), atau sebaliknya perusahaan tidak perlu menyogok supaya mendapatkan premi (kontribusi) asuransi. Namun semua harus dilakukan secara baik, transparan, adil dan dilandasi dengan *ukhuwah Islamiyah.*

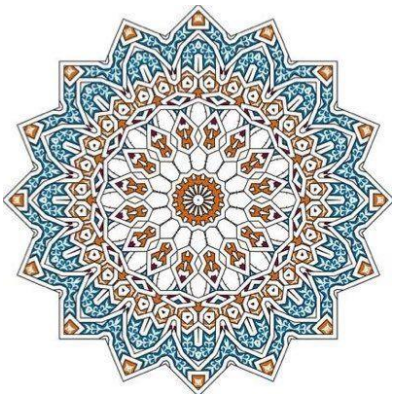
D. Peran Asuransi Syariah dalam Perekonomian Indonesia

Peran asuransi syariah pada saat ini sangat diperlukan seseorang untuk dapat mempersiapkan berbagai hal untuk tunjangan di masa depan, asuransi syariah juga dapat meningkatkan investasi dan meningkatkan perekonomian Masyarakat, sehingga akhirnya akan memberikan dampak yang positif bagi perekonomian di Indonesia, selain itu juga asuransi syariah berperan dalam mengalihkan risiko finansial yang disebabkan oleh kejadian atau musibah yang tak terduga sebagai proteksi untuk diri sendiri maupun keluarga (H. Abdul Jalil; Rigita Febriyanti; H. Ahmad Luthfi, 2021).

Dedy Mainata dan Angrum Pratiwi (2019) menyatakan bahwa pertumbuhan asuransi syariah berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi (PDB) dan dalam penelitian yang

dilakukan oleh Febri (2023) menunjukkan bahwa bahwa asuransi berperan penting dalam penguatan pertumbuhan ekonomi. Asuransi syariah memiliki peran penting sebagai sumber pembiayaan pembangunan nasional, mengurangi kemiskinan, serta dapat mengurangi risiko keuangan yang disebabkan oleh peristiwa atau bencana yang tidak terduga.

Dimas (2022) menemukan bahwa variable asuransi syariah dan dana pihak ketiga memberikan dampak yang fluktuatif dan positif terhadap variabel IPI (Indeks Produk Industri) dan juga Mughni (2024) menyatakan bahwa asuransi syariah dibutuhkan dalam industri halal sebagai fondasi dalam membangun rantai nilai halal tersebut.



SEKTOR INDUSTRI MAKANAN HALAL

A. Pendahuluan

Indonesia, dengan populasi Muslim terbesar di dunia, memiliki lebih dari 207 juta Muslim, yang mewakili sekitar 87 persen dari total populasi negara ini (BPS, 2023). Kehadiran Muslim yang besar ini telah menjadikan Indonesia salah satu pemimpin pasar makanan halal internasional dan merupakan salah satu basis konsumen terbesar untuk produk kosmetik halal (Arieftiara et al., 2022). Fenomena ini menyoroti potensi besar Indonesia untuk berkembang dari sekadar menjadi konsumen utama menjadi produsen produk halal yang signifikan di pasar global.

Bagi konsumen Muslim Indonesia, status halal suatu produk memiliki makna yang sangat penting. Halal berarti bahwa produk tersebut bebas dari bahan-bahan yang diharamkan dalam Islam, terutama daging babi, dan telah disertifikasi oleh otoritas Islam yang terpercaya (Ghazali et al., 2022). Keberadaan logo halal di produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Muslim Indonesia. Logo halal tidak hanya menjadi jaminan kepatuhan

produk terhadap prinsip-prinsip agama, tetapi juga menanamkan rasa keamanan dan kepercayaan pada kualitas produk tersebut (Anggadwita et al., 2020).

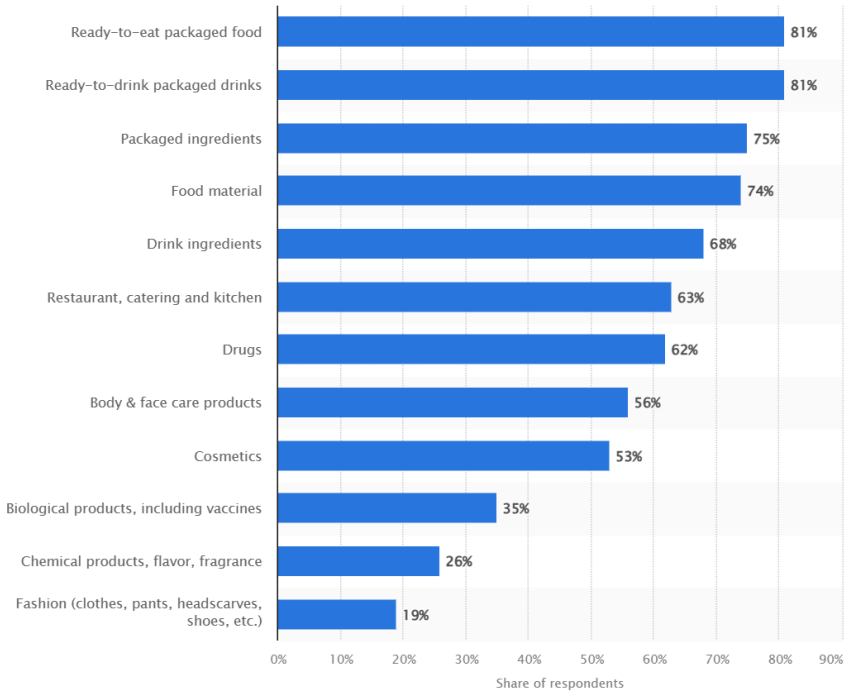
Namun, meskipun pentingnya sertifikasi halal telah diakui, proses memperoleh logo halal tetap menjadi tantangan yang kompleks bagi banyak produsen, terutama bagi industri kecil dan menengah. Proses sertifikasi tersebut melibatkan serangkaian prosedur dan standar yang ketat, mulai dari pengujian bahan baku hingga pengawasan produksi dan distribusi. Selain itu, biaya yang diperlukan untuk mendapatkan sertifikasi halal juga dapat menjadi beban tambahan bagi produsen, terutama mereka yang beroperasi dengan modal terbatas.

Menghadapi tantangan ini, konsumen Muslim Indonesia telah mulai menuntut peningkatan dalam distribusi makanan halal. Mereka menginginkan adanya dukungan yang lebih besar dari pemerintah dan lembaga terkait untuk membantu industri lokal dalam memperoleh sertifikasi halal dengan lebih mudah dan tanpa biaya yang terlalu tinggi (Kurniawati & Savitri, 2020). Langkah-langkah ini diharapkan dapat mendorong pertumbuhan industri halal dalam negeri dan meningkatkan daya saing produk-produk halal Indonesia di pasar global. Sebagai contoh, pemerintah Indonesia telah meluncurkan berbagai inisiatif dan program untuk mendukung industri halal, termasuk penyediaan layanan konsultasi dan bimbingan teknis kepada produsen, penyederhanaan proses sertifikasi, dan penyediaan insentif keuangan bagi perusahaan yang berinvestasi dalam pengembangan produk halal. Semua ini bertujuan untuk memperkuat ekosistem bisnis halal di Indonesia dan meningkatkan kontribusi sektor ini terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Dengan demikian, upaya untuk memperkuat industri halal dapat menjadi salah satu kunci

dalam mewujudkan potensi besar Indonesia sebagai produsen produk halal terkemuka di pasar global (BPJPH, 2023).

Sebuah survei pada Maret 2023 yang dilakukan oleh Stastita, sebuah portal data statistik, mengenai perspektif konsumen terhadap industri halal di Indonesia menunjukkan bahwa sekitar 81 persen dari responden membeli makanan siap saji halal dan minuman, sementara sekitar 53 persen responden menyatakan bahwa mereka membeli kosmetik halal. Bagi konsumen Muslim Indonesia, keberadaan logo halal pada kemasan produk makanan dianggap sebagai faktor yang paling penting untuk diperhatikan saat berbelanja. Hal ini menandakan bahwa keaslian halal memiliki peran yang signifikan dalam keputusan pembelian mereka. Selain itu, konsumen juga sangat mengandalkan rekomendasi dari teman dan keluarga untuk memperoleh informasi tentang produk halal. Fenomena ini menunjukkan bahwa kepercayaan sosial dan interaksi personal memainkan peran penting dalam pemilihan produk halal di kalangan konsumen Indonesia. Fokus yang meningkat pada keaslian halal di antara konsumen Indonesia telah mendorong banyak produsen makanan dan restoran untuk menjalani proses sertifikasi halal yang teratur. Ini dilakukan agar mereka dapat memenuhi tuntutan pasar dan tetap relevan di mata konsumen. Dengan mendapatkan sertifikasi halal yang diakui, produsen makanan dan restoran dapat memperoleh kepercayaan konsumen dan meningkatkan daya saing mereka di pasar. Oleh karena itu, meningkatnya kesadaran akan pentingnya produk halal telah memacu industri untuk lebih berinvestasi dalam memperoleh sertifikasi halal yang sah, sekaligus membuka peluang bagi pertumbuhan dan pengembangan industri halal di Indonesia (Arieftiara et al., 2022; Kurniawati & Savitri, 2020).

Grafik 1. Pembelian Konsumen Produk Halal di Indonesia 2023 (Menurut Kategori)



Sumber: Statista, 2023

Makanan halal bukan sekadar keinginan, melainkan merupakan kebutuhan pokok bagi umat Muslim. Ketersediaan makanan halal sangat penting untuk memastikan kelangsungan hidup dan keberlangsungan praktik agama bagi umat Islam. Indonesia, dengan jumlah populasi Muslimnya yang besar, memiliki potensi yang luar biasa di sektor makanan halal. Potensi ini terlihat jelas dalam pasar yang sangat menjanjikan (Center & Dinar Standard, 2022). Pada tahun 2023, Indonesia berhasil mencapai target satu juta sertifikasi halal untuk produk makanan dan minuman skala kecil melalui program sertifikasi halal gratis (*Self Declare*) yang diselenggarakan oleh Badan Penyelenggara

Jaminan Produk Halal (BPJPH). Langkah ini merupakan bagian dari upaya pemerintah untuk meningkatkan ketersediaan makanan halal di pasar domestik. Dengan prediksi akan terus meningkatnya jumlah sertifikasi halal makanan melalui skema lainnya, Indonesia semakin kokoh sebagai pasar terbesar untuk makanan dan minuman halal di dunia (BPJPH, 2023).

Selain itu, dukungan pemerintah juga menjadi faktor penting dalam perkembangan industri makanan halal di Indonesia. Pembentukan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai mandat dari Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal menunjukkan komitmen pemerintah dalam memastikan ketersediaan produk halal bagi konsumen Muslim. BPJPH, yang disahkan pada 27 Oktober 2017 dan berada di bawah Kementerian Agama, bertanggung jawab untuk memastikan bahwa proses sertifikasi halal berlangsung dengan efektif dan sesuai dengan standar yang ditetapkan (BPJPH, 2023). Langkah ini bertujuan untuk memberikan keamanan dan kenyamanan kepada konsumen Muslim serta untuk memulai kembali industri makanan halal di Indonesia, yang pada gilirannya akan mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Adanya dukungan pemerintah dan peningkatan kesadaran akan pentingnya makanan halal, industri makanan halal di Indonesia semakin menunjukkan pertumbuhan yang positif dan berkelanjutan. Sehingga bab ini akan menegaskan peran penting industry halal saat ini dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam mencapai kesempurnaan ekosistem ekonomi Islam di Indonesia (Harjadi & Kartika, 2021).

B. Urgensi Rantai Pasok Industri Makanan Halal

Manajemen rantai pasokan halal, seperti yang dijelaskan oleh Tieman et al., (2012) Tieman dkk. (2012),

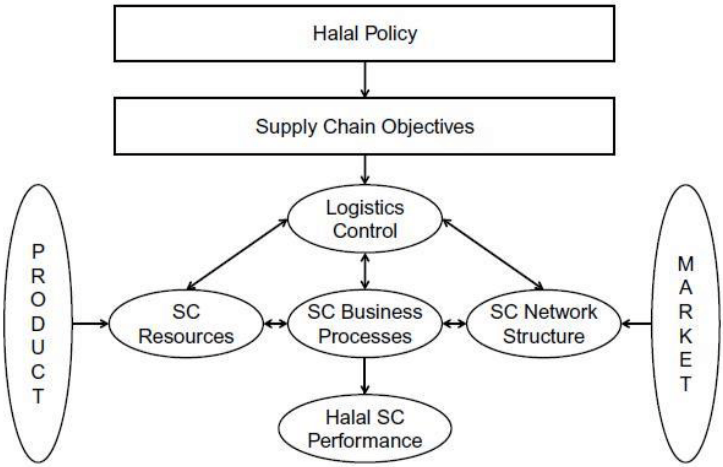
merupakan kerangka kerja komprehensif yang bertujuan untuk mempertahankan dan memperluas integritas produk halal mulai dari asalnya hingga titik konsumsi, sehingga memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam dalam seluruh jaringan rantai pasokan. Ini mencakup berbagai aktivitas yang saling terkait, seperti yang disoroti oleh Omar et al., (2019), mulai dari pengadaan hingga distribusi, meliputi gudang, transportasi, penanganan produk, manajemen inventaris, pengadaan, dan pemenuhan pesanan. Pematuhan terhadap prinsip-prinsip syariat Islam mengharuskan setiap aspek operasi ini, menuntut perhatian terhadap detail yang teliti dan komitmen yang teguh terhadap standar halal.

Ab Talib & Zulfakar (2023) lebih lanjut menguraikan sifat multi-faset dari manajemen rantai pasokan halal, menggambarkannya sebagai sebuah orkestrasi kompleks yang melibatkan banyak pemangku kepentingan yang tersebar di berbagai lokasi geografis. Para pemangku kepentingan ini, mulai dari pemasok hingga konsumen akhir, secara bersama-sama terlibat dalam proses yang rumit dalam mengada, menangani, dan mendistribusikan produk makanan halal, memenuhi kebutuhan dan preferensi yang beragam dari konsumen halal maupun non-halal. Sentral dalam konsep manajemen rantai pasokan halal, seperti yang diajukan oleh Tieman (2015), adalah pengakuan terhadap risiko inheren yang ditimbulkan oleh kontak dengan zat haram, potensi kontaminasi, dan sensitivitas perseptual konsumen Muslim. Oleh karena itu, fondasi paradigma manajemen ini terletak pada penerapan tindakan-tindakan yang ketat untuk mengurangi risiko tersebut dan menjaga kesucian produk halal selama perjalanannya dalam rantai pasokan.

Manajemen rantai pasokan halal muncul sebagai sebuah perpaduan yang canggih antara imperatif logistik, regulasi, dan etika, yang erat berkorelasi dengan kerangka kebijakan halal. Pendekatan holistik ini didasari oleh komitmen yang teguh untuk menjaga integritas produk halal sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, sebagaimana diatur dalam kerangka kebijakan halal. Dengan mematuhi kebijakan tersebut, yang menguraikan praktik-praktik yang diizinkan dan dilarang dalam produksi dan distribusi halal, para pelaku rantai pasokan memastikan transparansi, kepercayaan, dan kepatuhan di seluruh rangkaian rantai pasokan halal (Tieman et al., 2012).

Kebijakan halal berfungsi sebagai prinsip-prinsip panduan, menetapkan standar dan praktik yang diperlukan untuk menjaga kesucian produk halal dari sumbernya hingga konsumen akhir. Oleh karena itu, manajemen rantai pasokan halal bukan hanya merupakan upaya logistik dan etika, tetapi juga regulatori, memastikan bahwa setiap aspek rantai pasokan beroperasi sesuai dengan pedoman halal yang telah ditetapkan. Melalui hubungan terkait yang saling terkait dengan kebijakan halal, rantai pasokan menjadi alat untuk menjaga prinsip-prinsip keagamaan sambil secara bersamaan melindungi kesucian produk halal (Tieman & Hassan, 2015).

Gambar 2. Rancang Bangun Rantai Pasokan Halal yang Dikembangkan oleh Tieman (2012)



Menurut Ngah et al., (2015) , kegiatan dalam rantai pasokan halal meliputi penyimpanan, pengadaan sumber daya, penanganan, transportasi, dan pengiriman produk halal, manajemen inventaris, serta strategi manajemen bisnis lainnya seperti manajemen lean dan manajemen berbasis nilai. Merujuk Haleem et al., (2021) yang menjelaskan bahwa manajemen rantai pasokan halal mengatur pasokan bahan baku untuk produksi, pengolahan, pemasaran, dan promosi produk siap konsumsi yang harus mematuhi standar halal. Secara umum, manajemen rantai pasokan halal terdiri dari empat kegiatan utama:

1. Pengadaan Halal

   Pengadaan halal melibatkan proses seleksi dan pembelian bahan baku serta komponen lainnya yang sesuai dengan standar halal. Proses ini mencakup memastikan bahwa semua *supplier* dan vendor yang terlibat dalam rantai pasokan menyediakan produk yang telah disertifikasi halal.

Hal ini juga dapat melibatkan negosiasi kontrak yang memperkuat klausul-klausul kepatuhan halal untuk memastikan bahwa semua bahan yang digunakan dalam produksi memenuhi persyaratan agama. Misalnya, sebuah perusahaan makanan yang memproduksi camilan kering harus memastikan bahwa mereka hanya membeli bahan baku seperti gandum, minyak, dan bumbu-bumbu yang telah disertifikasi halal oleh otoritas yang terpercaya. Mereka juga perlu memastikan bahwa pemasok mereka mengikuti praktik-produksi halal dan menyediakan dokumen-dokumen yang menunjukkan kepatuhan mereka terhadap standar halal.

2. Manufaktur Halal
   Manufaktur halal melibatkan proses produksi yang memastikan bahwa semua langkah dalam pembuatan produk dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip halal. Proses ini termasuk penggunaan bahan baku halal, pemrosesan yang bersih dan terpisah dari bahan-bahan haram, serta pemantauan ketat terhadap proses produksi untuk mencegah kontaminasi. Sebagai contoh, sebuah pabrik pengolahan daging harus memisahkan proses pemotongan dan pemrosesan daging halal dari daging yang tidak halal. Mereka juga harus menggunakan peralatan yang bersih dan steril, serta memastikan bahwa produk halal tidak terkontaminasi oleh produk haram selama proses produksi.

3. Distribusi Halal
   Distribusi halal mencakup semua aktivitas yang terlibat dalam pengiriman produk halal dari pabrik atau pusat distribusi ke titik penjualan atau konsumen akhir. Ini melibatkan pemantauan yang cermat terhadap

pengemasan, penanganan, dan penyimpanan produk selama transportasi untuk memastikan kesucian produk tetap terjaga. Pada beberapa kasus seperti sebuah perusahaan minuman harus memastikan bahwa produk mereka dikemas dengan benar dan ditandai dengan label halal yang jelas sebelum dikirim ke supermarket atau toko-toko lainnya. Mereka juga perlu bekerja sama dengan pihak logistik yang dapat dipercaya untuk memastikan bahwa produk tetap dalam kondisi yang sesuai dengan standar halal selama proses pengiriman.

4. Logistik Halal
   Logistik halal menangani semua aspek pengelolaan transportasi, penyimpanan, dan distribusi produk halal. Langkah ini mencakup pemilihan rute pengiriman yang aman dan terpercaya, pemantauan suhu dan kondisi lingkungan selama pengiriman untuk mencegah kerusakan atau kontaminasi produk, serta penggunaan metode pengemasan dan penanganan yang sesuai dengan prinsip-prinsip halal. Sebagai contoh, perusahaan makanan beku harus memilih metode transportasi yang mempertahankan suhu yang tepat untuk produk mereka agar tetap segar dan aman untuk dikonsumsi. Mereka juga harus memastikan bahwa gudang penyimpanan mereka dilengkapi dengan fasilitas yang sesuai untuk menjaga kesucian produk selama penyimpanan dan distribusi.

Keempat aspek ini penting dan patut untuk diperhatikan pada setiap tahapan secara cermat dan memastikan kepatuhan terhadap standar halal. Dengan demikian, perusahaan dapat membangun reputasi yang kuat dan memenangkan kepercayaan konsumen Muslim. Hal ini juga memungkinkan mereka untuk memasuki pasar global

yang berkembang pesat untuk produk halal dengan keyakinan dan keberhasilan.

Selain itu, dalam kasus yang disorot oleh Khan et al., (2022) dan Tieman et al., (2012), setidaknya terdapat enam komponen dasar dianggap vital untuk mendirikan sistem rantai pasok halal yang terintegrasi di perusahaan multisektor. Komponen-komponen ini mencakup sumber daya manusia, dengan fokus pada perekrutan dan pelatihan staf yang mahir dalam regulasi halal. Proses melibatkan alur kerja operasional yang teliti untuk mencegah kontaminasi halal-non-halal. Lingkungan menekankan pemeliharaan fasilitas yang higienis sesuai dengan standar halal. Akreditasi melibatkan perolehan sertifikasi dari otoritas halal yang terpercaya. Layanan logistik memastikan transportasi dan penyimpanan tanpa mengorbankan integritas halal. Sistem pelacakan menelusuri perjalanan produk untuk menjaga keasliannya. Integrasi komponen-komponen ini penting bagi perusahaan yang beroperasi di sektor-sektor beragam untuk menjunjung tinggi standar halal di seluruh rantai pasokan mereka. Berikut adalah elemen *supply chain management* yang diusulkan oleh Khan et al., (2022) dan Tieman et al., (2012):

1. Sumber Daya Manusia:
    a. Melibatkan perekrutan, pelatihan, dan pemeliharaan personel yang memiliki keahlian dalam regulasi, standar, dan praktik halal.
    b. Manajemen sumber daya manusia mencakup memastikan bahwa karyawan memahami pentingnya mematuhi prinsip-prinsip halal di seluruh rantai pasokan.
    c. Program pelatihan harus mencakup topik seperti prosedur sertifikasi halal, penanganan produk, dan praktik kebersihan untuk menjaga integritas halal.

2. Proses:
    a. Mengacu pada alur kerja operasional dan prosedur yang terlibat dalam produksi, penanganan, penyimpanan, dan distribusi produk halal.
    b. Proses harus dirancang untuk mencegah kontaminasi atau pencampuran produk halal dan non-halal pada setiap tahap rantai pasokan.
    c. Menerapkan langkah-langkah pengendalian kualitas yang ketat untuk memastikan kepatuhan terhadap standar halal selama proses produksi.

3. Lingkungan:
    a. Mencakup fasilitas fisik dan kondisi di mana produk halal diproduksi, disimpan, dan diangkut.
    b. Memastikan bahwa fasilitas manufaktur dan area penyimpanan memenuhi persyaratan halal dalam hal kebersihan, kebersihan, dan pemisahan produk halal dan non-halal.
    c. Inspeksi dan audit rutin lingkungan untuk mengidentifikasi dan memperbaiki sumber kontaminasi atau ketidakpatuhan potensial.

4. Akreditasi:
    a. Melibatkan perolehan sertifikasi dari badan akreditasi halal yang diakui untuk memvalidasi kepatuhan produk dan proses dengan standar halal.
    b. Memastikan bahwa semua pemasok, produsen, dan distributor dalam rantai pasokan memiliki akreditasi dari otoritas sertifikasi halal yang terpercaya.
    c. Memelihara akreditasi dan dokumentasi terkini untuk memberikan jaminan kepada konsumen dan otoritas regulasi.

5. Layanan Logistik:
   a. Mencakup kegiatan transportasi, penyimpanan, dan distribusi yang terlibat dalam pergerakan produk halal dari fasilitas produksi ke konsumen akhir.
   b. Memilih mitra logistik dan penyedia layanan yang mematuhi persyaratan dan pedoman halal.
   c. Menerapkan prosedur untuk mencegah kontaminasi silang selama transportasi dan penyimpanan, seperti kendaraan transportasi halal yang didedikasikan dan fasilitas penyimpanan yang terpisah.

6. Sistem Pelacakan:
   a. Melibatkan implementasi sistem pelacakan yang kuat untuk memantau pergerakan produk halal di seluruh rantai pasokan.
   b. Memanfaatkan teknologi seperti pemindaian kode batang, RFID (Identifikasi Frekuensi Radio), atau *blockchain* untuk melacak asal-usul dan perjalanan produk halal dari peternakan hingga meja.
   c. Mengidentifikasi dan menangani masalah atau ketidaksesuaian apa pun dalam rantai pasokan dengan cepat untuk menjaga integritas dan keaslian produk halal.

C. Perilaku Konsemen Produk Halal

1. Kesadaran Halal

   Konstruk Kesadaran Halal serupa dengan kesadaran merek, penting dalam mengidentifikasi dan mengingat merek, terutama dalam konteks yang beragam. Kesadaran halal mengindikasikan kemampuan konsumen untuk membedakan produk halal melalui label dan konten (Jannah & Al-Banna, 2021; Kurniawati & Savitri, 2020). Konsep ini terdiri dari dua dimensi: pemanggilan halal dan

pengenalan. Pemanggilan halal melibatkan konsumen yang mengingat produk halal dan nama merek dalam kategori produk. Pengenalan halal melibatkan kemampuan mengidentifikasi produk halal dengan benar ketika diberikan informasi yang relevan (Kasri et al., 2021; Mohezar et al., 2016; Sugibayashi et al., 2019). Secara nyata, kesadaran halal secara signifikan mempengaruhi niat beli untuk produk halal (Rachmawati et al., 2022). Ini berfungsi sebagai pemicu untuk membentuk niat terhadap produk halal, dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti religiositas, persepsi keamanan produk halal, dan persepsi individu (Ambali & Bakar, 2014). Seperti yang ditekankan, kesadaran halal adalah pertimbangan penting dalam pengambilan keputusan konsumen mengenai produk halal.

Di sektor makanan halal, penelitian menekankan pentingnya kesadaran halal dalam perilaku konsumen. Misalnya, penelitian oleh Rachmawati et al., (2022) menunjukkan korelasi positif antara kesadaran halal dan niat beli diantara konsumen Indonesia. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen yang lebih sadar akan prinsip halal lebih cenderung bermaksud membeli produk bersertifikasi halal. Selain itu, Kurniawati & Savitri (2020) menyoroti peran kesadaran halal dalam membentuk persepsi konsumen tentang keamanan produk halal. Studi mereka mengungkap bahwa konsumen dengan tingkat kesadaran halal yang lebih tinggi menganggap produk halal lebih aman dan lebih dapat dipercaya dibandingkan dengan alternatif non-halal. Ini mengindikasikan bahwa kesadaran halal tidak hanya mempengaruhi niat beli tetapi juga membentuk persepsi konsumen tentang kualitas dan keamanan produk.

Beberapa riset juga telah banyak membahas dampak kesadaran halal terhadap pengenalan merek dan loyalitas di industri makanan halal. Penelitian mereka menyarankan bahwa konsumen dengan kesadaran halal yang lebih besar lebih cenderung mengenali dan memilih merek bersertifikasi halal, yang mengarah pada peningkatan loyalitas merek dan pembelian ulang. Sehingga, secara keseluruhan, bukti dari berbagai studi di sektor makanan halal menyoroti pentingnya kesadaran halal dalam membentuk perilaku konsumen, persepsi, dan keputusan pembelian. Ini menegaskan pentingnya bisnis dan pemasar dalam membudayakan dan mempromosikan kesadaran halal untuk menargetkan dan menarik pasar yang semakin sadar akan halal (Ab Talib & Ai Chin, 2018; Abdullah et al., 2018; Al-Mazeedi et al., 2020; Tieman & Hassan, 2015).

2. Kesadaran Kualitas Produk Halal

Niat pembelian konsumen terhadap makanan umumnya sangat berkaitan dengan faktor lingkungan dan individual bersama dengan bahan-bahan produk. Menurut pandangan Islam, bahan-bahan produk harus memenuhi kriteria tertentu yang ditetapkan oleh hukum Shariah. Oleh karena itu, pengetahuan tentang bahan-bahan produk penting bagi konsumen, karena kemungkinan penerimaan atau penolakan selama proses pengambilan keputusan pembelian ada di sana. Dari aspek kefamiliaran pada bahan-bahan produk, hal ini memiliki potensi untuk mempengaruhi penilaian umat Muslim terhadap kehalalannya. Sebagian besar konsumen sangat serius tentang mengetahui apa yang mereka konsumsi dan mereka mendapatkan informasi relevan melalui label (Pambekti et al., 2023). Produsen menggunakan nama-

nama yang berbeda dan tidak umum untuk bahan-bahan tersebut, sehingga terminologi untuk menjelaskan *input* adiktif non-kimia dan kimia mungkin sulit dipahami (Sugibayashi et al., 2019). Oleh karena itu, kehalalan dari bahan-bahan yang tidak dikenal ini menjadi dicurigai di antara pelanggan. Selain itu, makanan halal, menurut hukum Islam, tidak boleh mengandung bagian hewan yang tidak diperbolehkan digunakan atau dikonsumsi oleh umat Muslim. Selain itu, makanan halal juga harus memenuhi standar kualitas dan keamanan sesuai dengan syariat (Tieman & Hassan, 2015).

Pada sektor makanan halal, hubungan antara kesadaran halal dan persepsi konsumen terhadap kualitas produk halal sangat erat. Arbak et al., (2019) menekankan niat pembelian konsumen terhadap makanan dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan individual, serta kualitas produk. Dalam konteks makanan halal, kesadaran terhadap kehalalan produk memiliki peran penting dalam membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas dan keamanan produk. Widodo et al., (2021) menyoroti pentingnya kepatuhan terhadap standar kualitas dan keamanan dalam produk makanan halal sesuai dengan hukum Shariah. Konsumen yang sadar akan halal cenderung memilih produk yang memenuhi persyaratan halal, termasuk kualitas dan keamanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Selain itu, Wirdyaningsih et al., (2020) menyatakan bahwa konsumen yang lebih sadar akan halal cenderung lebih memperhatikan label produk untuk memastikan kualitas dan kehalalannya. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran halal berkontribusi pada persepsi konsumen terhadap kualitas produk halal.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa bukti dari penelitian di sektor makanan halal menunjukkan bahwa

kesadaran halal berhubungan erat dengan persepsi konsumen terhadap kualitas produk halal. Kesadaran terhadap kehalalan produk tidak hanya mempengaruhi niat pembelian konsumen, tetapi juga membentuk persepsi mereka tentang kualitas dan keamanan produk halal. Oleh karena itu, kesadaran halal merupakan faktor penting yang perlu dipertimbangkan oleh produsen dan pemasar dalam mengembangkan dan memasarkan produk halal.

3. Intensi Pembelian Produk Halal

Niat pembelian merupakan penggerak utama dari teori perilaku yang terencana (*theory of planned behavior*), yang dikembangkan oleh Ajzen (1971). Niat pembelian pelanggan dijelaskan oleh perilaku konsumen, memungkinkan pemasar untuk lebih tepat dalam menargetkan upaya pemasaran mereka (Kotler dan Keller, 2015). Niat adalah perilaku penggerak utama (Ajzen, 2020). Niat pembelian merupakan alat untuk menguji dan memprediksi perilaku konsumen dengan perhatian konsumen terhadap merek tertentu dan keinginan mereka untuk melakukan pembelian (Garg & Joshi, 2018). Niat pembelian mempertimbangkan skala perkiraan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian (Ali et al., 2020). Menurut Akturan & Bozbay (2018), pengukuran niat adalah cara terbaik untuk memprediksi perilaku pembelian di masa depan. Niat pembelian adalah metode untuk menguji dan meramalkan perilaku konsumen mengenai perhatian mereka terhadap merek tertentu dan keinginan untuk melakukan pembelian. Niat pembelian dapat digunakan untuk menguji efektivitas saluran distribusi baru, yang kemudian dapat digunakan oleh manajemen untuk mengidentifikasi kategori pelanggan dan area geografis yang harus ditargetkan oleh saluran tersebut. Mengukur

niat adalah cara yang efektif untuk memprediksi perilaku pembelian di masa depan. Variabel niat pembelian dalam studi ini didefinisikan sebagai niat responden untuk membeli; itu mempengaruhi keputusan pembelian terkait produk halal (Kotler & Keller, 2012).

Bagi umat Muslim di Indonesia, produk halal mungkin sangat diminati karena ajaran Islam: setiap Muslim diajarkan untuk mengonsumsi produk halal dan *thayyib*. Menurut Sirajuddin & Mahaiyadin (2022), setiap produk yang dikonsumsi harus halalan *tayyib*an, yang mencakup konsep kualitas holistik, termasuk kebersihan dan sanitasi, keselamatan dan kesehatan, dan mengandung bahan-bahan alami, termasuk yang diizinkan oleh Allah Swt. Dalam konteks *halalan tayyiban*, ramah lingkungan termasuk dalam konsep *tayyib*. Menjadi halal dan ramah lingkungan adalah salah satu tujuan yang harus dicapai dalam *maqashid syariah*. Konsep *maqashid syariah* dengan pertimbangan halal dan lingkungan sangat erat kaitannya (Ali & Suleiman, 2016). Tingkat keinginan dan kecenderungan pelanggan untuk membeli barang atau layanan dalam periode waktu tertentu disebut sebagai niat pembelian. Niat adalah salah satu motivator utama perilaku (Ajzen, 2020).

Pada sektor makanan halal, hubungan antara niat pembelian dan persepsi konsumen terhadap kualitas produk halal sangatlah penting. Menurut Golnaz et al., (2010), niat pembelian konsumen terhadap makanan dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan individual, serta kualitas produk. Merujuk pada konteks makanan halal, kesadaran terhadap kehalalan produk memiliki peran penting dalam membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas dan keamanan produk. Selain itu, penelitian sebelumnya telah banyak menyoroti pentingnya kepatuhan terhadap standar kualitas dan

keamanan dalam produk makanan halal sesuai dengan hukum Shariah. Konsumen yang sadar akan halal cenderung memilih produk yang memenuhi persyaratan halal, termasuk kualitas dan keamanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Kesadaran halal dan niat pembelian secara bersama-sama mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih produk halal. Oleh karena itu, produsen dan pemasar perlu mempertimbangkan kedua faktor ini dalam merancang strategi pemasaran untuk produk halal.

D. Dukungan Pemerintah Pada Ekosistem Bisnis Makanan Halal

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) di bawah Kementerian Agama memastikan bahwa implementasi kewajiban sertifikasi halal, yang dimulai pada 18 Oktober 2024, merupakan langkah strategis untuk mewujudkan Indonesia sebagai pusat industri produk halal dunia. Pemberlakuan Wajib Halal pada Oktober 2024 tidak hanya menjadi langkah penting dalam mengubah Indonesia menjadi pasar produk halal yang besar, tetapi juga sebagai basis produksi industri halal global. Kolaborasi dari seluruh pemangku kepentingan dalam Jaminan Produk Halal menjadi sangat penting untuk menyukseskan implementasi Wajib Halal pada Oktober 2024. Hal ini penting untuk mengatasi tantangan dari negara-negara eksportir produk makanan halal seperti Brazil, India, Amerika, Rusia, Cina, dan Australia. BPJPH menerapkan beberapa strategi untuk mempercepat optimalisasi potensi industri halal di Indonesia guna menciptakan ekosistem halal nasional yang kuat. Strategi ini melibatkan kolaborasi dan sinergi dari berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, akademisi, ulama, asosiasi, pelaku usaha, dan masyarakat. Tidak hanya peran pemerintah yang ditekankan, tetapi juga

pengembangan peran dari semua pihak yang terlibat dalam industri halal (BPJPH, 2023).

Salah satu strategi yang kerap dilakukan oleh Pemerintah adalah melibatkan industri besar dalam melakukan sosialisasi dan edukasi tentang kewajiban sertifikasi halal. Sosialisasi ini ditujukan kepada seluruh pelaku usaha, mulai dari yang berskala mikro, kecil, menengah, hingga besar, serta kepada *stakeholder* dan masyarakat umum. Perusahaan-perusahaan besar didorong untuk berpartisipasi dalam memberikan dukungan sosialisasi, publikasi, edukasi, dan literasi tentang kewajiban sertifikasi halal yang akan diberlakukan mulai Oktober 2024 untuk produk makanan dan minuman, jasa penyembelihan, hasil sembelihan, bahan baku, bahan tambahan pangan, dan bahan penolong untuk produk makanan dan minuman. Dengan keterlibatan industri, diharapkan pemahaman mengenai pentingnya sertifikasi halal dapat tersebar secara luas di masyarakat.

Aksi masiv BPJPH memantik Kementerian lain terkait untuk turut serta mendukung ekosistem halal di Indonesia. Sebagai contoh, Kemenparekraf yang juga berkolaborasi dengan BPJPH untuk mempercepat sertifikasi halal bagi pelaku usaha di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif yang menghasilkan produk makanan dan minuman. Komitmen ini tercermin dalam penerbitan Surat Edaran Menparekraf/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tentang Sertifikasi Halal Produk Makanan dan Minuman untuk Usaha Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Surat edaran ini ditujukan kepada para Gubernur dan Bupati/Wali Kota di seluruh Indonesia, serta kepada para pemangku kepentingan di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif (BPJPH, 2024a). Kolaborasi ini penting untuk menghadapi tantangan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 dan

Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti UU Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja. BPJPH memiliki cakupan yang luas dan melibatkan banyak pemangku kepentingan. Sinergi dalam sosialisasi dan akselerasi sertifikasi halal diperlukan untuk memastikan bahwa seluruh produk yang beredar di pasaran sesuai dengan prinsip halal.

Selain melalui sosialisasi dan publikasi, pelaku usaha juga bersedia memberikan bantuan fasilitasi kepada pelaku usaha, terutama yang beroperasi dalam skala mikro dan kecil, dalam memenuhi kewajiban sertifikasi halal. BPJPH juga telah berkoordinasi dengan lima belas perusahaan yang masuk dalam daftar Top 30 Perusahaan Produk Halal OIC 2023. Para perusahaan tersebut menyatakan komitmen mereka dalam mendukung upaya pemerintah dalam menerapkan kewajiban sertifikasi halal mulai Oktober 2024. Untuk lebih memperluas cakupan sosialisasi, BPJPH bersama Kemenparekraf akan menggelar kolaborasi di 3.000 Desa Wisata. Kegiatan ini akan melibatkan berbagai pihak, termasuk BPJPH, Kemenparekraf, Satgas Layanan JPH Provinsi dan Kabupaten/Kota, Dinas Pariwisata Provinsi dan Kabupaten/Kota, Lembaga Pendamping Proses Produk Halal (LP3H), Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), Pengelola Desa Wisata atau Kepala Desa, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), Pendamping Proses Produk Halal (P3H), Auditor Halal, dan lainnya (BPJPH, 2024). Kegiatan ini akan mencakup berbagai aktivitas, seperti kampanye, sosialisasi, layanan pendaftaran sertifikasi halal, konsultasi, dan pelatihan. Kolaborasi lintas sektor dan sinergi antara berbagai pihak merupakan kunci kesuksesan dalam mewujudkan Indonesia sebagai pusat industri produk halal dunia. Dengan keterlibatan semua pihak, baik dari pemerintah maupun swasta, diharapkan bahwa implementasi Wajib Halal Oktober

2024 dapat berjalan dengan lancar dan memperkuat posisi Indonesia dalam industri produk halal global (BPJPH, 2024b).

E. Peluang dan Tantangan

Terdapat beberapa tantangan yang dihadapi dalam implementasi Wajib Halal Oktober 2024:

1. Kesadaran Rendah dari Pelaku Industri dan Masyarakat Umum tentang Pentingnya Aspek Halal
   Kesadaran tentang pentingnya aspek halal masih rendah di kalangan pelaku industri dan masyarakat umum. Banyak pelaku industri belum sepenuhnya memahami implikasi dari persyaratan halal terhadap produk mereka. Hal ini dapat disebabkan oleh kurangnya edukasi dan sosialisasi yang efektif tentang pentingnya sertifikasi halal. Tanpa pemahaman yang cukup tentang aspek halal, pelaku industri mungkin tidak akan mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk memastikan kepatuhan produk mereka terhadap standar halal.

2. Kurangnya Kerjasama antara Pelaku Industri yang Sama
   Kerjasama antara pelaku industri yang sejenis masih kurang, baik dalam hal berbagi informasi maupun bekerja sama dalam mencapai kepatuhan terhadap standar halal. Tanpa adanya kolaborasi yang kuat antara pelaku industri, sulit untuk menciptakan ekosistem halal yang kokoh dan berkelanjutan. Kerjasama antar-pelaku industri sangat penting untuk pertukaran pengetahuan dan pengalaman dalam memenuhi persyaratan halal.

3. Kerangka Kebijakan dan Perlindungan Jaminan Produk yang Belum Terbentuk
   Kerangka kebijakan yang jelas dan perlindungan jaminan produk yang kuat belum sepenuhnya terbentuk. Ini

mencakup kebijakan yang mendukung implementasi Wajib Halal, termasuk regulasi yang jelas tentang persyaratan sertifikasi halal, prosedur pengawasan, dan sanksi bagi pelanggar. Tanpa kerangka kebijakan yang kuat, implementasi Wajib Halal mungkin tidak akan berjalan lancar, dan kepatuhan terhadap standar halal dapat menjadi tidak konsisten.

4. Kurangnya Perusahaan yang Mendapat Sertifikasi Halal
   Kurangnya jumlah perusahaan yang telah mendapatkan sertifikasi halal juga merupakan tantangan yang signifikan. Hal ini dapat disebabkan oleh kurangnya pemahaman tentang proses sertifikasi halal, biaya yang terkait dengan mendapatkan sertifikasi, atau kurangnya insentif bagi perusahaan untuk mengikuti proses sertifikasi. Kurangnya perusahaan yang telah bersertifikasi halal dapat mengakibatkan ketersediaan produk halal yang terbatas bagi konsumen, serta menimbulkan kekhawatiran tentang kepatuhan terhadap standar halal di seluruh rantai pasokan.

Untuk mengatasi tantangan-tantangan ini, langkah-langkah konkret perlu diambil:

1. Kampanye Sosialisasi dan Edukasi yang Intensif
   Diperlukan kampanye sosialisasi dan edukasi yang intensif untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya aspek halal di kalangan pelaku industri dan masyarakat umum. Kampanye ini dapat melibatkan berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, asosiasi industri, dan ulama. Melalui edukasi yang tepat, pelaku industri dan masyarakat dapat memahami implikasi dari persyaratan halal dan mengambil langkah-langkah yang

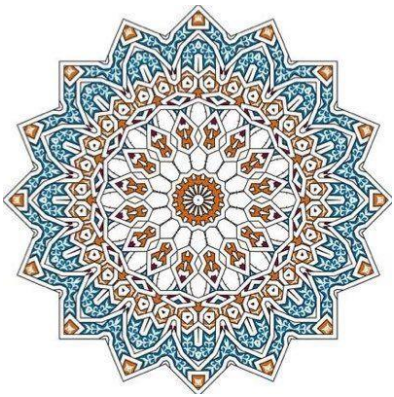
diperlukan untuk memastikan kepatuhan produk mereka terhadap standar halal.

2. Mendorong Kerjasama antara Pelaku Industri
   Pemerintah dapat memainkan peran penting dalam mendorong kerjasama antara pelaku industri yang sejenis. Ini dapat dilakukan melalui penyelenggaraan acara dan forum yang memfasilitasi pertukaran pengetahuan dan pengalaman antara pelaku industri. Pemerintah juga dapat memberikan insentif bagi perusahaan yang berkolaborasi dalam mencapai kepatuhan terhadap standar halal.

3. Pembentukan Kerangka Kebijakan yang Jelas
   Pemerintah perlu memprioritaskan pembentukan kerangka kebijakan yang jelas dan perlindungan jaminan produk yang kuat. Ini termasuk mengeluarkan regulasi yang jelas tentang persyaratan sertifikasi halal, prosedur pengawasan yang efektif, dan sanksi bagi pelanggar. Pembentukan kerangka kebijakan yang kuat akan memberikan kepastian hukum bagi pelaku industri dan meningkatkan kepatuhan terhadap standar halal.

4. Dukungan bagi Perusahaan dalam Mendapatkan Sertifikasi Halal
   Pemerintah dapat memberikan dukungan kepada perusahaan dalam mendapatkan sertifikasi halal, baik melalui penyediaan bantuan keuangan maupun bantuan teknis. Dukungan ini dapat membantu mengurangi hambatan-hambatan yang dihadapi oleh perusahaan dalam mendapatkan sertifikasi halal dan mendorong peningkatan jumlah perusahaan yang bersertifikasi halal.

Dengan mengambil langkah-langkah ini, diharapkan bahwa implementasi Wajib Halal Oktober 2024 dapat berjalan dengan lancar dan berhasil menciptakan ekosistem halal yang kuat dan berkelanjutan di Indonesia. Langkah-langkah ini juga akan membantu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal dan memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat industri produk halal dunia.



PERTUMBUHAN *FASHION* SYARIAH BAGI EKONOMI

A. *Overview Fashion* Syariah

Industri *fashion* syariah telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, dengan fokus menciptakan pilihan pakaian yang *stylish* dan sederhana untuk konsumen Muslim di seluruh dunia (Nasrullah, 2018). Pertumbuhan ini dapat dikaitkan dengan kombinasi faktor-faktor, termasuk meningkatnya permintaan untuk *fashion* modis, munculnya *influencer* media sosial yang mempromosikan merek pakaian Islam, dan upaya desainer untuk memenuhi kebutuhan unik wanita Muslim.

Salah satu faktor kunci yang mendorong pertumbuhan industri *fashion* syariah adalah meningkatnya permintaan untuk pilihan pakaian sederhana di kalangan konsumen Muslim. Karena lebih banyak wanita mencari pakaian yang *stylish* namun konservatif, desainer telah cepat merespon dengan berbagai pilihan yang memenuhi kebutuhan ini. Selain itu, munculnya *influencer* media sosial yang

mempromosikan merek pakaian Islam telah memainkan peran penting dalam popularisasi merek-merek ini dan mencapai audiens yang lebih luas dari Muslim yang sadar *fashion* (Muslim, 2018). Secara keseluruhan, dampak dari industri *fashion* syariah pada *fashion* global tak terelakkan, dengan pengaruhnya terlihat di tren mode *mainstream* di seluruh dunia.

Industri *fashion* syariah memainkan peran penting dalam pengembangan ekonomi dengan menyediakan peluang kerja, menstimulus ekonomi lokal, dan berkontribusi pada perdagangan global. Peningkatan permintaan untuk pakaian yang *stylish* dan sederhana telah menciptakan pasar yang menguntungkan yang diperkirakan bernilai miliaran dolar (Nidia & Suhartini, 2020). Industri ini juga telah membantu memberdayakan wanita Muslimah dengan menyediakan mereka dengan *platform* untuk mengekspresikan kreativitas dan individualitas mereka melalui *fashion*. Selain itu, pertumbuhan *fashion* syariah telah menyebabkan munculnya bisnis baru, pekan *fashion*, dan acara yang menunjukkan bakat dan inovasi dalam industrI (Syahbudi, 2021). Secara keseluruhan, industri *fashion* syariah tidak hanya penting karena alasan budaya dan agama, tetapi juga karena dampaknya yang signifikan pada ekonomi global. Sebagai contoh, industri *fashion* hijab telah melihat peningkatan popularitas dengan merek-merek seperti Haute Hijab dan Modanisa yang memenuhi kebutuhan wanita Muslim yang mencari pakaian yang bergaya dan sederhana. Selain itu, acara *fashion* seperti *Dubai Modest Fashion Week* dan *London Modest Mode Week* telah menyediakan *platform* bagi para desainer untuk menampilkan koleksi mereka dan menjangkau audiens yang lebih luas. Perkembangan industri *fashion* syariah penting sebagai representasi yang inklusif serta menjangkau masyarakat yang lebih luas (Saputri,

2020), tidak hanya berfokus pada desain yang modis tanpa mempertimbangkan aspek syariah yang melandasinya.

B. Pengertian *Fashion* Syariah

Fashion syariah adalah konsep yang mengacu pada cara berpakaian yang sesuai dengan anjuran agama Islam (Aziz, 2022). Hal ini berarti bahwa *fashion* syariah hanya menggunakan bahan dan desain yang tidak melanggar syariat Islam, seperti tidak menggunakan bahan yang diharamkan, seperti alkohol, dan tidak melanggar aturan tentang pakaian yang menutup aurat.

Fashion syariah juga merupakan sebuah konsep yang berasal dari hukum syariah, yang mengacu pada peraturan-peraturan yang dijelaskan dalam Alquran dan Hadis. Konsep *Fashion* syariah ini bertujuan untuk memberikan pakaian dan gaya berpakaian yang sesuai dengan ajaran agama Islam, sehingga dapat memberikan nilai tambah bagi para konsumen yang mengutamakan kepatuhan terhadap aturan agama dalam berbusana. Dengan adanya *fashion* syariah, para konsumen dapat tetap tampil modis dan trendi namun tetap mematuhi aturan agama Islam (Sudrajat & Mutinida, 2020). Hal ini juga dapat membantu meningkatkan kepercayaan diri para pemakainya karena mereka tahu bahwa pakaian yang mereka kenakan sesuai dengan nilai-nilai agama yang mereka anut. Selain itu, konsep *fashion* syariah juga dapat menjadi wadah untuk mengembangkan kreativitas dalam mendesain pakaian yang tetap memperhatikan nilai-nilai keagamaan.

Fashion syariah juga menekankan pentingnya kesederhanaan dan ketidakberlebihan dalam berbusana. Dalam konsep ini, tidak hanya penting untuk memilih bahan yang halal dan sesuai dengan aturan agama, tetapi juga penting untuk memperhatikan ukuran dan model pakaian

yang tidak terlalu ketat atau terbuka. Dengan demikian, *fashion* syariah memberikan panduan yang jelas bagi umat Islam dalam berbusana agar tetap tampil modis namun tetap menjaga nilai-nilai agama yang diyakini. Dengan prinsip-prinsip yang telah ditetapkan, *fashion* syariah juga mengajarkan pentingnya untuk memilih warna pakaian yang sopan dan tidak mencolok. Hal ini bertujuan agar pemakainya tetap terlihat elegan namun tetap menjaga kesopanan sesuai ajaran agama. Bagi umat Islam, *fashion* syariah merupakan keharusan dan kewajiban. *Fashion* syariah juga mencakup pakaian yang sesuai dengan keinginan masyarakat umum. Dengan demikian, busana syariah tidak hanya menjadi simbol identitas keagamaan, tetapi juga merupakan cerminan dari nilai-nilai kebaikan dan kesopanan yang seharusnya dimiliki oleh seorang Muslim (Mahmud & Rahmah, 2023). *Fashion* syariah mencakup berbagai macam produk, termasuk gamis syari dan jilbab *syar'i,* yang dibuat dengan cara yang sesuai dengan syariat Islam (Amalina et al., 2022).

C. *Fashion* Syariah vs *Fashion* Konvensional

Perbedaan antara *fashion* syariah dengan *fashion* konvensional terletak pada prinsip-prinsip yang mendasarinya. *Fashion* syariah adalah cara berpakaian yang sesuai dengan anjuran agama Islam, tidak melanggar syariat, dan tidak menggunakan bahan yang diharamkan. Sementara itu, *fashion* konvensional tidak memiliki batasan agama dalam desain dan bahan yang digunakan, sehingga cenderung lebih bebas dan tidak terikat pada aturan-aturan agama tertentu (Rahmawati, 2015). *Fashion* syariah menekankan kepatuhan terhadap nilai-nilai Islam dalam berbusana, sementara *fashion* konvensional lebih berfokus pada tren dan gaya yang umumnya tidak terkait dengan pertimbangan agama (Srisusilawati et al., 2024).

Fashion syariah berbeda dengan *fashion* konvensional karena ia memiliki prinsip-prinsip yang berbeda dari aspek hukum syariah, standar perilaku bisnis, kekhususan produk, serta faktor pribadi maupun psikologis (Amalina et al., 2022). *Fashion* syariah berasal dari hukum syariah, yang mengacu pada peraturan-peraturan yang dijelaskan dalam Alquran dan Hadis, sedangkan *fashion* Konvensional tidak terikat kepada hukum syariah. Standar perilaku bisnis *fashion* syariah haruslah memenuhi standar perilaku bisnis secara prinsip syariah, yang termasuk takwa, sopan, santun, kepedulian dan kepercayaan. *Fashion* konvensional tidak memiliki standar perilaku bisnis yang tertentu. *Fashion* syariah memiliki produk khas, seperti gamis *syar'i* dan jilbab *syar'i,* sedangkan *fashion* konvensional tidak memiliki produk khas yang terbatas kepada hukum syariah (Auly Salzabilla Suherlan et al., 2022). *Fashion* syariah memiliki faktor pribadi dan psikologis yang mengarahkan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian, seperti trend hijrah dan motif yang melatar belakangi seseorang untuk berhijrah, sedangkan *fashion* konvensional tidak memiliki faktor pribadi dan psikologis yang spesifik (Amalina et al., 2022).

D. Potensi Besar *Fashion* Syariah

Pertumbuhan industri *fashion* syariah di Indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan sektor *fashion* syariah, yang merupakan salah satu sektor halal paling menjanjikan. Industri halal dalam hal ini *fashion* syariah menjadi salah satu penyumbang terbesar terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia (Srisusilawati et al., 2024). Peningkatan kesadaran masyarakat terkait aturan berpakaian sesuai agama dan mengikuti tren global dapat mendorong pertumbuhan sektor *fashion* syariah di Indonesia (Sitorus, Melly; Faujiah, 2023).

Pada tahun 2016, sektor ekspor ekonomi kreatif di Indonesia, termasuk *fashion*, menyumbang 56% dari total ekspor ekonomi kreatif. Industri *fashion* berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) kategori ekonomi kreatif, yang merupakan sektor yang dipengaruhi oleh hukum Islam dan dipromosikan oleh nilai, gaya hidup konsumen, dan praktik bisnis (Kadir, 2023).

Untuk mengembangkan sektor *fashion* syariah di Indonesia, perlu dilakukan langkah-langkah seperti memperkuat hubungan antara sektor keuangan syariah dan sektor halal, meningkatkan kesadaran masyarakat terkait konsep halal dalam *fashion*, dan mengurusi sertifikasi halal bagi UMKM *fashion* (Srisusilawati et al., 2024). Pembuatan dan publikasi artikel untuk mempromosikan produk *fashion* yang menarik dan diminati secara luas, serta pengadopsian metode pemasaran yang unik juga dapat membangun citra merek dan meningkatkan daya saing industri keuangan syariah Indonesia (Srisusilawati et al., 2024).

Media sosial memiliki pengaruh dalam mempercepat penyebaran tren *fashion* syariah. Melalui media sosial, informasi mengenai produk *fashion* syariah dapat dengan cepat menyebar ke seluruh dunia, sehingga semakin banyak orang yang tertarik untuk mengunjungi Indonesia (Haeruddin et al., 2023). Selain itu, para desainer *fashion* syariah juga semakin dikenal secara global berkat eksposur melalui media sosial, sehingga semakin banyak orang yang mengenal dan tertarik dengan produk-produk *fashion* syariah Indonesia. Dengan adanya sinergi antara *fashion* syariah, pariwisata, dan media sosial, Indonesia dapat semakin dikenal sebagai destinasi pariwisata yang unik dan beragam. Pertumbuhan popularitas *fashion* syariah, Indonesia memiliki potensi untuk menjadi pusat *fashion* syariah dunia yang dapat menarik wisatawan dari berbagai negara. Dengan menjunjung nilai-

nilai syariah dalam mode busana, Indonesia dapat menawarkan pengalaman pariwisata yang unik dan berbeda dari negara lain. Hal ini dapat memberikan kontribusi positif bagi ekonomi Indonesia melalui peningkatan kunjungan wisatawan serta promosi produk *fashion* syariah secara global. Dengan demikian, sinergi antara *fashion* syariah, pariwisata, dan media sosial dapat meningkatkan citra positif Indonesia di mata dunia (Putri, 2023).

Fashion syariah memainkan peran penting dalam pembangunan Indonesia dengan berkontribusi pada perekonomian negara dan mempromosikan nilai-nilai Islam. Industri fesyen di Indonesia mencakup pakaian Muslim, yang memenuhi kebutuhan penduduk Muslim akan pakaian halal. Sektor ini tidak hanya memenuhi permintaan akan pakaian modest dan halal, tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan peluang bagi para pelaku usaha dan pengusaha di industri fesyen. Selain itu, industri fesyen merupakan bagian dari ekosistem yang lebih luas yang mencakup sektor-sektor seperti makanan halal, kosmetik, farmasi, dan pariwisata, yang kesemuanya merupakan komponen penting dalam perekonomian Indonesia (Bank Indonesia, 2021). Perkembangan *fashion* syariah sejalan dengan visi Indonesia untuk menjadi pusat ekonomi dan keuangan syariah global, yang menunjukkan komitmen negara ini untuk menjadi pemain utama di pasar fesyen syariah.

Pertumbuhan *fashion* syariah yang semakin pesat memberikan dampak positif bagi ekonomi, seperti peningkatan lapangan kerja, pertumbuhan industri tekstil, dan meningkatnya daya beli masyarakat yang lebih memilih produk-produk *fashion* yang sesuai dengan prinsip syariah. Trend *fashion* syariah juga mempengaruhi perkembangan industri mode di Indonesia, dengan semakin banyaknya

desainer dan merek lokal yang mulai memasarkan produk *fashion* syariah. Hal ini juga menjadi peluang bagi para entreprenur muda untuk mengembangkan bisnis di bidang *fashion* yang sesuai dengan nilai-nilai agama Islam. Dengan adanya *fashion* syariah, diharapkan dapat memperkuat identitas keIslaman masyarakat Indonesia serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya berbusana yang sesuai dengan ajaran agama (Sitorus, Melly; Faujiah, 2023).

Permintaan akan pakaian dan aksesoris syariah semakin meningkat, pertumbuhan industri *fashion* syariah dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi ekonomi. Dengan semakin banyaknya desainer dan produsen yang berorientasi pada prinsip syariah, pasar *fashion* syariah menjadi semakin berkembang dan menarik minat konsumen dari berbagai kalangan. Hal ini juga menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan pendapatan bagi para pelaku usaha di industri *fashion* syariah (Kusumaningtyas, Menur; Prasetyo, 2022).

Sebagai contoh, sebuah perusahaan lokal mulai memproduksi gamis *syar'i* dengan menggunakan bahan-bahan yang halal dan proses produksi yang sesuai dengan prinsip syariah. Dengan adanya permintaan yang meningkat, perusahaan ini berhasil menembus pasar *fashion* syariah dan memberikan kontribusi positif bagi pertumbuhan ekonomi lokal. Namun, terdapat juga kasus dimana sebuah perusahaan *fashion* syariah tidak menjalankan prinsip syariah secara konsisten, misalnya dengan menggunakan bahan-bahan haram dalam produksi mereka. Hal ini dapat merugikan konsumen yang percaya pada produk halal dan menimbulkan keraguan terhadap industri *fashion* syariah secara keseluruhan. Meskipun ada permintaan yang meningkat untuk *fashion* syariah, tidak semua perusahaan di industri ini dapat dipercaya untuk konsisten mengikuti prinsip

syariah dalam produksinya, sehingga konsumen harus tetap waspada terhadap potensi penyalahgunaan dalam industri tersebut.

Fashion Syariah memiliki dampak positif terhadap ekonomi, baik di Indonesia maupun di luar negeri. Indikasi dampak positif dari pertumbuhan *fashion* syariah dapat dilihat dari peningkatan literasi syariah, perkembangan sektor rill, perkembangan pembiayaan modal, investasi syariah, peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB), Penurunan kemiskinan dan pengangguran, dan ingkat investasi yang stabil. Peningkatan literasi penting untuk membangun penduduk yang berkualitas dan memiliki pemahaman agama yang baik. Dengan pertumbuhan *fashion* syariah, masyarakat di Indonesia dan lainnya dapat mengikuti perkembangan *fashion* serta diharapkan memiliki pendapatan yang lebih stabil dan berkembang (Nurlaeli & Sarpini, 2022). Pertumbuhan *fashion* syariah dapat mempengaruhi sektor riil, yang merupakan sektor yang penting untuk ekonomi Indonesia. Dengan lebih banyak investasi dan pembiayaan yang disalurkan ke sektor riil, masyarakat dan pelaku usaha dapat memiliki keuntungan yang bisa mengembangkan pendapatan masyarakat dan lancarnya kegiatan perekonomian (Riski & Shauqi, 2023).

Industri *fashion* syariah di Indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan sektor *fashion* syariah, yang merupakan salah satu sektor halal paling menjanjikan di pasar global saat ini (Kadir, 2023). Dengan adanya permintaan yang terus meningkat dari konsumen Muslim di seluruh dunia, industri *fashion* syariah di Indonesia dapat memanfaatkan peluang ini untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Selain itu, dengan semakin banyaknya desainer dan *brand* lokal yang mulai mengadopsi prinsip-prinsip syariah dalam desain mereka (Ramadhan & Mansah,

2023), industri *fashion* syariah di Indonesia diyakini akan terus berkembang pesat dan menjadi pemain utama di pasar *fashion* syariah global. Dukungan pemerintah dan lembaga terkait juga diperlukan agar sektor *fashion* syariah dapat terus berkembang dan bersaing di pasar global. Penyelenggaraan berbagai event seperti *fashion* show dan seminar mengenai *fashion* syariah juga bisa menjadi sarana untuk memperkenalkan produk-produk lokal ke pasar internasional. Dengan kolaborasi antara desainer, produsen, dan pemerintah, diharapkan sektor *fashion* syariah di Indonesia dapat meraih kesuksesan dan menjadi contoh di mata dunia dalam menyebarkan nilai-nilai syariah melalui industri kreatif.

Meningkatnya minat masyarakat terhadap *fashion* syariah berdampak terhadap pertumbuhan ekonomi. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya *brand* lokal maupun internasional yang mulai memperhatikan pasar *fashion* syariah. Selain itu, adanya dukungan dari pemerintah dan lembaga keuangan Islam juga turut mendorong pertumbuhan *fashion* syariah di Indonesia (Sitorus, Melly; Faujiah, 2023). Dampak positifnya terlihat dari peningkatan lapangan kerja dan pendapatan bagi para pelaku usaha di industri *fashion* syariah. Selain itu, semakin berkembangnya industri *fashion* syariah juga memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Perkembangan *fashion* syariah juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan pariwisata di Indonesia, karena semakin banyak wisatawan mancanegara yang tertarik dengan produk *fashion* syariah yang unik dan berkualitas (Melisa & Lailatul Khikmawati, 2021). Selain itu, semakin banyaknya acara *fashion* syariah yang diadakan di berbagai daerah juga menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan. Dengan demikian, *fashion* syariah tidak hanya memberikan dampak

positif terhadap pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memperkaya budaya dan pariwisata di Indonesia.

E. Peluang dan Tantangan Bisnis *Fashion* Syariah

Penelitian dan pengembangan terus diperlukan untuk memajukan bisnis *fashion* syariah, sehingga dapat menjadi peluang baru dan mendukung Indonesia sebagai produsen *fashion* syariah yang dikenal secara global (Sitorus, Melly; Faujiah, 2023). Peluang bisnis dapat dimanfaatkan dalam industri *fashion* syariah untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Maka, penting bagi pemerintah dan pelaku industri *fashion* syariah di Indonesia untuk terus mengembangkan dan memperluas pasar mereka ke luar negeri. Dengan banyaknya *influencer* dan selebriti yang tertarik mempromosikan *fashion* syariah, Indonesia dapat semakin dikenal di kancah internasional (Amal, 2023). Selain itu, kerjasama antara desainer lokal dengan desainer dari berbagai negara juga dapat menjadi langkah strategis dalam meningkatkan ekspor produk *fashion* syariah Indonesia. Dengan begitu, potensi bisnis dalam industri *fashion* syariah di Indonesia tidak hanya akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi lokal, tetapi juga meningkatkan citra positif Indonesia di dunia. Kerjasama ini juga dapat membuka peluang untuk pertukaran budaya dan pengetahuan antar desainer, sehingga menciptakan desain yang lebih inovatif dan unik.

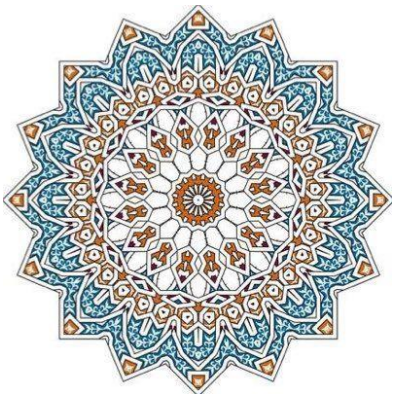
Dengan adanya sinergi antara desainer lokal dan internasional, produk *fashion* syariah Indonesia dapat menjadi daya tarik yang lebih besar di pasar global. Hal ini juga dapat menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta memperkuat posisi Indonesia sebagai pemain utama dalam industri *fashion* syariah di dunia (Saputri, 2020). Contoh yang konkret

adalah kolaborasi antara desainer *fashion* syariah Indonesia dengan desainer internasional untuk menciptakan koleksi busana yang menggabungkan elemen-elemen tradisional dan modern. Kolaborasi ini tidak hanya akan memperluas pasar bagi produk *fashion* syariah Indonesia, tetapi juga akan memberikan kesempatan bagi desainer dalam negeri untuk belajar dan mengembangkan keterampilan mereka melalui pertuk eran ide dan pengetahuan dengan desainer dari luar negeri. Dengan demikian, Indonesia tidak hanya akan menjadi pusat *fashion* syariah yang dikenal secara global, tetapi juga akan memberikan dampak positif bagi perkembangan industri kreatif di Tanah Air. Melalui kolaborasi ini, diharapkan akan muncul inovasi-inovasi baru yang dapat menginspirasi generasi muda untuk terus berkarya dan mengangkat citra Indonesia di mata dunia.

Tantangan kepada pelaku usaha *fashion* syariah dalam mengembangkan bisnis mereka dan strategi untuk mengatasinya menjadi hal yang menarik untuk dibahas. Salah satu tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha *fashion* syariah adalah masih minimnya pemahaman masyarakat terhadap konsep *fashion* syariah. Untuk mengatasi hal ini, para pelaku usaha perlu terus melakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat mengenai nilai-nilai syariah yang terkandung dalam *fashion* syariah. Selain itu, mereka juga perlu meningkatkan kualitas produk dan layanan agar dapat bersaing dengan produk *fashion* konvensional. Dengan adanya upaya-upaya tersebut, diharapkan pertumbuhan *fashion* syariah dapat semakin berkembang dan memberikan kontribusi positif bagi ekonomi (Hasan & Hamdi, 2022). Tindakan sosialisasi dan edukasi yang dilakukan oleh pelaku usaha *fashion* syariah juga dapat membantu mengubah persepsi negatif masyarakat terhadap *fashion* syariah. Hal ini dapat membantu meningkatkan minat

dan kesadaran masyarakat untuk beralih ke *fashion* syariah sebagai pilihan gaya hidup yang lebih sesuai dengan nilai-nilai agama. Dengan demikian, *fashion* syariah dapat menjadi alternatif yang lebih diterima dan diminati oleh masyarakat luas, sehingga dapat mendukung pertumbuhan industri *fashion* syariah secara lebih berkelanjutan.

Dengan meningkatnya minat dan kesadaran masyarakat terhadap *fashion* syariah, pelaku usaha di industri ini juga bisa semakin berkembang dan berinovasi. Dengan adanya dukungan dari masyarakat, para desainer dan produsen *fashion* syariah dapat terus menciptakan produk-produk yang sesuai dengan selera dan kebutuhan pasar. Seiring dengan itu, diharapkan industri *fashion* syariah dapat memberikan kontribusi yang lebih signifikan bagi perekonomian negara dan memperluas cakupan pasar *fashion* syariah secara global (Sitorus, Melly; Faujiah, 2023). Contoh detail yang relevan adalah perkembangan *brand fashion* syariah lokal yang semakin dikenal secara internasional dan berhasil memenangkan penghargaan dalam kompetisi desain busana di luar negeri. Hal ini juga mendorong peningkatan ekspor produk *fashion* syariah Indonesia ke berbagai negara, sehingga industri *fashion* syariah dapat secara signifikan meningkatkan devisa negara dan membuka peluang kerjasama dengan perusahaan *fashion* dari berbagai negara. Selain itu, dengan semakin berkembangnya industri *fashion* syariah, diharapkan juga dapat memberikan dampak positif bagi peningkatan lapangan kerja bagi masyarakat, khususnya para perancang busana dan pekerja industri *fashion*. Dengan demikian, industri *fashion* syariah diharapkan dapat menjadi salah satu sektor yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi negara secara berkelanjutan.



TOPANGAN PARIWISATA HALAL UNTUK EKONOMI INDONESIA

A. Pengertian dan Ruang Lingkup Pariwisata Halal

Pengetahuan dan kesadaran tentang pentingnya mengkonsumsi produk halal memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan industri halal. Salah satu dampaknya adalah berkembangnya pariwisata halal. Istilah pariwisata halal dikenalkan dengan terminologi yang berbeda-beda di berbagai negara, seperti *Halal Tourism*, Islam*ic Tourism*, Muslim *Friendly Travel* atau *Halal Travel*. Adapun, istilah *halal tourism* yang kemudian dalam bahasa Indonesia dikenal sebagai pariwisata halal pertama kali dikenalkan oleh Organisasi Kerjasama Islam (OKI) pada tahun 2000-an. Penawaran gagasan terkait pariwisata halal dilakukan untuk memenuhi permintaan masyarakat Muslim yang ingin melakukan kegiatan wisata namun tetap dapat memenuhi aspek syariahnya, seperti mudah ditemukannya fasilitas ibadah seperti mushalla dan kemudahan mengkonsumsi makanan halal (SESRIC, 2018).

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), pariwisata halal merupakan suatu model atau paket layanan tambahan, atau *extended services amenities*, yang dirancang dan disediakan untuk memenuhi pengalaman dan kebutuhan para wisatawan Muslim (Kemenparekraf, 2022). Secara umum, pariwisata halal bertujuan untuk menyediakan lingkungan yang ramah dan sesuai dengan ajaran Islam, memungkinkan wisatawan Muslim untuk menikmati liburan mereka tanpa mengabaikan nilai-nilai keagamaan. Sementara itu, berdasarkan Fatwa DSN-MUI No. 108 Tahun 2016 mendefinisikan pariwisata syariah sebagai berbagai macam pelaksanaan kegiatan wisata yang difasilitasi oleh berbagai lapisan *stakeholders* seperti masyarakat, pengusaha, pemerintah pusat dan daerah yang disesuaikan dengan prinsip syariah (Tim Penulis MUI Pusat, 2020).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pariwisata halal adalah konsep atau model layanan tambahan yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan dan pengalaman para wisatawan Muslim. Tujuannya adalah menyediakan lingkungan yang ramah dan sesuai dengan ajaran Islam, memungkinkan wisatawan Muslim untuk menikmati liburan mereka tanpa melanggar nilai-nilai keagamaan. Pariwisata halal melibatkan fasilitas dan layanan yang memperhatikan aspek-aspek syariah, seperti ketersediaan fasilitas ibadah seperti mushalla dan makanan halal. Definisi ini juga mencakup konsep pariwisata syariah yang melibatkan berbagai pihak seperti masyarakat, pengusaha, dan pemerintah untuk menyediakan kegiatan wisata yang sesuai dengan prinsip syariah.

Komponen utama dalam pariwisata halal mencakup berbagai faktor yang berperan dalam memberikan kenyamanan dan memastikan kepatuhan terhadap prinsip-

prinsip syariah bagi para wisatawan Muslim. Komponen tersebut tidak hanya makanan dan minuman halal saja tetapi juga akomodasi lain. Salah satunya adalah fasilitas akomodasi yang mengutamakan kebutuhan agama, seperti hotel atau penginapan yang menyediakan layanan seperti penunjuk arah kiblat, sajadah, dan makanan yang sesuai dengan prinsip halal. Aktivitas wisata *tour package* yang sesuai dengan nilai-nilai keagamaan, seperti kunjungan ke tempat-tempat alam, sejarah, atau budaya yang sesuai dengan ajaran Islam, juga menjadi bagian yang tak terpisahkan dari pengalaman wisata halal.

Aspek lain dari pariwisata halal adalah logistik maupun transportasi yang mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi wisatawan Muslim. Hal ini termasuk penyediaan transportas umum atau layanan sewa yang memfasilitasi aksesbilitas ke tempat-tempat wisata dan juga memperhatikan kenyamanan serta kepatuhan syariah, termasuk kenyamanan perjalanan pada Muslimah. Selain itu, pendekatan dalam penyediaan informasi dan layanan pelanggan yang cukup konsen terhadap syariah juga menjadi bagian penting dalam pengembangan pariwisata halal.

1. Standar dan Sertifikasi yang Berlaku dalam Pariwisata Halal

   Standar dan sertifikasi dalam pariwisata halal menjadi landasan yang penting untuk memastikan bahwa layanan dan fasilitas yang disediakan memenuhi prinsip-prinsip syariah Islam. Salah satu standar utama dalam pariwisata halal adalah terkait dengan akomodasi, dimana hotel dan penginapan harus memenuhi kriteria-kriteria tertentu untuk mendapatkan sertifikasi sebagai tempat yang ramah Muslim. Ini mencakup penyediaan fasilitas seperti penunjuk arah kiblat, sajadah, dan makanan halal yang memenuhi standar yang ditetapkan. Selain itu,

standar dan sertifikasi juga berlaku untuk sektor makanan dan minuman, di mana restoran dan warung makan harus memperoleh sertifikasi halal untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip makanan halal dalam persiapannya.

Berdasarkan GMTI 2023 tren global yang membentuk pasar perjalanan Muslim antara lain (CresentRating, 2023):

a. Pariwisata Berkelanjutan dan Ramah Lingkungan
   Kesadaran yang semakin meningkat akan dampak pariwisata terhadap lingkungan dan masyarakat lokal telah menyebabkan permintaan yang meningkat untuk opsi perjalanan yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Para wisatawan semakin mencari destinasi, akomodasi, dan aktivitas yang memprioritaskan pelestarian lingkungan, praktik etis, dan kesejahteraan masyarakat lokal. Para wisatawan Muslim juga akan mencari opsi ramah lingkungan yang sejalan dengan tradisi kepercayaan mereka tentang tanggung jawab menjaga lingkungan dan peduli pada lingkungan.

b. Pariwisata Kesehatan dan Kesejahteraan
   Dengan fokus yang meningkat pada kesejahteraan pribadi, sektor pariwisata kesehatan dan kesejahteraan berkembang pesat. Para wisatawan memilih destinasi yang menawarkan retret kesehatan, pengalaman spa, dan kesempatan untuk terlibat dalam aktivitas di luar ruangan untuk menyegarkan tubuh dan pikiran mereka. Para wisatawan Muslim akan semakin mencari pengalaman kesehatan dan kesejahteraan yang memenuhi persyaratan keagamaan dan budaya mereka.

c. Perjalanan Pengalaman dan Autentik
   Para wisatawan saat ini lebih tertarik pada pengalaman yang mendalam yang memungkinkan mereka terhubung dengan budaya lokal, tradisi, dan orang-orang. Saat para wisatawan Muslim mencari pengalaman yang lebih autentik, menciptakan penawaran unik yang sensitif secara budaya akan menjadi hal yang penting.

d. Perjalanan Pengembangan Diri
   Tren yang semakin meningkat untuk menggabungkan pekerjaan dengan liburan dan pengembangan pribadi sedang membentuk industri pariwisata dalam berbagai cara. Saat kerja jarak jauh semakin umum, para wisatawan mencari destinasi yang memungkinkan mereka memenuhi kewajiban profesional mereka sambil terlibat dalam pengalaman pengembangan pribadi. Destinasi dan bisnis dapat mengembangkan program yang secara khusus ditujukan untuk wisatawan Muslim, dengan fokus pada berbagai aspek seperti pertumbuhan spiritual dan pengembangan keterampilan.

Sertifikasi pariwisata halal menjadi jaminan dalam memvalidasi apakah sebuah destinasi pariwisata telah memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh *Global* Muslim *Travel Index* (GMTI). Terdapat setidaknya tiga jenis sertifikasi yang berlaku dalam industri pariwisata halal (CresentRating, 2023):

a. Sertifikasi Halal: Sertifikasi ini diberikan kepada industri pariwisata yang memenuhi standar wisata halal. Organisasi pariwisata halal, seperti *Indonesia Halal Tourism Association* (IHTA), memiliki peran penting

dalam mengembangkan sertifikasi halal untuk tempat wisata, hotel, dan restoran. Proses sertifikasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa fasilitas dan layanan yang disediakan sesuai dengan prinsip-prinsip kehalalan dalam Islam.

b. Sertifikasi Kompetensi: Sertifikasi kompetensi diberikan kepada pelaku usaha wisata halal untuk meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang terlibat dalam industri pariwisata halal. Program sertifikasi ini dilaksanakan oleh Lembaga Sertifikasi Profesi Majelis Ulama Indonesia (LSP MUI), dengan tujuan untuk memastikan bahwa para pelaku usaha memiliki keterampilan dan pengetahuan yang sesuai dengan standar dalam industri pariwisata halal.
c. *Certification of Tourism Human Resources and Competency-Based Standards*: Program sertifikasi ini merupakan program unggulan yang diterbitkan oleh Kementerian PariwisatGlobal Travel Muslim Index 2018 dan Ekonomi Kreatif (KEMENPAREKRAF). Tujuan dari program ini adalah untuk meningkatkan kompetensi pelaku usaha pariwisata dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim. Dengan adanya sertifikasi ini, para pelaku usaha pariwisata dapat lebih diakui dan dipercaya dalam industri pariwisata halal.

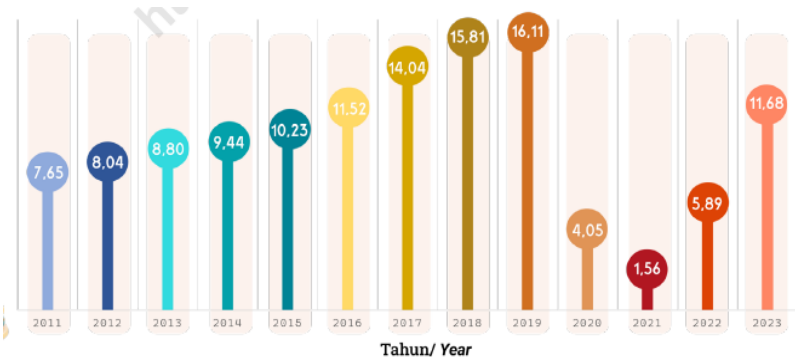
B. Potensi dan Pertumbuhan Pariwisata Halal di Indonesia

1. Data Statistik Mengenai Kunjungan Wisatawan ke Indonesia.

Jumlah penduduk Muslim di seluruh dunia berkembang lebih cepat daripada populasi global secara keseluruhan, sehingga semakin banyak wisatawan Muslim

yang mencari pengalaman baru di berbagai belahan dunia. Diperkirakan pada tahun 2030, populasi Muslim global akan mencapai 2,3 Miliar penduduk yang setara dengan 27% dari total populasi dunia. Besarnya populasi Muslim dunia diharapkan dapat menjadi pangsa pasar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi global melalui sektor pariwisata halal. Sebagaimana dalam laporan *Global Muslim Travel Index,* 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. Pengeluaran tersebut paling banyak didominasi oleh wisatawan Muslim yang berasal dari Timur Tengah khususnya Arab Saudi, Uni Emirat Arab, dan Qatar (CresentRating, 2023).

Gambar 1. Kedatangan Wisatawan Mancanegara (juta kunjungan) 2011–2023



Sumber: BPS (2023)

Pada tahun 2023, pariwisata Indonesia mengalami kemajuan signifikan dengan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara setiap bulannya. Ini menunjukkan bahwa Indonesia kembali menjadi tujuan

wisata yang diminati oleh para wisatawan internasional. Upaya untuk menarik minat pengunjung internasional telah dilakukan sejak tahun 2022 dengan menyelenggarakan berbagai acara internasional, termasuk MotoGP 2022 di Mandalika, *World Tourism Day 2022*, dan KTT G20. Tidak hanya itu, tahun 2023 juga dipenuhi dengan berbagai perhelatan internasional seperti KTT ASEAN 2023, *Jakarta Fair,* Inacraft I di Jakarta, serta *event* olahraga dan hiburan seperti *Indonesia Open 2023*, Piala Dunia Basket 2023, dan konser musik dari berbagai artis ternama seperti Westlife, Blackpink, NCT Dream, dan Suga BTS (BPS, 2023).

Berdasarkan data statistik pada Gambar 1. dapat diketahui bahwa hingga akhir tahun 2023, total kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mencapai 11.677.825, mendekati angka sebelum pandemi pada tahun 2019 yang mencapai 16.106.954. Jumlah kunjungan tersebut mengalami kenaikan sebesar 98,30 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Mayoritas wisatawan masuk melalui pintu imigrasi, dengan 9.830.369 kunjungan (84,18 persen), sementara kunjungan melalui pintu non-imigrasi sebanyak 1.847.456 kunjungan (15,82 persen).

Pariwisata Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan pada tahun 2023, dengan total kunjungan wisatawan mancanegara hampir mencapai tingkat sebelum pandemi. Kenaikan sebesar 98,30 persen dari tahun sebelumnya menandakan pemulihan yang kuat dalam industri pariwisata. Mayoritas wisatawan memilih untuk masuk melalui pintu imigrasi, mencerminkan kepercayaan yang kembali dalam tujuan wisata Indonesia. Dengan pencapaian ini, prospek pariwisata Indonesia terlihat semakin cerah menuju masa depan.

Lebih lanjut, Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar dunia menjadi negara unggulan destinasi wisata halal dunia dengan ukuran GMTI 2023 score 73, sejajar dengan Malaysia. Indonesia mampu mempertahankan statusnya sebagai negara yang unggul dalam menyediakan berbagai fasilitas yang sesuai dengan indikator pariwisata halal secara global (CresentRating, 2023). Didukung dengan data yang disampaikan oleh Perkembangan jumlah wisatawan global yang berkunjung ke Indonesia pada bulan Januari 2023 sebesar 735.947 menunjukkan perkembangan yang signifikan. Jumlah ini mengalami pertumbuhan sebesar 503,34% dibandingkan bulan Januari 2022 yang berjumlah 121.978 kunjungan. Jumlah wisatawan terbanyak yang mengunjungi Indonesia berasal dari negara non-OIC yaitu Singapura dan Australia, sedangkan dari Negara OIC, wisatawan Malaysia menempati posisi pertama yang berkunjung ke Indonesia, yaitu sejumlah 112.287 kunjungan (Kemenparekraf, 2023).

Pariwisata Indonesia pada tahun 2023 mencatat pencapaian yang mengesankan dengan peningkatan signifikan dalam jumlah kunjungan wisatawan mancanegara serta keberhasilan dalam menjadi tujuan wisata yang diminati kembali di tingkat internasional. Upaya pemerintah dalam menyelenggarakan berbagai acara internasional sejak tahun sebelumnya, bersama dengan penyelenggaraan event olahraga dan hiburan ternama, telah berhasil menarik minat pengunjung dari berbagai belahan dunia. Selain itu, Indonesia juga mempertahankan statusnya sebagai destinasi unggulan pariwisata halal dengan GMTI score yang tinggi. Dengan pertumbuhan yang terus meningkat dan keragaman

kunjungan wisatawan, prospek pariwisata Indonesia terlihat cerah dan menjanjikan menuju masa depan.

2. Analisis Pertumbuhan Sektor Pariwisata Halal Dibandingkan dengan Pariwisata Konvensional

Pariwisata halal dan pariwisata konvensional memiliki perbedaan dalam aspek penyajian dan pelayanan. Pariwisata halal mengacu pada nilai-nilai keislaman dan mengintegrasikan syariat Islam dengan seluruh aspek kegiatan wisata, mulai dari akomodasi, restoran, hingga aktivitas wisata. Hal tersebut selalu menjadi acuan dalam membangun pariwisata halal. Pariwisata halal menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan Muslim dunia. Kementerian Pariwisata menargetkan 25% atau setara dengan 5 juta dari angka capaian kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2019.

Sektor pariwisata halal memiliki peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi. Pemerintah daerah setempat gencar mengembangkan kapasitas dan kapabilitas sumber daya potensial melalui pendidikan, seminar, dan pelatihan sebagai sarana dalam memperkenalkan, mendidik, dan mempromosikan pengembangan pariwisata halal (Noviantoro & Zurohman, 2020).

Dalam analisis pertumbuhan sektor pariwisata halal, perlu diketahui bahwa pariwisata halal memiliki daya tarik dan kepastian tinggi dalam menarik wisatawan Muslim yang merupakan pasar potensial yang besar. Perkembangan pariwisata halal ini juga bergantung dengan beberapa hal seperti infrastruktur, pelayanan, dan promosi yang memadai. Strategi yang dapat dilakukan

untuk meningkatkan ketertarikan terhadap pariwisata halal antara lain (Maskuroh, 2023):

a. Membangun infrastruktur sebagai akses ke lokasi pariwisata halal, seperti jalan, pelabuhan, bandara, akses kereta dan lainnya.
b. Melengkapi kebutuhan pasar pariwisata halal, seperti resto dan penginapan syariah.
c. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang profesional dari praktisi dan akademisi untuk mengembangkan pariwisata halal.
d. Melakukan promosi pariwisata halal di berbagai media sosial.
e. Meningkatkan komitmen *stakeholders* untuk mengembangkan pariwisata halal yang lebih baik.
f. Memberikan fasilitas sertifikasi halal gratis kepada berbagai kalangan usaha masyarakat.
g. Mengembangkan inovasi pada investasi syari'ah pada destinasi pariwisata halal.

C. Ekosistem Pariwisata Halal di Indonesia

1. Infrastruktur yang Mendukung Pariwisata Halal

Industri pariwisata halal merupakan komponen penting dalam rangkaian *entry point* yang membentuk rantai nilai pariwisata halal. Rantai nilai ini meliputi destinasi pariwisata, transportasi, akomodasi, restoran, kafe, dan layanan perjalanan. Konsep pariwisata halal menekankan pada layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, seperti halal dalam makanan dan minuman serta fasilitas ibadah yang tersedia. Meskipun pasar utamanya adalah wisatawan Muslim, nilai-nilai kesehatan dan kelayakan yang diusung juga dapat menarik wisatawan non-Muslim. Misalnya, hotel dalam pariwisata halal diwajibkan untuk menyediakan fasilitas ibadah,

makanan halal, dan kolam renang serta spa terpisah untuk pria dan wanita. Begitu pula dengan transportasi, yang harus memastikan kenyamanan dengan menyediakan fasilitas ibadah, makanan halal, serta hiburan Islami selama perjalanan.

Dalam konteks ini, pariwisata halal menjadi pengejawantahan dari nilai-nilai agama dan prinsip-prinsip yang dijunjung tinggi dalam Islam. Sebagai tambahan, kenyamanan dan fasilitas yang disesuaikan dengan kebutuhan umat Muslim tidak hanya memperluas daya tarik bagi pasar ini sendiri, tetapi juga meningkatkan daya saing secara global. Oleh karena itu, upaya untuk mengintegrasikan elemen-elemen pariwisata halal ke dalam berbagai aspek industri pariwisata menjadi penting. Hal ini mencakup pengembangan infrastruktur yang mendukung, pelatihan tenaga kerja yang berorientasi pada pelayanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, serta promosi yang efektif untuk menarik wisatawan Muslim dari berbagai belahan dunia. Dengan demikian, pariwisata halal tidak hanya menjadi bagian penting dari industri pariwisata secara keseluruhan, tetapi juga memainkan peran strategis dalam meningkatkan daya saing dan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

2. Pengembangan Destinasi Wisata Halal dan Kearifan Lokal

Pengembangan destinasi wisata halal dan kearifan lokal adalah sebuah strategi yang mencakup dua aspek penting dalam pengembangan pariwisata halal. Nilai kearifan lokal berperan besar dalam aspek pelayanan dan ciri khas daerah, sementara nilai keislamannya menjadi dasar dalam pengelolaan pariwisata. Beberapa aspek

yang harus diperhatikan dalam pengembangan destinasi wisata halal adalah (Maskuroh, 2023):

a. Kontekstualisasi Nilai-Nilai Keislaman
   Pengembangan pariwisata halal harus mengacu pada nilai-nilai keIslaman termasuk *shiddiq*, amanah, *tabligh*, dan *fathanah*. Implementasi tersebut dapat dilakukan melalui pengelolaan setiap pariwisata yang mengedepankan kejujuran, dan keterbukaan dalam pengelolaan, membentuk sistem jaminan halal, dan mengedepankan akhlak yang diajarkan Islam.

b. Kearifan Lokal
   Nilai kearifan lokal menjadi karakter masyarakat dan pengembangan pariwisata halal harus mengintegrasikan kearifan lokal dalam pelayanan dan interaksi dengan wisatawan. Implementasi kearifan lokal dapat dilakukan melalui konsep pengembangan pariwisata halal yang mengacu pada nilai saling memanusiakan, saling mengingatkan, dan saling menghormati.

c. Fasilitas dan Pelayanan
   Pengembangan destinasi wisata halal harus mengacu pada kemudahan akses, fasilitas sholat, kamar mandi dengan air wudhu, pelayanan saat bulan ramadhan, pencantuman label halal atau non-halal, dan fasilitas rekreasi yang privat atau *akhwat only*.

d. Peningkatan sarana dan prasarana
   Pengembangan destinasi wisata halal harus dilakukan melalui peningkatan sarana dan prasarana yang menjadi prasyarat serta karakteristik *halal tourism*.

e. Sosialisasi dan pendidikan

Pemerintah daerah dan pihak terkait harus melakukan sosialisasi dan pendidikan mengenai ketentuan syariah yang berkaitan dengan pariwisata halal serta memperkuat kemampuan para pengelola dan masyarakat dalam mengelola pariwisata halal.

Dalam pengembangan destinasi wisata halal dengan kearifan lokal, perlu diperhatikan bahwa wisata halal tidak hanya sebatas pelayanan tambahan, tetapi juga harus menjadi bagian dari pariwisata yang mengintegrasikan nilai keIslaman dan kearifan lokal dalam pelayanan dan interaksi dengan masyarakat.

3. Pengaruh Pariwisata Halal terhadap Perekonomian Lokal

a. Dampak Ekonomi Langsung dan Tidak Langsung terhadap Komunitas Lokal.

Pariwisata mencakup lebih dari sekedar liburan santai dan menjelajahi tujuan yang jauh. Faktanya, industri yang sangat besar ini memainkan peran penting dalam menjaga perekonomian dunia tetap berkembang. Dampak pariwisata terhadap perekonomian tidak hanya menghasilkan pendapatan dan lapangan kerja. Ia bertindak sebagai mesin pertumbuhan, merangsang investasi di bidang infrastruktur, mendorong pembangunan berkelanjutan, dan mendorong konservasi warisan budaya dan alam. Pengaruh multifaset ini menunjukkan betapa pentingnya pariwisata bagi pembangunan ekonomi global.

Di bidang pariwisata, terdapat pekerjaan yang berhubungan langsung dengan pariwisata dan belanja pariwisata; misalnya, ketika seorang turis bepergian ke

Barcelona, mereka akan mengeluarkan uang untuk hotel, pemandu wisata, dan aktivitas. Namun ada juga yang secara tidak langsung berkaitan dengan pariwisata; misalnya, ketika mereka pergi ke restoran di kota atau berbelanja di toko lokal, mereka berkontribusi terhadap perekonomian lokal (Utami et al., 2023).

Pariwisata juga mempunyai efek pengganda (*multiplier effect*) terhadap industri lain. Misalnya, seorang turis membelanjakan uangnya untuk membeli kamar hotel. Dalam hal ini, hotel membeli barang dan jasa dari bisnis lain, seperti makanan, linen, dan perlengkapan mandi. Bisnis-bisnis ini, pada gilirannya, membeli barang dan jasa dari perusahaan lain, dan siklus tersebut terus berlanjut. Artinya, dampak ekonomi dari pariwisata tidak hanya terbatas pada industri pariwisata saja melainkan menyebar ke berbagai sektor perekonomian. Pengeluaran wisatawan internasional untuk pariwisata dapat menghasilkan pendapatan yang dapat menghasilkan aliran pendapatan baru, investasi, tabungan, dan konsumsi.

b. Studi Kasus Pariwisata Halal Yang Sukses

Saat ini pemerintah memiliki tujuan untuk lebih memajukan pariwisata syariah di dalam negeri. Kementerian Pariwisata bertanggung jawab atas pengembangan pariwisata syariah, yang mencakup empat komponen utama industri pariwisata: hotel, restoran, agen perjalanan, dan spa. Indonesia telah menetapkan 13 provinsi sebagai destinasi wisata syariah. Provinsi-provinsi tersebut adalah Nusa Tenggara Barat (NTB), Nanggroe Aceh Darussalam, Sumatera Barat, Riau, Lampung, Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur,

Sulawesi Selatan, Lombok dan Bali (KNEKS, 2020). Pemilihan kawasan destinasi wisata syariah bergantung pada kesiapan tenaga kerja, adat istiadat setempat, penawaran wisata daerah, dan akomodasi wisata. Pariwisata halal sangat menekankan pada produk halal dan menjamin keamanan wisatawan Muslim dalam mengkonsumsinya. Meski demikian, wisatawan non-Muslim tetap bisa mengikuti wisata halal (Tim Penulis MUI Pusat, 2020).

Kementerian Pariwisata Indonesia memprakarsai penerapan pariwisata syariah pada tahun 2014, bekerja sama dengan Majelis Ulama Indonesia (MUI), untuk menetapkan standar halal produk pariwisata. Majelis Ulama Indonesia dan Kementerian Pariwisata memastikan wisatawan Muslim dapat memanfaatkan sertifikasi halal ini secara eksklusif. Halal mensyaratkan bahwa lokasi yang dipilih memiliki makanan halal, akses mudah ke tempat ibadah, penginapan, dan layanan yang mematuhi aturan syariah. Kementerian Pariwisata memprakarsai penerapan pariwisata halal di Indonesia dengan tujuan menjadikan Indonesia sebagai destinasi yang ramah dan akomodatif bagi wisatawan Muslim. Baik atraksi wisata maupun fasilitas yang menyertainya harus memenuhi kriteria halal yang ditetapkan MUI. Oleh karena itu, sangat penting bagi lembaga pariwisata untuk secara aktif mempromosikan dan memfasilitasi pariwisata halal, memastikan bahwa wisatawan Muslim diarahkan ke destinasi yang akomodatif dan sesuai dengan prinsip syariah.

D. Pengaruh Geopolitik dan Pandemi pada Pariwisata Halal

1. Dampak Pandemi Covid-19 pada Pariwisata Halal

Sejak pandemi virus corona dinyatakan secara global, sektor pariwisata telah menghadapi penurunan signifikan. Salah satu yang paling terpukul adalah industri pariwisata yang mengutamakan kebutuhan Muslim. Tak hanya berdampak pada hotel, restoran, dan agen perjalanan, tetapi juga pada jutaan pekerja terkait dengan industri ini. Untuk memulihkan industri pariwisata yang mengutamakan kebutuhan Muslim, diperlukan dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah yang dapat memberikan stimulus yang dibutuhkan. Selain itu, kolaborasi antar berbagai entitas juga penting untuk menciptakan kegiatan yang menarik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara setelah pandemi Covid-19 berakhir.

Berdasarkan data dari Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), industri pariwisata telah kehilangan potensi pendapatan dari wisatawan asing sekitar 4 miliar USD atau setara dengan 60 triliun rupiah sejak Januari hingga April 2020. Sektor hotel sendiri mengalami kerugian potensi penerimaan sekitar 30 triliun rupiah. Penurunan jumlah kunjungan wisatawan berdampak pada industri perhotelan, termasuk pariwisata halal, dengan tingkat hunian kamar turun sekitar 25% hingga 50%. Harga sewa kamar juga turun sekitar 10% hingga 25%, sementara omset hotel mengalami penurunan sebesar 25% hingga 50%. PHRI mencatat bahwa hingga 13 April 2020, ada 1.642 hotel yang tutup di 31 provinsi. Provinsi Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah penutupan hotel terbanyak, mencapai 501 hotel, diikuti oleh Provinsi Bali dengan 281 hotel, Jawa

Timur dengan 144 hotel, dan DKI Jakarta dengan 100 hotel (KNEKS, 2020).

Tindakan lain yang diambil adalah merumahkan karyawan hotel untuk mengurangi biaya operasional. Pandemi ini langsung mempengaruhi para pekerja paruh waktu atau buruh harian yang bergantung pada pendapatan harian untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Selain itu, pemotongan gaji, pemberian cuti tanpa bayaran, hingga pemutusan hubungan kerja (PHK) juga banyak terjadi karena aktivitas perekonomian yang terhenti. Menurut data PHRI, sekitar 8,1 juta karyawan dirumahkan akibat wabah corona dari total pegawai sebanyak 9 juta orang. Artinya, hampir 90% pegawai hotel dan restoran mengalami pemutusan hubungan kerja akibat lesunya bisnis selama pandemi ini.

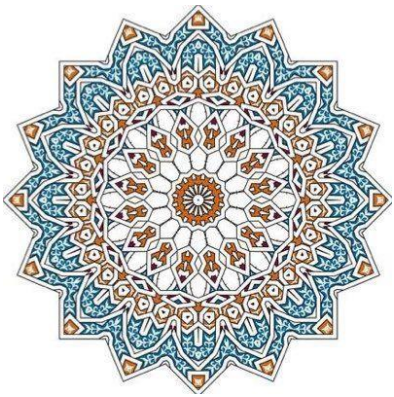
2. Implikasi Geopolitik Regional dan Global Terhadap Pariwisata Halal

Kajian geopolitik memegang peranan penting dalam kehidupan suatu negara karena menghubungkan berbagai aspek seperti perbatasan, sumber daya, arus, wilayah, dan identitas dengan perspektif ruang. Salah satu aspek yang terkait erat dengan geopolitik adalah pariwisata, khususnya dalam konteks tren *Muslim Friendly Tourism* (MFT) (Saarinen, 2018). Di Indonesia, pemerintah mengadopsi kebijakan yang mendukung pengembangan MFT sebagai bagian dari prioritas kebijakan luar negeri, yang didorong oleh sejumlah faktor. Kebijakan tersebut, baik di tingkat nasional maupun daerah, didukung oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dengan tujuan mencapai target-target terkait pengelolaan MFT (Wijaya et al., 2021). Faktor-faktor yang memengaruhi kebijakan ini termasuk tren konsumerisme produk halal di kalangan umat Islam

kelas menengah, yang menjadi peluang bagi industri pariwisata dan pemerintah. Namun, selain aspek ekonomi, aspek sosial politik juga menjadi perhatian penting.

Perhatian terhadap populisme Islam dan sentimen keagamaan, baik di tingkat nasional maupun global, menjadi faktor yang perlu diperhitungkan dalam pembuatan kebijakan. Pemerintah harus mengakomodasi dan melindungi keberagaman ini dengan menunjuk daerah-daerah tertentu sebagai destinasi MFT, sebagai strategi untuk memperkuat keutuhan dan kedaulatan bangsa. Dalam konteks ini, aspek mikro seperti perhotelan, keamanan, dan pengalaman wisata turut berperan dalam mendukung promosi identitas dan nation branding Indonesia sebagai model dalam mengelola keberagaman (Kurnia Yahya et al., 2022).

Secara keseluruhan, pengembangan MFT di Indonesia merupakan bagian dari strategi yang melibatkan banyak aspek, baik dari segi kebijakan pemerintah, dukungan dari MUI, maupun partisipasi sektor pariwisata dan masyarakat umum (Wijaya et al., 2021). Ini tidak hanya tentang promosi pariwisata, tetapi juga tentang bagaimana Indonesia memposisikan dirinya di tingkat global, sambil memperkuat identitas dan kedaulatan bangsa.



GELIAT INDUSTRI HALAL DI INDONESIA

A. Industri Halal di Indonesia

Industri halal, istilah ini belakangan sangat *trending* dalam tataran ekonomi global, juga dalam tataran ekonomi syariah di Indonesia. Saat ini Ekonomi syariah dan industri halal semakin mengemuka sebagai pilar penting perekonomian dan menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi yang baru, baik di tataran global maupun nasional.

Peranan Indonesia dalam industri halal dunia didukung oleh berbagai faktor utama, diantaranya fakta bahwa Indonesia adalah negara dengan populasi umat Muslim terbesar di dunia, dengan jumlah 241,7 juta orang pada tahun 2022 atau 87% dari total penduduk. Fakta lainnya adalah fenomena tingkat kesadaran umat Muslim dunia terhadap konsumsi produk halal dan *thayyib*, juga didukung layanan nasional dan internasional terhadap ketersediaan produk halal. Bentuk layanan yang diberikan ini mampu menjadi sarana edukasi dan promosi tentang produk halal nasional

dan global yang dapat diakses langsung oleh konsumen melalui kegiatan pameran yang dilaksanakan baik pemerintah, maupun perusahaan swasta dalam dan luar negeri.

Gambar 1. Overview Industri Halal Global dan Indonesia



Sumber: Seminar Halal Life Style, BI jawa Timur, diakses melalui Youtube

Terbentuknya kesadaran umat Muslim dunia terhadap konsumsi produk halal menjadi peluang strategi yang potensial bagi pangsa pasar produk halal Indonesia. Saat ini fakta terhadap aktivitas pengeluaran konsumen Muslim Indonesia untuk produk dan layanan halal ditargetkan meningkat menjadi 14,96% untuk tahun 2025 dengan total nilai belanja mencapai USD281,6 miliar dalam satu tahun. Fakta ini kembali menjadi bukti bahwa Indonesia adalah konsumen pasar halal terbesar di dunia, yaitu 11,34% dari pengeluaran halal global. Kondisi ini turut menyumbang posisi penting Indonesia ditingkat dunia, dimana Indonesia berhasil meraih peringkat ke-4 dunia dalam indikator ekonomi

syariah tingkat dunia. Potensi ini tentulah menjadikan hal sangat tepat bagi Indonesia ketika mereposisi perannya untuk menjadi pemimpin global di dunia industri halal, salah satunya dengan target Indonesia menjadi produsen industri halal dunia. Sehingga harapannya Indonesia tidak hanya sebagai konsumen melainkan sebagai produsen produk halal yang menguasai pasar impor di dunia.

Dalam upaya merealisasikan visi Indonesia sebagai produsen halal dunia, maka pemerintah Indonesia menyusun berbagai strategi guna optimalisasi peluang pada pasar industri halal dunia. Salah satu hal yang dilakukan adalah dengan mengoptimalkan bonus demografi penduduk di Indonesia guna menciptakan peluang bagi pelaku industri halal nasional sebagai pengisi demand luar negeri untuk peningkatan produksi luar negeri. Dukungan Kementerian Perindustrian juga sangat dirasakan dengan komitmennya untuk menyukseskan program halal, di antaranya dengan penahapan wajib halal untuk produk, seperti diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal. Hal ini menjadikan sinergi, kolaborasi dan koordinasi dengan seluruh instansi menjadi hal yang sangat diperlukan. Selain itu penguatan minat masyarakat Indonesia untuk mengkonsumsi produk halal buatan Indonesia sehingga akhirnya produk halal Indonesia menjadi favorit di Indonesia juga menjadi *number one prefer demand* di luar negeri.

Kondisi ekonomi global saat ini tetap berjalan, meskipun dihadapkan pada tekanan ekonomi global. Kinerja pertumbuhan industri pengolahan non-migas pada triwulan I-2023 mencapai 4,67 persen (y-on-y). Sektor manufaktur terus menjadi yang paling berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional pada triwulan I-2023. Sumbangsihnya meningkat menjadi 16,77% dari triwulan IV-2022 sebesar

16,39%. Kinerja yang baik ini diharapkan dapat meningkatkan pendapatan industri halal Indonesia.

Bank Indonesia memperkirakan pertumbuhan sektor prioritas *Halal Value Chain* (HVC) Indonesia, yang terdiri dari pertanian, makanan dan minuman halal, fesyen Muslim, dan pariwisata ramah Muslim, sebesar 4,5 hingga 5,3% pada tahun 2023. Ini diproyeksikan mampu menopang lebih dari 25 persen ekonomi nasional. Kemenperin telah melakukan banyak hal untuk mendukung program halal nasional. Salah satunya adalah memasukkan pemberdayaan industri halal ke dalam Kebijakan Industri Nasional (KIN), yang diatur dalam Peraturan Presiden nomor 74 tahun 2022 tentang Kebijakan Industri Nasional tahun 2020–2024.

Gambar 2. Upaya BI dalam Akselerasi Pengembangan Industri Halal Indonesia



Sumber: Seminar Halal Life Style, BI jawa Timur, diakses melalui Youtube

Sesuai Perpres tersebut, kebijakan pemberdayaan industri halal dilakukan melalui penyusunan kebijakan industri halal, penguatan infrastruktur industri halal, penerapan

Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH), pemberian insentif fiskal dan non-fiskal industri halal, kerja sama internasional dalam rangka akses bahan baku halal, perluasan akses pasar, termasuk pengakuan sertifikasi halal nasional melalui *Mutual Recognition Agreement* (MRA) dengan negara lain, literasi, edukasi, kampanye, sosialisasi, serta promosi peningkatan pemasyarakatan industri halal melalui penghargaan dan festival industri halal nasional.

Sebagai tindakan untuk mendorong industri halal, Perpres tersebut menetapkan beberapa kebijakan. Ini termasuk menciptakan kebijakan, meningkatkan infrastruktur, menerapkan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH), memberikan insentif fiskal dan non-fiskal untuk industri halal, bekerja sama dengan negara lain untuk mendapatkan bahan baku halal, meningkatkan literasi, pendidikan, industri halal, dan bisnis halal.

Kemenperin yakin akan memainkan peran penting dalam Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) di masa mendatang karena pengalamannya sebagai sektor utama dalam penerapan Standar Nasional Indonesia (SNI) industri. Hingga tahun 2022, Kemenperin telah memfasilitasi sertifikasi kompetensi untuk 36 karyawan auditor halal dan 1.205 penyelia halal melalui pusat pemberdayaan industri halal. Selain itu, 1.095 IKM telah menerima sertifikasi industri halal, yang akan dilanjutkan pada tahun 2023. Untuk memudahkan proses pendataan dan seleksi bantuan sertifikasi industri halal pada tahun 2023, Kemenperin telah membangun SALIHA, Sistem Informasi Pendataan Industri Halal. Dengan mengunjungi http://saliha.kemenperin.go.id/, para pelaku industri dan lembaga pembina industri dapat mendaftarkan sektor mereka sebagai calon penerima bantuan sertifikasi industri halal. Di masa depan, sistem ini diharapkan dapat mengidentifikasi lebih banyak IKM yang

berminat untuk mendapatkan bantuan sertifikasi industri halal. Selain itu, penguatan kelembagaan sertifikasi halal melalui pembentukan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) juga terus dilakukan, sehingga saat ini telah terbentuk 13 LPH yang telah terakreditasi, tersebar di seluruh Indonesia. Masa mendatang ditargetkan akan terjadi peningkatan jumlah LPH yang dapat melayani masyarakat dengan cakupan yang lebih luas hingga ke pelosok desa di wilayah Indonesia.

B. *Support System* Industri Halal Indonesia

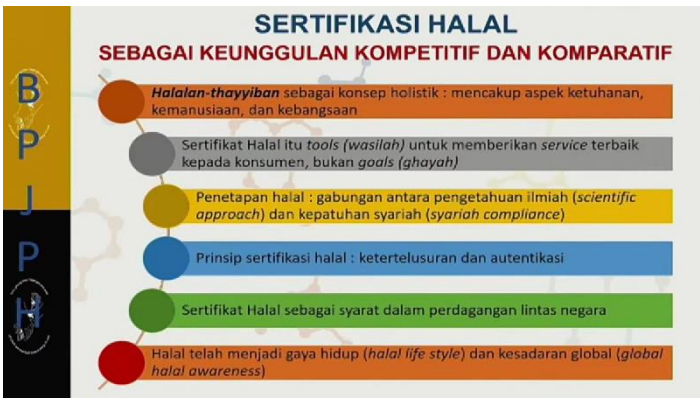
Penjaminan halal di Indonesia secara resmi diakui dan didukung negara dengan keluarnya UU No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Implikasi dari keluarnya UU ini adalah negara secara resmi mengakui dan menjamin syariat Islam yang berupa kewajiban mengkonsumsi makanan halal dan *thayyib*. Selain itu, sertifikasi halal yang selama ini dilakukan oleh MUI beralih dilakukan oleh lembaga pemerintah di bawah Kementerian Agama bernama, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Munculnya UU tersebut dikuatkan dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah No. 31 Tahun 2019 tentang Jaminan Produk Halal. Regulasi ini diharapkan memberikan kepastian informasi dan transparasi bagi para konsumen produk halal, sekaligus mendorong pertumbuhan pasar industri halal di Indonesia.

Berdasarkan UU JPH ini, penyelenggaraan JPH dilaksanakan oleh Kementerian Agama dengan membentuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang berkedudukan di bawah dan bertanggungjawab pada Menteri Agama, dan dapat membentuk perwakilan yang berkedudukan di daerah. Ketentuan mengenai tugas, fungsi dan susunan organisasi BPJPH diatur dalam Peraturan Presiden RI Nomor 83 Tahun 2015 tentang Kementerian

Agama. Selanjutnya ditindaklanjuti Menteri Agama dengan PMA RI Nomor 42 Tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Agama, yang di dalamnya telah menyebutkan bahwa untuk menjalankan tugasnya menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang agama, Kementerian Agama menyelenggarakan fungsi pelaksanaan penyelenggaraan jaminan produk halal, yakni pada organisasi BPJPH.

Dalam UU JPH ini mewajibkan semua produk yang masuk, beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia bersertifikat halal. Sehingga jaminan produk halal yang semula bersifat *voluntary* kini berubah menjadi *mandatory.* Namun kewajiban ini berlaku 5 (lima) tahun terhitung sejak UU ini diundangkan, yaitu tahun 2019. Tentu saja hal ini bukan merupakan sesuatu hal yang mudah, karena sampai saat ini produk yang beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia masih sangat banyak yang belum mengantongi Sertifikat Halal. Oleh sebab itu dalam ayat selanjutnya menerangkan bahwa kewajiban bersertifikat halal diatur secara bertahap.

Gambar 3. Keunggulan Sertifikasi Halal



Sumber: Seminar Halal Life Style, BI jawa Timur, diakses melalui Youtube

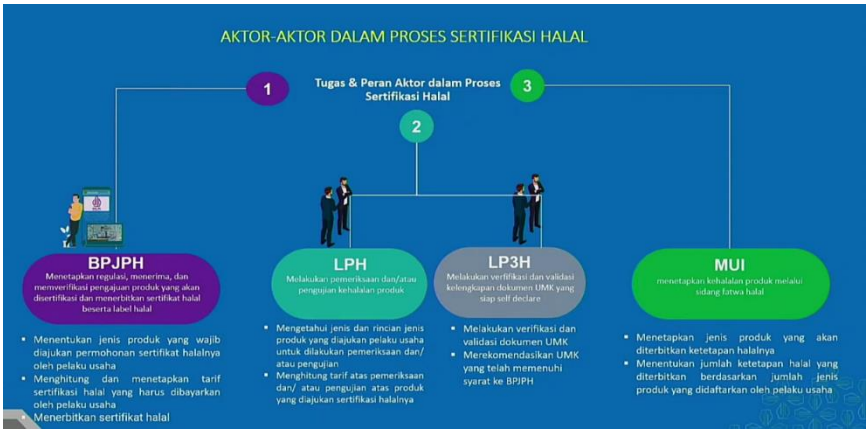
Bagi umat Islam di Indonesia, secara umum hadirnya UU merupakan hal yang menggembirakan, namun bagi kalangan pengusaha masih ada kekhawatiran bahwa kehadiran UU tersebut dapat memicu efek negatif pada iklim usaha dan investasi di Indonesia. Pandangan tersebut pada kondisi ini tidaklah tepat mengingat kondisi sebenarnya hadirnya UU JPH, secara ekonomi justru mendorong Indonesia untuk mengotimalkan dan meningkatkan potensi pasarnya untuk menjadi pusat halal global dan memperoleh deviden dari industri makanan halal global yang perkembangannya terus meningkat saat ini.

Keberhasilan sistem industri halal Indonesia, turut didukung oleh berbagai Lembaga, berikut:

1. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). BPJPH bertanggung jawab untuk proses sertifikasi halal di Indonesia. Lembaga ini melakukan pengawasan dan mengatur proses sertifikasi serta menerbitkan sertifikat halal untuk produk-produk yang memenuhi standar halal.
2. Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). LPPOM MUI merupakan lembaga yang mengeluarkan fatwa tentang kehalalan produk makanan, obat-obatan, dan kosmetika. Lembaga ini juga terlibat dalam proses sertifikasi halal.
3. Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) dan Lembaga Keuangan Syariah (LKS). MES dan LKS berperan dalam pengembangan industri halal di sektor keuangan, termasuk perbankan, asuransi, dan investasi.
4. Asosiasi Industri Halal Indonesia (ASPIHAL)**.** ASPIHAL merupakan organisasi yang mewadahi pelaku industri halal di Indonesia. Asosiasi ini memiliki tugas untuk memperjuangkan kepentingan dan mengembangkan industri halal di Tanah Air.

5. Perguruan Tinggi dan Lembaga Riset**.** Institusi pendidikan dan riset turut berperan dalam pengembangan produk-produk halal, penelitian kehalalan bahan-bahan, dan inovasi dalam industri halal.
6. Sistem Informasi Halal (SIHAL)**.** SIHAL adalah *platform* yang menyediakan informasi mengenai produk-produk halal, sertifikasi halal, dan berbagai informasi terkait industri halal di Indonesia.
7. Lembaga Pemerintah**.** Selain BPJPH, berbagai lembaga pemerintah seperti Kementerian Agama, Kementerian Perdagangan, dan Kementerian Perindustrian juga terlibat dalam pengembangan dan pengawasan industri halal.

Gambar 4. Aktor dalam Proses Sertifikasi Halal



Sumber: Seminar Halal Life Style, BI jawa Timur, diakses melalui Youtube

Hadirnya berbagai Lembaga tersebut turut mendukung program sertifikasi produk halal di Indonesia, guna mendukung cita-cita Indonesia untuk menjadi Pusat Pemberdayaan Industri Halal. Kementerian Perindustrian setiap tahunnya menyelenggarakan pameran industri halal

Indonesia dalam rangka memperkenalkan dan mendorong industri di Indonesia *go Internasional* dengan disertai sertifikasi halalnya. Kegiatan pameran tahunan tidak hanya untuk memperkenalkan produk-produk halal unggulan, namun juga memperkenalkan konsep industri halal secara menyeluruh, serta memberikan peluang bagi pelaku usaha industri untuk menjadi bagian dari rantai pasok produk industri halal dunia. Dalam pameran, disediakan fasilitas konsultasi, terkait dengan penahapan produk halal dan fasilitasi pembiayaan serta peluang ekspor.

C. Tantangan dan Peluang Indonesia Pusat Produsen Halal Dunia

Dalam mengupayakan tercapainya rencana Indonesia dalam masterplan industri halal indonesia, bahwa Indonesia ingin menjadi pusat produsen produk halal dunia, maka perlu dilakukan sinergi dan pemahaman tentang tantangan, dan peluang untuk Indonesia.

Menurut BPJPH, ada empat pergeseran perspektif tentang halal. Yang pertama adalah dari sudut pandang hukum. Kerangka hukum baru telah dibuat oleh Peraturan Pemerintah No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Peraturan Pemerintah No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, dan Peraturan Pemerintah No. 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal. Peraturan-peraturan ini mengubah kebijakan halal dari yang dulunya bebas menjadi wajib, dan dari lembaga ormas keagamaan ke lembaga negara.

Untuk melindungi konsumen halal, undang-undang memastikan ketersediaan barang dan jasa halal. Selain itu, peraturan yang dimaksud memberi BPJPH status sebagai lembaga utama pemerintah yang bertanggungjawab atas pengelolaan, pelaksanaan, dan pengawasan jaminan produk

halal (JPH). Meskipun demikian, ada beberapa pihak yang mungkin berpendapat bahwa peraturan halal dapat menghalangi bisnis. Sebagian mempertanyakan biaya yang mahal untuk memenuhi persyaratan sertifikasi dan pelabelan halal, serta pengawasan yang tidak perlu dan memberatkan. Mereka menegaskan bahwa hal ini termasuk dalam kategori hambatan teknis perdagangan (TBT) dan pelanggaran terhadap Kesepakatan Umum Tarif dan Perdagangan (GATT), yang diakui dan diratifikasi oleh Negara-negara anggota Organisasi Perdagangan Dunia (WTO).

Pemerintah Indonesia telah secara resmi melaporkan masalah dan keprihatinan tersebut kepada BPJPH, serta lembaga internasional seperti WTO dan UE. Kedua, paradigma berubah dari perspektif ekonomi. Mari kita pelajari secara menyeluruh prospek dan ancaman ekonomi di bidang barang dan jasa halal. Untuk menjadikan Indonesia sebagai produsen halal dunia pada 2024, Presiden Jokowi dan Wakil Presiden Ma'ruf Amin telah mencanangkan kebijakan penting. Untuk mewujudkan peta jalan menuju Indonesia Maju, kebijakan ini diharapkan dapat berfungsi sebagai alat untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.

Konsumsi halal di negara ini bernilai 218,8 miliar dolar pada tahun 2018–2019, sedikit menurun akibat pandemi menjadi 184 miliar dolar pada tahun 2020. Namun, diperkirakan akan meningkat menjadi 330 miliar dolar pada tahun 2025. Selain itu, Kementerian Perindustrian telah memperkirakan potensi pasar dan ekonomi industri halal sebesar 303 miliar dolar pada tahun ini saja. Konsumsi produk halal global naik 3,2 persen dari 2018 menjadi 2,02 triliun USD pada 2019. Namun, karena pandemi, turun sekitar 8 persen pada 2020-2021. Meskipun demikian, Dinar Standar memperkirakan bahwa angka

tersebut akan naik kembali sebesar 3,2 persen, atau menjadi 2,3 triliun dolar pada tahun 2024.

Oleh karena itu, peraturan dan kebijakan halal Indonesia harus dilihat bukan hanya sebagai TBT atau hambatan teknis perdagangan, tetapi lebih sebagai peluang besar untuk mengubah rantai nilai perdagangan yang lebih baik, yang tentunya akan membantu pertumbuhan ekonomi dan kemakmuran rakyat. Selain itu, perlu diingat bahwa tarif halal yang ditetapkan pemerintah memiliki konsekuensi yang signifikan.

Ketiga, paradigma berubah dari sudut pandang sosiologis dan filosofis. Menurut BPJPH, bicara tentang halal tidak hanya berkaitan dengan agama atau kepatuhan beragama. Jika kita berbicara tentang halal, kita tidak hanya berbicara tentang 1,9 miliar Muslim di seluruh dunia—atau 236,53 juta Muslim Indonesia—yang merupakan 86,88 persen dari total penduduk Indonesia. Kita juga berbicara tentang individu atau komunitas lain, baik beragama maupun tidak beragama, yang sangat peduli dengan halal dan gaya hidup sehat. Karena halal mengacu pada prinsip-prinsip kesehatan, kebermanfaatan, kebersihan, keberlanjutan, keselamatan, integritas, dan kesejahteraan hewan, yang merupakan nilai penting bagi masyarakat modern dan standar kualitas dunia.

Paradigma terakhir mengalami transformasi digital. Hampir semua operasi JPH berkaitan dengan transformasi digital di era pemerintahan dan industri 5.0. Menariknya, dari sekitar 75% penduduk Indonesia yang memiliki akses media sosial, dan hampir 80% di antaranya adalah Gen-Z (i-gen), salah satu kontributor terbesar dari pesatnya permintaan produk halal di seluruh dunia. Hal ini menunjukkan bahwa organisasi halal harus diatur dan terhubung dengan *platform* digital seperti QR dan *barcode halal* yang menyediakan

informasi tentang bahan baku, sertifikat halal, lembaga halal luar negeri (LHLN), daftar produk retail dan industri yang bersertifikat halal, dan sebagainya.

Keempat pergeseran paradigma halal menunjukkan bahwa produk halal memiliki banyak peluang di berbagai bidang, termasuk ekonomi, perdagangan, industri, pasar, bisnis, dan investasi; peluang pekerjaan; konservasi pangan berkelanjutan; dan kesehatan dan kesejahteraan hewani. Oleh karena itu, masalah halal pasti relevan dan kontekstual dengan tujuan utama G20. Ini juga merupakan bagian penting dari agenda utama G20. Dalam upaya untuk menjadikan Indonesia sebagai produsen halal di seluruh dunia, BPJPH telah menetapkan dan meluncurkan logo baru Halal Indonesia. Logo ini akan digunakan secara nasional sejak 1 Maret 2022 melalui Keputusan Kepala BPJPH Nomor 40 Tahun 2022 tentang Penetapan Label Halal.

Tahun ini, BPJPH juga telah menetapkan program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) untuk 10 juta produk halal untuk UMK melalui program sertifikasi reguler dan *self-declare,* yaitu sertifikasi halal dengan pernyataan pelaku usaha, terutama untuk usaha mikro dan kecil dengan skema pendampingan Proses Produk Halal (PPH). Selain itu, BPJPH telah menerbitkan sertifikat akreditasi untuk 8 Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) baru, pelatihan untuk 2992 pendamping PPH, 368 pengawas halal, 116 auditor BPJPH menerima banyak proposal kerjasama dari seluruh dunia. 3 MoU untuk sektor JPH telah ditandatangani. Dalam rangka kerja sama pengakuan dan saling pengakuan mutu (MRA), hingga saat ini terdapat 81 LHLN dari 35 negara yang telah mengunggah dokumen persyaratan ke website SIHALAL.

Terdapat lima elemen yang membentuk peluang industri halal Indonesia: elemen pengakuan global, elemen keuangan, elemen makanan halal, elemen wisata halal, dan

elemen gaya hidup halal. Masing-masing dari tiga masalah tersebut berasal dari sumber eksternal, seperti banyaknya negara pesaing, belum adanya keseragaman sertifikasi halal yang disepakati secara global, dan ketidaksepakatan negara-negara Muslim dalam menetapkan standar produk halal. Sumber internal, seperti kurangnya kesadaran masyarakat Indonesia tentang halal, masalah dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, dan rendahnya kesadaran masyarakat umum tentang halal. Selain masalah tersebut, Indonesia juga menghadapi kendala lain, seperti kurangnya perhatian publik dan pemerintah terhadap peluang bisnis di industri halal; kurangnya pasokan bahan baku yang memenuhi persyaratan halal; kurangnya infrastruktur dan pemahaman produsen; dan perbedaan dalam standarisasi dan sertifikasi produk halal.

Berikut merupakan peluang pengembangan industri halal di Indonesia:

1. Pertumbuhan Populasi Muslim

   Salah satu faktor utama yang mendorong pertumbuhan industri halal adalah pertumbuhan populasi Muslim yang cepat di seluruh dunia, baik di tingkat nasional maupun internasional. *Forum on Religion & Public Life* dari Pew Research Center memperkirakan bahwa jumlah orang Muslim di seluruh dunia akan meningkat dari 1,7 miliar pada 2013 menjadi 2,2 miliar pada tahun 2030. Peningkatan populasi ini menciptakan pasar yang sangat besar untuk pengembangan industri halal.

2. Perkembangan Industri Halal Nasional

   Industri halal di Indonesia terus mengalami kemajuan. Seperti yang dinyatakan dalam laporan *State of the Global Islamic Economic Report 2019-2020,* Indonesia

menduduki peringkat kelima dalam ekonomi Islam dunia. Jika diingat bahwa Indonesia masih berada di peringkat sepuluh pada tahun 2018/2019, ini merupakan kemajuan yang signifikan.

3. Pertumbuhan Ekonomi Islam yang Cepat
   Ekonomi Islam saat ini berkembang lebih cepat daripada ekonomi global. Berdasarkan data proyeksi IMF pada tahun 2016, 57 negara anggota OKI memiliki PDB sebesar USD 17 Triliun pada tahun 2015 dan diproyeksikan tumbuh rata-rata sebesar 4,19% dibandingkan sisa pertumbuhan PDB global antara tahun 2015 dan 2021. Hal ini menciptakan pasar bebas, meningkatkan lingkungan halal.

4. Berkembangnya *Halal Lifestyle*
   Memotivasi pembeli Muslim untuk menerapkan ajaran Islam sebagai gaya hidup baru di berbagai aspek kehidupan mereka saat ini telah menyebabkan selera pembeli terhadap produk halal meningkat secara pesat baik di pasar ritel maupun retail, yang menghasilkan kebutuhan ekosistem halal.

5. Perkembangan Nilai Pasar Produk Halal
   Seiring dengan pertumbuhan populasi Muslim di seluruh dunia, pasar produk halal terus berkembang. Menurut laporan *State of the Global Economic Report,* penduduk Muslim di seluruh dunia telah membelanjakan uang mereka untuk konsumsi di enam sektor ekonomi pada tahun 2019, membelanjakan lebih dari 2,2 triliun dolar dengan tingkat pertumbuhan 5,2% per tahun.

6. Pertumbuhan Perdagangan Anggota OKI
   Negara-negara anggota OKI memperoleh layanan sebagai kelompok pembiayaan multilateral atas prakarsa *Islamic Development Bank* (IDB). Ini meningkatkan perdagangan negara-negara OKI dan memungkinkan ekosistem halal untuk mendukung insentif ekonomi dan program pemasaran di sebagian besar negara anggota OKI.

7. Partisipasi Perusahaan Multinasional dalam Ekosistem Halal
   Partisipatif perusahaan multinasional internasional telah meningkatkan pengembangan ekosistem halal dan telah meningkatkan kredibilitas penawaran halal di seluruh dunia. Bisnis makanan, keuangan, mode, perjalanan, farmasi, dan kosmetik terkemuka semakin menunjukkan kepatuhan mereka terhadap peraturan agama dan terus memastikan bahwa proses pembuatan produk dan layanan mereka sesuai dengan syariah.

8. Peluang Pertumbuhan Pasar Halal dari Negara Maju
   Negara maju juga menawarkan peluang besar untuk pertumbuhan pasar halal dan merupakan beberapa pasar utama untuk produk halal bagi negara-negara anggota OKI. Akibatnya, ekosistem halal memiliki pasar yang menjanjikan yang sebagian besar belum dimanfaatkan untuk pertumbuhan.

9. Identifikasi Produk Halal dengan Nilai-Nilai Universal
   Produk dan layanan halal menjadi identik dengan nilai-nilai universal lainnya seperti kesehatan, kebersihan, dan kekejaman non-hewani. Dengan demikian, sentimen global dan bisnis sadar sosial lainnya terus tumbuh.

Ekosistem halal semakin menguntungkan akibat dari tren konsumerisme yang semakin sadar tersebut.

10. Perkembangan Teknologi *Mobile Internet*
    Perkembangan teknologi *mobile internet, e-commerce* yang aman dan media digital telah memberikan dorongan besar untuk mengembangkan pasar dan produk-produk halal sehingga terdistribusi secara global dan terfragmentasi. Ini adalah kekuatan pendorong utama untuk pengembangan ekosistem halal baik di tingkat global maupun nasional.

Di samping itu, meskipun memiliki banyak peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mengakselerasi industri halal, Indonesia juga menghadap beberapa tantangan yang harus dihadapi diantaranya adalah:

1. Optimalisasi Industri Makanan dan Minuman Halal
   Tidak dapat dipungkiri jika industri makanan dan minuman halal di Indonesia memiliki kinerja ekonomi paling tinggi di antara 6 sektor lainnya hingga tahun 2019. Meskipun demikian, industri makanan dan minuman halal Indonesia belum masuk dalam 10 besar negara dengan kinerja makanan halal terbaik dunia. Tantangan yang dihadapi dalam mengembangkan sektor ini dimulai dari kapasitas institusi pendukung seperti Rumah Potong Halal (RPH) hibgga kesenjangan neraca perdagangan yang masih didominasi oleh produk impor. Adanya kesenjangan ini mengindikasikan perlu adanya pengawasan dan penguatan dalam hal rantai nilai halal dari hulu ke hilir.

2. Mempertahankan Kekuatan Net Ekspor Sektor Fesyen
   Pasar fesyen halal Indonesia merupakan yang terbesar ketiga di dunia. Selama tahun 2019, konsumen Indonesia

menghabiskan USD 20 Miliar atau setara Rp 300 Triliun untuk keperluan fesyen Muslim. Selain itu, jika melihat pada hasil analisis ekspor-impor dari Kementerian Perdagangan tahun 2014-2019, terlihat bahwa potensi kebutuhan sektor fesyen selalu dalam posisi net ekspor. Hal ini mestinya menjadi kekuatan dalam pengembangan industri halal, namun sekaligus juga menjadi tantangan untuk mempertahankan kekuatan net ekspor ini. Dukunngan yang diperlukan adalah jaminan ketersediaan dan kepastian bahan baku fesyen halal yang bersumber dari zat halal dan terhindar dari kontaminasi zat non-halal.

3. Optimalisasi Sektor Kosmetik & Farmasi Halal
   Menurut KNEKS (2020), sektor kosmetik dan farmasi halal sebenernya memiliki peluang yang besar karena minta terhadap produk farmasi dan kosmetik halal cukup tinggi terlihat dari tingkat kesadaran masyarakat pada kebutuhan produk farmasi dan kosmetik halal yang mencapai 93%. Meskipun demkian, terdapat tantangan yang dihadapi, yaitu kurangnya ketelusuran bahan baku obat dalam negeri, masih kurangnya industri pemasok bahan baku obat di hulu, kurangnya kebijakan yang berpihak pada pengembangan industri bahan baku farmasi dalam negeri, dan belum terfokusnya pengembangan sektor farmasi dan kosmetik yang berorientasi pada pengembangan bahan baku dan substitusi halal.

D. Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia

1. *Global Halal Hub Development Strategy*

Strategi ini merupakan upaya penguatan standar halal dan sertifikasi halal Indonesia yang dapat diterima dan menjadi rujukan sertifikasi halal di seluruh dunia. Strategi

ini bertujuan untuk menciptakan Indonesia sebagai halal hub internasional dalam produksi dan perdagangan produk halal dunia. Strategi ini memberikan arah dalam mengoptimalkan potensi keunggulan *halal hub* di masing-masing daerah sehingga Indonesia menjadi pemain utama dalam industri halal global. Berdasarkan strategi nasional pengembangan industri halal Indonesia yang dipaparkan oleh KNEKS (2020), terdapat beberapa inisiatif strategi yang perlu dilakukan, di antaranya adalah kolaborasi dengan pelaku industri dunia; mendorong dukungan pemerintah; integrasi rantai pasok halal; sertifikasi halal; serta *traceability system* nasional dan *global.*

2. Research and Regulation

Riset memiliki peran yang penting khususnya di bidang substansi bahan non-halal yang menjadi tantangan pengembangan industri halal Indonesia yang sebagian besar pasokannya masih menggunakan material bahan impor ataupun produksi dalam negeri yang masih diragukan kehalalannya. Begitu pun dengan regulasi dan insentif untuk mendukung pengembangan ekonomi syariah dan industri halal yang masih belum tepat sasaran. Beberapa hal yang dapat dilakukan terkait hal ini adalah dengan melakukan *research & development non-halal substitution* berbasis bahan produksi dalam negeri dan penerapan regulasi bahan industri; menguatkan layanan *laboratory services*; serta mengoptimalkan intervensi pemerintah dalam penetapan standar biaya sertifikasi halal, penguatan komisi fatwa MUI, dll (KNEKS, 2020).

3. *Industrialization Strategy*

Penerapan strategi ini digunakan untuk meningkatkan adopsi teknologi, peningkatan kualitas, kuantitas, dan kontinuitas produk dan jasa. Strategi ini dapat dilakukan dengan melakukan pengembangan kawasan dan non-kawasan industri halal dengan output produksi yang halal, bermutu, dan mampu memasok secara berkesinambungan; peningkatan kompetensi SDM pekerja industri melalui program pendidikan vokasi dan pelatihan keterampilan; klasterisasi produk dan sektor halal di tingkatan kabupaten, kota, dan provinsi (KNEKS, 2020).

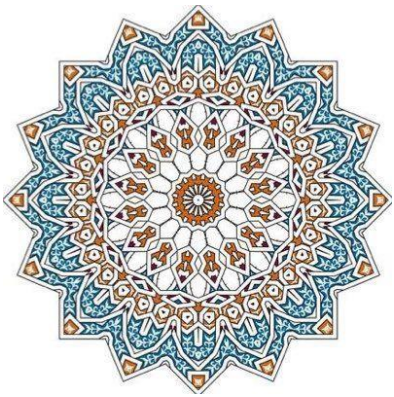
4. *Halal Preference Strategy*

Halal preference strategy bertujuan untuk meningkatkan preferensi halal dengan pendekatan sosial kemasyarakatan dan *social engineering.* Strategi ini diperlukan untuk menjawab tantangan bahwa masih ada konsumen Indonesia yang belum mengutamakan kehalalan produk dalam membeli produk/jasa halal, *awareness* dari produsen dan konsumen yang masih rendah terhadap pengertian halal (perbedaan halal dan haram). Kunci strategi yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan penyamaan terminologi kehalalan dan pemahaman serta manfaat sistem jaminan halal; pelaksanaan *halal awareness program*; pengembangan program *halal lifestyle* melalui pendekatan *social engineering* dan kampanye *halal lifestyle;* serta peningkatan kepatuhan dengan pendekatan sosial dan lokal (KNEKS, 2020).

5. Small Medium Enterprise (SME) Development Strategy

*S*trategi pengembangan UMKM difokuskan untuk menciptakan upgrading kelas UMKM untuk menjadi pemain global industri halal, menghasilkan produk halal berstandar internasional dan meningkatkan keberlangsungan usaha dengan keuangan syariah. Beberapa agenda yang dapat dilakukan di antaranya adalah dengan melakukan digitalisasi ekonomi melalui konektivitas dengan *marketplace, e-commerce platform sharing,* pengembangan *sharia digital payment* dan inkubasi ekonomi digital; pembiayaan syariah dari lembaga perbankan dan non-perbankan, fintech, dan mikro-syariah; serta penetapan prioritas program sesuai dengan kemanfaatannya.

Tingginya potensi konsumsi produk halal dunia membuka peluang bagi setiap negara untuk merumuskan strategi pengembangan industri halal. Hal ini sukses ditangkap sebagai peluang bahkan oleh negara-negara yang minoritas berpenduduk Muslim, seperti Brazil, Australia, Selandia Baru, dan Singapura. Di satu sisi, Indonesia juga menghadapi tantangan dalam mencapai visi besar tersebut, seperti dalam hal optimalisasi industri makanan dan minuman halal; mempertahankan net ekspor sektor fesyen; dan optimalisasi sektor kosmetik dan fesyen. Melalui strategi tersebut, yang turut serta ditunjang dengan pengawasan yang memadai, maka Indonesia berpeluang besar untuk menjadi pusat halal dunia.



PENGARUH EKONOMI ISLAM TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI

A. Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi cenderung diartikan dengan peningkatan *product domestic bruto* ataupun *product national bruto*. Suatu perekonomian dikatakan bertumbuh jika memiliki pendapatan nasional/daerah yang cenderung meningkat (Hasan & Azis, 2018). Pertumbuhan ekonomi merefleksikan adanya peningkatan aktivitas perekonomian yang menyebabkan produksi barang dan jasa bertambah. Konsep pertumbuhan ekonomi tergolong persoalan makroekonomi dalam jangka panjang dari satu periode ke periode lainnya (Sukirno, 2001).

Pertumbuhan ekonomi sering dikaitkan dengan kinerja pembangunan ekonomi. Ini disebabkan kenaikan PDB maupun PNB menjadi salah satu indikator untuk mengukur pencapaian pembangunan (Ansofino et al., 2020). Namun hal ini mendapat kritikan disebabkan

terkadang realita menunjukkan bahwa tingginya pertumbuhan ekonomi tidak menjamin terwujudnya kesejahteraan sosial dengan merata. Besarnya kekayaan yang dihasilkan suatu bangsa, tidak berarti kekayaan tersebut dimiliki secara merata oleh semua penduduknya. Dapat terjadi kekayaan yang ada masih terkonsenstrasi pada segelintir orang saja (Suradi, 2012). Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa meskipun memiliki peran yang sangat penting untuk menilai kinerja perekonomian, pertumbuhan ekonomi bukanlah indikator utama untuk mencapai kesejahteraan dan menciptakan keadilan (Jajang et al., 2020).

Tabel 1.
Pertumbuhan Ekonomi Indonesia tahun 2019 - 2023

Tahun	PDB (Milyar Rp)	Pertumbuhan (%)
2019	10.949.155,40	5,02
2020	10.722.999,30	-2,07
2021	11.120.059,70	3,7
2022	11.710.247,90	5,31
2023	12.301.393,60	5,05

Walaupun demikian, di dalam sistem ekonomi Islam peran penting dari pertumbuhan ekonomi dan peningkatan pendapatan per kapita tidak dipungkiri. Namun perhatian dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi tidak hanya berupa nilai-nilai materialisme, tetapi harus diimbangi dengan peningkatan moral dan nilai-nilai spiritual dengan berlandaskan kepada prinsip-prinsip syariah (Marthon, 2004).

Great depression tahun 1920-an, krisis ekonomi global tahun 2008, dan krisis-krisis ekonomi lainnya merupakan peristiwa yang menerangkan bahwa dunia pernah mengalami perlambatan ekonomi secara global. Majid (2018) menilai semua krisis ekonomi global tersebut terjadi akibat dari kerapuhan moral umat manusia yang melakukan aktivitas ekonomi bertentangan dengan nilai-nilai syariah, seperti tindakan mengonsumsi riba, monopoli, korupsi, dan tindakan malpraktek lainnya, seperti menerapkan keuangan yang berbasis bunga. Aun (2016) menjelaskan sistem keuangan modern telah menimbulkan ketidakpastian karena sifat utangnya yang didasarkan pada suku bunga yang ditentukan. Inilah yang disebut dengan pinjaman berbasis riba.

Sistem keuangan dan perbankan konvensional dijalankan dengan sistem ribawi. Tingkat bunga dijadikan acuan untuk meraih keuntungan para pemberi modal. Lembaga keuangan tidak peduli apakah para peminjam memperoleh keuntungan atau tidak atas modal pinjamannya. Hal terpenting adalah para peminjam harus membayar modal pinjamannya plus bunga pinjaman. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat bunga dalam sebuah negara, maka semakin tinggi tingkat keuntungan yang diperoleh para pemberi modal dan semakin merusak sendi-sendi ekonomi umat akibat dampak negatif sistim ekonomi ribawi dalam masyarakat (Majid, 2018).

Pemberlakuan sistem keuangan berbasis riba ini telah dilarang secara tegas di dalam Alquran, sebagaimana firman Allah Swt. dalam Surat Al-Baqarah ayat 275:

> “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu disebabkan mereka

> berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba…"

Ayat ini mengandung pernyataan kebencian Allah Swt. kepada praktik riba. Pertumbuhan ekonomi dan keuangan berbasis riba yang didorong oleh kerakusan terhadap harta dan menimbulkan eksploitasi kepada pihak lain, bukanlah pertumbuhan ekonomi yang baik, justru akan melemahkan pertumbuhan ekonomi tersebut (Suma, 2013).

Sadeq (1989) menjelaskan bahwa sistem ekonomi ribawi yang dapat menghambat investasi sehingga mempengaruhi perekonomian. Semakin tingginya tingkat bunga dalam masyarakat, maka semakin rendah kecenderungan masyarakat untuk berinvestasi. Disebabkan keuntungan yang lebih besar yang diperoleh akibat tingginya tingkat bunga, maka masyarakat cenderung untuk menyimpan uang mereka di bank/lembaga keuangan. Akibatnya, tingkat investasi menjadi rendah dalam masyarakat, sehingga pertumbuhan ekonomi menjadi terhambat. Dengan ulasan ini, maka dapat dipahami bahwa peran sistem ekonomi yang sesuai prinsip syariah sangat penting.

Tulisan ini berupaya menjelaskan faktor-faktor penting dalam meraih pertumbuhan ekonomi dan menelusuri peran penting ekonomi Islam dalam mendukung pertumbuhan ekonomi global. Lembaga keuangan syariah dapat menjadi pemain aktif yang mendukung kegiatan investasi masyarakat. Peran ini berdampingan dengan tujuan pertumbuhan ekonomi dalam ekonomi Islam yang diraih berlandaskan nilai-nilai iman dan taqwa serta konsistensi melepaskan diri dari nilai-nilai yang melanggar syariah. Dengan demikian, perekonomian yang berjalan

dapat membawa kepada pertumbuhan pada sisi materi maupun spiritual dalam bentuk ibadah kepada Allah Swt.

B. Faktor Pertumbuhan Ekonomi dalam Perekonomian Islami

Dalam meraih pertumbuhan ekonomi yang positif, fokus perhatian sistem ekonomi Islam tidak hanya pada aspek materi, tetapi menyeimbangkannya dengan moral dan spiritual (Marthon, 2004). Sejalan dengan itu, Akhtar (1993) menyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi bukan semata-mata sebagai tujuan, namun sebagai sarana untuk mencapai kehidupan yang baik bagi umat manusia. Dapat dikatakan bahwa dalam ekonomi Islam, kekuatan pendorong di balik pertumbuhan dan pembangunan ekonomi berasal dari agama, karena ibadah dan kemajuan materi dimotivasi oleh perintah Allah Swt. Islam, sebagai agama mengajarkan kecenderungan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi selaras dengan adanya naluri manusia untuk memperoleh, menyediakan, dan perilaku giat bekerja. Demikian pula, hal itu dengan sendirinya mencegah kecenderungan penghambat pertumbuhan ekonomi seperti mengemis, kemalasan, membuang-buang waktu dan sumber daya, dan pemborosan.

Secara ringkas berikut ini dirincikan empat faktor yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dalam sistem ekonomi Islam, yaitu: aset fisik, tenaga kerja, modal dan rahmat Tuhan.

1. Aset Fisik

Faktor ini merupakan alat yang dapat digunakan sebagai faktor produksi, terdiri dari a) semua bentuk sumber daya alam yang biasanya dikelompokkan dalam "tanah" atau "modal" (yaitu, mesin); b) aset yang dapat disewakan atau dipinjamkan; dan c) penyusutan aset dari waktu ke

waktu selama proses produksi. Perhatian khsus terhadap pendayagunaan tanah, Islam mengajarkan pengelolaan bersama dalam mengelola lahan *(muzara'ah),* menghidupkan tanah yang mati sebagaimana Nabi Saw. bersabda bahwa tanah tersebut adalah milik orang yang mengembangkannya. Oleh karena itu, ajaran Islam memberikan pengaturan yang sesuai untuk pengolahan tanah. Konsekuensinya, produktivitas lahan meningkat dengan cara yang tidak merugikan prinsip keadilan.

2. Tenaga Kerja

Tenaga kerja sinonim dengan manusia dan merupakan faktor produksi yang penting, sebab manusia yang dapat mengelola kekayaan alam di suatu negara, baik dengan fisik maupun intelektualnya (Chaudhry, 2014). Oleh karena itu, ajaran Islam telah mendefinisikan dengan jelas hak dan kewajiban pekerja dan telah membuat pengusaha dan negara bertanggung jawab atas kepentingan mereka. Perintah penting yang melindungi pekerja dapat diringkas sebagai berikut: a) Upah harus ditentukan sebelumnya sehingga pekerja akan mengetahui sebelumnya berapa dia akan dibayar; b) Upah harus adil (yaitu, berdasarkan jumlah pekerjaan yang dilakukan oleh seorang pekerja) dan tidak boleh ditahan, baik sebagian atau seluruhnya: "*Tiga orang pasti akan menimbulkan kemurkaan Tuhan pada Hari Penghakiman. . . orang yang mempekerjakan seorang pekerja untuk melakukan suatu pekerjaan, mengambil pekerjaan penuh darinya tetapi tidak membayar upahnya yang seharusnya*"; c) Upah harus dibayar segera dan segera setelah pekerjaannya selesai "*Bayar upah pekerja sebelum kering keringatnya*"; dan d) Upah tidak boleh jatuh di bawah tingkat minimum tertentu.

Islam memberikan hak penghidupan yang sama kepada semua orang, untuk itu negara berkewajiban untuk memastikan bahwa hak ini diterapkan sebagaimana dimaksud. Oleh karena itu, pemerintah dapat membuat undang-undang upah minimum untuk memastikan bahwa upah tidak jatuh di bawah nol atau menjadi negatif. Perintah Islam tentang kewajiban pekerja terhadap pekerjaan mereka dan majikan memberi mereka motivasi yang kuat untuk bekerja dengan cara yang masuk akal, jujur, dan berbakti (Akhtar, 1993)

3. Modal

Peran modal sangat penting dalam produksi. Umumnya modal digolongkan menjadi modal tetap dan modal kerja. Modal tetap mencakup barang produksi tahan lama seperti bangunan, mesin, peralatan transportasi, dan sebagainya, sedangkan modal kerja mengandung barang produksi sekali pakai, seperti bahan mentah dalam industri (Chaudhry, 2014). Terkait dengan modal dalam bentuk keuangan, maka ajaran Islam memberikan panduan dasar dengan penerapan sistem keuangan syariah. Dalam sistem ini, lembaga keuangan syariah membantu bisnis para pengusaha dengan pembiayaan tanpa bunga (*interest-free financing*). Penggunaan bunga terlarang dalam Islam karena bertentangan dengan semangat keadilan (Akhtar, 1993).

4. Rahmat Tuhan

Karakteristik utama ekonomi Islam adalah terdapat konsep keyakinan terhadap Allah Swt. sebagai Tuhan Maha Penguasa Alam Semesta dan Maha Pemberi. Allah Swt. memberikan nafkah dan penghidupan bagi semua

makhluk-Nya di seluruh alam. Dia menganugerahkan rezeki kepada makhluknya, termasuk manusia dengan menempatkan sumber-sumber yang cukup untuk memenuhi kebutuhannya (Chaudhry, 2014). Keyakinan kepada Tuhan dan Rahmat (kasih sayang)-Nya merupakan tuntutan keimanan bagi seorang Muslim. Rahmat Tuhan menjadi penentu kesuksesan bagi kehidupan manusia di dunia dan akhirat. Peran Rahmat Tuhan dalam mempengaruhi pertumbuhan ekonomi terlihat melalui pendayagunaan ciptaan Tuhan, seperti: matahari, bulan, hujan, lautan, udara, gunung, dan kesuburan tanah. Alquran menceritakan kehancuran bangsa-bangsa seperti kaum 'Ad, Tsamud, dan Saba' yang berakhir kemakmuran dan pertumbuhan ekonominya disebabkan dicabutnya rahmat dan karunia Allah Swt (Akhtar, 1993).

C. Peran Ekonomi Islam dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi

Segenap anugerah Allah Swt. dapat menjadi modal dalam meningkatkan perekonomian. Masyarakat Islam, baik penguasa maupun rakyat dapat mengoptimalkan ciptaan Allah Swt. meliputi sumber daya manusia (SDM) dan sumber daya alam (SDA) dalam rangka memproduksi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan demikian, manusia dapat hidup dengan sejahtera di bumi ini (Sanrego & Taufik, 2016).

Kejahteraan dan kebahagiaan hidup akan dapat diraih selama manusia melakukan membebaskan diri dari kemaksiatan dan berjalan pada nilai-nilai ketaqwaan. Pertumbuhan ekonomi harus berlandaskan nilai-nilai iman,dan ketekunan melepaskan diri dari perbuatan dosa dan kemaksiatan. Namun hal tersebut tidak menafikan

pentingnya eksistensi usaha manusia untuk mengejar kemajuan ekonomi dan melepaskan diri dari kemiskinan yang dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Marthon, 2004).

Berbagai aspek ekonomi penting diangkat sebagai bagian dari sarana manusia dalam memacu pertumbuhan ekonomi. Terkait hal ini, pada prinsipnya Islam mewajibkan setiap Muslim untuk bekerja, sehingga ia memperoleh harta kekayaan (Manan, 2012). Di dalam Alquran, Allah Swt. memerintahkan manusia untuk bertebaran di muka bumi untuk mencari karunia-Nya. Allah Swt. berfirman:

> "Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajahilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan." (QS. Al-Mulk: 15)

Ayat ini mengandung perintah dalam konteks pemberian izin kepada manusia untuk berusaha mengelola bumi berikut dengan segala sumber daya yang ada di dalamnya sehingga menghasilkan kemanfaatan dan kemaslahatan bagi manusia (Suma, 2013). Penghasilan seseorang dari bekerja dapat digunakan untuk mencukupi kebutuhan dirinya dan keluarganya. Penghasilan tersebut nantinya juga dapat menghindarkan seseorang dari mengharap dan meminta-minta kepada sesama manusia atau pun kepada yayasan dan pemerintah (Qardhawi, 2005).

Namun walaupun demikian, Islam sangat menekankan agar dalam bekerja (berbisnis) manusia memilih jalan yang halal, baik dari sisi perolehan maupun pendayagunaannya. Islam melarang praktik bisnis dan wirausaha yang dilakukan dengan cara tipu daya dan curang, mengonsumsi milik oang lain dengan cara batil, tindakan

yang menimbulkan kerusakan, melakukan pemaksaan, dan pelanggaran aturan-aturan syariah lainnya. Oleh karena itu, di dalam Islam diajarkan adanya institusi *hisbah* (pengawas pasar) untuk menjamin tegaknya keadilan, ini menjadi salah satu tanggung jawab pemerintah dalam perekonomian (Manan, 2012).

Marthon (2004) menjelaskan pentingnya aspek stabilitas ekonomi, sosial, dan politik sebagai indikasi pertumbuhan ekonomi. Selain itu, tingginya kegiatan investasi, efisiensi produksi dan urgensi pasar juga turut menentukan keberhasilan perekonomian. Namun seiring perkembangan zaman yang semakin dinamis, sektor ekonomi dalam kehidupan manusia dewasa ini tidak dapat dilepaskan dari keberadaan sektor keuangan. Darsono dan Sakti (2017) menyorot praktik keuangan yang berbasis syariah selama ini telah menjadi motor utama ekonomi syariah yang diyakini dapat menjadi alternatif potensial bagi pengembangan ekonomi yang lebih baik dan *sustainable*.

Paradigma ekonomi dan keuangan syariah yang memiliki karakter non-riba dan non-spekulasi serta adanya implementasi zakat telah mendorong tumbuh dan berkembangnya ekonomi produktif (riil). Secara ekonomi, implementasi sistem zakat akan dapat meningkatkan permintaan agregat dan mendorong harta mengalir ke dalam investasi, pelarangan riba akan menjamin aliran investasi menjadi optimal dan tidak terbendung, sedangkan pelarangan maysir akan memastikan investasi mengalir ke sektor riil untuk tujuan produktif yang akhirnya akan meningkatkan penawaran agregat (Ascarya, 2006).

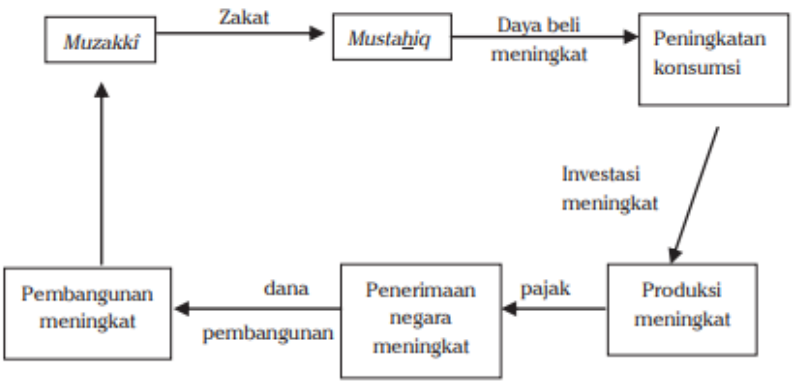
Implementasi zakat sebagai salah satu keuangan sosial menjadi bagian jaminan sosial dalam Islam. Aturan jaminan sosial melalui zakat tidak dikenal dalam paradigma ekonomi Barat (konvensional). Zakat merupakan salah satu

pilar penting dalam Islam yang menunjukkan tekad membebaskan masyarakat dari kemiskinan. Ini disebabkan dalam penetapan sasaran penerima zakat, kaum fakir dan miskin menjadi sasaran utama (Sanrego & Taufik, 2016). Dalam hal ini, sebagaimana diterangkan dalam firman Allah Swt:

> "Sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang miskin, amil zakat, yang dilunakkan hatinya *(muallaf),* untuk (memerdekakan) hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang yang berutang, untuk jalan Allah dan untuk orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai kewajiban dari Allah…" (QS. At-Taubah: 60).

Dampak ekonomi dalam implementasi zakat diantaranya adalah meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Marthon (2004) menerangkan bahwa zakat menyebabkan adanya peningkatan pendapatan bagi kaum fakir dan miskin, yang pada akhirnya meningkatkan konsumsi mereka. Secara teori, adanya peningkatan sektor konsumsi menyebabkan produksi dan investasi juga akan mengalami peningkatan. Dengan demikian, permintaan tenaga kerja juga ikut meningkat, sehingga pendapatan dan kekayaan Masyarakat juga akan mengalami peningkatan. Inilah fenomena sebagai indikasi pertumbuhan ekonomi masyarakat.

Gambar 1. Efek multiplier implementasi zakat



Sumber: (Al Arif, 2016)

Dalam mencapai tujuan pengelolaan zakat diperlukan pengelola (amil) zakat yang profesional dan akuntabel sehingga mampu mendayagunakan zakat sampai pada tahap memberikan efek pengganda yang cukup signifikan dalam perekonomian. Adanya peran amil zakat dalam optimalisasi zakat sebagai mekanisme transfer kekayaan dari golongan yang memiliki kelebihan aset kepada golongan yang mengalami ketiadaan dan kekurangan harta menjadikan zakat dapat menjadi instrument dalam membantu pemerintah untuk mengentaskan kemiskinan (Yusra & Riyaldi, 2020; Al Arif, 2016).

Disamping implementasi zakat, pelarangan riba sebagai pilar ekonomi Islam lainnya juga harus dijalankan. Di dalam Surah al-Baqarah ayat 276 Allah Swt. menegaskan bahwa pelarangan riba dan implementasi zakat dan sedekah harus berjalan agar perekonomian berjalan dengan baik. Allah Swt. berfirman:

> “Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah dan Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa” (QS. Al-Baqarah: 276).

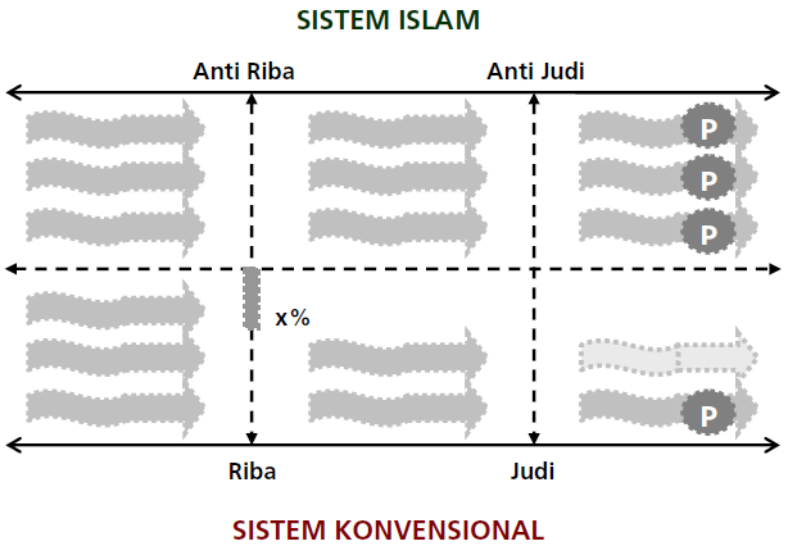
Riba dapat timbul dalam pinjaman *(riba dayn)* dan dapat pula timbul dalam perdagangan *(riba bai’).* Riba *bai’* terdiri dari dua jenis, yaitu riba karena pertukaran barang sejenis, tetapi jumlahnya tidak seimbang *(riba fadl),* dan riba karena pertukaran barang sejenis dan jumlahnya dilebihkan karena melibatkan jangka waktu *(riba nasiah).* Adapun *riba dayn* berarti ‘tambahan’, yaitu pembayaran “premi” atas setiap jenis pinjaman dalam transaksi hutang-piutang maupun perdagangan yang harus dibayarkan oleh peminjam kepada pemberi pinjaman di samping pengembalian pokok, yang ditetapkan sebelumnya. Secara teknis, *riba* berarti pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara batil (Ascarya, 2013). Kekejaman yang terkandung dalam praktik riba terletak pada keuntungan yang diperoleh melalui pembebanan bunga pinjaman yang mencerminkan tindakan eksploitatif terhadap pihak ekonomi lemah oleh kekuatan dan kelicikan pemberi pinjaman. Tentunya tindakan ini dapat menjadi faktor penghambat lancarnya perekonomian (Saeed, 2008). Pada akhirnya riba hanya memperkaya segelintir orang saja (Suma, 2013).

Pelarangan riba secara ekonomis lebih merupakan sebuah upaya untuk mengoptimalkan aliran investasi secara lancara, terutama pada sektor riil. Semakin tinggi tingkat suku bunga, maka semakin besar kemungkinan aliran investasi yang terbendung. Hal ini dapat diumpamakan seperti sebuah bendungan. Semakin tinggi dinding bendungan, maka semakin besar aliran air yang terbendung (Ascarya, 2013).

Dalam mendukung efek positif investasi pada sektor riil, Islam juga melarang praktik bisnis yang mengandung

unsur judi (*maysir*). Pelarangan judi secara ekonomis lebih merupakan sebuah upaya agar aktivitas investasi yang terjadi memiliki korelasi nyata terhadap sektor riil dalam rangka meningkatkan penawaran agregat. Judi dapat dikatakan sebagai suatu bentuk investasi yang tidak produktif karena tidak terkait langsung dengan sektor riil dan tidak memberikan dampak meningkatkan penawaran agregat barang dan jasa. Karena hal inilah, maka judi dilarang dalam Islam (selain alasan moralitas).

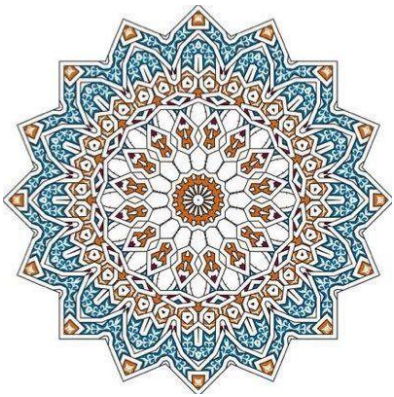
Gambar 2. Dampak Pelarangan Riba dan Judi dalam Melancarkan Investasi yang Produktif pada Sektor Riil



Sumber: (Ascarya, 2013)

Dengan pelarangan riba dan judi dalam Islam, aliran investasi menjadi optimal dan tersalur lancar ke sektor produktif. Sementara itu, dalam sistem konvensional sistem bunga membuat aliran investasi menjadi tidak optimal dan

tidak lancar karena sebagiannya terhambat. Sedangkan dengan tidak adanya pelarangan judi, sebagian investasi tidak tersalur ke sektor produktif.



TANTANGAN DAN HAMBATAN DALAM IMPLEMENTASI EKONOMI ISLAM

A. Landasan Ekonomi Islam

Allah Swt. sudah mengatur semua tentang kehidupan manusia di muka bumi ini. Kehidupan manusia harus sesuai dengan tuntunannya yaitu Alquran, Sunnah, *ijtihad*, dan *qiyas* (Hamid, 2018), baik itu beribadah kepada Allah maupun aturan tentang bermuamalah. Ekonomi merupakan kegiatan manusia dalam bermuamalah kepada sesamanya. Peraturan atau hukum tentang muamalah adalah sah atau halal sampai ada dalil yang menunjukan kebatilan dan keharamannya. Peraturan dari Allah sangat jelas dalam bermuamalah dengan sesama (Taqiyudin, 2020).

Begitu banyak ayat-ayat Alquran yang berbicara tentang muamalah, begitu juga Hadis yang menjelaskan keharaman melakukan muamalah. Walaupun begitu banyaknya aturan yang telah dijelaskan di dalam Alquran, tetapi masih banyak umat Muslim yang tidak memahami

ataupun tidak mau mengikuti aturan yang sudah diatur oleh Allah tentang bermualamah.

Peraturan muamalah seyogianya mengikat umat Muslim (Harisah et al., 2020). Namun, Indonesia yang notabane-nya rumah bagi mayoritas Muslim terbesar di dunia, merupakan negara demokrasi dan bukan negara agamais, sehingga masih sulit dalam menerapkan ekomoni Islam dalam kehidupan sehari-hari. Saat ini, perkembangan Muslim di Indonesia terus mengalami perubahan dari tahun ke tahun, menurut data dari *data books* 10 umat Muslim terbesar di dunia, Indonesia masih menempati peringkat pertama dengan jumlah 240.662.084 disusul negara Pakistan, India, Bangladesh, Nigeria, Mesir, Iran, Turki, Sudan dan Algeria.

Tabel 1. Data Umat Muslim di Dunia

No	Nama negara	Keterangan
1	Indonesia	240.622.084
2	Pakistan	232.068.660
3	India	208.579.639
4	Bangladesh	157.388.430
5	Nigeria	108.545.247
6	Mesir	101.444.938
7	Iran	88.637.730
8	Turki	82.555.183
9	Sudan	46.184.646
10	Algeria	45.150.415

Sumber: Data Books 2023

Ekonomi Islam berbeda dengan ekonomi konvensional. Ekonomi Islam memiliki relevansi yang kuat pada konteks sosial, ekonomi, dan spiritual. Ekonomi Islam tidak hanya mengatur aktivitas ekonomi, tetapi juga membawa nilai-nilai etis, berkeadilan dan moral Islam ke

dalam praktik bisnis dan pengelolaan kekayaan. Salah satu aspek penting dari ekonomi Islam adalah penekanannya pada keadilan sosial. Prinsip-prinsip seperti distribusi kekayaan yang merata dan perhatian terhadap kebutuhan kaum yang lemah dalam masyarakat mendorong terciptanya lingkungan ekonomi yang lebih adil dan inklusif.

Selain itu, ekonomi Islam mendorong distribusi kekayaan yang adil melalui zakat, infak, dan sedekah. Zakat, sebagai salah satu pilar utama dalam ekonomi Islam, tidak hanya berfungsi sebagai kewajiban keagamaan tetapi juga sebagai instrumen untuk menyediakan sumber daya bagi mereka yang membutuhkan, serta menjaga keseimbangan sosial dalam masyarakat.

Prinsip-prinsip etika bisnis juga menjadi landasan yang kuat dalam ekonomi Islam. Bisnis yang dilakukan dalam kerangka ekonomi Islam harus dilakukan dengan integritas, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Ini membantu menciptakan lingkungan bisnis yang sehat, dimana kepentingan bersama dan nilai-nilai moral ditempatkan di atas keuntungan semata.

B. Tantangan Implementasi Ekonomi Islam

1. Permodalan

Modal merupakan hal yang sangat penting bagi perkembangan bisnis untuk para pelaku bisnis, baik usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Halim, 2020) maupun bisnis yang sudah besar sangat membutuhkan modal atau perputaran modal bagi keberlangsungan usahanya. Kurangnya permodalan pada perbankan syariah atau lembaga keuangan syariah lainnya dapat menjadi hambatan (Aryanti et al., 2022) bahkan menjadi masalah yang serius dalam mengembangkan operasional dan menawarkan produk-produk yang kompetitif

(Anjaningrum & Sidi, 2018). Keterbatasan permodalan bisa membatasi kemampuan bank syariah atau lembaga keuangan syariah lainnya untuk menyalurkan pembiayaan kepada sektor-sektor yang membutuhkan (Ilyas, 2018), seperti usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta infrastruktur. Hal ini juga dapat mempengaruhi kemampuan bank syariah atau lembaga keuangan syariah untuk bersaing dengan bank konvensional dalam hal suku bunga yang ditawarkan kepada nasabah dan dalam pengembangan inovasi produk (Muqorobin & Cahyo, 2019). Selain itu, kurangnya permodalan juga dapat membatasi kemampuan bank syariah atau lembaga keuangan syariah untuk memenuhi persyaratan permodalan minimum yang ditetapkan oleh otoritas pengawas keuangan, yang pada gilirannya dapat membatasi pertumbuhan dan ekspansi bank syariah atau lembaga keuangan syariah tersebut. Oleh karena itu, penting bagi bank syariah atau lembaga keuangan syariah untuk terus meningkatkan basis permodalannya melalui berbagai strategi, seperti peningkatan modal saham, peningkatan dana dari nasabah, atau pencarian investor dan pendanaan eksternal yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

2. Sumber Daya Manusia

Kurangnya sumber daya manusia (SDM) dalam ekonomi syariah dapat menjadi masalah yang sangtat serius dalam mengembangkan industri ekonomi Islam secara optimal. Seperti penelitian yang dilakukan penulis (Olivia, 2021) tentang kurangnya sumber daya manusia pada lembaga zakat membuat kurangnya kualitas laporan keuangan lembaga zakat tersebut. Sumber daya manusia yang sudah berpengalaman tidak ada keinginan bekerja di

lembaga zakat dengan sedikitnya penghasilan yang akan diterima, ini yang membuat kurangnya sumber daya manusia yang bisa menyelesaikan permasalahan ekonomi syariah di lembaga zakat.

Keterbatasan jumlah dan kualitas sumber daya manusia yang memahami prinsip-prinsip ekonomi syariah, seperti konsep MAGHRIB atau lebih dikenal dengan *maysir, gharar* dan riba. *Maysir* adalah kegiatan perjudian atau transaksi yang bersifat untung-untungan atau spekulatif. Kegiatan ini sangat dilarang dalam ekonomi Islam, karena Islam melarang judi atau semacamnya yang sangat bertentangan dengan keadilan karena akan ada salah satu pihak yang merasa dirugikan dalam keadaan ini. *Gharar* merupakan kegiatan pertaruhan atau ketidakpastian pada kegiatan yang masih belum jelas bentuk barangnya, sedangkan riba merupakan adanya tambahan dari harga pokok atau modal, yang sangat dilarang karena merupakan perbuatan yang sangat batil.

Kurangnya jumlah SDM yang terlatih dalam ekonomi syariah juga dapat mempengaruhi kapasitas lembaga pendidikan dan pelatihan untuk memenuhi kebutuhan pasar tenaga kerja dalam sektor ini. Ketidakseimbangan antara permintaan dan penawaran SDM yang terampil dalam ekonomi syariah dapat menyebabkan kesenjangan kompetensi yang mempengaruhi produktivitas dan kemampuan sektor ini untuk bersaing secara global.

Untuk mengatasi tantangan ini, perlu adanya investasi yang lebih besar dalam pendidikan dan pelatihan di bidang ekonomi syariah (Zainal, 2019), baik dari pemerintah maupun sektor swasta. Peningkatan jumlah dan kualitas program pendidikan dan pelatihan yang fokus pada ekonomi syariah, serta insentif untuk menarik

individu yang berbakat ke bidang ini, dapat membantu mengatasi kekurangan SDM dan memperkuat industri ekonomi syariah secara keseluruhan. Selain itu, kolaborasi antara lembaga pendidikan, industri, dan pemerintah juga penting untuk memastikan bahwa kurikulum dan program pelatihan mencerminkan kebutuhan pasar tenaga kerja ekonomi syariah secara akurat (Sari & Amri, 2018).

3. Industri Halal

Perkembangan Industri halal dalam beberapa tahun terakhir telah menjadi salah satu sektor penting dalam ekonomi (Cheriatna, 2019). Indonesia memiliki pangsa pasar yang besar untuk barang dan jasa yang memenuhi standar halal (Qoniah, 2022), karena negara Indonesia memiliki populasi Muslim terbesar di dunia (Warto & Samsuri, 2020). Industri makanan dan minuman halal adalah fokus utama sektor ini, dengan berbagai produk seperti daging olahan, makanan ringan, minuman, dan bahan makanan lainnya yang dibuat dan disertifikasi sesuai dengan standar halal.

Saat ini, industri halal telah mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan (Nasution, 2020), bahkan tidak hanya di bidang makanan dan minuman, tetapi juga di bidang kosmetik dan perawatan pribadi. Produk kecantikan seperti sabun, sampo, lotion, dan kosmetik lainnya kini semakin banyak yang memiliki label halal untuk menarik pelanggan Muslim yang semakin sadar akan kehalalannya (Sitompul, 2021).

Pemerintah Indonesia sendiri saat ini terus berupaya mendukung perkembangan industri halal melalui regulasi yang memadai, pelatihan tenaga kerja, dan insentif bagi pelaku industri. Dengan dukungan ini, industri halal di Indonesia memiliki prospek yang cerah untuk terus

berkembang dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian negara. Pemerintah juga melakukan regulasi untuk UMKM harus memiliki label halal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen memakai produk dari UMKM.

Melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama memastikan bahwa implementasi kewajiban sertifikasi halal bagi produk akan dimulai pada 18 Oktober 2024 dan merupakan sebuah langkah strategis dalam rangka mewujudkan Indonesia sebagai pusat industri produk halal dunia. Pemberlakuan Wajib Halal Oktober 2024 merupakan langkah penting bagi upaya kita dalam mewujudkan Indonesia tidak hanya sebagai pasar, tetapi juga sebagai basis produksi industri halal global (BPJPH, 2024).

C. Hambatan dalam Implementasi Ekonomi Islam

1. Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah menjadi sangat penting dalam memberikan pemahaman kepada umat Muslim di Indonesia tentang prinsip-prinsip yang diatur oleh agama dalam bertransaksi. Allah Swt. telah dengan jelas melarang praktik riba dalam bermuamalah, yang mencakup tambahan atau bunga dalam pinjaman. Namun, sayangnya, di Indonesia, praktik riba masih tersebar luas, terutama melalui rentenir dan maraknya pinjaman *online* di berbagai *platform.* Kondisi ini menunjukkan adanya pertumbuhan yang signifikan dari praktik riba di masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan upaya ekstra untuk meningkatkan literasi keuangan, melalui pelatihan, sosialisasi, dan edukasi, agar umat Muslim dapat lebih memahami bahaya riba dan memilih bertransaksi sesuai dengan prinsip syariah yang benar.

2. Dukungan Pemerintah

Dukungan pemerintah dalam meningkatkan kinerja ekonomi syariah di Indonesia saat ini sudah begitu banyak kemajuan. Hal ini tampak dimana pada tahun 2019 pemerintah melakukan merger kepada beberapa bank syariah plat merah yaitu Bank Mandiri Syariah, Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS, Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS) menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Kini, BSI membawa banyak perubahan bagi pergerakan dan kepercayaan umat Muslim untuk menggunakan bank syariah.

Namun, pada sisi lain, pemerintah diharapkan masih tetap bekerja ekstra dalam menghadapi berbagai hambatan dalam mengimplementasikan ekonomi Islam. Beberapa faktor yang dapat menjadi hambatan dari sisi pemerintah itu sendiri antara lain:

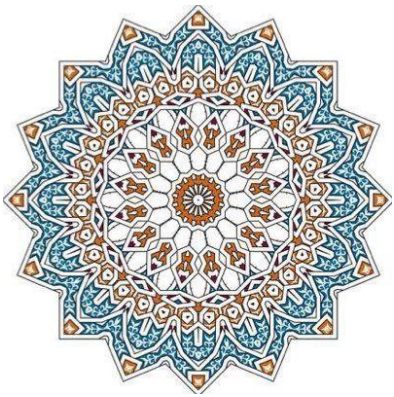
a. Kebijakan yang Tidak Mendukung. Salah satu hambatan utama adalah kebijakan pemerintah yang tidak selaras atau bahkan bertentangan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Misalnya, adanya regulasi yang membatasi atau menghambat operasional lembaga keuangan syariah, atau kebijakan fiskal dan moneter yang tidak mendukung pengembangan ekonomi berbasis syariah.

b. Kurangnya Komitmen Politik. Implementasi ekonomi Islam memerlukan komitmen politik yang kuat dari pemerintah. Namun, terkadang kurangnya kesadaran atau prioritas politik terhadap ekonomi Islam dapat menjadi hambatan dalam mendorong perkembangan sektor ini.

c. Kurangnya Infrastruktur dan Sumber Daya. Pemerintah juga perlu menyediakan infrastruktur dan sumber daya yang memadai untuk mendukung pertumbuhan ekonomi Islam. Hal ini termasuk pengembangan infrastruktur keuangan syariah, pelatihan tenaga kerja, dan promosi industri halal.

d. Ketidakpastian Hukum. Ketidakpastian hukum atau regulasi yang tidak jelas dapat menjadi hambatan serius dalam investasi dan pengembangan ekonomi Islam. Pemerintah perlu memberikan kepastian hukum yang cukup dan regulasi yang transparan untuk mendorong kepercayaan investor dan pertumbuhan sektor ekonomi Islam.

Dengan mengatasi hambatan-hambatan ini dan melalui komitmen yang kuat dari pemerintah, implementasi ekonomi Islam dapat menjadi lebih berhasil dan berkelanjutan. Pemerintah dapat memainkan peran yang strategis dalam membangun lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan ekonomi berbasis syariah.



DAFTAR PUSTAKA

Ab Talib, M. S., & Ai Chin, T. (2018). Halal food standard implementation: Are Malaysian firms proactive or reactive? British Food Journal, 120(6), 1330–1343. https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2017-0366

Ab Talib, M. S., & Zulfakar, M. H. (2023). Sustainable halal food supply chain management in a small rentier halal market. Arab Gulf Sci. Res. https://doi.org/10.1108/AGJSR-11-2022-0251

Abdullah Ali Abdullah Mohammed. (2015). “Business Ethics in Asuransi Syariah Industry: Between Myth and Reality”. *Global Advanced Research Journal of Engineering, Technology and Innovation* (ISSN: 2315-5124) Vol. 4(5) pp. 190-195, May, 2015 Available online http://garj.org/garjeti /index.htm. Global Advanced Research Journals.

Abdullah Amrin (2006). Asuransi Syariah, keberadaaan dan kelebihannya di tengah asuransi konvensional, Elekmediakomputindo, Jakarta.

Abdullah, R., Sabar, R., & Mustafar, M. (2018). Green Halal Supply Chain in Malaysian Halal Food Companies: A Conceptual Framework. 7(5).

Ahmad Ibn Faris. (1998). “Mu’Jam al- Maqayis fi – al lughah”. Bairut: Dar’al-Fikr, 454

Ahmad Warso al-Munawir. (1997). “Kamus Arab Indonesia Terlengkap”. Surabaya: Pustaka progresif, 77

Ajzen, I. (1971). Attitudinal vs. Normative Messages: An Investigation of the Differential Effects of Persuasive Communications on Behavior. Sociometry, 34(2), 263–263. https://doi.org/10.2307/2786416

Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. Human Behavior and Emerging Technologies, 2(4), 314–324. https://doi.org/10.1002/hbe2.195

Akhtar, M. R. (1993). Modelling the Economic Growth of an Islamic Economy. American Journal of Islam and Society, 10(4), 491–511. https://doi.org/10.35632/ajis.v10i4.2474

Akturan, U., & Bozbay, Z. (2018). Attractiveness, Purchase Intention, and Willingness to Pay More for Global Brands: Evidence from Turkish Market. Journal of Promotion Management, 24(6), 737–754. https://doi.org/10.1080/10496491.2017.1408522

Al Arif, M. N. R. (2016). Efek Multiplier Zakat Terhadap Pendapatan Di Provinsi Dki Jakarta. Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics, 4(1). https://doi.org/10.15408/aiq.v4i1.2533

Al Balushi, Y., Locke, S., & Boulanouar, Z. (2019). Determinants of the decision to adopt Islamic finance: evidence from Oman. ISRA International Journal of Islamic Finance, 11(1), 6-26. http://dx.doi.org/10.1108/IJIF-02-2018-0020

Al-Ghazali, A.-I. A. H. M. ibn M. ibn M. ibn A. al-T. al-S. (2013) The Book of The Proprieties of Earning and Living (Kitab Adab al-Kasb wa-al-Ma'ash) Translated by Adi Setia. Kuala Lumpur: Islamic Banking & Finance Institute Malaysia (IBFIM).

Ali, M. H., & Suleiman, N. (2016). Sustainable food production: Insights of Malaysian halal small and medium sized enterprises. International Journal of Production Economics, 181, 303–314. https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2016.06.003

Al-Mazeedi, H. M. M., Al-Teinaz, Y. R., & Pointing, J. (2020). Halal and HACCP: Guidelines for the Halal Food Industry. The Halal Food Handbook, February 2020, 201–206.

Amal, M. A. (2023). Sinergitas Stakeholder Pengembangan Halal Fashion di Indonesia. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 9(03), 4572–4581. https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/10106%0Ahttps://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/10106/4569

Amalina, N., Wani, A. R., & Lestari, D. (2022). Analisis Fashion Muslim Di Era Millenial Dalam Perspektif Islam. Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen, 1(3).

Ambali, A. R., & Bakar, A. N. (2014). People's Awareness on Halal Foods and Products: Potential Issues for Policy-makers. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 121(March 2014), 3–25. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1104

Amsari, S., Amalia, A., Afandi, A., Hayati, I., & Sumatera Utara, U. (2024, September 22). Analysis of the Impact of Halal Tourism on Increasing Economic Growth in North Sumatera Indonesia. The 3rd Economics and Business International Conference 2022. https://doi.org/10.4108/eai.22-9-2022.2337414

Anggadwita, G., Alamanda, D. T., & Ramadani, V. (2020). Halal Label vs Product Quality in Halal Cosmetic Purchasing Decisions. IKONOMIKA, 4(2), 227–242. https://doi.org/10.24042/febi.v4i2.5897

Anjaningrum, W. D., & Sidi, A. P. (2018). Determinants of Competitive Advantage and Creative Industry Performance Determinants of Competitive Advantage and Creative Industry Performance. Jurnal Ekonomi Modernisasi, 14(1), 40–56.

Ansofino, Yolamalinda, Meliza Sari, P., Dahen, L. D., & Rosya, N. (2020). Buku Ajar Ekonomi Pembangunan. Padang: UPGRISBA Press.

Aqbar, K., & Iskandar, A. (2021). Prinsip Tauhid dalam Implementasi Ekonomi Islam. AL-KHIYAR: Jurnal Bidang Muamalah Dan Ekonomi Islam, 1(1), 34-44. doi:https://doi.org/10.36701/al-khiyar.v1i1.446

Arbak, S., Islam, R., & Al Rasyid, H. (2019). Influence of islamic advertising: Ethic violation on customer purchase intention of halal cosmetic products in Malaysia. Humanities and Social Sciences Reviews, 7(3), 671–682. https://doi.org/10.18510/hssr.2019.7398

Arieftiara, D., Nawir, J., & Julianisa, I. A. (2022). Halal Food Certification, Financial Performance, and Sustainability Reporting: Comparative Study of Food and Beverage Firms in Malaysia and Indonesia. AgBioForum, 24(2).

Arif Effendi. (2016). “Asuransi Syariah di Indonesia (Studi Tentang Peluang ke Depan Industri Asuransi Syariah)”. *Wahana Akademika* Volume 3 Nomor 2.

Aryanti, F. P., Nurhalizah, F., & Jannah, H. (2022). Pengaruh Kontribusi Pembiayaan Mikro Modal Kerja di dalam Lembaga Keuangan Perbankan Syariah terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Palembang (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KC Demang). Ekonomis: Journal of Economics and Business, 6(2), 699. https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i2.566

Aryanti, F. P., Nurhalizah, F., & Jannah, H. (2022). Pengaruh Kontribusi Pembiayaan Mikro Modal Kerja di dalam Lembaga Keuangan Perbankan Syariah terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Palembang (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KC Demang). Ekonomis: Journal of Economics and Business, 6(2), 699. https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i2.566

Ascarya. (2013). Akad dan Produk Bank Syariah. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Asmak Ab Rahman, Wan Marhaini Wan Ahmad, Ahmad Hidayat Buang. (2011). “Can a Asuransi Syariah company reinsure with a reinsurance company?”. *African Journal of Business Management* Vol. 5(30): 11768-11778. Available online at http://www.academicjournals.org/ AJBM DOI: 10.5897/AJBM10.043 ISSN 1993-8233 ©2011 Academic Journals.

Auly Salzabilla Suherlan, C., Mu’nisah Anggraeni, N., Vania Zhafira, A., & Sri Susilawati, P. (2022). Penerapan Etika Pemasaran Bisnis Syariah Dalam Melaksanakan Bisnis Online Shop yang Sesuai dengan Syariat Islam. Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 5(3), 1037–1044. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i3.1474

Aun, S. R. O. I. B. A. M. (2016). Public Finance And Islamic Capital Market: Theory and Application. Palgrave Macmillan.

Ayu, D. and Anwar, S. (2022) ‘Etika Bisnis Ekonomi Islam dalam Menghadapi Tantangan Perekonomian Di Masa Depan’, Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam, 07(01), pp. 52–61.

Ayyagari, M., Demirgüç-Kunt, A. & Maksimovic, V., (2011). Small vs. young firms across the world: contribution to employment, job creation, and growth. World Bank Policy Research Working Paper, (5631).

Aziz, M. A. et all. (2022). Peluang dan Tantangan Industri Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam - IAIN Lhokseumawe.

Azman Mohd Noor, Muhammad Abd Hadi. (2016). “Cooperative Asuransi Syariah for Non-Banking

Financial Institutions: Islamization of SOCSO in the case of Malaysia". *Intellectual Discourse, Special Issue* 459–476. Copyright © IIUM Press ISSN 0128-4878 (Print); ISSN 2289-5639

Aznan Hasan. (2011). Syariah Issues in The Operation of ReAsuransi Syariah and Reinsurance: A Preliminary Exploration From Syariah Perspective. IIUM Law Journal Vol. 19 No. 2.

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). (2023). "Termasuk bagi Produk Halal Self Declare, BPJPH Inisiasi Pengawasan Terpadu untuk Pastikan Kualitas Produk Halal. https://bpjph.halal.go.id/detail/termasuk-bagi-produk-halal-self-declare-bpjph-inisiasi-pengawasan-terpadu-untuk-pastikan-kualitas-produk-halal (diakses 25 April 2024).

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). (2024a). "BPJPH Tegaskan Wajib Halal Oktober 2024 Langkah Strategis untuk Wujudkan Indonesia Pusat Industri Halal Dunia". https://bpjph.halal.go.id/detail/bpjph-tegaskan-wajib-halal-oktober-2024-langkah-strategis-untuk-wujudkan-indonesia-pusat-industri-halal-dunia (diakses 25 April 2024).

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). (2024b). "Dukung Wajib Halal Oktober 2024, Menparekraf Kick Off Kolaborasi Akselerasi Sertifikasi Halal Produk Makanan-Minuman di Destinasi Wisata". https://bpjph.halal.go.id/detail/dukung-wajib-halal-oktober-2024-menparekraf-kick-off-kolaborasi-akselerasi-sertifikasi-halal-produk-makanan-

minuman-di-destinasi-wisata-1 (diakses 25 April 2024).

Baitul Maal Hidayatullah. (n.d.). Mengelola Harta Kekayaan Sesuai Syariat Islam, Bagaimana Caranya? Retrieved from https://bmh.or.id/harta-kekayaan/

Bakhri, B. S. (2011). Sistem Ekonomi Islam dalam Perbandingan. Al-Hikmah: Jurnal Agama dan Ilmu Pengetahuan, 8(1), 42–49.

Bank Indonesia. (2021). Mewujudkan RI Pusat Ekonomi Syariah Dunia. Majalah Bank Indonesia Bicara, 64.

Bazza, M. I., Maiwada, B. Y., & Daneji, B. A. (2014). Islamic financing: A panacea to small and medium scale enterprises financing problems in Nigeria. European Scientific Journal, 10(10), 432–444.

Beck, T. (2013). Bank financing for SMEs–lessons from the literature. National Institute Economic Review, 225(1), 23–38.

Beck, T., & De La Torre, A. (2007). The basic analytics of access to financial services. Financial markets, & instruments, 16(2), 79-117. https://doi.org/10.1111/j.1468 0416.2007.00120.x

Beck, T., & Demirguc-Kunt, A. (2006). Small and medium-size enterprises: Access to finance as a growth constraint. Journal of Banking and Finance, 30(11), 2931 2943.

Beck, T., Demirgüç-Kunt, A. and Maksimovic, V. (2008). Financing patterns around the world: are small firms different? Journal of Financial Economics, 89(3), 467 487.

Beekun, R. I. (1997) Islamic Business Ethics. Virginia: The INternational Institute of Islamic Thought.

Bertens, K. (2007) Etika. Kesepuluh. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Bouaziz Cheikh. (2013). “Abstract to Islamic Insurance (Asuransi Syariah)”. *Insurance and Risk Management*, vol. 81(3-4), 291-304

BPS. (2023). Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara.

Center, I. H. L. & Dinar Standard. (2022). In Halal Markets Report 2021 / 2022 (pp. 1–118).

Chaudhry, M. S. (2014). Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar. Jakarta: Kencana.

Cheriatna. (2019). Laris Manis Bisnis Wisata Halal. Gema Insani Press, 42(1), 107–110.

Cheriatna. (2019). Laris Manis Bisnis Wisata Halal. Gema Insani Press, 42(1), 107–110.

Choudhury, M. A. (2006). What is the scope of Islamic economics and finance. Journal of Islamic Economics and Finance, 2(1), 1-42.

Citaningati, P. R., Rahman, I., Rusgianto, S., & Kamaluddin. (2023). Short-Term and Long-Term Causality of the Tourism Sector on Economic Growth During the Covid-19 of OIC Member Countries. Ijtima’iyya: Journal of Muslim Society Research, 8(1), 43–62. https://doi.org/10.24090/ijtimaiyya.v8i1.6992

Crane, A. and Matten, D. (2016) Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization. Fourth. Oxford University Press.

CresentRating. (2019). Global Muslim Travel Index 2019.

CresentRating. (2023). Global Muslim Travel Index 2023. https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2023.html

Darsono, & Sakti, A. (2017). Dinamika Produk dan Akad Keuangan Syariah di Indonesia. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Dedy Mainata, Angrum Pratiwi (2019). Pengaruh Pertumbuhan Asuransi Syariah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. International Journal Ihya 'Ulum Al-Din. Vol 21 No. 1.

Didin Hafidhudin. (1998). "Panduan Praktis Tentang Zakat, Infak, Sedekah. Jakarta: Gema Insani. 14-15

Dimas Andhio Sunaryo, Rahmatina Awaliah Kasri. (2022). Hubungan Industri Keuangan Syariah dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. Jurnal Pendidikan Tambusai, Volume 6 Nomor 2 Tahun.

Direktorat Pemberdayaan Zakat dan Wakaf, Kemenag RI (2022). "Modul Literasi Zakat"

Diwanti, D. P., & Wijayanto, S. A. (2023). Analisis Literasi Wisata Halal Destinasi Lombok Nusa Tenggara Barat. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 9(2), 2099. https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8716

Edi Hariyadi.(2017)."Peran Agen Asuransi Syariah Dalam Meningkatkan Pemahaman Masyarakat Tentang Asuransi Syariah". *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah.* Vol. 5. No.1: 19-37, ISSN (cet): 2355-1755 | ISSN (online): 2579-6437

Efendi, N., Nurhasanah, N., & Saripudin, U. (2022). Etika dalam kepemilikan dan pengelolaan harta serta dampaknya terhadap ekonomi Islam. Fair Value:

Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan, 5(1), 310–316. doi:https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i1.1897

Fakhry, M. (1991). Ethical Theories in Islam. Leiden: E. J. Brill.

Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No.21/DSN-MUI/X/2001, Tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah.

Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No: 53/DSN-MUI/III/2006, tentang Akad Tabarru pada Asuransi Syariah.

Febri Nur Rahmawati, Hindun Asmarani, Ilma Asriningtyas, Agus Eko Sujianto. (2023). Penguatan Pertumbuhan Ekonomi Melalui Asuransi Syariah di Indonesia. Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA) Vol.1, No.2.

Febriani & Sa'diyah. (2021). Exploring Islamic Leadership on SME Performance: Mediated By Innovative Work Behavior and Financial Technology. Journal of Applied Management (JAM) Volume 19 Number 3, September 2021 DOI: http://dx.doi.org/ 10.21776/ub

Furqani, H. (2019). What is Islamic economics? The view of Muhammad Baqir al-Sadr. Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam, 5(2), 63-71. doi:http://orcid.org/0000-0001-8296-8469

Garamatan, M. Z., & Ayuniyyah, Q. (2021). Pentingnya dan Kewajiban Ekonomi Syariah Di Indonesia. Diversity: Jurnal Ilmiah Pascasarjana, 1(1). doi: https://doi.org/10.32832/djip-uika.v1i1.4359

Garg, P., & Joshi, R. (2018). Purchase intention of "Halal" brands in India: The mediating effect of attitude. Journal of Islamic Marketing, 9(3), 683–694. https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2017-0125

Ghazali, E. M., Mutum, D. S., Waqas, M., Nguyen, B., & Ahmad-Tarmizi, N. A. (2022). Restaurant choice and religious obligation in the absence of halal logo: A serial mediation model. International Journal of Hospitality Management, 101(November 2021), 103109–103109. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103109

Ghina Fadhilah, F., Pertiwi Widyastuti, I., & Fawwaz Syafiq Rizqullah, M. (2020). Wisata Halal Aceh sebagai Instrumen Peningkatan Perekonomian Indonesia dalam Menggandeng Wisatawan Mancanegara. Gorontalo Development Review, 3(1).

Golnaz, R., Zainalabidin, M., Mad Nasir, S., & Chiew, E. F. (2010). Non-Muslims' awareness of Halal principles and related food products in Malaysia. International Food Research Journal, 17, 667–674.

Griffin, R. W. and Ebert, R. J. (2008) Business. 8th edn. New Jersey: Prentice-Hall.

H. Abdul Jalil; Rigita Febriyanti; H. Ahmad Luthfi. (2021). Analisis Peran Asuransi Syariah Pada Perekonomian Indonesia. Al-Mizan: Jurnal Ekonomi Syariah e- ISSN: 2656-968X, p-ISSN: 2685-4228 Volume 4, Edisi II. Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam An-Nadwah Kuala Tungkal Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi.

Haeruddin, N., Wahida, A., & Maming, R. (2023). Peran Media Sosial dan E-Commerce bagi UMKM dalam Meningkatkan Volume Penjualan. Jesya, 6(1), 625–637. https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.962

Haleem, A., Khan, M. I., & Khan, S. (2021). Conceptualising a framework linking halal supply chain management

with sustainability: An India centric study. J. Islam. Mark., 12(8), 1535–1552. https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2019-0149

Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan, 1(2), 157–172. https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39

Hamid, A. (2018). Teori Konsumsi Islam dalam Peningkatan Ekonomi Umat. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, 3(2), 204–216.

Handayani, Li. (2018) 'Nilai-Nilai Ekonomi Dan Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam', El-Iqtishad: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah, 2(1), pp. 14–25.

Hariani, D., & Hanafiah, M. H. (2024). The competitiveness, challenges and opportunities to accommodate the Halal tourism market: a Sharia-law tourism destination perspectives. Journal of Islamic Marketing, 15(3), 919–942. https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2023-0147

Harisah, Rahmah, K., & Susilawati, Y. (2020). Konsep Islam Tentang Keadilan Dalam Muamalah. Syar'ie, 3(2), 172–185.

Harjadi, D., & Kartika, N. E. (2021). Islamic Marketing Strategy in Building Indonesia'S Halal Business Ecosystem. International Journal of …, 2021(3), 1225–1237.

Hasan, A. S., & Hamdi, B. (2022). Perkembangan dan Tantangan Halal Fashion Indonesia Dalam Menjadi Produsen Utama Industri Halal Global. Al-Azhar

Journal of Islamic Economics, 4(2), 71–83. https://doi.org/10.37146/ajie.v4i2.134

Hasan, M., & Azis, M. (2018). Pembangunan Ekonomi & Pemberdayaan Masyarakat Edisi Kedua. Makasar: CV. Nur Lina.

Hasan, Z. (2016). Nature and significance of Islamic economics. Journal of Economic and Social Thought, 3(3), 400-416.

Hasoloan, A. (2018) 'Peranan Etika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis', Jurnal Warta, 57, pp. 1–10.

Hendriyani, I. G. A. D. (2023, March 17). Potensi Wisata Halal Dorong Pengembangan Ekonomi Kreatif di Semarang. Kemenparekraf.Go.Id. https://kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menparekraf-potensi-wisata-halal-dorong-pengembangan-ekonomi-kreatif-di-semarang

Hidayat, P. A. (2024). Aktualisasi Ijtihad Dalam Permasalahan Ekonomi Di Era Digitalisasi. Konferensi Nasional Ekonomi, Bisnis dan Studi Islam, 1.

Http://cies.feb.ub.ac.id/peta-jalan-industri-halal-indonesia-peluang-tantangan-dan-strategi/

https://ejournal.yana.or.id/index.php/ekonom/article/view/768

Https://unida.ac.id/artikel/perkembangan-industri-halal-potensi-dan-strategi-pengembangan

https://www.bi.go.id/id/edukasi/pages/buku-ekosistem-industri-halal.aspx

https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/pages/sp_2427122.aspx

Ilyas, R. (2018). Analisis Sistem Pembiayaan Pada Perbankan Syariah. Adzkiya: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah, 6(1), 1–18. https://doi.org/10.32332/adzkiya.v6i1.1167

Indika, M., & Marliza, Y. (2019). Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Mengatasi Kemiskinan di Kecamatan Tugumulyo Kabupaten Musi Rawas. Journal Management, Business, and Accounting, 18(3), 49–66.

Iqbal, Muhaimin. 2005. Asuransi Umum Syariah Dalam Praktik. Upaya Menghilangkan *Gharar*, *Maisir* dan Riba. Jakarta. Gema Insani Press

Irewati, A., & Nufus, H. (2024). Indonesia's Efforts in Developing Halal Tourism through the Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle (IMT-GT). Suvannabhumi: Multidisciplinary Journal of Southeast Asian Studies, 16(1), 229–269. https://doi.org/10.22801/svn.2024.16.1.229

Irwan, M. (2021). Kebutuhan dan Pengelolaan Harta dalam Maqashid Syariah. Elastisitas : Jurnal Ekonomi Pembangunan,, 3(2), 160-174.

Jajang, A., Mahri, W., Cupian, |, Nur, M., Al Arif, R., Arundina, T., & Widiastuti, T. (2020). Ekonomi Pembangunan Islam. KNEKS.

Jannah, S. M., & Al-Banna, H. (2021). Halal Awareness And Halal Traceability: Muslim Consumers' And Entrepreneurs' Perspectives. Journal of Islamic Monetary Economics and Finance, 7(2), 285–316. https://doi.org/10.21098/jimf.v7i2.1328

Kadir, S. (2023). Peluang Industri Fashion Halal Di Indonesia: (Model Pengembangan dan Strategi). AL-IQTISHAD: Jurnal Ekonomi, 15(1), 142–160. https://doi.org/10.30863/aliqtishad.v15i1.4208

Kandasamy, K., Lee, S., & Jer, N. S. (2018). Understanding Financing through the Lens of Small and Medium Enterprises (SMEs). In Financial Stability and Payment Systems Report 2018. Kuala Lumpur: Bank Negara Malaysia. https://www.bnm.gov.my/files/publication/fsps/en/2018/cp02_001_box.pdf

Kasekende, L. and Opondo, H. (2003), “Financing small and medium-scale enterprises (SMEs): Uganda’s experience”, Working Paper WP/03/01, Bank of Uganda.

Kasri, R. A., Ahsan, A., Widiatmoko, D., & Hati, S. R. H. (2021). Intention to consume halal pharmaceutical products: Evidence from Indonesia. Journal of Islamic Marketing. https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2021-0192

Kemenparekraf. (2022, April 22). Persiapan Pengembangan Halal Tourism dan Muslim Friendly di Indonesia. . Kemenparekraf.Go.Id. https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/persiapan-pengembangan-halal-tourism-dan-muslim-friendly-di-indonesia

Khan, M. I., Haleem, A., & Khan, S. (2022). Examining the link between Halal supply chain management and sustainability. Int. J. Product. Perform. Manage., 71(7), 2793–2819. https://doi.org/10.1108/IJPPM-07-2019-0354

KNEKS. (2020). Laporan Perkembangan Pariwisata Ramah Muslim Daerah.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management. In Pearson Education, Inc., publishing as Prentice Hall (p. 812). https://doi.org/10.1017/cbo9781139174749.022

Kurnia Yahya, Y., Uzair, A., & Rofiqo, A. (2022). Indonesian Policy on Muslim Friendly Tourism: A Geopolitical Overview. JOCRISE: Journal of Critical Realism in Socio-Economics, 1(1).

Kurniawati, D. A., & Savitri, H. (2020). Awareness level analysis of Indonesian consumers toward halal products. Journal of Islamic Marketing, 11(2), 531–546. https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2017-0104

Kusumaningtyas, Menur; Prasetyo, A. (2022). Serial Pemasarn Islam Pariwisata Halal (1st ed.). Zifatama Jawara.

Lioudis, N. (2024) The Collapse of Lehman Brothers: A Case Study, Investopedia. Available at: https://www.investopedia.com/articles/economics/09/lehman-brothers-collapse.asp (Accessed: 20 April 2024).

M. Syakir Sula, (2004). Asuransi Syariah Konsep dan Sistem Operasional. Gema Insani Press, Jakarta.

Machmud, A., & Hidayat, Y.M. (2020). Characteristics of Islamic entrepreneurship and the business success of SMEs in Indonesia. Journal of Entrepreneurship Education Volume 23, Issue 2.

Mahmud, R., & Rahmah, A. S. (2023). Relevansi Berhijab Terhadap Pembentukan Perilaku Muslimah. Studia

Quranika, 7(2), 257–284. https://doi.org/10.21111/studiquran.v7i2.9670

Maier, C., & dkk. (2015). Teknologi informasi sebagai pemicu stres sehari-hari: menemukan penyebab kelelahan. *Musim Semi 6 Januari 2015* .

Majid, M. S. A. (2018). Krisis Ekonomi dan Solusinya dalam Perspektif Islam : Analisis Krisis Ekonomi Global 2008 Krisis Ekonomi dan Solusinya dalam Perspektif Islam : Analisis Krisis Ekonomi Global 2008. Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam, July. https://doi.org/10.24815/jped.v1i2.6547

Manan, A. (2012). Hukum Ekonomi Syariah dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama. Kencana.

Marthon, S. S. (2004). Ekonomi Islam di Tengah Krisis Global. Jakarta: Zikrul Hakim.

Maskuroh, N. (2023). Development Model in Economic Growth: Dynamic Cycle on Halal Tourism. Quality - Access to Success, 24(193), 76–84. https://doi.org/10.47750/QAS/24.193.09

Maslihatin, A., & Riduwan, R. (2020). Analisis Kepatuhan Syariah pada Bank Syariah: Studi Kasus Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah), 4(1), 27–35. https://doi.org/10.32483/maps.v4i1.47

Md. Aminul. (2011). Factors Affecting Business Success of Small & Medium Enterprises (SMEs) in Thailand Asian Journal of Social Science · April 2011

Melisa, & Lailatul Khikmawati. (2021). Optimalisasi Potensi Industri Halal Di Indonesia Melalui Peran Pasar Modal

Syariah. Al-Iqtishod : Jurnal Ekonomi Syariah, 3(1), 63–74. https://doi.org/10.51339/iqtis.v3i1.250

Mohammad Daud Ali (1988). “Sistem Ekonomi Islam: Zakat dan Wakaf”. Jakarta: UI Press, 23

Mohezar, S., Zailani, S., & Zainuddin, Z. (2016). Halal cosmetics adoption among young Muslim consumers in Malaysia: Religiosity concern. Global Journal Al-Thaqafah, 6(1), 47–59. https://doi.org/10.7187/GJAT10220160601

Mughnii Kahila Shanty, Afif Zaerofi. (2024). Peran Asuransi Syariah dalam Membangun Rantai Nilai Halal. Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah Vol. 6. Institut Agama Islam Tazkia Bogor.

Muhammad (2002). Zakat Profesi: Wacana Pemikiran Dalam Fiqih Kontemporer. Jakarta: Salemba Diniyyah, 20

Muhammad (2004) Etika Bisnis Islami. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

Muhammad Baltaji Hasan. (1983). '"Uqud al-Ta'min min Wijhah al-Fiqh al-Islami", *Mausu'ah al-'Ilmiyah Li al-Bunuk al-Islamiyah*, al-Mujalad al-Shar'i al-Shani : al-Ta'min al-Ijtima'i fi al-Islam, 133-134

Muhammad Syafii Antonio. (2015). Bank Syariah dari Teori ke Praktik, Gema Insani-Tazkia Cendekia, Depok.

Muhmad. S.N et.al. (2020). Islamic Financing For Small Medium Enterprises: Challenges And Opportunities. Global Business Management Review: Vol. 12 Number 2 December 2020: 50-64

Muqorobin, A., & Cahyo, E. N. (2019). Parameter Pengembangan Produk-Produk Perbankan Syariah Dengan Pendekatan Maqasid Syariah (Studi Kasus di

Perbankan Syariah Kabupaten Ponorogo). Islamic Economics Journal, 5(2), 273. https://doi.org/10.21111/iej.v5i2.4004

Musa, M. A. et al. (2020) 'Islamic business ethics and practices of Islamic banks Perceptions of Islamic bank employees in Gulf cooperation countries and Malaysia', JIABR : Journal of Islamic Accounting and Business Research, 11(5), pp. 1009–1031. doi: 10.1108/JIABR-07-2016-0080.

Muslim, A. W. (2018). Pengaruh Media Sosial, E-Service Quality dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Oleh Gaya Hidup. JBRM: Jurnal Bisnis Riset Dan Manajemen, 6(2). https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jrbm/article/view/19697

Mustafa Ahmad al-Zarqa'. (1980). *Nizam al-Ta'min* (Beirut: Muasasah al-Risalah, 1984), cet. I, 99. Abd al-Sami' al-Masri, *al-Ta'min al-Islami bain al-Nazariyah wa al-Tatbiq* (Kairo: Maktabah Wahbah), cet. I, 14

Nasrullah, A. (2018). Analisis Potensi Industri Halal Bagi Pelaku Usaha di Indonesia. AT-TAHDZIR : Jurnal Studi Islam Dan Muamalah, 6(1), 50–78.

Nasution, L. Z. (2020). Penguatan Industri Halal bagi Daya Saing Wilayah: Tantangan dan Agenda Kebijakan. Journal of Regional Economics Indonesia, 1(2), 33–57. https://doi.org/10.26905/jrei.v1i2.5437

Ngah, A. H., Zainuddin, Y., & Thurasamy, R. (2015). Barriers and enablers in adopting of Halal warehousing. Journal of Islamic Marketing, 6(3), 354–376. https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2014-0027

Nidia, C., & Suhartini, R. (2020). Dampak Fast Fashion Dan Peran Desainer Dalam Menciptakan Sustainable Fashion. E-Journal, 09(2), 157–166.

Noviantoro, K. M., & Zurohman, A. (2020). Prospek Pariwisata Syariah (Halal Tourism): Sebuah Tantangan di Era Revolusi Industri 4.0. EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah, 8(2). https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21043/equilibrium.v8i2.8160.

Nugraheni, P., Alhabsi, S. M. and Rosman, R. (2024) 'A Framework to Improve the Implementation of Business Ethics in Islamic Business Organitations', PETITA : Jurnal Kajian Ilmu Hukum dan Syariah, 9(1), pp. 185–211. doi: 10.1108/17538390911006340/full/html>.ibid.

Nurlaeli, I., & Sarpini, S. (2022). Peningkatan Financial Literacy dan Implementasi Sistem Ekonomi Syariah bagi Guru Ekonomi dan Pegawai Lembaga Keuangan Syariah (BMT) di Sokaraja Banyumas. Jurnal Literasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat, 1(2), 91–102. https://doi.org/10.61813/jlppm.v1i2.11

OECD (2017), "Enhancing the contributions of SMEs in a global and digitalised economy", inMeeting of the OECD Council at Ministerial Level, https://www.oecd.org/mcm/documents/C MIN-2017-8-EN.pdf.

OJK (2022). Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia

OJK (2023). Statistik IKNB Syariah per April 2023

Olivia, H. (2021). Determinan Kualitas Laporan Keuangan Baznas di Sumatera Utara. Repository.Uinsu.Ac.Id, 221.

Olivia, H., Astuty, W., & Farizki, A. A. (2023). The effect of sharia financial literacy, trust on the decision to use a digital wallet. Journal of Islamic, Social Economic and Development, 8(55), 409–418. ised.com/archived.asm?dataid=538&iDisplayStart=0&aaSorting=&isSearchDetail=1&dataidExtend=6225&iDisplayStartExtend=0&aaSortingExtend=&isSearchDetailExtend=1

Olivia, H., Namira, A., & Sijauta, D. (2022). Kemampuan Literasi Muzakki Dan Penerapan Psak 109 Dalam Kepercayaan Untuk Berzakat Pada Organisasi Pengelola Zakat (OPZ). Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah.

Olivia, H., Rahayu, S., Suginam, S., & Aisyah, N. (2022). Literasi Keuangan Syariah Dan Pelatihan Psak 105 Bagi Pelaku Umkm Koperasi Syariah Sumatera Utara. Altafani, 1(2), 138–146. https://jurnal.ishlahiyah.ac.id/index.php/altafani/article/view/66

Omar, E. N., Jaafar, H. S., & Osman, M. R. (2019). Halal supply chain: Assessing the Islamic values of the poultry industry. Int. J. Supply Chain Manag., 8(2), 1191–1199.

Oni Sahroni. (2019). “ Fiqih Zakat Kontemporer”. Depok : raja Grafindo

Ostmeier, E., & Strobel, M. (2022). Membangun keterampilan dalam konteks transformasi digital: Bagaimana kematangan digital industri mendorong

pengembangan keterampilan proaktif. *Jurnal Riset Bisnis volume 139 halaman 718-730* .

Pambekti, G. T., Nugraha, S. S., & Yusfiarto, R. (2023). Muslim Women Switching Intention To Halal Cosmetic: Push-Pull-Mooring Model Aplication. Journal of Islamic Monetary Economics and Finance, 9(2). https://doi.org/10.21098/jimf.v9i2.1633

Perekonomian, k. K. B., & indonesia, R. (2021). Pemerintah Siap Wujudkan Indonesia Sebagai Pusat Produsen Halal Dunia. Siaran Pers. https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3500/pemerintah-siap-wujudkan-indonesia-sebagai-pusat-produsen-halal-dunia

Poerwadarminta, W. J. S. (1999) Kamus Umum Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.

Pratiwi, A. A. and Kurniawan, T. (2022) 'Peranan Etika Bisnis dalam Perusahaan Maspion', SINOMIKA JOURNAL, 1(2), pp. 89–94.Suwito (2004) Filsafat Pendidikan Akhlak Ibn Miskawaih. Yogyakarta: Belukar.

Prawiro, A. (2022). Halal Tourism in Lombok: Harmonization of Religious Values and Socio-Cultural Identity. Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam, 11(2), 322. https://doi.org/10.22373/share.v11i2.14905

Puteri, dkk. (2016). "Asuransi Syariah: A review on performance, issues and challenges in Malaysia". *Journal of Scientific Research and Development* 3 (4),:71-76.

Putri, T. S. (2023). Comparing The Concept Of Halal Tourism in Indonesia and Turky Using Aces Crescenrating Model. Jurnal Pariwisata Nusantara (JUWITA), 2(3),

12–24. https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/juwita/article/view/8146/2964

Qardhawi, Y. (2005). Spektrum Zakat. Jakarta: Zikrul Hakim.

Qoniah, R. (2022). Tantangan dan Strategi Peningkatan Ekspor Produk Halal Indonesia di Pasar Global. Halal Research Journal, 2(1), 52–63. https://doi.org/10.12962/j22759970.v2i1.246

Rachman, A., Faluthamia, M. A., Said, M., & Haura, A. (2022). The Urgency of Halal Tourism Literacy in Responding to Rejection of Halal Tourism in Indonesia. Afkaruna: Indonesian Interdisciplinary Journal of Islamic Studies, 18(1). https://doi.org/10.18196/afkaruna.v18i1.12770

Rachmawati, E., Suliyanto, & Suroso, A. (2022). A moderating role of halal brand awareness to purchase decision making. Journal of Islamic Marketing, 13(2), 542–563. https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2020-0145

Rachmiatie, A., Rahmafitria, F., Suryadi, K., & Larasati, A. R. (2022). Classification of halal hotels based on industrial perceived value: a study of Indonesia and Thailand. International Journal of Tourism Cities, 8(1), 244–259. https://doi.org/10.1108/IJTC-04-2021-0063

Rahmatullah. (2023). Implementation of Halal Tourism in Lombok Island (Study on the Compliance of Tourism Actors with the Halal Tourism Regulation). Ijtimā Iyya Journal of Muslim Society Research, 8(1), 95–116. https://doi.org/10.24090/ijtimaiyya.v8i1.7199

Rahmawati, Y. D. (2015). Peran Fashion Muslim Terhadap Permintaan Tenaga Kerja Di Kota Malang (Studi Pada

Bisnis Fashion Muslim Melalui Butik Fashion Muslim di Kota Malang) JURNAL ILMIAH Disusun oleh.

Rahmiyanti, D. (2018). Implementasi Keadilan dalam Pembangunan Ekonomi Islam. Al-Buhut, 14(2), 53–68. doi:https://doi.org/10.30603/ab.v14i02.892

Ramadhan, M. T., & Mansah, A. (2023). Pengaruh Ekonomi Syariah Dalam Menghadapi Perkembangan Zaman di Indonesia. 1(2), 32–49.

Ramadhan, M.T & Sukmana R (2019). Peran Bank Wakaf Mikro Dalam Penguatan Modal dan Pemberdayaan Usaha Mikro di Surabaya. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan Vol. 6 No. 11 November 2019: 2172-2184.

Riski, M. R. A. P., & Shauqi, S. A. K. (2023). Analisis Pengaruh Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dan Lembaga Pembiayaan Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun 2015-2021. IHTIYATH : Jurnal Manajemen Keuangan Syariah, 7(1), 51–65. https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v7i1.5424

Riyadi, S., & Hilyatin, D. L. (2021). Transformasi ekonomi islam dalam sistem ekonomi kerakyatan. Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah, 6(1), 43-56. doi:http://dx.doi.org/10.24235/jm.v6i1.8100

Saarinen, J. (2018). Tourism and geopolitics: issues and concepts from central and Eastern Europe. Journal of Sustainable Tourism, 26(1), 170–172. https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1400786

Sabiu et.al. (2021) Impact Of Islamic Banking Inclusion On Sme Employment Growth In Nigeria. Journal of Islamic Monetary Economics and Finance, Vol. 7, No.1 (2021), pp. 77 - 106 p-ISSN: 2460-6146, e-ISSN: 2460-6618

Sadeq. (1989). Factor Pricing and Income Distribution in Islamic Perspective (Sadeq). Islamic Economics, 2(1).

Saeed, A. (2008). Bank Islam dan Bunga. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Salfitra, A., Hasanah, A. I., & Kurniawan, R. R. (2021). Keadilan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. OSF Preprints, 9.

Samina Riaz. (2009). “Car Islamic Insurance- Influence of Age, Education & Income in Pakistan and U.A.E: A Comparative Study”. *International Review of Business Research Papers* Vol. 5 No. 4: 457-467.

Sanrego, Y., & Taufik, M. (2016). Fiqih Tamkin (Fikih Pemberdayaan). Jakarta: Qisthi Press.

Saputri, O. B. (2020). Pemetaan potensi indonesia sebagai pusat industri halal dunia. Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 5(2), 23–38. http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/article/view/5127/4010

Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan), 4(2), 137–146.

Sari, N., & Amri, A. (2018). Peran sumber daya manusia (SDM) dalam perkembangan perbankan syariah: sebuah analisis kualitas dan kinerja pegawai. Ijtihad : Jurnal Wacana Hukum Islam Dan Kemanusiaan,

18(2), 227. https://doi.org/10.18326/ijtihad.v18i2.227-249

Saudah, Noer. (2023). Perspektif dan Peran Sertifikasi Halal Sangat Penting dalam Memperkuat Ekosistem Halal bagi Pelaku UMKM di Indonesia. Universitas Airlangga. Pusat Halal.

SESRIC. (2018). New Directions in the Tourism Sector: Islamic Tourism in the OIC Countries.

Setiawan, R. D. (2017). Peran UMKM Dalam Upaya Pemberantasan Pengangguran dan Kemiskinan: Pelajaran Dari Penerapan JATIMNOMICs Di Blitar. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, 5(2), 1 18.

Sherafat Ali Hashmi (1987). "Management Of Waqaf Past and Present" dalam Management and Development of Awqaf Properties, proceding of seminar. Jeddah: Islamic Research and Training Institude, 19

Siddiqui, S. A. (2011). Defining economics and Islamic economics. Review of Islamic economics, 15(2), 113-142.

Sirajuddin, M. D. M., & Mahaiyadin, M. H. (2022). Tayyib from the Perspective of Qur'anic Thematic Analysis: Proposing the Divine Insights as the Best Practice for Global Halal Industry. Global Journal al Thaqafah, SI(1), 108–118. https://doi.org/10.7187/GJATSI062022-11

Sitompul, S. S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Label Halal Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Melalui Rekomendasi Kelompok Sebagai Variabel Moderating. Shar-E : Jurnal Kajian

Ekonomi Hukum Syariah, 7(1), 50–64. https://doi.org/10.37567/shar-e.v7i1.402

Sitorus, Melly; Faujiah, A. (2023). Peluang Industri Kreatif Fashion Halal di Indonesia. ICO EDUSHA, 4(1).

Sobarna, N. (2021). Konsep Kepemilikan Dalam Ekonomi Islam Menurut Taqiyuddin An-Nabhani. Eco-Iqtishodi: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2(2), 107-118. doi:https://doi.org/10.32670/ecoiqtishodi.v2i2.540

Srisusilawati, P., Prasetyo, S. N., Aulia, S., & Hamidah, N. (2024). Tren dan Perkembangan Fashion Syariah Pada Era Modern di Kota Bandung. 10(01), 953–961.

Sudrajat, B., & Mutinida, S. (2020). Ekonomi Kreatif Sebagai Ide Bisnis Syariah: Tinjauan Literature Tentang Pengaruhnya Dalam Pembentukan Binsis Kreatif. Jurnal Manajemen Dan Ekonomi, 3(2), 2620–7680. http://repository.usu.ac.id

Sugibayashi, K., Yusuf, E., Todo, H., Dahlizar, S., Sakdiset, P., Arce, F. J., & See, G. L. (2019). Halal Cosmetics: A Review on Ingredients, Production, and Testing Methods. Cosmetics, 6(3), 37–37. https://doi.org/10.3390/cosmetics6030037

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (1st ed.). Alfabeta.

Sukirno, S. (2001). Pengantar Teori Makroekonomi. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Suma, M. A. (2013). Tafsir Ayat Ekonomi: Teks, Terjemah, dan Tafsir. Jakarta: Amzah.

Supani. (2010). “Zakat di Indonesia Kajian Fiqih dan Perundang-undangan”. Purwokerto: STAIN Press, 18

Suradi. (2012). Pertumbuhan Ekonomi dan Kesejahteraan Sosial. Sosioinforma, 17(3).

Suria Zainuddin, Izyan Nadiah Md Noh. (2013). “An overview of the emergence of Asuransi Syariah: An Islamic type of insurance policy”. *International Journal of Business and Economics Research*, 2(5): 112-115.

Surur, F. (2020). Wisata Halal: Konsep dan Aplikasi. Alauddin University Press.

Syafiq, A. (2019) ‘Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam pandangan Islam’, El-Faqih, 5(1), pp. 96–113. doi: https://doi.org/10.29062/faqih.v5i1.54.

Syahata, H. (2002) Etika. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Syahbudi, M. (2021). Ekonomi Kreatif Indonesia: Strategi Daya Saing UMKM Industri Kreatif Menuju Go Global (Sebuah Riset Dengan Model Pentahelix) (1st ed.). CV. Merdeka Kreasi Group.

Syarifuddin, A. (1999) Ushul Fiqh. Jakarta: Logos Wacana Ilmu.

Tahani Coolen-Maturi. (2013). “Islamic insurance (Asuransi Syariah): demand and supply in the UK”. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* Vol. 6 No. 2, 87-104 q Emerald Group Publishing Limited 1753-8394. DOI 10.1108/17538391311329806.

Takhim, M. (2016). Sistem Ekonomi Islam Dan Kesejahteraan Masyarakat. Al-Mabsut: Jurnal Studi Islam dan Sosial, 10(2), 436-451. doi:https://doi.org/10.56997/almabsut.v10i2.142

Tambunan, T. T. H. (2012). Peran Usaha Mikro dan Kecil dalam Pengentasan Kemiskinan di Daerah. Jurnal Bina Praja: Journal of Home Affairs Governance, 4(2), 73–92.

Taqiyudin, H. (2020). Konsep Etika Muamalah Dalam Islam. Muamalatuna, 11(1), 80. https://doi.org/10.37035/mua.v11i1.3326

Taufiq Abdullah (1996). “Ensiklopedi Islam”, jilid 4. Jakarta: PT Ichtiar Baru Van Hoeve, 259

Tieman, M. (2015). Halal clusters. J. Islam. Mark., 6(1), 2–21. https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2014-0034

Tieman, M., & Hassan, F. H. (2015). Convergence of food systems: Kosher, Christian and Halal. British Food Journal, 117(9), 2313–2327. https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2015-0058

Tieman, M., van der Vorst, J. G. A. J., & Ghazali, M. C. (2012). Principles in halal supply chain management. J. Islam. Mark., 3(3), 217–243. https://doi.org/10.1108/17590831211259727

Tim Penulis MUI Pusat. (2020). Pariwisata Halal MUI. Q-Media.

Tim Penyusun IAIN Syarif Hidayatullah. (1992). “Ensiklopedi Islam Indonesia”. Jakarta: Djambatan, 422

Trihastuti, A. E. (2020). Etika Bisnis Islam. Pertama. Yogyakarta: Deepublish.

Tumwine, S., Akisimire, R., Kamukama, N. and Mutaremwa, G. (2015), “A borrowing *cost* model for effective performance of SMEs in Uganda”, World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable

Development, Vol. 11 No. 2, pp. 74-89, doi: 10.1108/WJEMSD-03-2014-0009.

Turyahikayo, E. (2015), “Challenges faced BY small and medium enterprises IN raising finance IN Uganda”, International Journal of Public Administration and Management Research, Vol. 3 No. 32, pp. 21-33,

Ulhaq, M. Z. (2019). Kepemilikan Amanah Dalam Islam. Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah, 2(2), 45-54. doi:https://doi.org/10.25299/syarikat.2019.vol2(2).4732

Umuri, K., Farma, J., & Nurlina, E. (2022). Halal Tourism in Aceh: Opportunities and Challenges. In Al Mashaadir Journal (Vol. 3, Issue 1).

Undang-Undang RI No 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat

Undang-Undang No. 2 Tahun 1992 pasal 1 tentang Usaha Perasuransian.

Undang-Undang No. 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian

United Nations, Department of Economic and Social Affairs, & Population Division. (2022). 2022 Revision of World Population Prospects.

Utami, B., Setyariningsih, E., Hidayat, M. S., & Dh, T. H. (2023). Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0) Literature Review: Halal Culinary Marketing Strategy To Improve The Competitiveness MSMEs In Indonesia. https://ijssr.ridwaninstitute.co.id/

W.J.S Poerwadarminto (1989). “ Kamus Besar Bahasa Indonesia”. Jakarta : Balai Pustaka, 330

Wahab & Slamadina. (2023). Peran Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Pertumbuhan UMKM Dalam Revitalisasi Ekonomi Pembangunan D\di Indonesia Jurnal Pemikiran Islam Volume 24, No. 1, Maret 2023: 109-124 DOI: e-ISSN: 2580-5096, p-ISSN: 1412-4777.

Wahab, M. A. and Masron, T. A. (2020) 'Towards a core Islamic work value muft ī s ' verification', Journal of Islamic Accounting and Business Research, 11(1), pp. 179–200. doi: 10.1108/JIABR-11-2017-0158.

Warto, W., & Samsuri, S. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking, 2(1), 98. https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803

Wasiuzzaman, S., & Nurdin, N. (2019). Debt financing decisions of SMEs in emerging markets: empirical evidence from Malaysia. International Journal of Bank Marketing, 37(1), 258-277. https://doi.org/10.1108/IJBM-12-2017-0263

Widodo, S. F. A., Kartika, B., Nuryanto, A., Harjanto, C. T., Razali, M. A., & Giffari, H. A. A. (2021). 5r-Based Character Strengthening Model to Support Halal Aquaculture Industry Practitioners Through Good Water Quality Management and Safe Machinery Operation. 5(2), 84–88. https://doi.org/10.26480/wcm.02.2021.84.88

Wijaya, T., Zahro, F., Nurbayah, S., & Ningsih, F. (2021). Pariwisata Halal di Indonesia: Kajian terhadap Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Jurnal Trilogi: Ilmu Teknologi, Kesehatan Dan Humaniora, 2(3), 284–294.

Wirdyaningsih, Karimah, I., Syahida, A. Q., & Nabilah, A. M. (2020). The Optimization of Halal Certification in Indonesia:Finding Right Balance between Consumer and Businessmen Interest. 2nd International Conference on Law, Governance and Social Justice (ICOLGAS 2020), December. https://doi.org/10.2991/assehr.k.201209.319

Yuosef Abdullah Alhumoudi. (2012). “Islamic Insurance Asuransi Syariah and Its Applications in Saudi Arabia” *Doctoral Thesis. Brunel University*.

Yusra, M., & Riyaldi, M. H. (2020). Transparansi Dan Akuntabilitas Pengelolaan Zakat Di Baitul Mal Aceh: Analisis Persepsi Muzakki. Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam, 11(2), 190. https://doi.org/10.32507/ajei.v11i2.604

Yusuf Al Qardawi (1991). “Fiqih al Zakat, Mu’assasah al-Risalah Beirut, 37

Yusuf, M. Y., Djakfar, I., Isnaliana, & Maulana, H. (2021). Halal Tourism to Promote Community’s Economic Growth: A Model for Aceh, Indonesia. Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities, 29(4), 2869–2891. https://doi.org/10.47836/pjssh.29.4.42 Daftar Pustaka

Zainal, A. (2019). Optimalisasi Peluang Dan Tantangan Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean. Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking, 1(1), 83–93.

BIOGRAFI PENULIS



H. Angga Syahputra, S.E.I., M.E.I., CBPA
FEBI - IAIN Lhokseumawe
Email: anggasyahputra@iainlhokseumawe.ac.id



Dr. Itsla Yunisva Aviva, S.E.I., M.E.Sy.
FEBI - IAIN Palangka Raya
Email: itsla.yunisva.aviva@iain-palangkaraya.ac.id



Drs. H. Umar Fauzi, SQ., M.A.
STAINI - Bogor
Email: abiumar.f@gmail.com



Yessy Septrimadona, S.P., M.E., CIIQA
STAI Sulthan Syarif Hasyim Siak
Email: yessyseptrimadona@gmail.com



Erny Arianty, S.E., M.Ak.
Politeknik Keuangan Negara STAN
Email: ernyarianty@pknstan.ac.id



Dr. Abdul Ghoni, S.E., M.M.
Universitas Muhammadiyah Jakarta
Email: abdul.ghoni@umj.ac.id



Galuh Tri Pambekti,S.E.I., M.E.K., CRMP
FEBI - UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Email: galuh.pambekti@uin-suka.ac.id



Muhammad Abdul Aziz, S.H.I., M.Si.
FS - Universitas Darussalam Gontor
Email: mabdulaziz@unida.gontor.ac.id



Putri Rizka Citaningati, S.E., M.SEI.
FEB - Universitas Diponegoro
Email: putririzkac@lecturer.undip.ac.id



Marlya Fatira AK., S.E., M.Si., CIAR., CWC
Politeknik Negeri Medan
Email: marlyafatira@polmed.ac.id



Muhammad Haris Riyaldi, S.Sos.I., M.Soc.Sc
FEB - Universitas Syiah Kuala (USK)
Email: harisriyaldi@usk.ac id



Dr. Hastuti Olivia, SE., M.Ak.
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Email: hastutiolivia@umsu.ac.id



Peranan Ekonomi Islam Bagi Pembangunan Indonesia

Buku "Peranan Ekonomi Islam bagi Pembangunan Indonesia" ini disusun dengan tujuan memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai konsep dasar, prinsip-prinsip, serta peran ekonomi Islam dalam konteks pembangunan Indonesia. Melalui berbagai topik yang disajikan, pembaca akan diajak untuk memahami betapa pentingnya penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam pembangunan ekonomi dan sosial di tanah air.

Daftar isi buku ini dirancang secara sistematis untuk memudahkan pembaca dalam menavigasi berbagai topik yang dibahas. Mulai dari konsep dasar ekonomi Islam, etika bisnis dalam perspektif Islam, hingga pembangunan UMKM berbasis syariah, setiap bab menghadirkan analisis mendalam yang didukung oleh data dan referensi yang relevan.

AZ-ZAHRA MEDIA SOCIETY

Az-Zahra Media Society
azzahramedia.com
zahramedia.society@gmail.com
Jl. HM. Harun No. 8, Percut, Sumatera Utara

ISBN 978-623-89005-8-9
9 786238 900589