

Sosialisasi Industri Halal Indonesia

Riza Rizki Faozan Syakur

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo

Email: rizarizki@walisongo.ac.id

Received: Mei 24, 2024
Reviewed: Mei 24, 2024;
Accepted: Mei 26, 2024;
Published: Mei 27, 2024;
DOI. <https://doi.org/10.61930/melayani>



Copyright ©2024 by Riza Rizki Faozan Syakur. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. All writings published in this journal are personal views of the authors and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions.

Abstrak

Artikel Pengabdian ini menjelaskan tentang Sosialisasi Industri Halal Indonesia, Dengan Tujuan memberikan Penjelasan seputar Industri Halal Indonesia dan membandingkan dengan Negara lain sesuai dengan Global Islamic Economy Indicator Ranking Tahun 2022-2023. Kegiatan Sosialisasi dilakukan dengan Metode ceramah, diskusi dan Penugasan. Hasil dari pengabdian ini memperlihatkan bahwa Industri Halal Indonesia sudah mengalami perkembangan di Industri Makanan Halal, Industri Fesyen, Industri Kosmetik dan Farmasi Halal, Industri Keuangan, tapi masih kurang di Industri wisata Halal dan Industri Media dan Hiburan Halal. Indonesia memiliki potensi yang luar biasa untuk mengembangkan industri halal. Potensi tersebut di antaranya adalah jumlah penduduk muslim yang melimpah hingga diproyeksikan mencapai 256 juta jiwa pada tahun 2050.

Kata Kunci: Sosialisasi, Industri, Halal, Indonesia

Abstract

This service article explains the socialization of the Indonesian Halal Industry, with the aim of providing an explanation of the Indonesian Halal Industry and comparing it with other countries according to the Global Islamic Economic Indicator Ranking for 2022-2023. Socialization activities are carried out using lectures, discussions and assignments. The results of this service show that the Indonesian Halal Industry has experienced development in the Halal Food Industry, Fashion Industry, Halal Cosmetics and Pharmaceutical Industry, Financial Industry, but is still lacking in the Halal tourism industry and Halal Media and Entertainment Industry. Indonesia has extraordinary potential for developing the halal industry. This potential includes the abundant Muslim population which is projected to reach 256 million people by 2050.

Keywords: Socialization, Industry, Halal, Indonesia

PENDAHULUAN

Islam Sebagai agama yang Rahmatan Lil Alamin Telah Mengatur kehidupan umatnya dalam pemenuhan segala aspek kehidupan. Salah satu pilar dalam ekonomi islam yang harus sesuai dengan konsep halal yaitu dari aspek konsumsi yang tidak mengandung unsur haram, memberikan manfaat yang berdampak positif, dan tidak menyakiti akal serta raga. (Widiastuti,2020).

Perkembangan ekonomi Syariah saat ini juga tidak terlepas dari beberapa factor yang secara sederhana dikelompokan menjadi factor eksternal dan factor internal. Faktor eksternal yaitu perkembangan ekonomi Syariah yang datang dari negara-negara lain. Kesadaran ini meluas hingga akhirnya sampai ke Indonesia. Sedangkan factor internal yaitu kesadaran bahwa Indonesia adalah negara yang penduduk muslim paling banyak diantara negara-negara lain. Fakta ini kemudian menimbulkan kesadaran dari Sebagian cendekiawan dan praktisi ekonomi tentang perlunya ekonomi yang sesuai dengan nilai-nilai Syariah yang akan dijalankan oleh masyarakat muslim di Indonesia. (Santi,2019).

Global Islamic Economy Indicator Rangkaing 2023

NO	Negara	GIEI	Keuangan Syariah	Makanan Halal	Wisata Muslim	Feysen Muslim	Media dan Hiburan	Farmasi dan Kosmetik Halal
1	Malaysia	193.2	408.7	128.0	99.4	73.6	74.4	73.9
2	Saudi Arabia	93.6	194.9	48.5	99.7	34.3	37.5	34.3
3	Indonesia	80.1	93.2	94.4	60.7	66.3	52.4	58.6
4	United Arab Emirates	79.8	115.7	59.2	136.2	51.3	44.5	41.3
5	Bahrain	75.0	125.1	55.0	88.1	33.4	49.6	38.5
6	Iran	74.6	159.8	41.2	65.7	20.5	24.2	33.1
7	Türkiye	74.0	46.1	85.1	161.8	86.2	46.0	52.6

Sumber ; *State Of The Global Islamic Economy Report 2023*

Menurut The State Of Global Islamic Ecomy SGIE Report 2023, Indonesia ada di peringkat ke -3 dalam Pemeringkatan GIEI secara Keseluruhan Dinar Standard,2023 . Sertor Industri Halal Seperti Halal food, fesyen Muslim, Farmasi dan Kometik juga mengalami Peningkatan peringkat dari tahun sebelumnya, tetapi sebagaian sector industry halal yang lainnya seperti wisata halal dan media masih perlu dikembangkan untuk mengimbngi performa sertor industry halal lainnya. Pengembangan sector – sector inilah yang dapat menjadi peluang industry halal di Kawasan khusus.

METODE PENGABDIAN

Metode pelaksanaan kegiatan Sosialisasi Industri Halal Indonesia sesuai; 1. Undang-Undang Pasal 1 Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dan PP Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal dinyatakan, Bahwa sebuah Produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam.; 2. Industri Fesyen Muslim ; 3. Industri Farmasi dan Kosmetik Halal ; 4. Industri Wisata Halal Muslim; 5. Industri Keuangan Syariah; 6. Industri Media dan Hiburan Halal Sesuai *State Of The Global Islamic Economy Report 2022-2023*. Peserta Sosialisasi Mahasiswa Program Studi Manajemen fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Walisongo berjumlah 38 Mahasiswa angkatan 2023 pada mata kuliah Etika Bisnis Islam Semester Gasal 2023/2024

Survei Awal

Langkah Metode Pertama di dalam kegiatan ini yaitu menyiapkan bahan materi kegiatan sosialisasi tentang Industri Halal di Indonesia, Menyiapkan Media yang diperlukan selama kegiatan sosialisasi meliputi Power Point, Laptop, Mendata peserta tentang usia, Pengetahuan dan Pengalaman yang diperoleh dari informasi di masyarakat atau media yang lainnya. Sebelum kegiatan dimulai, dilakukan pengelompokan peserta dan ditentukan ketua kelompoknya, metode dengan diskusi dan tanya jawab pada peserta.

Kegiatan Sosialisasi

Kegiatan Sosialisasi dilakukan dengan metode ceramah, Diskusi, Penugasan. Materi Sosialisasi Industri Halal di Indonesia, 1. Undang-Undang Pasal 1 Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dan PP Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal dinyatakan, Bahwa sebuah Produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam.; 2. Industri Fesyen Muslim ; 3. Industri Farmasi dan Kosmetik Halal ; 4. Industri Wisata Halal; 5. Industri Keuangan Syariah; 6. Industri Media dan Hiburan Halal Sesuai *State Of The Global Islamic Economy Report 2022-2023* Pelaksanaan Sosialisasi menyesuaikan waktu perkuliahan yang bersifat fleksibel dan pemberian tugas kepada Peserta.

Evaluasi

Tahap Evaluasi dilakukan secara langsung pada masing-masing peserta setelah Proses Sosialisasi Selesai. Bentuk Evaluasi dilakukan dengan diskusi mengenai umpan balik terhadap kegiatan sosialisasi untuk mengetahui dampak dan perkembangan dari hasil karya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kata Halal dalam KBBI diartikan sebagai sesuatu yang diizinkan atau tidak dilarang oleh Syara' Syariat atau sesuatu yang diperoleh atau diperbuat dengan cara yang sah. Menurut Undang-Undang Pasal 1 Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dan PP Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal dinyatakan, Bahwa sebuah Produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam. Dua definisi mengenai halal ini sama-sama menekan pada sesuatu yang telah diperbolehkan oleh syariat. Dengan kata lain, sebuah produk yang dinyatakan halal, itu baik dari cara memperoleh atau membuatnya telah sesuai dengan ketentuan syariat Islam. (Kafid,2021)



Industri Makanan Halal

Menurut Majelis Ulama Indonesia, Produk Halal didefinisikan sebagai produk yang dibuat menggunakan bahan halal dan memenuhi persyaratan Thayyib di Fasilitas yang tidak terkontaminasi dengan barang haram dan najis, sedangkan Thayyib dapat diartikan sebagai sesuatu yang baik, suci atau bersih dan tidak membayakan apabila dikonsumsi. Badan Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal (BPJPH), menyebutkan bahwa berdasarkan Undang- Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (JPH), Produk halal adalah barang atau jasa yang berkaitan dengan makanan dan minuman, farmasi, Kosmetik, Produk Kimiawi, Produk Biologi, Produk Rekayasa Genetik, Serta Barang yang digunakan atau dimanfaatkan oleh Masyarakat yang telah dinyatakan Halal Sesuai dengan Syariat Islam (Qoni'ah,2022).

1. Data Makanan Halal State Of The Global Islamic Economy

NO	2022	2023
1	Malaysia	Malaysia
2	Indonesia	Indonesia
3	Türkiye	Türkiye
4	Rusia	Singapore
5	United Arab Emirates	Thailand
6	Kazakhstan	Australia
7	Singapore	United Arab Emirates
8	Arab Saudi	Brazil
9	Afrika Selatan	Kazakhstan
10	Australia	Bahrain

Sumber ; *State Of The Global Islamic Economy Report 2022-2023*

Saat ini industri Makanan halal Indonesia baru tahun 2022 menempati peringkat ke-2 dan tahun 2023 menempati peringkat ke -2 dengan poin GIEI sebesar 94.4 poin. Hal ini menunjukkan bahwa nilai GIEI Indonesia masih tertinggal jauh agar dapat masuk ke dalam Top 10 peringkat global pada industri ini . Negara dengan peringkat tertinggi dipegang oleh malaysia dengan poin 128.0. Sedangkan peringkat ke-10 diduduki oleh Bahrain dengan nilai GIEI sebesar 41 poin. Sehingga Indonesia masih harus melakukan pengembangan dan meningkatkan kualitas industri makanan Halal.

Industri halal juga dapat diartikan sebagai industry yang melakukan kegiatan produksi dengan memperhatikan segala rangkaian kegiatan dari pemilihan bahan baku hingga pemilihan peralatan dan proses produksi hingga proses distribusi yang dilakukan tidak hanya dilihat dari konsumsinya saja, tetapi juga melibatkan setiap aspek dan kegiatan di sepanjang rantai penawaran, dari supplier ke produsen dan seterusnya. (Purnama dan Auwalin,2019).

Saat ini, halal sudah menjadi lifestyle bagi kalangan masyarakat muda sampai kalangan masyarakat lanjut usia, bahkan industry yang ada di Indonesia sekarang ini banyak yang menggunakan label maupun tagline untuk memperkuat brand image produk dan perusahaannya dengan sebutan halal, seperti produsen yang merupakan inustri di bisang makanan dan minuman memberikan tagline yaitu ' *halal food is Quality food*' dan sebagainya. (Nisponi,2021).

Labelisasi Halal adalah Pencantuman tulisan halal pada suatu kemasan yang menunjukkan bahwa Produk tersebut berstatus sebagai produk halal. Labelisasi Halal dan sertifikasi halal merupakan dua kegiatan yang berbeda tetapi mempunyai keterkaitan satu merupakan dua kegiatan yang berbeda tetapi mempunyai keterkaitan satu sama lain. Sebelum mendapatkan labelisasi halal, para pelaku usaha harus melakukan sertifikasi halal terlebih dahulu. (Edi Wibowo dan Diah Madusari,2018)

Industri Faysen Muslim

Konsep halal dalam dunia fesyen memiliki makna penggunaan pakaian dengan tuntunan kaidah berbusana muslim, artinya pakaian yang di produksi harus dapat menutup aurat baik bagi konsumen laki-laki maupun perempuan yang memiliki standar aturan menutup aurat berbeda. Utamanya konsep hala padan fesyen muslim tersebut harus tidak menampka aurat, tidak memperlihatkan bentuk tubuh, dan tidak transparan sebagaimana tuntunan agama. (Saputri,2020).

Data Industri Faysen Muslim State Of The Global Islamic Economy

NO	2022	2023
1	United Arab Emirates	Türkiye
2	Türkiye	Malaysia
3	Indonesia	Indonesia
4	China	Singapore
5	Spain	Italy
6	Italy	Spain
7	Singapore	China
8	Frence	United Arab Emirates
9	Malaysia	United Kingdom
10	Germany	Germany

Sumber ; *State Of The Global Islamic Economy Report 2022-2023*

Saat ini industri Feysen Muslim Indonesia menempati ke 3 ditahun 2022 dan tahun 2023 menempati Peringkat ke -3 dengan poin GIEI sebesar 66.3 poin. Hal ini menunjukkan bahwa nilai GIEI Indonesia masih masuk ke dalam Top 10 peringkat global pada industri ini . Negara dengan peringkat tertinggi dipegang oleh Turki dengan poin 73.6. Sedangkan peringkat ke-10 diduduki oleh Jerman. Sehingga Indonesia masih harus melakukan pengembangan dan meningkatkan kualitas industri Fesyen di Indonesia. Untuk menjadi negara terdepan dalam produk Halal dunia.

Industri Farmasi dan Kosmetik Halal

Industri halal farmasi dan kosmetik adalah produk yang dibuat dari bahan-bahan yang sesuai dengan syariat islam. Bahan yang terkandung di dalam farmasi dan komatik tidak mengandung bahan hewani yang dilarang dan disembelih menurut syariat islam. Produk-produk ini harus diproduksi non-halal. Oleh karena itu, armasi dan kosmetik halal merupakan keselarasan syariat islam, *Good manufacturing Practice* (GMP). dan bahan baku halal (Komite Nasional Keuangan Syariah,2018). Kosmetik halal mencakup semua aspek manufaktur termasuk penggunaan bahan baku halal. Kemudian harus diproduksi, disimpan, dikemas dan dikirim sesuai dengan prosedur Syariah. (Rosida,2018).

Data Industri Farmasi dan Kosmetik Halal State Of The Global Islamic Economy

NO	2022	2023
1	Singapore	Singapore
2	Malaysia	Belgium
3	Netherlands	Malaysia
4	Belgium	France
5	Frence	Indonesia
6	Egypt	Türkiye
7	Türkiye	Egypt
8	United Arab Emirates	Thailand
9	Indonesia	United Kingdom
10	United Kindom	Tunisia

Sumber; *State Of The Global Islamic Economy Report 2022-2023*

Saat ini industri m halal Indonenesia baru menempati peringkat ke-15 dengan poin GIEI sebesar 17 poin. Hal ini menunjukkan bahwa nilai GIEI Indonesia masih tertinggal jauh agar dapat masuk ke dalam Top 10 peringkat global pada industri ini . Negara dengan peringkat tertinggi dipegang oleh UAE dengan poin 86,6. Sedangkan peringkat ke-9 diduduki oleh Kuwait dengan nilai GIEI sebesar 41 poin. Sehingga Indonesia masih harus melakukan pengembangan dan meningkatkan kualitas industri media dan hiburan halal.

Industri Wisata Halal

Pariwisata merupakan sebuah sektor yang telah mempengaruhi peran penting dalam pembangunan perekonomian bangsa bangsa di dunia. Kemajuan dan kesejahteraan yang semakin tinggi telah menjadikan pariwisata sebagai bagian pokok dan kebutuhan atau gaya hidup manusia, dan menggerakkan manusia untuk mengenal alam dan budaya di kawasan negara lain. Sehingga secara tidak langsung pergerakan manusia akan berpengaruh terhadap mata rantai ekonomi yang saling berkesinambungan menjadi industri jasa yang memberikan kontribusi bagi perekonomian dunia, perekonomian bangsa-bangsa, hingga peningkatan kesejahteraan ekonomi di tingkat masyarakat lokal. Dunia pariwisata selalu mengalami peningkatan dan memunculkan sesuatu yang baru dalam perkembangannya. (Pratiwi, 2016).

Wisata halal merupakan suatu *trend* baru dalam dunia pariwisata saat ini. Indonesia telah dikenal luas di dunia sebagai wisata halal terbaik di dunia atas kemenangannya dalam Event "*The World Halal Travel Summit & EXHIBITION 2015*". Indonesia berhasil mendapatkan tiga penghargaan sekaligus, meliputi *World Best Family Friendly Hotel*, *World Best Halal Honeymoon Destination*, dan *World Best Halal Tourism Destination*. (Nasirulloh, 2016)

Data Industri Wisata Halal *State Of The Global Islamic Economy*

NO	2022	2023
1	Malaysia	Türkiye
2	Singapore	United Arab Emirates
3	Türkiye	Tunisia
4	Bahrain	Saudi Arabia
5	United Arab Emirates	Malaysia
6	Tunisia	Morocco
7	Saudi Arabia	Jordan
8	Kuwait	Bahrain
9	Kazakhstan	Kazakhstan
10	Maroko	Uzbekistan

Sumber; *State Of The Global Islamic Economy Report 2022-2023*

Saat ini industri Wisata Halal Indonesia tahun 2022 belum menempati peringkat 10 besar dan tahun 2023 belum juga menempati peringkat 10 besar dengan poin GIEI sebesar 60.7 poin. Hal ini menunjukkan bahwa nilai GIEI Indonesia masih tertinggal jauh agar dapat masuk ke dalam Top 10 peringkat global pada industri ini. Negara dengan peringkat tertinggi dipegang oleh Turki dengan poin 161.8. Sehingga Indonesia masih harus melakukan pengembangan dan meningkatkan kualitas industri Wisata Halal.

Terdapat beberapa faktor yang membuat potensi wisata halal di Indonesia begitu besar, yaitu: pertumbuhan populasi muslim yang relatif cepat, pertumbuhan *middle-class income* penduduk muslim yang juga cukup besar, banyaknya populasi muslim yang masih muda dan gemar melakukan *travelling*, akses informasi pariwisata yang berkembang pesat, fasilitas dan layanan yang ramah dan memuaskan, adanya *Ramadhan travel* yang menarik minat wisatawan, dan bisnis travel yang semakin berkembang dan cepat tanggap terhadap kebutuhan wisatawan (Erwina, 2018).

Industri Keuangan Syariah

Sektor keuangan syariah. Sektor keuangan syariah menjadi gerbang pembuka industri halal di Indonesia. Semenjak terbentuknya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992, sektor keuangan syariah telah membawa perkembangan yang cukup baik bagi industri keuangan syariah. Aset keuangan syariah terus mengalami pertumbuhan setiap tahunnya. Pada tahun 2018, aset keuangan syariah mengalami kenaikan sebesar 13,97% (*yoy*) menjadi Rp1.287,65 triliun (Otoritas Jasa Keuangan 2019). Indonesia menempati peringkat ketujuh dalam pasar aset keuangan Islam di dunia dengan total nilai aset sebesar USD 86 miliar. Indonesia juga menempati urutan ke-5 dalam Top 10 Islamic Finance (State of Global Islamic Economy Report 2019). Pada tahun 2019, *market share* industri keuangan mencapai angka 8,69%. Angka tersebut merupakan total dari *market share* perbankan syariah sebesar 5,94% ditambah *market share* Industri Keuangan Non Bank (IKNB) sebesar 2,75% (CNN Indonesia 2019). Pertumbuhan sektor keuangan ini mencerminkan potensi sektor

Data Keuangan Syariah *State Of The Global Islamic Economy*

NO	2022	2023
1	Malaysia	Malaysia
2	Saudi Arabia	Saudi Arabia
3	Bahrain	Iran

4	Kuwait	Bahrain
5	United Arab Emirates	Kuwait
6	Indonesia	United Arab Emirates
7	Iran	Indonesia
8	Oman	Oman
9	Qatar	Qatar
10	Jordan	Maldives

Sumber; *State Of The Global Islamic Economy Report 2022-2023*

Saat ini industri Keuangan Syariah Indonesia menempati peringkat ke-6 ditahun dan tahun 2023 menempati peringkat ke 7 dengan poin GIEI sebesar 93.2 poin. Hal ini menunjukkan bahwa nilai GIEI Indonesia mengalami penurunan peringkat . Negara dengan peringkat tertinggi dipegang oleh Malaysia dengan poin 408.7. Sedangkan peringkat ke-10 diduduki oleh Maladewa dengan nilai GIEI sebesar 41 poin. Sehingga Indonesia masih harus melakukan pengembangan dan meningkatkan kualitas industri Keuangan Syariah Masih Jauh dengan Malaysia sebagai peringkat pertama masih harus melakukan pengembangan dan meningkatkan kualitas industri Keuangan Syariah.

Industri Media dan Hiburan Halal

Industri Media dan Hiburan Halal merupakan salah satu subsektor ekonomi kreatif di Indonesia serta salah satu indikator GIEI yang memiliki potensi besar untuk terus berkembang. Konten yang disesuaikan untuk konsumen muslim dapat dikembangkan pada berbagai bidang, diantaranya film/series bertema islam, layanan gaya hidup berbasis aplikasi dan film documenter bertema budaya. Dengan jumlah penduduk Muslim yang besar, media dan hiburan halal Indonesia memiliki keunggulan industri halal yang tumbuh cepat dan kontribusi para pelaku industri . (Fadia Utami, Siti Sarifa, Suci Nurul Fadilah,2021)

Peraturan pemerintah yang mengatur Industri media dan hibuan, hingga saat ini, masih terpusat pada industri konvensional. Undang-undang yang mengatur mengenai penyiaran di Indonesia yang berlaku adalah UU No. 33 Tahun 2009 tentang Perfilman, UU No. 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers, UU No.19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Berdasarkan undang-undang yang telah ada, aturan-aturan yang diatur dalam industri media dan hiburan masih sangat bersifat umum. Beberapa aturan yang menyinggung mengenai agama masih hanya sebatas pernyataan normatif yang tidak spesifik pada aspek industry dan media halal.

Data Industri Media dan Hiburan Halal *State Of The Global Islamic Economy*

NO	2022	2023
1	Malaysia	Malaysia
2	Singapore	Singapore
3	United Arab Emirates	China
4	China	Qatar
5	Türkiye	United Kingdom
6	United Kingdom	Indonesia
7	Netherlands	Bahrain
8	Belgium	Netherlands
9	Germany	Canada

10	United States	Türkiye
----	---------------	---------

Sumber; *State Of The Global Islamic Economy Report 2022-2023*

Saat ini industri media dan hiburan halal Indonesia belum menempati peringkat dengan 10 Besar di tahun 2022 dan tahun 2023 dengan poin GIEI sebesar 52.3 poin. Hal ini menunjukkan bahwa nilai GIEI Indonesia masih tertinggal jauh agar dapat masuk ke dalam Top 10 peringkat global pada industri ini. Negara dengan peringkat tertinggi dipegang oleh Malaysia di tahun 2023 dengan poin 74.4. Sedangkan peringkat ke-10 diduduki oleh Turki. Sehingga Indonesia masih harus melakukan pengembangan dan meningkatkan kualitas industri media dan hiburan halal.

SIMPULAN

Indonesia memiliki potensi yang luar biasa untuk mengembangkan industri halal. Potensi tersebut di antaranya adalah jumlah penduduk muslim yang melimpah hingga diproyeksikan mencapai 256 juta jiwa pada tahun 2050, pertumbuhan berbagai sektor industri halal khususnya sektor keuangan, pariwisata dan fashion, mulai diakuinya prestasi Indonesia di mata dunia, kondisi geografis Indonesia serta bonus demografinya, perkembangan teknologi, serta pengesahan Undang-Undang Jaminan Produk Halal nomor 33 tahun 2014.

Data Perdagangan Import dan Eksport *State Of The Global Islamic Economy*

NO	NEGARA	Importer dalam Milyar Dolar US Tahun 2022	NEGARA	Ekporter dalam Milyar Dolar US Tahun 2022
1	United Arab Emirates	32.21	China	31.81
2	Saudi Arabia	31.69	India	26.37
3	Türkiye	31.45	Brazil	20.85
4	Indonesia	30.29	United States of America	20.76
5	Malaysia	28.99	Türkiye	16.34
6	Egypt	21.05	Russian Federation	15.21
7	Iraq	13.68	France	15.02
8	Bangladesh	13.25	Indonesia	13.38
9	Algeria	12.56	Argentina	12.49
10	Morocco	11.89	Australia	11.13

Sumber : *State Of The Global Islamic Economy Report 2023*

Indonesia Menjadi negara Import Produk-produk Halal terbesar ke - 4 diseluruh dunia Dengan Nilai Perdagangan 30.29 Miliar Dolar USA Tahun 2022, Sedangkan Peringkat -1 UAE Dengan Nilai Perdagangan 32.21 Miliar Dolar USA. Nilai perdagangan ekport peringkat -1 China dengan Nilai 31.81 Miliar Dolar USA, Sedangkan Peringkat negara ke 8 ditempati Indonesia Dengan Perdagangan 13.38 Miliar Usa, Terjadi Devisit Perdagangan. Indonesia Perlu Membenah Diri Dalam Meningkatkan Nilai Perdagangan Untuk Bisa Bersangi Dengan Negara Islam lain.

Kesadaran masyarakat Indonesia untuk berkompetisi. Masuknya berbagai produk halal dari luar negeri membuat produk lokal Indonesia harus bersaing agar tetap eksis. Namun sayangnya, kesadaran masyarakat Indonesia untuk berkompetisi masyarakat Indonesia masih rendah. Maka tidak mengherankan jika saat ini Indonesia lebih cenderung menjadi konsumen industri halal (Permana, 2019; Pryanka, 2018). Bahkan, data State of Global Islamic Report pada tahun 2018 menyebutkan bahwa Indonesia menempati urutan pertama negara dengan pengeluaran untuk makanan halal terbesar senilai USD 170 miliar. Ironisnya, angka fantastis ini ternyata tidak berbanding lurus dengan prestasi sebagai negara produsen makanan halal, dimana Indonesia pada tahun yang sama tidak masuk sebagai 10 besar negara produksi makanan halal. Fenomena ini tentunya harus menjadi perhatian bersama agar Indonesia tidak hanya sebagai pasar industri halal yang konsumtif, namun Indonesia harus dapat mengoptimalkan berbagai peluang yang ada untuk menjadi negara produktif di bidang industri halal.

DAFTAR PUSTAKA

- Edi Wibowo, D., & Diah Madusari. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan. *Indonesia Journal of Halal*, 1(1), 73.
- Erwina, T., Haryadi, H., Mustika, C. (2018). "Pengaruh Neraca Transaksi Berjalan, Transaksi Modal Dan Utang Luar Negeri Terhadap Cadangan Devisa Indonesia." *E-Jurnal Perspektif Ekonomi Dan Pembangunan Daerah* 7(2):57-70.
- Fadia Utami, Siti Sarifa, Suci Nurul Fadilah, Peluang Dan Tantangan Industri Media Dan Hiburan Halal Di Indonesia: Kajian Kelembagaan Dari Sudut Pandang Produk Hukum di Indonesia, *Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business*, vol 1 No.4 202
- Kafid, N. (2021). *BUKU SAKU HALAL Cetakan 1*. Yogyakarta: Sulus Pustaka
- Komite Nasional Keuangan Syariah. (2018). Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024. *Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional*, 1-443.
- NasirRulloh. (2017). Pengaruh Kunjungan Wisata Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Sekitar Objek Wisata Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Lampung*.
- Nisponi, R. (2021). *GLOBAL ; INDONESIA BECOMES AN EXPORTER OF*.14(2), 152-166
- Otoritas Jasa Keuangan. (2019). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah 2018*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Pratiwi. (2016). Analisis Wisata Syariah Di Kota Yogyakarta, *jurnal media pariwisata vlume 14 no 1, hal 35*.
- Purnama, W. A., & Auwalin, I. (2019). Pengaruh Ekspor Produk Halal terhadap Current Account Balance di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(6), 1242
- Qoni'ah, R. (2022). Tantangan dan Strategi Peningkatan Ekspor Produk Halal Indonesia di Pasar Global. *Halal Research Journal*, 2(1), 52-63.

- Rosida, R. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Pembelian Kosmetik Halal. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 4(2), 129
- Santi, M. 2019. Perkembangan Ekonomi Syariah di Indonesia. <https://Irfan.id/Perkembangan-ekonomi-syariah-di-indonesia/>, 07 01, 47-56
- 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.
- Supardi, E. (2019). *Ekspor Impor : Teori dan Praktikum Kegiatan Ekspor Impor Untuk Praktisi Logistik dan Bisnis Cetakan Pertama*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Widiastuti, T. (2020, September 9). Hambatan dan Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia. *UNAIR News*.

