

Peran Bank Syariah Indonesia (BSI) Dalam Mendorong Pertumbuhan Industri Halal Di Indonesia

Faricha Lita Nabbila¹, Andriani², Dewi Fatmala Putri³, Widya Ratna Sari⁴

¹²³⁴Ekonomi Syariah, Pascasarjana IAIN Kediri

e-mail: farichalita@gmail.com, andriani@iainkediri.ac.id, dewifatmalap@gmail.com, widyaratnasari99@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received 29 November 2023

Received in revised form 04 December 2023

Accepted 20 December 2023

Available online 31 Mei 2024

ABSTRACT

Indonesia is a country with the 4th ranking for the halal industry in the world with a majority Muslim population which is considered less optimal in managing the growth of the halal industry compared to other countries in various sectors. This research aims to examine whether the existence of BSI can encourage the growth of the halal industry in Indonesia. The method applied in this research is a descriptive method with a qualitative descriptive research type, which utilizes a literature study approach. The research results show that BSI has distributed financing to the halal value chain sector Rp. 18 trillion, consisting of financing for the halal food and beverage subsector Rp. 9 trillion, pharmaceuticals and cosmetics Rp. 7 trillion, and fashion and fashion Rp. 3 trillion. Carrying out MSME development programs through the Sharia KUR Recipient MSME Program, BSI UMKM Center, and BSI Entrepreneurial Talent Competition.

Keywords: Industry, Ecosystem, Halal, BSI

Abstrak

Indonesia merupakan Negara dengan peringkat ke 4 industri halal di dunia dengan mayoritas penduduk muslim dinilai masih kurang maksimal dalam mengelola pertumbuhan industri halal dibanding Negara lainnya dalam berbagai sektor. Penelitian ini bertujuan untuk menelaah apakah dengan adanya BSI dapat mendorong pertumbuhan industri halal di Indonesia. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif, yang memanfaatkan pendekatan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BSI telah menyalurkan pembiayaan ke sektor rantai nilai halal Rp. 18 triliun, yang terdiri dari pembiayaan ke subsektor makanan dan minuman halal Rp. 9 triliun, farmasi dan kosmetik Rp. 7 triliun, dan mode dan fesyen Rp. 3 triliun. Melakukan program pengembangan UMKM melalui Program UMKM Penerima KUR Syariah, BSI UMKM Center, dan Kompetisi Talenta Wirausaha BSI.

Kata Kunci: Industri, Ekosistem, Halal, BSI

1. PENDAHULUAN

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 thoyib. Selain itu, sertifikasi halal yang selama ini dilakukan oleh MUI beralih di lakukan oleh Lembaga pemerintah dibawah 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 transparansi bagi para konsumen produk halal, sekaligus mendorong pertumbuhan pasar industri halal di Indonesia. Bagi umat Islam, dan kebanyakan masyarakat umum, keluarnya UU ini disambut dengan gembira namun dari kalangan pengusaha masih mempunyai kekhawatiran jika keluarnya UU tersebut akan memberikan dampak negatif pada iklim usaha dan investasi di Indonesia.[1]

Kenyatannya, keluarnya UU JPH, secara ekonomi justru dapat mendorong Indonesia mengotimalkan dan meningkatkan potensi pasarnya untuk menjadi pusat halal global dan menuai dividen dari perkiraan industri makanan halal global yang perkembangannya sangat luar biasa pada akhir dekade ini. Indonesia, sebagai negara dengan mayoritas muslim terbesar didunia, dengan industry halal mencakup makanan dan minuman halal, pariwisata halal, fesyen muslim, media dan rekreasi halal, farmasi dan kosmetik halal, serta energi terbarukan. Niat baik dan proyeksi pemerintah ini juga direspon baik oleh banyak masyarakat baik akademis dan tokoh agama serta masyarakat umum, serta banyak dari mereka melakukan upaya-upaya aktif untuk membantu kesuksesan penjaminan halal dan industri halal tersebut. Sebagai contoh adalah dengan turut serta membentuk komunitas-komunitas halal, pusat-pusat studi maupun kajian halal serta berbagai lembaga dan institusi yang bergerak dibidang halal juga tercatat banyak di temukan.[2]

Ekosistem industri halal dapat diartikan sebagai kondisi lingkungan yang mempengaruhi dinamika perkembangan dan tingkat pertumbuhan industri halal, yakni mencakup pedoman, kontrol, pengaturan, prosedur tata kelola, karakter pemangku kepentingan, dan regulasi. Ekosistem industri halal juga dimaknai sebagai seperangkat pengaturan kelembagaan dan organisasi, kebijakan, proses, prosedur, peraturan dan hukum yang mengarahkan organisasi atau perusahaan pelaku industri halal menuju kepatuhan syariah.[3] Ekosistem industri halal dipengaruhi oleh beberapa indikator yakni perkembangan demografi umat muslim, gaya hidup masyarakat yang terdorong pada prinsip syariah yang mengedepankan kebaikan dan menghindari keburukan, pertumbuhan perdagangan berbasis syariah, perkembangan pelaku industri halal, perkembangan regulasi yang mampu memberikan peluang kuat untuk pertumbuhan penawaran dan permintaan industri halal dan perkembangan teknologi informasi, *financial technology* maupun *fintech*. [4]

Laporan SGIE tahun ini memperkirakan bahwa umat Islam di seluruh dunia menghabiskan US\$2 triliun pada tahun 2021 untuk makanan, obat-obatan, kosmetik, fesyen sederhana, perjalanan, dan media. Pengeluaran ini mencerminkan pertumbuhan tahun-ke-tahun sebesar 8,9 persen, dan diperkirakan mencapai US\$2,8 triliun pada tahun 2025 dengan tingkat pertumbuhan tahunan kumulatif (CAGR) sebesar 7,5 persen. Aset keuangan syariah diperkirakan mencapai US\$3,6 triliun pada tahun 2022, dan diperkirakan akan mencapai US\$ 4,9 triliun pada tahun 2025. Dalam laporan Indikator Ekonomi Islam Global yang mencakup 81 negara, Malaysia, Arab Saudi, UEA, Indonesia, dan Turki memimpin peringkat tersebut. Pendatang baru yang masuk 15 besar termasuk Inggris dan Kazakhstan. Turki dan Singapura masing-masing naik posisi 7 dan 8 hingga mencapai posisi ke-5 dan ke-7 secara keseluruhan. Nigeria dan Sri Lanka telah keluar dari 15 besar. Berikut Tabel *Top 10 Country GIE Indicator Score* dan *Top 15 Global Islamic Economy Indikator Score*: [5]

Tabel 1.1
Top 10 Country GIE Indicator Score

No.	Islamic Finance	No.	Halal Food	No.	Muslim-Friendly Travel
1	Malaysia	1	Malaysia	1	Malaysia
2	Saudi Arabia	2	Indonesia	2	Singapore
3	Bahrain	3	Turkey	3	Turkey
4	Kuwait	4	Russia	4	Bahrain
5	United Arab Emirates	5	United Arab Emirates	5	United Arab Emirates
6	Indonesia	6	Kazakhtsan	6	Tunisia
7	Iran	7	Singapore	7	Saudi Arabia
8	Oman	8	Saudi Arabia	8	Kuwait
9	Qatar	9	South Africa	9	Kazakhtsan
10	Jordan	10	Australia	10	Morocco
No.	Modest Fasion	No.	Pharma and Cosmetics	No.	Media and Recreation
1	United Arab Emirates	1	Singapore	1	Malaysia

2	Turkey	2	Malaysia	2	Singapore
3	Indonesia	3	Netherlands	3	United Arab Emirates
4	China	4	Belgium	4	China
5	Spain	5	France	5	Turkey
6	Italy	6	Egypt	6	United Kingdom
7	Singapore	7	Turkey	7	Netherlands
8	France	8	United Arab Emirates	8	Belgium
9	Malaysia	9	Indonesia	9	Germany
10	Germany	10	United Kingdom	10	United States

Gambar 1.1
Indicator score breakdown for top 15 ranking countries

	GIEI	Islamic Finance	Halal Food	Muslim-Friendly Travel	Modest Fashion	Pharma and Cosmetics	Media and Recreation
1 Malaysia	207.2	426.9	123.4	193.5	46.0	83.9	97.3
2 Saudi Arabia	97.8	218.6	56.6	69.2	19.3	34.3	29.7
3 UAE	90.2	114.6	63.3	78.6	171.8	53.6	63.8
4 Indonesia	68.5	91.0	71.1	58.0	68.0	46.3	26.8
5 Turkey	67.3	51.0	69.8	106.7	95.1	55.0	53.5
6 Bahrain	66.7	121.9	44.5	89.3	18.6	29.4	30.1
7 Singapore	65.0	45.0	57.8	107.1	48.3	107.9	78.5
8 Kuwait	62.1	115.5	43.1	69.0	17.5	29.6	29.2
9 Iran	56.0	90.3	48.1	52.1	25.4	42.3	24.9
10 Jordan	51.8	72.1	51.3	58.4	19.3	44.6	25.7
11 Oman	47.8	74.5	46.1	43.2	20.2	26.9	25.9
12 Qatar	46.9	73.4	43.4	40.1	21.6	26.2	30.8
13 United Kingdom	46.1	49.0	47.4	31.4	41.9	45.2	52.9
14 Kazakhstan	45.2	46.0	59.2	60.8	26.6	22.7	26.4
15 Pakistan	44.9	65.7	48.3	38.7	26.4	30.9	11.0

Dari gambar diatas, Indonesia tetap berada di peringkat ke-4 GIEI secara keseluruhan peringkat. Indonesia terus meningkatkan Makanan Halal peringkat indikator, menempati posisi ke-2 tahun ini. Ekspor makanan halal ke negara-negara OKI meningkat sebesar 16%. Ini akan lebih ditingkatkan seiring dengan peluncuran negara tersebut kodifikasi produk halal dan sistem data perdagangan yang terintegrasi pada akhir tahun 2021. Negara ini juga mengambil berbagai langkah untuk meningkatkan halal sertifikasi, seperti kodifikasi dan digitalisasi sertifikat halal untuk melacak informasi nilai dan volume produk halal. Sektor keuangan syariah di Indonesia akan mendapatkan keuntungan signifikan dari merger antara PT Bank Mandiri, PT Bank Negara Indonesia, dan PT Bank Rakyat Indonesia yang kemudian biasa kita kenal sebagai Bank Syariah Indonesia.[2]

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Industri Halal

Industri halal sering dikaitkan dengan suatu usaha untuk menghasilkan suatu produk (barang dan jasa) yang sesuai dengan ketentuan agama Islam (syariah). Definisi ini mulai muncul akhir-akhir ini karena ramainya permintaan produk dan jasa halal di dunia. Sebelumnya, diketahui bahwa industri halal dikaitkan dengan ekonomi halal, dimana penyebutan ekonomi halal jauh lebih dulu dikenal daripada industri halal.[6] Thomson Reuters bekerja sama dengan DinarStandard yang termuat di dalam the *State of the Global Islamic Economy Report* menyebutkan bahwa ekonomi halal terdiri dari sektor-sektor yang produk dan layanan utamanya secara struktural dipengaruhi oleh hukum Islam, didorong oleh nilai-nilai, gaya hidup konsumen dan praktik bisnis. Selain itu, disebutkan bahwa terminologi ekonomi halal termasuk juga ekonomi Islam dan Industri Halal itu sendiri. Sementara itu, definisi industri halal secara bahasa terdiri dari dua kata, yaitu industri dan halal.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) disebutkan bahwa industri adalah kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan, misalnya mesin. Sedangkan halal artinya diizinkan (tidak dilarang oleh syariah), sehingga industri halal diartikan sebagai kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan yang

diizinkan oleh syariah Islam.[7] Dalam pelaksanaannya, industri halal antara lain sudah diatur di UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.[1] UU tersebut bertujuan untuk menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agama masing-masing, dimana negara berkewajiban untuk memberikan perlindungan dan jaminan tentang kehalalan produk. UU tersebut mempertegas bahwa produk yang beredar di Indonesia tidak hanya makanan dan minuman saja, melainkan juga kosmetik, obat-obatan, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa, barang gunaan yang dipakai, digunakan, dan dimanfaatkan oleh masyarakat. Selain itu, UU ini juga mengatur tentang jasa halal, termasuk pariwisata, travel, media, dan entertain.

Saat ini, halal menjadi lifestyle di kalangan masyarakat, bahkan industri-industri di Indonesia berbondong-bondong mengenakan label maupun *tagline* untuk memperkuat *brand image* produk dan perusahaannya dengan sebutan halal, seperti produsen kosmetik tertentu mengenalkan sebagai kosmetik halal “Halal dari Awal”; produsen es krim tertentu (industri makanan dan minuman) memberi tagline “*Halal Food is Quality Food*”; produsen pakaian tertentu (industri fesyen) mengenalkan kerudung bersertifikat halal pertama di Indonesia dengan “Cantik. Nyaman. Halal”; produsen deterjen tertentu meluncurkan produk deterjen halal pertama di Indonesia yang diberi nama Total Almeera; dan produsen kesegaran tubuh membranding dengan tagline “Halal dan Hangatnya Selalu bikin Fresh”. [8]

2.2 Ruang Lingkup Industri Halal

Industri halal yang pada mulanya lahir sebagai kebutuhan konsumen muslim akan produk pangan yang halal, kini berkembang seiring dengan berkembangnya kesadaran Umat Islam akan pentingnya mengaplikasikan nilai-nilai syariah dalam kehidupan yang lebih luas. Hal ini bisa kita amati dengan semakin berkembangnya ekonomi syariah, bank syariah, wisata halal beserta pirantinya.[9] Dalam UU 33, JPH, 2014 Pasal 1, disebutkan bahwa produk halal dapat mencakup barang dan atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat.[1] Oleh karena produk halal tidak hanya mencakup makanan dan minuman yang kita konsumsi. Namun demikian hal ini merambah luas terhadap segala bahan gunaan yang memungkinkan digunakan oleh konsumen. Dalam perkembangannya beberapa karakteristik muncul sebagai respon dari berkembangnya bisnis halal saat ini yakni sebagai berikut:[10]

1. Meskipun halal berkaitan dengan kekhususan umat Muslim dalam konsumsi dan penggunaannya, produk halal tidak hanya diperuntukkan bagi Muslim, tetapi dapat diperuntukkan bagi seluruh umat manusia.
2. Secara khusus bagi Muslim, halal merupakan pemenuhan terhadap persyaratan keamanan secara religius (*spiritual safety concern*), sedangkan secara umum, bagi konsumen dan pelaku industri, halal merupakan pemenuhan persyaratan mutu, keamanan dan kesehatan dalam penggunaan dan konsumsi produknya (*Quality and Health concern*).
3. Produk halal yang diperdagangkan adalah produk yang telah di audit kehalalannya melalui proses sertifikasi halal oleh lembaga audit halal dengan persetujuan lembaga Ulama Islam suatu negara. Sertifikat halal merupakan fatwa tertulis suatu lembaga Ulama Islam atas produk dan jasa yang telah lulus dalam proses sertifikasi halal.
4. Pelaku bisnis halal dapat merupakan produsen dari negara-negara muslim ataupun non-muslim selama terpenuhinya hal-hal mendasar atau khamshu halaalaat kehalalan suatu produk halal yang mencakup 4M, yakni sumber daya manusia (man), bahan baku (materials), proses (mechanism) dan pembiayaan (*monetary*).

Industri halal telah berkembang menjadi sektor manufaktur baru yang tumbuh bersama menjadi bisnis global dengan pertumbuhan paling cepat di seluruh dunia. Hal tersebut seiring dengan semakin banyaknya negara yang menerima konsep Halal sebagai salah satu faktor penentu mutu sebuah produk.[2] Potensi pasar halal global sangat berkaitan erat dengan perilaku konsumsi universal. Islam sebagai jalan hidup umat Islam menyentuh semua aspek kehidupan termasuk perilaku konsumsi. Perilaku konsumsi ini menyentuh banyak aspek seperti industri makanan dan katering, sistem keuangan, pariwisata, penampilan, layanan pendidikan, layanan amal, layanan kebutuhan harian individu, hingga infrastruktur pendukung industri halal. Ini adalah daya tarik universal karena sesuai dengan standar mutu seperti gizi yang baik, ramah lingkungan, aman, terpelihara, bersih, sehingga di masa depan produk halal tidak secara eksklusif diposisikan untuk umat Islam saja, tetapi secara universal sebagai hasil dari daya tarik tingkah laku konsumen.[11]

3. METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif, yang memanfaatkan pendekatan studi literatur.[12] Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber seperti jurnal, buku, artikel, karya ilmiah, laporan- laporan dan lain sejenis yang masih relevan dengan tujuan penelitian.[13]

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Keterkaitan Ekosistem Halal Dengan Keuangan Syariah

Ekosistem industri halal dapat secara tepat dikaitkan dengan keuangan syariah. dinyatakan pengembangan ekonomi syariah dan industri halal menjadi ujung tombak. Ada 4 pilar utama tersebut yakni penguatan value chain atau rantai pasok halal, penguatan keuangan syariah, penguatan UMKM syariah, dan penguatan ekonomi digital.

1. Pertama, penguatan halal value chain atau rantai pasok halal dilakukan dengan beberapa program. Diantaranya membentuk halal hub dan kawasan industri halal di daerah-daerah potensial. Pengembangan halal center untuk membantu industri dan UMKM melakukan sertifikasi halal dan pengembangan industri halal lainnya. Value chain mulai produsen bahan hingga produk siap dikonsumsi konsumen. Kawasan industri halal meliputi produsen, layanan perbankan, warehouse, tempat uji halal, distribusi, hingga siap menghasilkan produk halal untuk konsumen dalam negeri dan diekspor.
2. Kedua, penguatan keuangan syariah untuk permodalan dan pengembangan aset. Saat ini, aset perbankan syariah berkisar di angka Rp 500-550 triliun, namun pangsa pasarnya selama 5 (lima) tahun terakhir masih berkisar di angka 5–6%. Tugas berbagai otoritas dan lembaga terkait bersama dengan KNEKS untuk mengembangkan perbankan syariah dan keuangan syariah lain menjadi lebih besar dan menjadi tulang punggung ekonomi Indonesia, khususnya industri halal.
3. Ketiga, penguatan UMKM syariah. Kementerian dan lembaga terkait bersama KNEKS untuk dapat melakukan lebih banyak literasi dan edukasi terkait pembiayaan syariah untuk mendorong penguatan UMKM syariah. Saat ini, UMKM yang fokus pada perbaikan kualitas produk akan didorong mengedepankan sertifikasi halal dan menggunakan pembiayaan syariah untuk membangun atau mengembangkan.
4. Keempat, penguatan ekonomi digital. Kementerian dan lembaga terkait bersama dengan KNEKS berupaya membangun infrastruktur dan sarana prasarana supaya perbankan/keuangan syariah menjadi digitalized antara lain dengan menerbitkan uang elektronik dan sistem pembayaran digital lainnya. Saat ini uang elektronik telah menjadi lifestyle, khususnya bagi masyarakat milenial. Karena itu, sistem pembayaran dengan uang elektronik menjadi tuntutan dalam ekosistem syariah dan industri halal. KNEKS perlu bersinergi dan melakukan komunikasi serta koordinasi kepada berbagai lembaga yang berperan dalam pengembangan ekonomi dan keuangan syariah nasional untuk membangun infrastruktur, sarana dan prasarana, serta seluruh ekosistem yang dibutuhkan untuk pembangunan ekonomi syariah di Indonesia. Hal ini diperlukan dalam rangka mempercepat dukungan kepada industri halal termasuk pembiayaan dari sektor jasa keuangan syariah.[14]

4.2 Peran Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam mendorong pertumbuhan Industri Halal di Indonesia

Torehan positif kinerja perbankan negara tak hanya datang dari bank-bank konvensional. Setelah, BRI, BNI, Mandiri, dan BTN, berhasil menunjukkan kinerja cemerlang sepanjang 2022, kini giliran PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang juga mencatatkan kinerja ciamik pada 2022. BSI berhasil melesat menjadi bank terbesar ke-6 di Indonesia dengan melewati CIMB Niaga. Peningkatan kinerja BSI dapat terlihat dari laba bersih BSI yang mencapai Rp 4,26 triliun atau tumbuh 40,68 persen secara year on year (yoy) di akhir 2022. Pertumbuhan BSI merupakan buah kerja keras dari transformasi perusahaan yang berdampak besar pada aspek efisiensi.

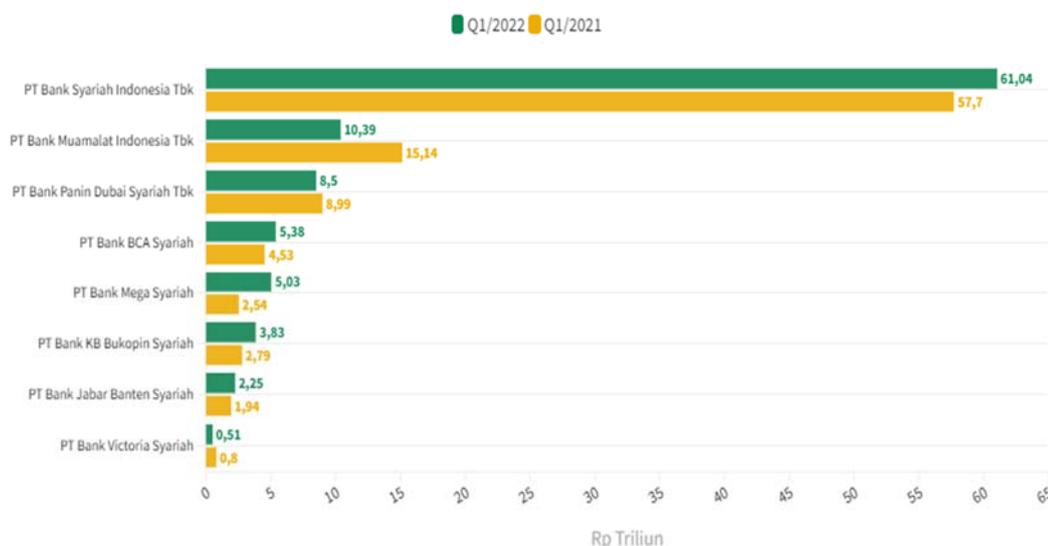
Dapat kita lihat juga per kuartal IV 2022, total aset BSI tumbuh 15 persen menjadi Rp 306 triliun. Dan dana pihak ketiga (DPK) yang naik 12 persen (yoy) menjadi Rp 261,49 triliun. Sementara pembiayaan BSI tumbuh 21 persen (yoy) menjadi Rp 208 triliun. Dari sisi kualitas aset, rasio pembiayaan bermasalah (non performing financing/NPF) Gross bergerak menurun dari 2,93 persen menjadi 2,42 persen per Desember 2022.[15]

Seiring penurunan itu, NPF Net pun susut 0,87 persen menjadi 0,57 persen. Sedangkan pencadangan yang digambarkan NPF Coverage naik dari 148,87 persen menjadi 183,12 persen.

memasuki usia dua tahun BSI telah menjadi market leader dalam industri keuangan syariah di Indonesia, baik dari sisi jaringan, customer based, capital untuk dapat melayani umat dan nasabah.

Sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, BSI terus mengoptimalkan potensi pengembangan *Islamic Ecosystem* dalam negeri, mulai dari peningkatan literasi keuangan syariah, menysar ekosistem Ziswaf, masjid, pendidikan, kesehatan dan industri manufaktur lainnya. PT Bank Syariah Indonesia Tbk. (BSI) menjadi bank umum syariah (BUS) dengan pembiayaan terbesar pada kuartal I/2022, yakni Rp61,04 triliun. Nilai tersebut meningkat 5,79% dibandingkan pada periode yang sama tahun sebelumnya sebesar Rp57,7 triliun.[16] Pembiayaan BSI terlihat tumbuh dan sehat di seluruh segmen, yaitu konsumen; korporasi; usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM); gadai emas; kartu pembiayaan; serta pengembangan ragam dan inovasi digital melalui *e-channel* BSI. Data tersebut bisa dilihat dari gambar dibawah ini:[17]

8 Bank Umum Syariah dengan Jumlah Pembiayaan Terbesar



PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) secara konsisten menjadikan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu sektor prioritas untuk menjadi tulang punggung ekosistem industri halal di Tanah Air. Dukungan tersebut dilakukan melalui dukungan permodalan, pembiayaan, dan pendampingan agar UMKM dapat menjadi besar dan naik kelas yang dijelaskan dalam tabel berikut:

Sektor Pembiayaan BSI tahun 2021-2022				
Sektor	2021 (triliun)	2022 (triliun)	Jenis Pembiayaan	
			Produktif	Konsumtif
Konstruksi	15,2	16,46	√	√
Kesehatan	4,5	5,09	√	√
Pendidikan	3,6	3,90	√	√
KUR	9,1	12,22	√	
UMKM	39,4	41,91	√	

Berdasarkan data di atas, menunjukkan bahwa PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) memberikan prioritas yang besar pada pendanaan untuk sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yakni sebesar Rp41,91 triliun dari sebelumnya di tahun 2021 sebesar Rp 39,4 triliun. Dari tabel diatas juga terlihat juga bahwa PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) telah menerapkan jenis Pembiayaan Produktif. Adapun pembiayaan produktif yaitu untuk meningkatkan produksi usaha.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) termasuk sektor yang bergerak dalam produksi usaha baik barang maupun jasa. Pentingnya pembiayaan produktif dalam konteks UMKM adalah untuk memberikan akses yang lebih baik kepada UMKM untuk mendapatkan modal yang dibutuhkan.

Hal ini membantu memperkuat sektor UMKM dan berpotensi menciptakan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan. Lebih lanjut, PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) terus memacu pembiayaan di segmen UMKM secara berkelanjutan. Hingga Maret 2023, BSI telah menyalurkan pembiayaan ke sektor rantai nilai halal Rp. 18 triliun, yang terdiri dari pembiayaan ke subsektor makanan dan minuman halal Rp. 9 triliun, farmasi dan kosmetik Rp. 7 triliun, dan mode dan fesyen Rp. 3 triliun. Berikut ini termasuk langkah Bank BSI dalam meningkatkan dukungan terhadap industri halal sektor UMKM.

1. Program UMKM Penerima KUR Syariah
Tercatat hingga November 2022, BSI telah menyalurkan pembiayaan KUR Syariah sebesar Rp 12,2 triliun atau telah mencapai 97,2% dari target kuota KUR yang diberikan pemerintah kepada BSI.
2. BSI UMKM Center
Selain dukungan permodalan, BSI juga memberikan pendampingan pengembangan usaha melalui pelatihan, perizinan, pemasaran hingga literasi keuangan syariah. Sepanjang tahun 2022, BSI meluncurkan dan meresmikan BSI UMKM Center di tiga kota, yaitu di Aceh pada akhir Desember 2021, Yogyakarta pada Juni 2022, dan Surabaya pada Juli 2022. BSI UMKM Center menyediakan fasilitas dan layanan untuk pengembangan UMKM.
3. Kompetisi Talenta Wirausaha BSI
Sejak tahun lalu, BSI secara konsisten menggelar Talenta Wirausaha BSI sebagai program inkubator bagi para wirausaha muda dari UMKM untuk membangun dan meningkatkan kapasitas usahanya (scale up), sehingga mampu bertahan dan bersaing dengan beragam bisnis yang sudah mapan. [18]

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Industri halal diartikan sebagai kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan yang diizinkan oleh syariah Islam. Dalam pelaksanaannya, industri halal antara lain sudah diatur di UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. UU tersebut bertujuan untuk menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agama masing-masing, dimana negara berkewajiban untuk memberikan perlindungan dan jaminan tentang kehalalan produk. Dalam UU 33, JPH, 2014 Pasal 1, disebutkan bahwa produk halal dapat mencakup barang dan atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat. Oleh karena produk halal tidak hanya mencakup makanan dan minuman yang kita konsumsi. Namun demikian hal ini merambah luas terhadap segala bahan gunaan yang memungkinkan digunakan oleh konsumen.

Ekosistem industri halal dipengaruhi oleh beberapa indikator yakni perkembangan demografi umat muslim, gaya hidup masyarakat yang terdorong pada prinsip syariah yang mengedepankan kebaikan dan menghindari keburukan, pertumbuhan perdagangan berbasis syariah, perkembangan pelaku industri halal, perkembangan regulasi yang mampu memberikan peluang kuat untuk pertumbuhan penawaran dan permintaan industri halal dan perkembangan teknologi informasi, *financial technology* maupun *fintech*. Indonesia tetap berada di peringkat ke-4 GIEI secara keseluruhan peringkat. Indonesia terus meningkatkan Makanan Halal peringkat indikator, menempati posisi ke-2 tahun ini. Untuk menjadi *leader of halal industry*, Indonesia perlu adanya strategi penguatan produk domestik untuk pasar ekspor dan substitusi impor di dalam pengembangan industri halal di Indonesia sebagai contoh terjalannya sinergi lembaga keuangan syariah dengan industri halal baik dibidang permodalan maupun penguatan sinergi industri halal di berbagai sektor.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia, "UU No.33 Tahun 2014 (2014)," *UU No.33 Tahun 2014*, no. 1, 2014, <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38709/uu-no-33-tahun-2014>
- [2] E. Saepudin, *Ekosistem Industri Halal*, vol. 5. 2022. doi: 10.30595/pssh.v5i.420.
- [3] A. A. Annisa, "Kopontren dan Ekosistem Halal Value Chain," *J. Ilm. Ekon. Islam*, vol. 5, no. 01, p.

- 1, 2019, doi: 10.29040/jiei.v5i01.398.
- [4] F. Ahmad Fauzi, N. Karia, and M. A. Mohd Mokhtar, "The antecedents of halal competency model: towards improvement of halal certification for SMEs' products," *Int. J. Business, Econ. Law*, vol. 14, no. 5, pp. 18–28, 2017.
- [5] Dinar Standard, "State of the Global Islamic Economy Report: Unlocking Opportunity," *State Glob. Islam. Econ. Rep. 2020/21*, pp. 4–202, 2022, [Online]. Available: <https://haladinar.io/hdn/doc/report2018.pdf>
- [6] H. H. Adinugraha, *Perkembangan Industri Halal di Indonesia | i*. 2022.
- [7] P. Ekspor, P. Halal, T. Current, A. Balance, and D. I. Indonesia, "Public life," *Routledge Libr. Ed. Socrates*, vol. 3–5, no. 6, pp. 82–141, 2021, doi: 10.4324/9781315763118-10.
- [8] I. Sechan, D. N. Ihsan, and P. K. Ningsih, "The effect of the halal industry on the export of Indonesian halal products The effect of the halal industry on the export of Indonesian...", *J. Enterp. Dev.*, vol. 5, no. 1s, p. 2023, 2023.
- [9] R. Nurrachmi, "The Global Development of Halal Food Industry: A Survey," *Tazkia Islam. Financ. Bus. Rev.*, vol. 11, no. 1, pp. 41–56, 2018, doi: 10.30993/tifbr.v11i1.113.
- [10] Lady Yulia, "Halal Products Industry Development Strategy Strategi Pengembangan Industri Produk Halal," *J. Bisnis Islam*, vol. 8, no. 1, pp. 121–162, 2015.
- [11] M. I. Khan and A. Haleem, "Understanding ' Halal ' and ' Halal Certification & Accreditation System ' - A Brief Review," *Saudi J. Bus. Manag. Stud.*, vol. 1, no. 1, pp. 32–42, 2016.
- [12] H. Anam, "Manajemen Risiko Operasional Bank Syariah; Teori dan Manfaat," *J. At-Tamwil Kaji. Ekon. Syariah*, vol. 5, no. 1, pp. 16–31, 2023.
- [13] M. R. Fadli, "Memahami desain metode penelitian kualitatif," *Humanika*, vol. 21, no. 1, pp. 33–54, 2021, doi: 10.21831/hum.v21i1.38075.
- [14] KNEKS, *Rekomendasi Kebijakan Strategi Pengembangan Keuangan Mikro Syariah Di Indonesia*. 2019.
- [15] Bank Syariah Indonesia, "Laporan Tahunan Bank Syariah Indonesia 2022," pp. 84–92, 2022.
- [16] B. P. Statistik and K. Blitar, "Pertumbuhan Ekonomi Kota Blitar Tahun 2022," no. 01, pp. 1–12, 2023.
- [17] Data Indonesia id, "Ini 8 Bank Syariah dengan Pembiayaan Terbesar per Kuartal I/2022," <https://dataindonesia.id/korporasi/detail/ini-8-bank-syariah-dengan-pembiayaan-terbesar-per-kuartal-i2022>, diakses pada 26 Oktober 2023
- [18] "detikcom Year in Review 2022.pdf."