

KONSTRUK PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL UMKM MELALUI PENGUATAN EKONOMI DIGITAL DI INDONESIA

Handry Cahyopy

Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau

Email : Yopihandry06@gmail.com

Abstract :

Digital technology as a key component of the industrial revolution is one of the crucial inputs for the halal MSME industry to expand its business lines. This study aims to find out the portrait of the digital economy constructs as a means of developing the MSME halal industry in Indonesia. This type of research is qualitative research which is library research. Sources of data come from secondary data obtained through articles, journals, documentation books, and the internet, including data published by institutions that have trusted credibility, such as Bank Indonesia (BI), Ministry of National Planning and Development, and related institutions. other. Based on the search, three important strategies were found in efforts to develop the MSME halal industry through strengthening the digital economy, namely: 1) Encouraging the formation of halal MSME human resources who understand the digital economy, 2) Encouraging digital transformation for halal MSME, 3) Utilizing Industry 4.0 technology to encourage MSME growth halal which focuses on HVC by utilizing digital economic infrastructure. The three main programs (quick-wins) recommended are: 1) Developing online marketplaces and halal payment systems for MSMEs, 2) Providing digital business guidelines and sharia compliance for MSMEs that are accessible to the public, 3) Increasing digital and halal literacy value-chain for SMEs with various programs.

Keywords: Halal Industry, Halal MSMEs, Digital Economy.

ملخص:

تعد التكنولوجيا الرقمية كعنصر أساسي في الثورة الصناعية أحد المدخلات الحاسمة المهمة للاعبين في صناعة المشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة الحال لتوسيع خطوط الأعمال. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد الصورة الهيكلية للاقتصاد الرقمي كوسيلة لتطوير صناعة الحال للمشروعات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في إندونيسيا. هذا النوع من البحث هو البحث النوعي الذي هو بحث المكتبات. تأتي مصادر البيانات من البيانات الثانوية التي يتم الحصول عليها من خلال المقالات والمجلات والكتب التوثيقية والإنترنت، بما في ذلك البيانات المنشورة من قبل المؤسسات التي تتمتع بمصداقية موثوقة، مثل بنك إندونيسيا (BI)، ووزارة التخطيط الوطني والتنمية، والمؤسسات ذات الصلة الأخرى. بناءً على البحث، تم العثور على ثلاث استراتيجيات مهمة في الجهود المبذولة لتطوير صناعة المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة الحال من خلال تعزيز الاقتصاد الرقمي، وهي: (١) تشجيع تكوين موارد بشرية حلال للمشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة التي تفهم الاقتصاد الرقمي، (٢) تشجيع التحول الرقمي للمشروعات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة الحال، (٣) الاستفادة من تكنولوجيا الصناعة 4.0 لتشجيع نمو الشركات الصغيرة والمتوسطة الحال التي تركز على القيمة المضافة من خلال الاستفادة من البنية التحتية الاقتصادية الرقمية. هناك ثلاثة برامج رئيسية (مكاسب سريعة) موصى بها، وهي: (١) تطوير سوق عبر الإنترنت ونظام دفع حلال للشركات الصغيرة والمتوسطة، (٢) توفير إرشادات الأعمال الرقمية والامثال للشرعية الإسلامية للشركات الصغيرة والمتوسطة التي يمكن للجمهور الوصول

Abstrak :

Teknologi digital sebagai komponen kunci revolusi industri menjadi salah satu input krusial penting bagi pelaku industri UMKM halal untuk memperluas lini usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potret konstruk ekonomi digital sebagai sarana pengembangan industri halal UMKM di Indonesia. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat studi kepustakaan (*library research*). Sumber data berasal dari data sekunder yang diperoleh melalui artikel, jurnal, buku dokumentasi dan internet, diantaranya yaitu data-data yang dipublikasikan oleh lembaga-lembaga yang memiliki kredibilitas terpercaya, seperti Bank Indonesia (BI), Kementerian Perencanaan dan Pembangunan Nasional, serta lembaga terkait lainnya. Berdasarkan penelusuran ditemukan tiga strategi penting dalam upaya pengembangan industri halal UMKM melalui penguatan ekonomi digital, yaitu: 1) Mendorong pembentukan SDM UMKM halal yang memahami ekonomi digital, 2) Mendorong transformasi digital bagi UMKM halal, 3) Pemanfaatan teknologi Industri 4.0 untuk mendorong pertumbuhan UMKM halal yang berfokus pada HVC dengan memanfaatkan infrastruktur ekonomi digital. Adapun tiga program utama (*quick-wins*) yang direkomendasikan, yaitu: 1) Mengembangkan online marketplace dan sistem pembayaran halal bagi UMKM, 2) Menyediakan panduan usaha digital dan kepatuhan syariah bagi UMKM yang dapat diakses oleh masyarakat, 3) Meningkatkan literasi digital dan halal value-chain bagi pelaku UMKM dengan berbagai program.

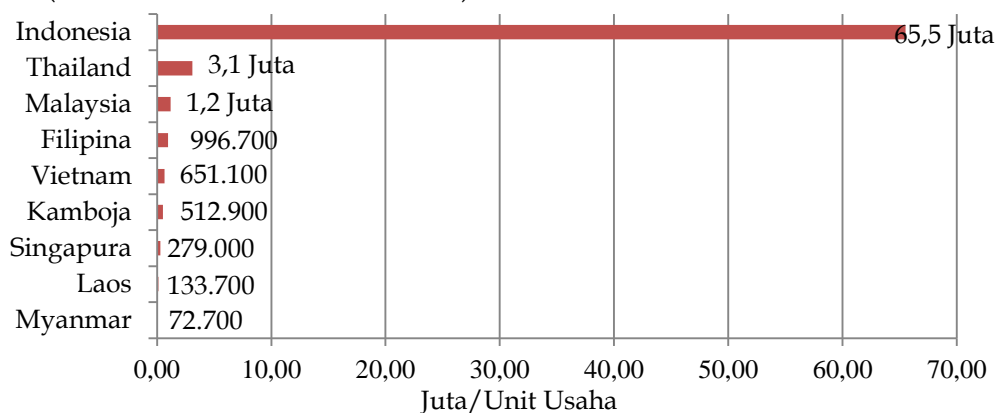
Kata Kunci: Industri Halal, UMKM halal, Ekonomi Digital.

PENDAHULUAN

Industri halal menjadi tren dunia saat ini, terbukti dari prospek industri halal yang terus tumbuh dari tahun ke tahun. Indonesia menjadi salah satu negara yang memiliki potensi besar untuk mengembangkan industri tersebut. Hal ini merupakan implikasi dari banyaknya jumlah penduduk muslim di Indonesia. Tercatat oleh *The Royal Islamic Strategic Studies Centre* (RISSC) bertajuk *The Muslim 500* edisi 2023, jumlah penduduk muslim di Indonesia mencapai 237,55 juta jiwa. Populasi muslim yang besar di Indonesia membuat permintaan terhadap produk halal juga semakin besar. Industri produksi halal saat ini telah menyumbangkan 24,5% PDB nasional dengan besarnya potensi pasar produk halal global senilai \$ 1,9 triliun (Direktorat Jendral Perbendaharaan, 2022).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi klaster yang memainkan peranan penting dalam upaya pengembangan industri halal sebagai pembentukan rantai nilai halal nasional dan global. *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD) dalam laporannya, *ASEAN Investment Report 2022* yang diterbitkan bulan Oktober mencatat pelaku UMKM di Indonesia sebanyak 65,46 juta dan menjadikan Indonesia sebagai negara yang memiliki UMKM terbanyak di ASEAN (Gambar 1), berkontribusi sebesar 60,3% terhadap PDB dan mampu menyerap 97% tenaga kerja di Indonesia. Diadaptasi dari data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian yang menyebutkan, jumlah UMKM di Indonesia sudah mencapai 99% atau 64,2 juta dari keseluruhan unit usaha dengan kontribusi

PDB mencapai 60,5% atau senilai Rp. 9.580 triliun, nilai investasi 60,4% dari total investasi, mengisi 15,65% ekspor non-migas dan menyerap tenaga kerja sebesar 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional, serta sedikitnya 32% pelaku UMKM hadir dengan memanfaatkan dan sudah memasuki ekosistem digital (Menteri Perekonomian, 2022).



Sumber: UNCTAD, 2022

Gambar 1. Jumlah UMKM di Negara ASEAN

Pertumbuhan nilai transaksi produk halal yang ciamik dapat dilihat melalui transaksi *e-commerce marketplace*. Tercatat pada Januari sampai dengan November 2022, nominal transaksi produk halal mencapai Rp. 20,45 triliun atau meningkat 29,93% (yoy) dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya (Bank Indonesia, 2022). Penggunaan teknologi saat ini telah mengubah kultur bisnis dan perilaku konsumen, dimana seluruh realisasi bisnis mengalami penyesuaian ulang, tidak terkecuali UMKM di Indonesia yang harus turut untuk mampu bersaing. Penggunaan ekonomi digital diproyeksikan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi sebesar 2% per tahun. Pemanfaatan sektor ekonomi digital menjadi sebuah faktor penting di Indonesia guna mencapai dan memaksimalkan seluruh potensi yang ada. Dengan semakin banyaknya UMKM yang terlibat dalam sektor ekonomi digital melalui bisnis elektronik (*e-commerce*), pita lebar (*broadband*), teknologi awan (*cloud*) dan *platform* digital lainnya, UMKM dapat mengalami pertumbuhan yang lebih cepat baik dari segi pendapatan dan juga dalam penyediaan lapangan kerja, serta menjadikan bisnis lebih inovatif dan kompetitif.

Pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia pada tahun 2022 mencapai \$ 77 miliar atau naik 22% dari tahun 2021 (Google Temasek, Bain & Company, 2022). Sekitar 40% nilai transaksi ekonomi digital ASEAN berasal dari Indonesia. Investasi pada sektor ekonomi digital juga tumbuh positif, dilihat dari *deal value* investasi triwulan pertama 2022 sebesar \$ 3 miliar, serta menjadi nilai kedua tertinggi setelah Singapura. Dengan hasil positif sektor ekonomi digital tersebut, diperkirakan pada tahun 2025 nilai valuasinya akan tumbuh dua kali lipat menjadi \$ 130 miliar, dan akan mencapai \$ 220 - \$ 360 miliar di tahun 2030. Pencapaian tersebut juga disokong oleh kondisi Indonesia yang mempunyai mayoritas jumlah penduduk berusia produktif dan juga tingkat penetrasi internet yang sudah mencapai 76,8%. Kemudian memiliki lebih dari 2.400 perusahaan *start-up* sehingga menjadi peringkat ke-6 dunia dengan

jumlah *start up* terbanyak (Menteri Perekonomian, 2023).

Seiring dengan perkembangan teknologi, era *old digital economy* akhirnya memasuki era *new digital economy* yang ditandai dengan ketersediaan *mobile technology*, akses internet tanpa batas dan teknologi *cloud* yang digunakan dalam kegiatan ekonomi digital (Van Ark, Erumban, Corrado & Levanon, 2016). Model bisnis baru dapat muncul, industri dapat berintegrasi dan model bisnis industri saat ini dapat berubah sebagai akibat dari pertumbuhan ekonomi digital. Teknologi digital sebagai komponen kunci revolusi industri 4.0, menjadi salah satu input krusial yang dibutuhkan pelaku industri UMKM untuk memperluas lini usaha mereka. Perkembangan sektor industri yang beriringan dengan perkembangan teknologi tentunya dapat membawa dampak positif pada suatu negara, salah satunya yaitu dampak pada peningkatan perekonomian negara tersebut. Suatu negara dapat mengarahkan ekonominya menuju ekonomi digital dengan memanfaatkan keberadaan teknologi digital.

Mengingat peran penting ekonomi digital saat ini, penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam tentang bagaimana konstruk pengembangan industri halal UMKM melalui penguatan ekonomi digital di Indonesia. Tujuan penelitian ini dimaksudkan agar dapat memberikan kontribusi potret konstruk ekonomi digital di Indonesia sebagai sarana potensial pengembangan industri halal khususnya pada UMKM halal.

METODE PENELITIAN

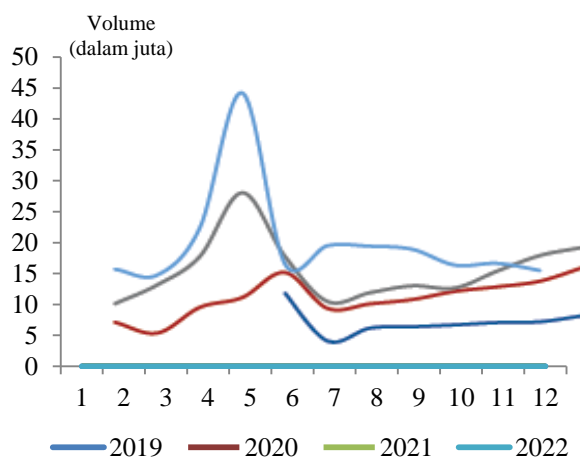
Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian kualitatif yang bersifat studi kepustakaan (*library research*) dengan menggunakan buku-buku dan literatur lainnya sebagai objek utama sumber data (Hadi, 2002). Sumber data berasal dari data sekunder yang diperoleh melalui artikel, jurnal, buku dokumentasi dan internet. Diantaranya yaitu data-data yang dipublikasikan oleh lembaga-lembaga yang memiliki kredibilitas terpercaya, seperti Bank Indonesia (BI), Kementerian Perencanaan dan Pembangunan Nasional, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian dan Kementerian Perdagangan. Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif. Metode analisis deskriptif dilakukan dengan menyusun data yang diperoleh kemudian diinterpretasikan serta dianalisis secara mendalam sehingga dapat memberikan informasi bagi pemecahan masalah. Dalam penelitian ini, penulis membaca dan menganalisis kajian dari berbagai sumber yang relevan dengan pokok bahasan yang dihadapi sebelum sampai pada penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ekonomi digital merupakan terminologi baru yang muncul dari perpaduan ekonomi dan teknologi. Ruang lingkupnya dikerucutkan dalam bisnis *e-commerce* dan *fintech*. Beberapa laporan tahunan ekonomi digital global mengedapankan platform *fintech* dan *e-commerce* sebagai infrastruktur pendukung lintas industri yang terlibat dalam transaksi digital. Pasar ekonomi digital di Indonesia menunjukkan potensi yang sangat besar. Tercatat selama tahun 2022 nilai transaksi niaga elektronik (*e-commerce*) Rp. 476,3 triliun dengan

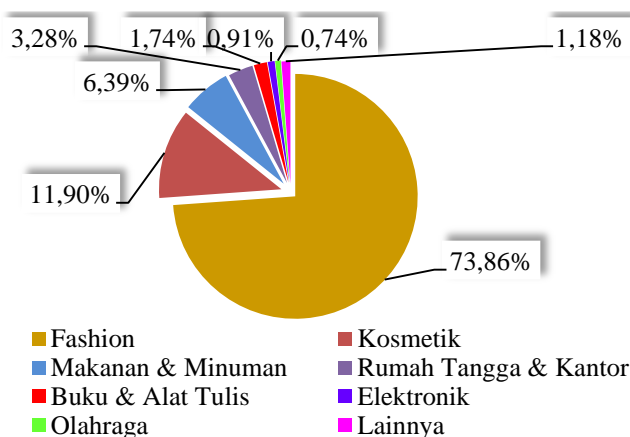
volume 3,48 juta transaksi (Wakil Mendag, 2023).

Penetrasi pasar *e-commerce* sejalan dengan pergeseran preferensi dan perilaku masyarakat dalam berbelanja *online*, yang secara langsung dapat meningkatkan volume transaksi *online* produk halal. Pada Januari – November 2022 volume transaksi produk halal di Indonesia melalui *e-commerce* mencapai 217,17 juta transaksi atau meningkat 31,49% (yoy) dari periode sebelumnya tahun 2021 (Gambar 2). Tren kenaikan tersebut diperkirakan akan terus berlanjut sejalan dengan penerapan *Blueprint* Sistem Pembayaran Indonesia (BSPI) 2025 oleh Bank Indonesia. Transaksi produk yang diperdagangkan melalui *e-commerce* didominasi oleh produk fesyen, dimana per November 2022 transaksi produk halal ditopang oleh produk fesyen dengan pangsa pasar 73,86% (Gambar 3) dari total nominal transaksi melalui *e-commerce* (Bank Indonesia, 2022).



Sumber: Bank Indonesia, 2022

Gambar 2. Volume Transaksi Produk Halal Melalui E-Commerce 2019 - Nov 2022

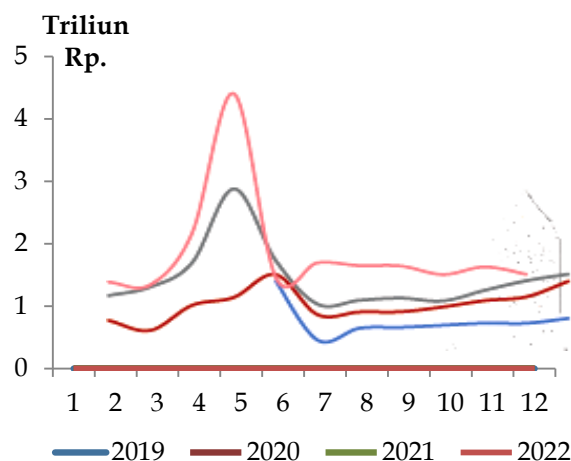


Sumber: Bank Indonesia, 2022

Gambar 3. Pangsa Produk Halal Melalui E-Commerce November 2022

Transaksi *e-commerce* semakin merambat dikalangan masyarakat dan menjadi suatu kebiasaan baru. Tren tersebut juga dapat dilihat dari jumlah nominal transaksi produk halal oleh masyarakat melalui *e-commerce*. Pada

periode Januari – November 2022, nominal transaksi produk halal mencapai Rp. 20,45 triliun (Gambar 4) atau mengalami peningkatan sebesar 29,93 (yoy) dari tahun sebelumnya. Lonjakan transaksi produk halal terjadi pada bulan April 2022 yaitu periode bulan Ramadhan dan menjelang Idul Fitri 1443 H. Jumlah transaksi tersebut meningkat sebesar 19,73% dari periode sebelumnya tahun 2021 (Bank Indonesia, 2022).



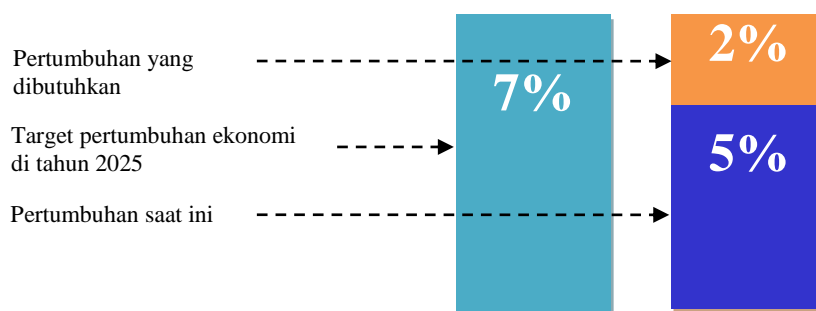
Sumber: Bank Indonesia, 2022

Gambar 4. Nominal Transaksi Produk Halal Melalui E-Commerce 2019 – Nov 2022

Indonesia memiliki potensi ekonomi yang besar karena kekayaan sumber daya alam, angkatan kerja muda yang cukup besar, dan laju urbanisasi yang cepat. Selama beberapa tahun terakhir, ekonomi Indonesia telah tumbuh pada tingkat yang cukup mengesankan. Perekonomian Indonesia tumbuh sebesar 5,03% pada triwulan pertama tahun 2023, sedikit lebih tinggi dari periode yang sama di tahun 2022 (Departemen Komunikasi, 2023).

Dalam hal kemajuan sosial dan pengelolaan ekonomi, Indonesia telah membuat kemajuan yang signifikan dan saat ini sedang berusaha mengejar tujuan selanjutnya. Menurut pemodelan ekonomi (*economic modelling*) Deloitte dan studi Bank Dunia sebelumnya, pertumbuhan ekonomi tahunan Indonesia dapat ditingkatkan sebesar 2% dengan menggandakan tingkat penetrasi internet dan memperluas keterlibatan UMKM. Pertumbuhan sebesar 2% diperlukan untuk mencapai target pertumbuhan 7% sehingga menjadi negara dengan status pendapatan menengah pada tahun 2025 (Deloitte, 2015). Pemerintah Indonesia dalam hal menggali potensi ekonomi digital telah mengeluarkan regulasi dan pendampingan, serta telah mengeluarkan sejumlah aturan untuk memajukan sektor ini. Di Indonesia terdapat 3 badan pengawas yang mengawasi layanan dan transaksi keuangan berbasis digital. Badan-badan tersebut (BI dan OJK) juga mengatur layanan syariah digital di Indonesia

(Gambar 6).



Sumber: Deloitte Access Economics, 2015

Gambar 5. Target Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun 2025



Gambar 6. Regulator Layanan Keuangan Digital

Pemerintah melalui Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan menetapkan aturan dan memberikan pendampingan bagi bisnis digital yang membutuhkan banyak regulasi. Bank Indonesia memiliki *Fintech Office*, mendukung inovasi melalui *regulatory sandbox*, dan menerbitkan ketentuan terkait *fintech* dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12 Tahun 2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial. Sementara itu, peraturan POJK 77/POKL.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi dan POJK No. 13/POJK.02/2018 tentang Inovasi Keuangan Digital di Sektor Keuangan yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

UMKM di Indonesia saat ini tidak diragukan lagi siap untuk mendapatkan keuntungan dari transformasi digital. Kebijakan pemerintah memainkan peran penting dalam mempercepat pemanfaatan ekonomi digital khususnya akses *broadband*, serta koordinasi yang lebih baik dari program pemerintah yang sudah ada, opsi pembayaran, peluang investasi, dan kemudahan akses ke teknologi digital baru yang lebih terjangkau. Pemanfaatan teknologi digital membantu UMKM dalam banyak hal, salah satunya adalah kemampuan untuk mengakses dan menganalisis berbagai data konsumen untuk membantu mereka dalam pengambilan keputusan. Beberapa keuntungan lain dalam penggunaan teknologi digital bagi UMKM yaitu, peningkatan pendapatan hingga 80%, satu setengah kali kemungkinan menciptakan lapangan kerja baru, 17 kali kemungkinan menjadikan UMKM lebih inovatif, dan peningkatan daya saing secara global untuk UMKM.

Ekonomi Islam digital memiliki pasar yang potensial di beberapa sektor industri halal, mulai dari pendidikan, makanan halal, pariwisata halal, fesyen Muslim, farmasi dan kosmetik halal, serta keuangan Islam. Potensi yang paling besar terdapat di sektor fesyen Muslim, farmasi dan kosmetik, juga keuangan Islam. Pengembangan produk ekonomi digital paling strategis dapat dimulai

melalui *e-commerce*, meliputi *sharing economy*, *marketplace*, dan ritel (Kementerian PPN/Bappenas, 2018). Industri halal yang termasuk ke dalam usaha besar UMKM meliputi makanan dan minuman halal, pariwisata halal, halal fesyen, serta farmasi dan kosmetik halal. Industri halal UMKM dalam hal ini memberikan kepastian hukum pada konsumen yang mengkonsumsi produk akan kehalalan produknya sesuai dengan ketentuan halal yang ditetapkan syariah Islam.

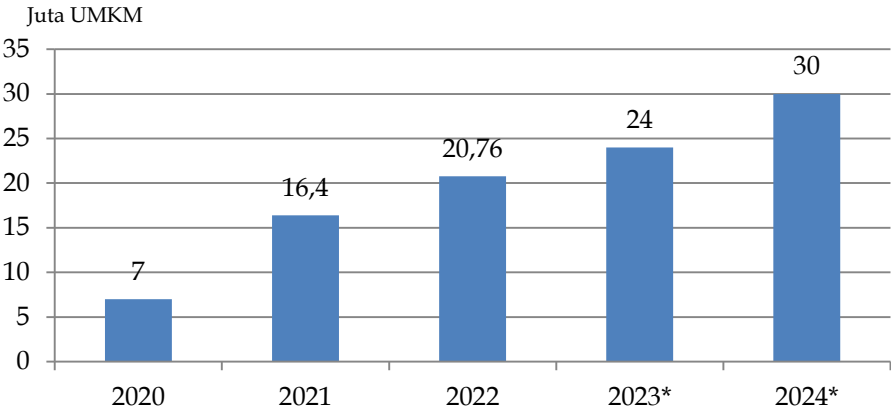
Mengingat sektor halal utamanya dijalankan oleh UMKM, pemerintah juga memperkuat komitmennya untuk mengembangkan UMKM melalui turunan UU Cipta Kerja, khususnya melalui penerbitan PP No. 7 Tahun 2021 tentang fasilitasi, perlindungan, dan pemberdayaan UMKM melalui pengelolaan UMKM secara terpadu, keikutsertaan UMKM dalam infrastruktur publik, kemudahan perizinan usaha, bantuan hukum, dan layanan pendampingan. Dengan harapan agar tersedianya semua kemudahan tersebut akan mendorong perkembangan UMKM Indonesia yang berdampak pada penciptaan lapangan kerja (KNEKS, 2021).

Sejumlah kebijakan pemerintah yang diterapkan dalam rangka mitigasi pandemi, khususnya pembatasan aktivitas fisik yang berlangsung lama, mengakibatkan sebagian besar usaha UMKM tidak dapat beroperasi secara normal, yang tidak hanya berdampak pada penurunan pendapatan, tetapi juga menggerus permodalan UMKM. Transformasi digitalisasi UMKM menjadi salah satu fokus pengembangan industri halal UMKM. Akibatnya, UMKM harus beradaptasi dan mengadopsi teknologi dalam proses bisnisnya, termasuk produksi, distribusi, dan pemasaran. Penggunaan teknologi digital dalam proses produksi mungkin memerlukan investasi awal yang signifikan, namun akan memberikan manfaat jangka panjang bagi UMKM, terutama dalam hal efisiensi (biaya produksi dan tenaga kerja) dan kecepatan waktu produksi. Demikian juga dalam hal distribusi produk, UMKM lebih memanfaatkan *e-commerce* untuk memenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu UMKM perlu mengoptimalkan *e-commerce* disamping saluran distribusi tradisional (*offline*) yang dimiliki. UMKM harus mampu dan jeli memanfaatkan saluran *online* baik website maupun media sosial untuk melakukan promosi dan menjangkau target pelanggan yang tepat.

Pada titik ini, digitalisasi UMKM merupakan sesuatu yang tidak bisa untuk dihindari, karena UMKM akan tergerus oleh zaman jika tidak melakukan digitalisasi. Platform digital tidak hanya menguntungkan UMKM, tetapi juga dapat membantu perekonomian Indonesia. Pada 2022, dirilis oleh Kementerian Koperasi dan UKM mencatat jumlah UMKM yang telah memasuki ekosistem digital mencapai 20,76 juta unit, meningkat 26,6% dari tahun 2021 yang tercatat sebanyak 16,4 juta UMKM (Gambar 7), dan inklusi digital UMKM bisa mencapai 30 juta pada tahun 2024 (DataIndonesia.id).

Potensi digital Indonesia diperkirakan mencapai \$ 124 miliar atau lebih dari Rp. 1.700 triliun pada tahun 2025. Dengan proyeksi ini, UMKM di Indonesia akan menjadi pengguna *e-commerce* tertinggi di kawasan Asia Tenggara. Beberapa manfaat digitalisasi adalah kemudahan konsumen dalam

memperoleh sesuatu. Kedua adalah kemudahan jaringan produk dan *brand awareness* dengan mudah dapat dibangun. Ketiga, digitalisasi dapat menurunkan harga produk sekaligus meningkatkan efisiensi dan efektivitas produsen dalam proses produksi (KNEKS, 2021).



Sumber: Kementerian UKM dan Koperasi, 2022

Gambar 7. Jumlah UMKM yang Masuk Ekosistem Digital

Besarnya potensi digital ekonomi di Indonesia dalam upaya mengembangkan industri halal UMKM, hal tersebut juga diikuti dengan banyaknya tantangan dalam mencapai potensi tersebut (Tabel 1). Adapun peluang dan tantangan pengembangan UMKM halal pada ekonomi digital di Indonesia yaitu: (Kementerian PPN/Bappenas, 2018).

Aspek	Peluang	Tantangan
Ekonomi Digital	<ol style="list-style-type: none"> Beberapa pionir UMKM industri halal berawal dari ekonomi berbasis digital. 	<ol style="list-style-type: none"> Sepertiga UMKM di Indonesia masih belum mengadopsi ekonomi berbasis digital. Kurangnya akses terhadap hasil riset dan pengembangan pada teknologi untuk memaksimalkan produk (output). Saat ini belum ada platform digital yang mendata banyak kategori bisnis, produk, dan lokasi UMKM industri halal, serta yang bisa mempertemukan para pelaku usaha yang membutuhkan bantuan keuangan dan pihak-pihak yang memiliki kelebihan dana.

Sumber: Masterplan Ekonomi Syariah 2019 – 2024

Tabel 1. Peluang dan Tantangan Ekonomi Digital Dalam Pengembangan UMKM Halal

Untuk mengembangkan industri halal UMKM melalui penguatan ekonomi digital di Indonesia, maka sejumlah strategi dan kegiatan harus dibentuk. Terdapat tiga langkah yang direkomendasikan sebagai strategi untuk pengembangan industri halal UMKM melalui penguatan ekonomi digital, yaitu dengan mendorong literasi ekonomi Islam digital untuk mempersiapkan SDM yang paham tentang ekonomi digital, mendorong transformasi digital bagi UMKM untuk memperkuat *national HVC*, dan melakukan pemanfaatan industri 4.0 untuk mendorong skala usaha industri terutama UMKM (Tabel 2). Berikut strategi yang dibentuk dalam upaya pengembangan industri halal UMKM melalui penguatan ekonomi digital, sebagai berikut: (Kementerian PPN/Bappenas, 2018).

No	Strategi	Target Indikator
Strategi 1: Mendorong pembentukan SDM UMKM yang memahami ekonomi digital		
1	Meningkatkan literasi digital dan <i>halal value</i> bagi pelaku UMKM industri halal melalui berbagai <i>event</i> .	➤ Terdapat pemetaan daerah UMKM sebagai pusat pengembangan ekonomi digital.
	a. Memetakan daerah UMKM yang potensi untuk pengembangan ekonomi digital	
	b. Mendorong <i>event-event</i> UMKM yang dikhususkan untuk promosi ekonomi digital.	
2	Menciptakan ekosistem ekonomi digital yang adil dan kompetitif antara pelaku UMKM.	➤ Layanan terpadu memudahkan perizinan pelaku UMKM ekonomi digital Islam.
	a. Mengelurkan regulasi bagi pelaku ekonomi UMKM yang berkaitan dengan rantai pasokan ekonomi digital.	➤ Tersedianya tenaga kerja lepas digital untuk industri halal UMKM.
	b. Membangun <i>platform</i> digital ekonomi bagi pelaku UMKM.	
3	Program <i>up-skilling</i> dan <i>re-skilling</i> digital untuk pelaku UMKM melalui pembelajaran <i>online</i> maupun <i>hands-on</i> .	➤ Meningkatnya profesional UMKM yang memahami ekonomi digital.
Strategi 2: Mendorong transformasi digital bagi UMKM yang dapat memperkuat <i>national HVC</i>		
1	Menyediakan kesadaran ekonomi digital bagi UMKM halal dengan melibatkan <i>startup</i> yang sukses melalui program <i>mentoring/coaching</i> .	➤ Meningkatnya jumlah UMKM halal yang terlibat ekonomi digital
	a. Mengadakan penyuluhan ekonomi	

No	Strategi	Target Indikator
	digital yang berkelanjutan dan penyediaan program akselerasi dan inkubator untuk UMKM strategis.	
	b. Menilai kesiapan UMKM halal dan memberikan training untuk meningkatkan <i>skill</i> digital karyawan UMKM.	
2	Menyediakan pusat informasi model bisnis digital yang dapat diakses UMKM secara <i>online</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Meningkatnya jumlah UMKM halal yang terlibat ekonomi digital. ➤ Efisiensi operasi dan produksi, serta meningkatkan penjualan.
	a. Percepatan Implementasi <i>Inclusive Digital Economy Accelerator</i> (IDEA) hub secara nasional.	
	b. Membuat panduan praktis bagi pelaku UMKM digital.	
3	Memberikan insentif khusus untuk menumbuhkan UMKM lokal dan menyediakan peluang untuk globalisasi	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Meningkatnya jumlah produksi untuk pasar lokal dan ekspor dari pelaku UMKM halal digital.
	a. Bekerja sama dengan sektor swasta untuk pendanaan UMKM strategis, pengembangan kewirausahaan, komersialisasi, dan dukungan akselerasi produksi.	
	b. Mempertemukan UMKM lokal dengan investor domestik maupun global domestik.	
4	Meningkatkan adopsi <i>e-commerce</i> untuk produsen produk dan jasa halal.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Meningkatnya volume penjualan produk dan jasa halal.
	a. Melakukan asesman kesiapan digital karyawan produsen produk dan jasa halal.	
	b. Memberikan pelatihan secara <i>hands-on</i> tentang <i>supply chain</i> digital menggunakan <i>e-commerce</i> dan <i>fintech</i> syariah.	
	c. Memberikan pendampingan/mentoring kepada produsen produk dan jasa halal.	
5	Pengembangan <i>online marketplace</i> dan sistem pembayaran halal.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tersedianya <i>online marketplace</i> disertai dengan sistem pembayaran halal.
	a. Mengembangkan <i>online marketplace</i>	

No	Strategi	Target Indikator
	dan sistem pembayaran halal.	
Strategi 3: Pemanfaatan teknologi Industri 4.0 untuk mendorong pertumbuhan UMKM halal yang berfokus pada HVC dengan memanfaatkan infrastruktur ekonomi digital		
1	<p>Pembentukan kerangka dan mekanisme dalam mengukur kesiapan dan kapabilitas industri UMKM terhadap parameter industri 4.0.</p> <p>a. Membangun platform nasional evaluasi bagi UMKM menggunakan pendekatan <i>best-practices</i> dari negara luar yang telah melaksanakan Industri 4.0.</p>	<p>➤ Indeks kesiapan UMKM pada Industri 4.0.</p>
2	<p>Penciptaan ekosistem yang kondusif dalam ekonomi digital bagi UMKM (Big Data Analytics, IoT, Blockchain, dan lain-lain).</p>	<p>➤ Meningkatnya jumlah pelaku industri halal UMKM yang memanfaatkan Industri 4.0.</p>
	<p>a. Membentuk kerja sama antara Pemerintah Pusat/Pemda/Pemkot, pihak swasta dan pelaku UMKM pada Industri 4.0 dalam membangun <i>supply-chain</i> yang efektif dan efisien bagi industri UMKM.</p>	<p>➤ Menciptakan lebih banyak model bisnis digital.</p>
	<p>b. Mendorong pihak swasta melakukan pendanaan terhadap industri <i>startup</i> dan UMKM yang terlibat Industri 4.0.</p>	<p>➤ Terciptanya solusi digital atas kebutuhan industri halal UMKM.</p>
	<p>c. Mengadakan kompetisi Industri 4.0 untuk UMKM melalui kerjasama pihak-pihak terkait.</p>	<p>➤ Meningkatnya inovasi dan kekayaan intelektual Industri 4.0 pada UMKM halal.</p>
3	<p>Pembentukan sistem informasi terintegrasi untuk <i>traceability</i> produk halal.</p>	<p>➤ Terbentuknya sistem informasi terintegrasi yang dapat memudahkan <i>traceability</i> produk halal.</p>

Sumber: Masterplan Ekonomi Syariah 2019 – 2024

Tabel 2 : Strategi Pengembangan Industri Halal UMKM Melalui Ekonomi Digital

Beberapa strategi sebagaimana pemaparan di atas, sedikitnya terdapat beberapa *quick-wins* penting dalam rencana pengembangan industri halal UMKM melalui penguatan ekonomi digital di Indonesia, sebagai berikut:

1. Mengembangkan *online marketplace* dan sistem pembayaran halal bagi UMKM.

Bertransaksi secara digital melalui *e-commerce* atau *online marketplace* sudah menjadi gaya hidup baru dan kebutuhan setiap orang. Namun masih sedikit *marketplace* yang khusus menjual produk (barang/jasa) halal dan melakukan transaksi secara syariah. Oleh sebab itu, sangat penting untuk mengembangkan *marketplace* halal baik dari segi barang maupun proses pembayarannya. Hal ini dapat dilakukan dengan menciptakan halal *marketplace* (pasar yang khusus menjual produk halal dan menggunakan sistem transaksi dengan pembayaran yang sesuai syariah Islam), seperti *e-money* syariah, *go-pay* syariah, dan *ovo* syariah, serta sistem transaksi dan pembayaran lainnya yang relevan.

2. Menyediakan panduan usaha digital dan kepatuhan syariah bagi UMKM yang dapat diakses oleh masyarakat.

Peningkatan skala usaha dan kemanfaatan industri syariah diperlukan panduan standar kehalalan suatu produk (barang atau jasa) serta metode transaksi atau pembiayaan yang sesuai syariah. Panduan ini dapat mencakup berbagai topik, termasuk kualifikasi produk digital, karakteristik perusahaan, dan pendanaan bisnis yang sesuai syariah Islam. Panduan bisnis digital dan panduan kepatuhan syariah ini akan mendorong para pelaku bisnis untuk menghasilkan produk-produk yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.

3. Meningkatkan literasi digital dan *halal value-chain* bagi pelaku UMKM dengan berbagai program.

Untuk mendorong industri halal dengan teknologi digital, pelaku usaha UMKM harus memahami digital khususnya dalam penggunaan *fintech* sebagai alternatif pendanaan, dan *e-commerce* sebagai sarana perluasan pasar. Upaya peningkatan literasi digital dapat dilakukan melalui kerja sama dengan program literasi digital Kementerian Komunikasi dan Informatika dan pembuat kebijakan lainnya. Selanjutnya, sebagai bagian dari pengembangan industri halal UMKM, para pelaku industri dapat diberikan pendampingan, pembinaan, dan inkubasi bisnis.

Ekonomi digital dan pertumbuhan industri 4.0 berperan sebagai *enabler* di sektor halal dalam mewujudkan cita-cita menjadikan Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah dunia. Ruang lingkup ekonomi digital diproyeksikan akan berperan dalam industri ekonomi syariah di Indonesia, antara lain melalui teknologi *augmented reality* (AR), *financial technology* (*fintech*), *internet of things* (IoT), *big data*, *e-commerce*, *artificial intelligent* (AI), integrasi sistem, dan fasilitas *cloud*.

Pengembangan teknologi yang tepat guna memutakhir peningkatan efisiensi industri halal UMKM sangat perlu dilakukan. Dari tiga strategi dan tiga program utama (*quick-wins*) yang menjadi saran dalam upaya pengembangan industri halal UMKM, secara lebih khusus terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan, sebagai berikut:

1. Pengembangan teknologi tepat guna meningkatkan efisiensi dan mendorong transformasi digital UMKM.

Peningkatan konsumsi produk halal dalam negeri melalui ekonomi digital dapat dilakukan antara lain dengan mengembangkan halal marketplace dan sistem pembayaran syariah. Penggunaan *e-commerce* dan *fintech* sebagian besar dimaksudkan untuk membantu perusahaan kecil dan menengah dengan memungkinkan industri melakukan pemasaran online. Sistem pembayaran syariah memungkinkan masyarakat menggunakan platform atau aplikasi *fintech* yang sesuai syariah untuk kebutuhan transaksi sehari-hari.

2. Pembentukan fasilitas inkubator untuk memfasilitasi *startup* dalam *halal value chain*.

Tujuan dari program ini adalah untuk membantu para pengusaha pemula dalam mengembangkan bisnisnya agar dapat tumbuh lebih cepat, efisien, dan memiliki cakupan global di masa depan. Selain itu, inkubator harus memberikan informasi tentang model bisnis yang sesuai syariah sehingga *startup* tersebut dapat melakukan transformasi digital dengan baik.

3. Sistem informasi yang terintegrasi untuk *traceability* produk halal.

Traceability merupakan faktor penting dalam memastikan kehalalan komponen produk halal dan meningkatkan kepercayaan pasar terhadap proses sertifikasi halal, khususnya untuk barang konsumsi seperti makanan dan kosmetik. *Traceability* digunakan untuk memverifikasi kehalalan produk, dimulai dengan perolehan komponen bahan baku dan dilanjutkan melalui proses produksi, transportasi, dan distribusi akhir. Sistem informasi yang terintegrasi memfasilitasi proses *traceability* dengan membangun database yang memuat informasi komponen dan proses produksi di sepanjang Rantai Nilai produk halal dan dapat diakses secara transparan. *Traceability* produk halal di Indonesia diproyeksikan akan lebih efisien dan terpercaya dengan penggunaan sistem informasi. Dengan *traceability* yang kredibel, produk halal unggulan dari Indonesia akan lebih mampu bersaing di tingkat global.

Adapun target indikator dari strategi dan program yang disebutkan, yaitu untuk meningkatkan *awareness* dan penggunaan produk halal dalam negeri melalui ekonomi digital, mempercepat implementasi *Inclusive Digital Economy*, menciptakan produk halal industri UMKM Indonesia yang mampu turut bersaing secara global. Kontribusi industri halal UMKM melalui penguatan ekonomi digital diharapkan mampu mendorong laju pertumbuhan ekonomi, dan secara khusus pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia.

KESIMPULAN

Kemunculan ekonomi digital memberikan dampak signifikan terhadap industri halal UMKM, sekaligus meningkatkan perekonomian Indonesia melalui peningkatan PDB nasional. Pemerintah Indonesia dalam hal menggali potensi ekonomi digital telah mengeluarkan regulasi dan pendampingan, serta sejumlah aturan untuk menggali potensi yang ada. *Roadmap* pengembangan

industri halal UMKM melalui penguatan ekonomi digital di Indonesia masih belum terimplementasikan secara menyeluruh, namun langkah pengembangan secara garis besar sudah dilakukan melalui penyiapan program dan juga strategi unggulan dalam menunjang percepatan pengembangan sektor ini. Terdapat tiga langkah yang direkomendasikan sebagai strategi untuk pengembangan industri halal UMKM melalui penguatan ekonomi digital, yaitu: 1) Mendorong pembentukan SDM UMKM halal yang memahami ekonomi digital, 2) Mendorong transformasi digital bagi UMKM halal yang dapat memperkuat *national HVC*, 3) Pemanfaatan teknologi Industri 4.0 untuk mendorong pertumbuhan UMKM halal yang berfokus pada HVC dengan memanfaatkan infrastruktur ekonomi digital. Dari ketiga strategi yang disampaikan, setidaknya terdapat tiga program utama (*quick-wins*) yang disarankan, yaitu: 1) Mengembangkan *online marketplace* dan sistem pembayaran halal bagi UMKM, 2) Menyediakan panduan usaha digital dan kepatuhan syariah bagi UMKM yang dapat diakses oleh masyarakat, 3) Meningkatkan literasi digital dan *halal value-chain* bagi pelaku UMKM dengan berbagai program. Laju pertumbuhan UMKM melalui adopsi digitalisasi dan dukungan pemerintah dari strategi yang dibuat, diproyeksikan UMKM di Indonesia akan menjadi pengguna *e-commerce* tertinggi di kawasan Asia Tenggara.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2022). Kajian Ekonomi & Keuangan Syariah 2022 – Sinergi dan Inovasi Meningkatkan Kontribusi Ekonomi dan Keuangan Syariah. ISSN 2722-8665. 24.
- DataIndonesia.id. (2023). *20,76 Juta UMKM di Indonesia Masuk Ekosistem Digital pada 2022*. Diunduh dari <https://dataindonesia.id/bursa-keuangan/detail/2076-juta-umkm-di-indonesia-masuk-ekosistem-digital-pada-2022>
- Deloitte Access Economics. (2015). *UKM Pemicu Kemajuan Indonesia: Instrumen Pertumbuhan Nusantara*.
- Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah. (2020). Bank Indonesia. *Ekosistem Industri Halal*. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah. 44.
- Departemen Komunikasi. (2023). Bank Indonesia. *Siaran Pers – Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tetap Kuat*. Diunduh dari https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2511423.aspx
- Direktorat Jenderal Perbendaharaan. (2022). Kementerian Keuangan Republik Indonesia. *Keynote Speech – DJPb Dukung Industri Ekonomi Syariah Indonesia Melalui Pendampingan Produk Halal*. Diunduh dari <https://djp.b.kemenkeu.go.id/portal/en/berita/lainnya/pengumuman/129-berita/nasional/3960>

- Google Temasek, Bain & Company. (2022). *e-Conomy SEA 2022: Through the waves, towards a sea of opportunity*.
- Hadi, Sutrisno. (2002). *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kementerian PPN/Bappenas. (2018). Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024: Hasil Kajian Analisis Ekonomi Syariah di Indonesia*.
- KNEKS. (2021). *Insight Islamic Economy Bulletin: UMKM Halal dan Ketahanan Ekonomi Indonesia*. Jakarta: Komite Nasional dan Keuangan Syariah.
- Menko Perekonomian. (2022). Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. *Siaran Pers – Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah*. Diunduh dari <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>
- Menko Perekonomian. (2023). Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. *Siaran Pers – Pemerintah Dorong Pemulihan Ekonomi Lebih Cepat dengan Optimalkan Potensi Ekonomi Digital*. Diunduh dari <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4957/pemerintah-dorong-pemulihan-ekonomi-lebih-cepat-dengan-optimalkan-potensi-ekonomi-digital>
- Van Ark, B., Erumban, A., Corrado, C., & Levanon, G. (2016). *Navigating the new digital economy: driving digital growth and productivity from installation to deployment*.
- Wakil Mendag. (2023). Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. *Siaran Pers - Raih Potensi Ekonomi Digital, Kemendag Dorong Peningkatan Digitalisasi UMKM*. Diunduh dari <https://www.kemendag.go.id/berita/siaran-pers/raih-potensi-ekonomi-digital-kemendag-dorong-peningkatan-digitalisasi-umkm-malang>