

## PRESS BRIEF

### Diskusi Publik INDEF

#### "SGIE Indonesia Merosot: Evaluasi Kebijakan dan Industri Halal Nasional"

**Jakarta, 8 Juni 2026** — Indonesia mengalami penurunan peringkat dalam *State of the Global Islamic Economy (SGIE) Report 2025–2026*, dari peringkat ketiga menjadi peringkat keempat dunia. Di tengah besarnya potensi pasar halal nasional dan dominasi Indonesia pada sejumlah sektor ekonomi syariah, capaian tersebut menunjukkan masih adanya berbagai tantangan dalam penguatan industri halal dan ekosistem ekonomi syariah nasional. Isu ini menjadi fokus dalam Diskusi Publik INDEF bertajuk **"SGIE Indonesia Merosot: Evaluasi Kebijakan dan Industri Halal Nasional"**

**Nur Hidayah – Kepala CSED INDEF**, menilai bahwa penurunan peringkat Indonesia dalam *State of the Global Islamic Economy (SGIE) Report (SGIE) 2025–2026* dari peringkat ketiga menjadi peringkat keempat menunjukkan masih adanya kesenjangan antara potensi ekonomi syariah nasional dan kekuatan ekosistem pendukungnya. Meskipun Indonesia unggul pada sektor *modest fashion* (peringkat 1 dunia), serta berada pada peringkat keempat untuk wisata ramah Muslim, farmasi, dan kosmetik halal, sektor keuangan syariah Indonesia masih tertinggal di peringkat keenam dunia.

Menurutnya, kondisi tersebut mencerminkan paradoks di mana Indonesia memiliki kekuatan pada sektor riil, tetapi belum didukung oleh sektor keuangan syariah yang mampu menjadi penggerak utama industri halal nasional. Selain itu, masih banyak UMKM bersertifikat halal yang menggunakan pembiayaan konvensional karena layanan keuangan syariah dinilai belum cukup kompetitif. Di sisi lain, regulasi halal juga masih lebih banyak berfokus pada aspek bahan baku dan proses produksi, sementara aspek pembiayaan halal belum terintegrasi secara optimal.

Lebih lanjut, Nur menekankan pentingnya membangun integrasi rantai halal dari hulu hingga hilir melalui penguatan sektor keuangan syariah. Untuk itu, diperlukan strategi nasional yang lebih terkoordinasi antarlembaga, pemberian insentif bagi pembiayaan UMKM halal, serta penguatan berbagai instrumen keuangan syariah. Ia juga mendorong peningkatan pangsa pasar keuangan syariah yang saat ini masih sekitar 11 persen menjadi 15–20 persen agar Indonesia tidak hanya menjadi konsumen halal terbesar, tetapi juga menjadi salah satu pusat pengelolaan keuangan syariah global.

**Hakam Naja – Peneliti CSED INDEF**, menyampaikan keprihatinannya atas penurunan peringkat Indonesia dalam SGIE. Menurutnya, kondisi ini menunjukkan bahwa besarnya potensi pasar belum sejalan dengan kapasitas produksi dan daya saing industri halal nasional. Dengan jumlah penduduk Muslim sekitar 250 juta jiwa, Indonesia masih menjadi salah satu konsumen produk halal terbesar di dunia. Namun, dalam ekspor produk halal ke negara-negara OKI, Indonesia masih berada di peringkat kesembilan, sementara Malaysia mampu mempertahankan posisinya sebagai pemimpin SGIE selama 12 tahun berturut-turut.

Hakam menilai masih terdapat berbagai persoalan mendasar yang menghambat pengembangan industri halal nasional, mulai dari ketergantungan pada bahan baku impor, lemahnya keterhubungan antarsektor dalam ekosistem halal, hingga koordinasi antarlembaga yang belum berjalan optimal. Dibandingkan dengan beberapa negara pesaing seperti Malaysia dan Uni Emirat Arab, pengembangan teknologi dan dukungan ekosistem industri halal Indonesia juga masih tertinggal. Akibatnya, Indonesia lebih banyak berperan sebagai pasar besar dibandingkan sebagai produsen utama dalam rantai nilai halal global.

Untuk memperkuat posisi Indonesia, Hakam menekankan pentingnya penguatan peran Kawasan Industri Halal sebagai salah satu motor penggerak sekaligus pusat produksi dan perdagangan makanan halal berorientasi ekspor. Selain itu, pemberdayaan UMKM produk halal perlu terus didorong agar mampu menembus pasar global dan meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar internasional. Ia juga mendorong Presiden menunjuk salah satu Menteri Koordinator sebagai “panglima” dalam penguatan ekosistem ekonomi syariah nasional serta bersama DPR RI mempercepat pengesahan UU Ekonomi Syariah.

**Akhmad Affandi Mahfudz – Peneliti CSED INDEF**, menilai bahwa turunnya peringkat Indonesia dalam SGIE kembali menunjukkan adanya jarak antara potensi dan realitas pengembangan ekonomi syariah nasional. Di tengah status Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, serta capaian yang cukup baik pada sektor *modest fashion* dan *Muslim-friendly travel*, Indonesia masih lebih dikenal sebagai pasar produk halal dibandingkan sebagai produsen atau pemain utama dalam perdagangan halal global.

Affandi menjelaskan bahwa berbagai persoalan struktural masih menjadi pekerjaan rumah yang belum terselesaikan. Tingkat sertifikasi halal di kalangan pelaku usaha masih rendah, literasi ekonomi syariah baru mencapai sekitar 28 persen, sementara industri nasional masih bergantung pada bahan baku impor. Selain itu, koordinasi antarlembaga yang terlibat dalam pengembangan industri halal juga dinilai belum berjalan secara efektif. Di sektor keuangan, pangsa pasar perbankan syariah masih berada di bawah 10 persen dan sertifikasi halal Indonesia juga belum sepenuhnya memperoleh pengakuan luas di tingkat internasional.

Karena itu, Affandi mendorong penguatan koordinasi antarkementerian dan lembaga, percepatan digitalisasi layanan sertifikasi halal, serta perluasan Kawasan Industri Halal sebagai pusat pertumbuhan industri. Ia juga menilai bahwa penguatan ekosistem halal perlu diikuti dengan harmonisasi standar halal Indonesia dengan standar internasional, termasuk upaya meningkatkan pangsa pasar keuangan syariah hingga 20 persen pada 2030. Langkah tersebut dinilai penting untuk memperkuat posisi Indonesia dan mendorong kembalinya Indonesia ke jajaran negara teratas dalam SGIE.

**Murniati Mukhlisin – peneliti CSED INDEF**, menjelaskan bahwa fenomena *lipstick effect* menunjukkan kecenderungan konsumen untuk tetap membeli produk-produk dengan harga relatif terjangkau yang mampu memberikan kepuasan emosional di tengah perlambatan ekonomi. Kondisi ini turut menjelaskan mengapa sektor kosmetik halal tetap memiliki prospek yang kuat meskipun daya beli masyarakat menghadapi tekanan. Namun, kinerja ekonomi syariah Indonesia masih menghadapi sejumlah tantangan, seperti pangsa pasar perbankan syariah yang baru mencapai 7,72 persen, belum optimalnya penetrasi ekspor ke

negara-negara OKI, serta masih lemahnya pengakuan internasional terhadap sertifikat halal Indonesia.

Indonesia memiliki peluang besar untuk memperkuat industri kosmetik dan farmasi halal melalui besarnya pasar domestik yang mencapai sekitar 280 juta penduduk, didukung kebijakan wajib sertifikasi halal produk kosmetik mulai Oktober 2026. Potensi tersebut juga diperkuat oleh kekayaan sumber daya alam dan basis industri farmasi nasional yang cukup besar. Namun, tantangan struktural masih perlu diatasi mengingat sekitar 90 persen bahan baku farmasi (*active pharmaceutical ingredients/API*) masih bergantung pada impor, sementara sebagian besar industri kosmetik nasional masih didominasi oleh pelaku usaha skala kecil dengan akses ekspor yang terbatas.

Maka dari itu, teknologi dapat menjadi *enabler* yang sangat penting. *Blockchain*, misalnya, dapat digunakan untuk *traceability* atau keterlacakan bahan baku dari hulu hingga hilir. Dengan demikian, auditor, regulator, maupun konsumen dapat memverifikasi status halal produk secara lebih transparan dan *real-time*. Penggunaan *Artificial Intelligence (AI)* dapat membantu proses yang lebih praktis, seperti pemeriksaan dokumen halal, identifikasi risiko bahan baku, pemetaan pemasok yang memenuhi standar halal, hingga penerjemahan dan harmonisasi standar halal antarnegara. Dengan AI, proses sertifikasi dan ekspor dapat menjadi lebih cepat dan lebih murah,” ujar Murniati.

**Nurhastuty K. Wardhani – Peneliti CSED INDEF**, menjelaskan bahwa *modest fashion* telah berkembang dari sekadar simbol kepatuhan religius menjadi bagian dari tren gaya hidup global yang juga diminati oleh konsumen non-muslim. Berdasarkan SGIE 2024–2025, nilai pasar *modest fashion* mencapai USD 327 miliar dan diproyeksikan meningkat hingga USD 450 miliar pada beberapa tahun mendatang. Indonesia saat ini menempati posisi terdepan dalam sektor *modest fashion* global, didukung oleh besarnya pasar domestik, kekuatan industri tekstil dan garmen, serta kekayaan Wastra Nusantara yang menjadi identitas tersendiri di pasar internasional.

Meski demikian, Indonesia masih menghadapi sejumlah tantangan untuk memperkuat daya saing global sektor ini. Branding internasional produk fesyen nasional masih relatif lemah, ekspor masih didominasi UMKM dengan skala produksi terbatas, serta pemanfaatan riset, inovasi, dan analisis data pasar belum optimal. Karena itu, diperlukan penguatan program akselerasi ekspor, pembentukan pusat inovasi *modest fashion*, serta integrasi antara industri fesyen dan pariwisata halal agar Indonesia tidak hanya menjadi pasar terbesar, tetapi juga menjadi pusat pengembangan *modest fashion* dunia.

**Handi Risza Idris – Peneliti CSED INDEF**, menyoroti penurunan peringkat Indonesia pada sektor pariwisata halal dalam SGIE 2025–2026. Setelah sebelumnya menempati posisi pertama dunia bersama Malaysia pada periode 2023–2024, Indonesia kini keluar dari jajaran lima besar. Bersama sektor keuangan syariah, pariwisata halal menjadi salah satu sektor yang mengalami penurunan paling signifikan dalam laporan tahun ini.

Handi menjelaskan bahwa penurunan tersebut tidak terlepas dari masih lemahnya promosi dan branding internasional, terbatasnya konektivitas menuju destinasi wisata potensial, serta lambatnya inovasi dibandingkan dengan negara-negara pesaing seperti Malaysia, Arab Saudi,

Turki, dan Uni Emirat Arab. Ia juga menyoroti masih adanya kesalahpahaman terhadap konsep wisata ramah Muslim yang sering dipersepsikan sebagai bentuk Islamisasi destinasi, padahal konsep tersebut lebih menekankan pada penyediaan layanan tambahan seperti makanan halal, fasilitas ibadah, dan kenyamanan bagi wisatawan Muslim.

Untuk memperkuat daya saing pariwisata halal nasional, Handi menekankan pentingnya penguatan regulasi dan sertifikasi halal pada sektor pariwisata, percepatan transformasi digital, serta peningkatan kualitas sumber daya manusia yang memahami standar layanan global. Menurutnya, penguatan integrasi ekosistem wisata halal juga menjadi kunci agar Indonesia mampu bersaing tidak hanya dengan negara-negara Muslim, tetapi juga dengan negara non-muslim seperti Singapura, Jepang, dan Thailand yang semakin aktif mengembangkan pasar wisata ramah Muslim.

**Narahubung:** Sarwo Edi (+62 813-8047-7878)