

Taufiq, Deanti Aulia, Itsla Yunisva Aviva, Sri Ramadhan, Rifaatul Indana, Rodame Monitorir Napitupulu, Isnayati Nur, Muhammad Riza Hafizi, Ghina Ulfa Saefurrohman, Rizal Ma'ruf Amidy Siregar, Utari Evy Cahyani, Arna Asna Annisa, Fauzul Hanif Noor Athief, Muhammad Abdul Aziz, Lucky Nugroho



Kata Pengantar :

• **PROF. DR. AHMAD DAKHOIR, M.H.I.**

(Guru Besar IAIN Palangka Raya)

Peluang dan Tantangan 

INDUSTRI

Syāriāh



Editor :

• **Dr. Iskandar, S.H.I., M.S.I.**

• **Angga Syahputra, S.E.I., M.E.I.**

PELUANG DAN TANTANGAN INDUSTRI SYARIAH

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

Lingkup Hak Cipta Pasal 1

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

Ketentuan pidana Pasal 113

- (1) Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf i untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.100.000.000 (seratus juta rupiah).
- (2) Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (3) Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (4) Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

PELUANG DAN TANTANGAN INDUSTRI SYARIAH

Penulis:

*Taufiq, Deanti Aulia, Itsla Yunisva Aviva, Sri Ramadhan, Rifaatul Indana,
Rodame Monitorir Napitupulu, Isnayati Nur, Muhammad Riza Hafizi,
Ghina Ulfa Saefurrohman, Rizal Ma'ruf Amidy Siregar, Utari Evy Cahyani,
Arna Asna Annisa, Fauzul Hanif Noor Athief,
Muhammad Abdul Aziz, Lucky Nugrobo*

Editor:

*Dr. Iskandar, S.H.I., M.S.I.
Angga Syahputra, S.E.I., M.E.I.*



**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Lhokseumawe**

PELUANG DAN TANTANGAN INDUSTRI SYARIAH

Penulis:

Taufiq, Deanti Aulia, Itsla Yunisva Aviva, Sri Ramadhan,
Rifaatul Indana, Rodame Monitorir Napitupulu, Isnayati Nur,
Muhammad Riza Hafizi, Ghina Ulfa Saefurrohman, Rizal Ma'ruf Amidy Siregar,
Utari Evy Cahyani, Arna Asna Annisa, Fauzul Hanif Noor Athief,
Muhammad Abdul Aziz, Lucky Nugroho

ISBN:

978-623-96647-5-6

Editor:

Dr. Iskandar, S.H.I., M.S.I.
Angga Syahputra, S.E.I., M.E.I.

Desain Cover:

Ali Muhajir

Cetakan Pertama:

Mei 2022

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

PENERBIT:

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM – IAIN LHOKSEUMAWE

Anggota Afiliasi Penerbit Perguruan Tinggi Indonesia (APPTI)

Nomor: 005.152.1.3.2022

Jl. Medan-Banda Aceh Km. 275, No. 1, Bukit Rata, Alue Awe

Lhokseumawe 24352, Aceh, Indonesia

Email: penerbitfebi@iainlhokseumawe.ac.id

<https://febi.iainlhokseumawe.ac.id/penerbit>

Kata Pengantar

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

Segala puji bagi Allah Swt. yang telah memberikan berbagai nikmatnya kepada kita semua, terutama kepada tim inisiator, para penulis, tim editor serta berbagai pihak yang memberikan dukungan baik moril maupun materiil, sehingga buku ini dapat terselesaikan dan diterbitkan. Shalawat dan salam kepada Baginda Rasulullah Saw. semoga kita semua mendapatkan syafaatnya, *aamiin ya Rabbal 'alamin.*

Syariah yang bermula dari aturan dalam Islam yang bersumber dari Alquran dan Sunnah Rasulullah Saw. kini berubah menyebar dalam seluruh aspek kehidupan. Syariah tidak lagi terpaku dalam bidang ibadah itu saja (konsep vertikal), namun telah meluas dalam hubungan horizontal yang menembus berbagai sekat. Sebagaimana hal ini sejalan dengan ajaran Islam itu sendiri yang bersifat *universal*. Syariah tidak lagi berupa *choice*, namun telah berubah menjadi *way of life* bagi seluruh masyarakat.

Buku Peluang dan Tantangan Industri Syariah ini merupakan hasil karya anak-anak bangsa yang memberikan perhatian khusus terhadap industri syariah khususnya di Tanah Air. Buku ini adalah kolaborasi bersama berupa hasil riset, pemikiran maupun kajian strategis yang dihasilkan oleh 15 orang penulis dari 11 perguruan tinggi nasional. Beragam aspek dalam berbagai pandangan yang mengulas peluang industri syariah dibahas secara fundamental dalam buku ini. Begitupun tantangan yang dihadapi dalam mengembangkan industri syariah turut menjadi kajian detail pada beberapa judul.

Buku yang Anda baca saat ini secara umum dibagi menjadi dua bagian, yaitu peluang dan tantangan. Dari bagian ini para penulis akan memaparkan apa saja yang menjadi peluang maupun tantangan dalam pengembangan industri syariah khususnya di Tanah Air. Di bagian peluang, buku ini akan membahas berbagai peluang pengembangan industri syariah, mulai dari masalah bonus demografi,

halal food, halal cosmetics, halal travel, modest fashion, halal pharmaceuticals, halal media and recreation dan Islamic financial assets.

Sedangkan di bagian tantangan, buku ini akan mengupas berbagai tantangan yang dihadapi dalam pengembangan industri syariah mulai dari peranan BPJPH, insentif bagi pelaku industri, meningkatkan promosi dan kerjasama internasional, pembangunan infrastruktur dan prasarana, inklusi lembaga keuangan syariah terhadap masyarakat, sistem perdagangan yang adil hingga industri keuangan yang ramah lingkungan.

Terima kasih kepada para penulis yang telah memberikan kontribusi keilmuannya kepada khalayak ramai, juga kepada para editor yang berkenan menyunting buku ini. Teristimewa dan *ta'zim* kami kepada Prof. Dr. Ahmad Dakhoir, M.H.I., Guru Besar IAIN Palangka Raya yang berkenan memberikan kata sambutan di buku ini. Semoga buku yang sampai kepada Bapak/Ibu ini bermanfaat, mampu meningkatkan literasi ekonomi syariah di Indonesia dan menjadi media dalam membesarkan industri syariah di Indonesia.

Lhokseumawe, 9 April 2022 M
7 Ramadhan 1443 H

H. Angga Syahputra, S.E.I., M.E.I., CBPA
Kepala UPT. Jurnal & Penerbit FEBI – LAIN Lhokseumawe

Kata Pengantar Editor

Alhamdulillah ‘ala kulli haal,

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

Buku yang berada di tangan para pembaca merupakan karya dari 15 orang anak bangsa yang berasal dari 11 perguruan tinggi nasional yang begitu fokus dalam isu-isu perkembangan industri syariah. Secara umum buku ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu peluang industri syariah yang terdiri dari 8 judul dan tantangan industri syariah yang terdiri dari 7 judul. Penulis-penulis hebat ini berhasil “meramu” isu-isu *update* tersebut menjadi tulisan yang dikumpulkan menjadi sebuah naskah buku.

Dalam perjalanannya, industri syariah bukan lagi sekedar sebuah *choice* di masyarakat, namun dalam beberapa aspek sudah menjadi *way of life*. Apalagi khususnya Indonesia yang diuntungkan dengan besarnya jumlah penduduk Muslim yang menjadi pasar bagi industri syariah dan menjadi pemain industri syariah itu sendiri.

Kami berbesar hati dapat diberikan kesempatan oleh pihak Penerbit Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam – IAIN Lhokseumawe untuk menjadi editor dalam buku Peluang dan Tantangan Industri Syariah ini. Buku ini memberikan pandangan utuh tentang hal-hal yang menjadi peluang sekaligus tantangan dalam pengembangan industri syariah di tanah air yang dapat dijadikan bahan bacaan bagi masyarakat, pengetahuan bagi anak bangsa dan bahan pertimbangan bagi berbagai *stakeholder*.

Akhirnya, semoga buku ini memberikan *maslahat* dan menjadi amal kebaikan bagi para penulis dan pihak-pihak yang menginisiasi.

Lhokseumawe, 9 April 2022
Editor,

Dr. Iskandar, S.H.I., M.S.I.
Angga Syahputra, S.E.I., M.E.I.

Kata Pengantar

**Prof. Dr. Ahmad Dakhoir, M.H.I.
(Guru Besar IAIN Palangka Raya)**

Segala puji hanya kepada Allah Swt., atas berkat rahmat-Nya kita semua dalam bimbingan hidayah untuk menjalani kehidupan yang mulia. Shalawat kita sampaikan kepada Nabi Muhammad Saw., dengan mengucapkan *Allahumma Shalli 'Ala Hadzannabiyyil Karim wa 'Ala Alibi wa Shabbibi Ajma'in*.

Industri syariah di Indonesia saat ini berkembang dengan begitu pesat, utamanya dalam sektor keuangan. Dalam amatan saya, ada dua klaster prospektus industri syariah dan ada satu tantangan industri syariah global di masa endemic dan menyongsong era 5.0. Dua prospektus itu saya sebut *big why prospectus* dan *strong why prospectus*. Sedangkan satu tantangan industri syariah, akan saya sampaikan di akhir sambutan ini.

Industri syariah di Tanah Air bermula dari industri keuangan syariah, dimana daya saing industri keuangan syariah nasional sejak tahun 1991 hingga saat ini memang perlu dievaluasi dari berbagai sisi. Namun, secara umum kita semua sudah dapat merasakan dampak positif kehadiran lembaga ekonomi syariah khususnya sektor industri keuangan syariah. Dilihat dari sisi *big why prospectus*, saya mengamati sistem dan aset industri syariah amat tak terhingga banyaknya. Paling tidak ada lima aset besar industri syariah yang tidak akan habis hingga hari kiyamat.

Kelima aset itu adalah *intellectual capital*, *human capital*, *social capital*, *religious capital*, dan *nature capital*. *Intellectual* dan *human capital* setiap hari terus bertambah seiring bertambahnya para pemikir dan akademisi dalam mengkaji perkembangan industri syariah hingga saat ini. *Intellectual asset* tak pernah berhenti pada satu ide dan berpijak pada epistemologi ijthad lama namun sudah bergerak pada pengkajian berbasis neo-ijthad di bidang ekonomi Islam modern.

Demikian halnya dengan *social capital* yang dimiliki global dan nasional seperti Indonesia. Segmentasi pasar yang luas dan tak terhitung jumlahnya, membentuk iklim baru yaitu pasar bebas moneter syariah bukan hanya di lingkup negara-negara OKI, tapi diminati masyarakat diseluruh dunia. Trend masyarakat global terhadap *frame* bisnis berbasis syariah, perlahan mulai menemukan makna lain berupa kesadaran *religious* yang merupakan bagian tidak bisa dipisahkan bahkan menjadi *capital* berharga dalam perkembangan semua bisnis.

Selanjutnya, aset terbesar yang menjadi perhatian industri syariah adalah *nature capital*. “Ngobrolin” modal alam ini, sangat membangkitkan nafsu bisnis jika target itu adalah sumber daya alam Indonesia. “Untuk proyek bisnis alam, apa yang tidak bisa,” kebijakan kredit sindikasi, dan pembiayaan sindikasi telah melebur menjadi proyek raksasa yang banyak merusak alam namun menghasilkan pundi-pundi uang. Prospek-proyek bisnis ini kemudian dimodifikasi oleh industri keuangan konvensional dan syariah global, menjadi proyek bisnis yang ramah lingkungan. Paradigma ini dibangun berdasarkan prinsip *green economy* dan melahirkan paradigma baru dalam dunia keuangan yang biasa dikenal dengan *green banking system*.

Berdasarkan prinsip *green economy* dan *green banking* itulah hampir semua negara mengeluarkan kebijakan pengembangan lingkungan darat dalam proyek-proyek *food estate*, *farm estate*, dan lain-lain. Tidak hanya di darat, sasaran bisnis juga telah menyentuh pada bisnis sumber daya air dan kemaritiman. Proyek bisnis pembiayaan dari industri keuangan syariah terutama bank plat merah milik Indonesia, telah berhasil memberikan kucuran dana segar pasca IPO dengan menargetkan proyek bisnis besar yang ramah *maritime* atau biasa dikenal dengan istilah *blue economy* dan *blue banking project*.

Saya meyakini, pada masa yang akan datang, industri syariah tidak mustahil akan membangun proyek-proyek besar dalam dunia kedirgantaraan dan pengembangan sumber daya udara. Pembangkit listrik tenaga udara, teknologi mobilisasi pesawat terbang jarak dekat

dan lain-lain. Inilah *big asset* dalam *mindset big why* yang sudah kita miliki dalam industri syariah Indonesia.

Lantas bagaimana *existing strong why* industri syariah saat ini? Juga tidak kalah cepatnya dengan berkembangnya *big asset* yang kita miliki. Kekuatan aset industri syariah adalah berhulu pada kekuatan *qanun* (UU), kebijakan, regulasi, dan fatwa dalam mengawal *sharia compliance*. Untuk *strong why system* dalam industri syariah ini saya tidak banyak mengulas karena begitu banyak UU, kebijakan, regulasi hingga fatwa yang sudah mengatur tentang industri syariah. Bagi saya, jumlah kekuatan UU, kebijakan, regulasi dan fatwa yang melimpah itu, merupakan *strong asset* yang tidak dimiliki negara-negara lain dalam melaksanakan bisnis syariah. Itulah dua prospek industri syariah saat ini, yang layak mendapatkan apresiasi semua pihak.

Tantangannya satu saja, yaitu apakah industri syariah saat ini sudah membahagiakan umat? Apakah industri syariah saat ini sudah menemukan kemana arah tujuan dan makna tertinggi industri itu didirikan? Dua pertanyaan itu adalah pertanyaan yang akan mengarahkan industri syariah untuk menemukan titik *grand why*-nya. Untuk menjawab itu, saya coba ceritakan sedikit misalnya perkembangan industri keuangan perbankan syariah BUMN sebelum dan sesudah *merger*. Sebagai wujud perkembangan teori-teori dan paradigma segar dibidang kelembagaan keuangan syariah, peran kebijakan menduduki kluster *urgent* dalam memajukan industri keuangan syariah di Indonesia. Wujud produk itu ditandai dengan bersatunya tiga perbankan syariah BUMN menjadi BSI, tumbuhnya teori dan konsep baru dalam rantai pasok halal (*halal value chain*), seperti *halal financing*, *saham syariah*, *halal travelling*, *halal tourism*, *halal cosmetic*, *halal life style*, *halal food*, *halal marketing*, dan lain-lain yang ditandai dengan berdirinya hotel syariah, pariwisata syariah, kuliner halal, pengendalian *latte factor* pada tahun 2021.

Bersatunya kelembagaan dan tumbuhnya industri-industri syariah diluar perbankan meluas menjadi berbagai sektor, merupakan tanda awal bahwa sistem industri syariah telah diterima oleh pasar. Penerimaan pasar terhadap berbagai produk syariah adalah wujud

mulai adanya gerakan menuju *grand why*. *Grand why* adalah *living in the grand why*, menjadikan seluruh nadi kehidupan dan jiwa industri syariah hanya berjalan berdasarkan kerinduan terhadap makna dibalik bekerjanya seseorang dan makna dibalik kinerja industri syariah (*meaning of work*) serta bekerja keras menuju tujuan utama (*purpose of work*) industri syariah.

Singkatnya *grand why* industri syariah merupakan visi tertinggi yang dicapai yang ditandai ketika menemukan *meaning* (makna) dan *grand purpose* (tujuan tertinggi adalah Allah Swt). Saya kira inilah tantangan terberat bagi industri syariah. Namun apabila *grand why* ini bisa ditemukan, saya yakin tantangan ke dalam (*internal of inner journey*) justru menjadi peluang yang ketiga menuju tangga kemajuan puncak bagi industri syariah di masa mendatang.

Nah, buku yang ada di tangan para pembaca, membahas itu semua dalam bingkai *intellectual mindset* yang bagus dan terstruktur. Oleh sebab itu, saya mengatakan bahwa buku “Peluang dan Tantangan Industri Syariah” ini akan menjadi solusi bukan hanya sekedar solusi dalam mengembangkan bisnis pada industri syariah, tapi dapat memberikan terapi *psikomatik value* Keislaman yang kental dalam membangun industri syariah yang berkelanjutan dan terus berkelanjutan. Alhasil, semoga buku ini terus eksis dan bermanfaat bagi insan cendikia, pemerhati keuangan Islam, akademisi, terutama bagi praktisi terkait. Amin.

Palangka Raya, 8 April 2022



Ahmad Dakhoir

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
KATA PENGANTAR EDITOR	vii
KATA PENGANTAR PROF. DR. AHMAD DAKHOIR, M.H.I.	ix
<i>(Guru Besar LAIN Palangka Raya)</i>	
DAFTAR ISI	xiii
BONUS DEMOGRAFI INDONESIA: PELUANG DAN TANTANGAN INDUSTRI SYARIAH	1
<i>Taufiq, SH.I., MA. (FEBI – LAIN Lbokseumawe)</i>	
<i>HALAL FOOD</i>	11
<i>Deanti Aulia, SE., ME. (FEBI – LAIN Palangka Raya)</i>	
<i>HALAL COSMETICS</i>	21
<i>Dr. Itsla Yuniswa Ariva, S.E.I., M.E.Sy. (FEBI – LAIN Palangka Raya)</i>	
<i>HALAL TRAVEL</i>	34
<i>Sri Ramadhan, MSI. (FEBI – UIN Imam Bonjol Padang)</i>	
<i>MODEST FASHION</i>	43
<i>Rifaatul Indana, S.E.I, M.E. (FEBI – UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)</i>	
<i>HALAL PHARMACEUTICALS</i>	51
<i>Rodame Monitorir Napitupulu, M.M. (FEBI – LAIN Padangsidempuan)</i>	
<i>HALAL MEDIA AND RECREATION</i>	59
<i>Isnayati Nur, S.E.I., M.E.Sy. (Fakultas Syariah dan Hukum – UIN Raden Fatah Palembang)</i>	

ISLAMIC FINANCIAL ASSET	70
<i>Muhammad Rizka Hafizji, SE., M.Sc. (FEBI – LAIN Palangka Raya)</i>	
PERANAN BADAN PENYELENGGARA JAMINAN PRODUK HALAL	78
<i>Ghina Ulfa Saefurrohman, Lc., M.E.Sy. (FEBI – UIN Raden Intan Lampung)</i>	
INSENTIF BAGI PELAKU INDUSTRI	89
<i>Rizal Ma'ruf Amidy Siregar, S.P., M.M. (FEBI – LAIN Padangsidimpuan)</i>	
PROMOSI DAN KERJASAMA INTERNASIONAL	99
<i>Utari Evy Cahyani, S.P., M.M. (FEBI – LAIN Padangsidimpuan)</i>	
PEMBANGUNAN INFRASTRUKTUR DAN PRASARANA	110
<i>Arna Asna Annisa, MSI (FEBI – LAIN Salatiga)</i>	
INKLUSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH TERHADAP MASYARAKAT	123
<i>Fauzul Hanif Noor Athief, Lc., M.Sc. (Fakultas Agama Islam – Universitas Muhammadiyah Surakarta)</i>	
SISTEM PERDAGANGAN YANG ADIL	136
<i>Muhammad Abdul Azizji, S.H.I., M.Si. (Fakultas Syariah – UNIDA Gontor)</i>	
INDUSTRI KEUANGAN SYARIAH RAMAH LINGKUNGAN	142
<i>Dr. Lucky Nugroho., SE., MM., MAk., MSc. (Fakultas Ekonomi dan Bisnis – Universitas Mercu Buana)</i>	

"Menulis buku adalah salah satu amalan yang dijanjikan Allah untuk mendapatkan kebahagiaan dunia dan akhirat. Menulis buku, mengajarkan orang kepada jalan yang benar serta membantu orang yang kesulitan dengan niat yang ikhlas adalah jalan pembuka Rahmat Allah dan ampunan-Nya."

*Prof. Dr. H. M. Yasin Nasution al-Hafidz
(Guru Besar Emeritus UIN Sumatera Utara Medan)*

MODEST FASHION

Rifaatul Indana, S.E.I, M.E.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Email: 198704122019032006@uin-suka.ac.id

A. Pendahuluan

Industri halal di Indonesia sangat beragam bentuknya seperti makanan, keuangan Islam, rekreasi, obat-obatan, kosmetik, dan pakaian. Pakaian sendiri merupakan kebutuhan primer masyarakat, bagi masyarakat Muslim, pakaian muslim merupakan aktivitas ekonomi karena menjadi bagian pokok dari masyarakat dan diharapkan memberikan kontribusi yang kongkrit untuk pengembangan masyarakat (republika.co.id).

Sebagai umat Muslim terbesar di dunia, pangsa pasar *modest fashion* sangat besar, terlebih bahwa banyak sekali perancang mode pakaian Muslim yang mempunyai ciri khas pada karyanya dan diminati oleh masyarakat tidak hanya di Indonesia tetapi diharapkan bisa berekspansi ke pasar global. Menurut Kemenperin konsumsi fesyen Muslim Indonesia mencapai USD21 miliar. Sementara, konsumsi fesyen Muslim dunia diperkirakan mencapai USD402 miliar pada tahun 2024, hal tersebut merupakan peluang bagi industri *fashion* Muslim di Indonesia. Menurut *State of Global Islamic Economy Report 2019*, Indonesia menempati posisi ke-3 dalam *Top 10 Modest Fashion* dan *Top 10 Fashion Muslim Consumer Markets* dengan total *spending* sebesar USD 21 miliar.

Pemerintah sendiri sangat mendukung industri busana Muslim. Salah satu bentuknya dengan disahkannya Undang-Undang No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Undang-undang ini sebagai bentuk respon atas maraknya para perancang mode dan ajang *fashion show* busana muslim, serta respon masyarakat yang positif

sehingga potensi ini semakin besar kemungkinan untuk dikembangkan (Nasrullah, 2018).

B. Modest Fashion

Modest Fashion merupakan kesadaran dalam hal menutupi bagian tubuh. Hal ini dicirikan sebagaimana pakaian tersebut biasanya memiliki potongan yang lebih panjang dan tertutup, serta potongan longgar yang tidak menonjolkan siluet lekuk tubuh. Saat ini generasi muda ingin tampak modern, tetapi tetap sesuai aturan syariah, namun karena pengaruh budaya yang lebih besar dan berbagai cara berpakaian, mereka kadang lupa bahwa utamanya Muslimah harus menutupi tubuh mereka, kecuali wajah dan telapak tangan mereka, tidak berpakaian ketat dan tembus pandang sebagaimana syariat dalam Islam. Islam membolehkan *fashion* tetapi dalam batasan dan ketentuan tertentu (Faridah dkk, 2018).

Fashion merupakan sebuah gaya yang menunjukkan kepribadian sebagai wanita Muslim yang tentunya harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam (Yafai, 2018). Islam menghendaki seorang Muslim tampil dengan aurat tertutup, akan tetapi ia juga dituntut untuk menghadirkan penampilan yang indah dan mulia, karena hal ini merupakan nikmat keindahan dan rezeki kebaikan yang Allah anugerahkan kepadanya. Sebagaimana Allah Swt. berfirman dalam QS. al-A'raf: 32 yang artinya:

Katakanlah (Muhammad), "Siapakah yang mengharamkan perhiasan dari Allah yang telah disediakan untuk hamba-hamba-Nya dan rezeki yang baik-baik? Katakanlah, "Semua itu untuk orang-orang yang beriman dalam kehidupan dunia, dan khusus (untuk mereka saja) pada hari Kiamat." Demikianlah Kami menjelaskan ayat-ayat itu untuk orang-orang yang mengetahui.

1. Definisi Pakaian

Pakaian atau *albisah* adalah bentuk jamak dari kata *libas* yaitu apa yang dikenakan oleh manusia untuk menutup anggota tubuhnya, keseluruhan atau sebagiannya, untuk melindungi dirinya dari panas

dan bahaya, seperti gamis, pakaian dan selendang dan inti dari berpakaian adalah menutupi (Thawilah, 2006). Hal yang perlu ditekankan bahwa Islam tidak pernah menentukan pakaian tertentu, akan tetapi hanya meletakkan dasar-dasar dan kaidah pokok dalam aturan berpakaian dan memerintahkan untuk menaati aturan-aturan itu, apabila seorang laki-laki dan wanita telah memperhatikan aturan dan kaidah tersebut, maka itulah pakaian yang sesuai dengan syariat, tanpa harus mempermasalahkan bentuk jahitan pakaian dan hal-hal yang lain.

2. Perkembangan Busana Muslim di Indonesia

Pada masa pemerintahan orde baru, terlebih setelah era reformasi pada tahun 1998 penggunaan busana muslim mengalami peningkatan pesat akibat dirangkungnya sejumlah organisasi Islam oleh pemerintah. Berdasarkan pengamatan, umumnya Muslimah di Indonesia mengacu pada penafsiran Islam tradisional dan modernis. Pemikiran ini dianggap cukup untuk mewakili mayoritas Muslim di Indonesia, sebut saja Nahdatul Ulama yang mewakili Muslim tradisional serta Muhammadiyah yang mewakili modernis, kelompok ini terbuka tapi masih memegang fiqih Islam.

Saat ini model busana muslim semakin bervariasi, hal ini disebabkan banyaknya artis yang mulai menggunakan jilbab seperti Inneke Koesharwati, Ratih Sanggarwati, Zaskia Mecca dan banyak artis yang lainnya. Pada Tahun 2010 muncul tren hijabers yang dipopulerkan oleh *Hijabers Community*, dimana sejumlah komunitas wanita Muslimah pengguna jilbab menawarkan konsep busana muslim yang muda, modern dan trendi. Sejak kemunculan komunitas ini, pengguna jilbab di Indonesia semakin pesat khususnya di kalangan anak muda atau remaja (Indriati, 2013). Setelah itu *fashion* dipenuhi dengan para perancang mode yang memberi warna dan ciri khas tersendiri di Indonesia seperti Dian Pelangi dengan sentuhan etnikinya, Ria Miranda dengan warna pastelnya, Irna Mutiara, Zaskia Sungkar dan sebagainya, bahkan saat ini sudah terdapat *market place*

khusus yang menjual busana muslim yaitu Hijup yang diinisiasi oleh Diajeng Lestari.

Kaidah berpakaian menurut Islam haruslah dapat diadaptasi dengan baik dan disesuaikan dengan kultur masyarakat setempat. *Fashion* sendiri merupakan alat penanda kebudayaan dan masyarakat yang dibentuk berdasar pakaian (Barnard, 2007). Konsep berbusana Muslim yang semula berdasarkan syariat keagamaan harus dapat menyatu sebagai *trend fashion* dan membentuk budaya baru. Busana Muslim dan segala atribut perlengkapannya hadir dengan berbagai macam jenis, warna, dan bahan yang berbeda dengan negara Arab. Hal tersebut membuat Indonesia semakin menarik bagi perkembangan tren *fashion* muslim, sehingga wacana Indonesia akan menjadi kiblat trend mode dan *fashion* muslim dunia pada tahun 2020 dapat dicapai (Damayanti, 2014).

Melihat situasi saat ini, menggunakan busana muslim tidak lagi hanya ditempat yang berhubungan dengan acara keagamaan, namun juga pada ruang-ruang publik seperti sekolah, kantor dan kampus. Busana muslim sudah tidak lagi monoton seperti dulu, tetapi sudah menjadi gaya pakaian yang modis dan *up to date*. Visualisasi *fashion* muslim di Indonesia memiliki ciri khas tersendiri dan perbedaan gaya yang berbeda dengan Kawasan Arab. Perkembangan gaya busana juga terjadi dalam berbagai jenis fungsi, antara lain dalam fungsi praktis pakaian muslim sehari hari, fungsi ritual budaya, serta fungsi ibadah yang didukung dengan desain yang berbeda-beda.

Pelaku industri sendiri saat ini semakin memacu kreatifitas dan kreasi untuk memunculkan *fashion* yang selalu baru. Didukung dengan media masa yang merespon dengan sangat baik sehingga mempercepat dan mempermudah perluasan tren berbusana muslim yang menjangkau hampir seluruh lapisan masyarakat. Terutama banyak sekali pesohor dan *influencer* yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan tren berbusana muslim yang modis dan *syar'i*.

3. Peluang Modest *Fashion* di Indonesia

Busana Muslim menjadi unsur kebudayaan populer di Indonesia, bahkan industri ini sangat berkembang pesat. Indonesia juga tengah mencanangkan menjadi pusat mode busana muslim dunia. Ada beberapa hal yang dapat menjadikan *fashion* Muslim di Indonesia dihargai dan mendapat posisi di atas:

a. Dukungan Pemerintah pada Instansi

Pengaruh Islam pada gaya berbusana telah diterima secara terbuka oleh pemerintah. Termasuk salah satunya di instansi kepolisian melalui keputusan Kapolri Nomor: Kep/245/II/2015 tanggal 25 Maret 2015, dimana Polwan Muslimah sudah diperbolehkan menggunakan jilbab sesuai ketentuan yang berlaku.

Sebelumnya pada tahun 1982 Depdikbud pernah melarang siswa untuk menggunakan kerudung ke sekolah, kemudian pada tahun 1990-an awal kembali mengizinkan pemakaian jilbab di sekolah dan kantor pemerintahan. Pemakainya adalah orang-orang yang dianggap mempunyai pengetahuan agama Islam seperti guru agama Islam, orang yang sudah berhaji, santri dan siswa yang bersekolah berbasis agama. Butik-butik busana Muslim cenderung menjadi sasaran kaum kelas menengah atas. Kemudian, pada tahun 2000-an kebiasaan menggunakan busana Muslim atau jilbab telah menjadi kebiasaan untuk kegiatan sehari-hari. Faktor yang mempengaruhinya antara lain karena kebiasaan, nyaman, dan lingkungan yang mendukung.

b. Dukungan Media terhadap *Modest Fashion*

Industri *fashion* di Indonesia sangat berkembang dengan pesat, mulai dari busana *ready to wear* hingga busana muslim atau *modest fashion*. Meningkatnya industri *fashion* merupakan salah satu dampak yang diberikan oleh media. Penggunaan sosial media di era milenial tentu sangat berpengaruh dalam memasarkan industri *fashion* di Indonesia. Selain itu tren busana muslim juga mendapat respon yang bagus dari berbagai majalah, koran dan tabloid untuk diulas dan ditampilkan dalam rubrik mode. Salah satu rubrik yang selalu dihadirkan dalam Majalah Gaya Hidup Muslim adalah

tutorial kreasi hijab dan tips *mix and match* berpakaian. Hal ini bertujuan agar pembaca lebih tertarik memakai busana muslim dan membuat persepsi bahwa busana muslim bukan sesuatu yang monoton (Damayanti, 2014).

c. Tanggapnya Desainer dan Industri *Fashion*

Banyaknya penduduk Muslim di Indonesia cukup memberi banyak pengaruh terhadap industri *fashion* muslim. Hal ini juga ditanggapi sangat baik oleh para perancang mode dengan semakin banyaknya merek-merek *fashion* terbaru di Indonesia. Sebagai manifestasi tingginya permintaan pasar di Indonesia yang cukup beragam, terdapat 25 merek pakaian muslim yang sudah mempunyai nama besar. 25 *brand* tersebut antara lain: Dian Pelangi, Meccanism, Ria Miranda, Kami Idea, Jenahara, Rabbani, Flow Idea, Elzatta, Zoya, Shasmira, Hijab Alila, Syahida Hijab, Shafira, Apple Hijab Brand, Fiori Design, Arniz Collection, Such, Mizora, Qalisya, Sayra Hijab, Irna La Parle, Nuhijab, Tuneeca, dan Rani Hatta. Produk-produk dari 25 *brand* ini umumnya dipasarkan secara konvensional dan *online* (Marketing.co.id).

Selain merek pakaian, Indonesia juga mempunyai *e-commerce fashion* hijab yang terkemuka. Saat ini pasar *e-commerce* di Indonesia dikuasai oleh Hijabenka, Hijup dan beberapa *market place* lain seperti shopee dan blibli.com.

d. Munculnya Komunitas *Syar'i Life Style*

Tujuan utama *Komunitas Syar'i lifestyle* adalah komunitas yang peduli terhadap gaya hidup bersyariat Islam. Hal ini dinilai tidak hanya dari pakaian saja, namun juga dari gaya hidup. Kegiatan komunitas ini diantaranya melakukan dakwah melalui media *online* tentang gaya hidup *syar'i*.

Selain itu terdapat juga *hijab bloggers* yang beranggotakan *hijabers* produktif yang membagikan berbagai informasi melalui *blog*, mulai dari tips *blog, travel, beauty, fashion, food*, sastra, *Islamic studies*, personal blog dan lainnya. Komunitas ini ingin membuktikan

bahwa perempuan Muslimah merupakan kaum yang dinamis, terampil, mandiri, dan taat dalam mengimplementasikan ajaran-ajaran Islam.

C. Kesimpulan

Indonesia dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia menjadikan busana muslim sebagai *fashion* utama yang harus dipenuhi. Teknologi yang semakin berkembang memberikan kemudahan budaya luar masuk ke dalam negeri sehingga tercipta berbagai desain dalam busana Muslim Indonesia dari waktu ke waktu. Munculnya beragam desain busana Muslim tidak lepas dari berbagai ide kreatif para desainer. Indonesia memang sangat berpotensi untuk mengembangkan industri *modest fashion*. Konsumsi *fesyen* muslim Indonesia bahkan sudah mencapai USD21 miliar, sehingga hal tersebut merupakan peluang yang cukup besar untuk dikembangkan. Guna meningkatkan angka konsumsi *fesyen* tersebut tentunya perlu dukungan dari pemerintah dan *public figure*, sehingga industri ini semakin menjanjikan ke depannya.

D. Daftar Pustaka

- Abdul Wahab Abdus Salam Thawilah. (2014). *Adab Berpakaian dan Berbias*. Pustaka Al-Kautsar: Jakarta Timur
- Barnard, Malcom. (2009). *Fashion Sebagai Komunikasi: Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, dan Gender*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra
- Faridah hj Hassan (2018). Islamic and Modest *Fashion* Lifestyle. *Journal of Islamic Management Studies*, Vol. No. 2 Issue No. 1, 2018 pp 79-88.
- Pingki Indriati. (2013). Gaya Busana Kerja Muslimah Indonesia Dalam Perspektif Fungsi dan Syariah Islam. *El Harakah*, Vol 15 No. 2: 150-168

- Pasar Muslim Indonesia Yang Menggiurkan, diakses dalam <http://www.marketing.co.id/pasar-Muslimindonesia-yang-menggiurkan/> , 22 Maret 2022, pukul 06.07 WIB
- Nasrullah, A. (2018). “Analisis Potensi Industri Halal Bagi Pelaku Usaha Di Indonesia.” *At-Taahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah* 6(1):50–78.
- Sri Ika Damayanti. (2014). *CORAK Jurnal Seni Kriya* “Perkembangan Desain Busana Muslim Dalam Tinjauan Sosiologis”, Vol. 3 No. 1
- Yafai, F. A. (2017). Islamic clothing is changing the *fashion* world. But it will not dismantle <https://www.kemenperin.go.id/artikel/22513/Pacu-Ekspor-Produk-Fesyen-Muslim,-Kemenperin-Gelar-ii-Motion-2021>



Peluang dan Tantangan

INDUSTRI Syariah

Buku Peluang dan Tantangan Industri Syariah ini merupakan hasil karya anak-anak bangsa yang memberikan perhatian khusus terhadap industri syariah khususnya di Tanah Air. Buku ini adalah kolaborasi bersama berupa hasil riset, pemikiran maupun kajian strategis yang dihasilkan oleh 15 orang penulis dari 11 perguruan tinggi nasional. Beragam aspek dalam berbagai pandangan yang mengulas peluang industri syariah dibahas secara fundamental dalam buku ini. Begitupun tantangan yang dihadapi dalam mengembangkan industri syariah turut menjadi kajian detail pada beberapa judul. Secara umum buku ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu peluang industri syariah yang terdiri dari 8 judul dan tantangan industri syariah yang terdiri dari 7 judul. Penulis-penulis hebat ini berhasil “meramu” isu-isu *update* tersebut menjadi tulisan yang dikumpulkan menjadi sebuah naskah buku. Dalam perjalanannya, industri syariah bukan lagi sekedar sebuah *choice* di masyarakat, namun dalam beberapa aspek sudah menjadi *way of life*. Apalagi khususnya Indonesia yang diuntungkan dengan besarnya jumlah penduduk Muslim yang menjadi pasar bagi industri syariah dan menjadi pemain industri syariah itu sendiri.

Bersatunya kelembagaan dan tumbuhnya industri-industri syariah diluar perbankan meluas menjadi berbagai sektor, merupakan tanda awal bahwa sistem industri syariah telah diterima oleh pasar. Penerimaan pasar terhadap berbagai produk syariah adalah wujud mulai adanya gerakan menuju *grand why*. *Grand why* adalah *living in the grand why*, menjadikan seluruh nadi kehidupan dan jiwa industri syariah hanya berjalan berdasarkan kerinduan terhadap makna dibalik bekerjanya seseorang dan makna dibalik kinerja industri syariah (*meaning of work*) serta bekerja keras menuju tujuan utama (*purpose of work*) industri syariah. Singkatnya *grand why* industri syariah merupakan visi tertinggi yang dicapai yang ditandai ketika menemukan *meaning* (makna) dan *grand purpose* (tujuan tertinggi adalah Allah Swt).



Penerbit
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM – IAIN LHOKEUMAWE
Anggota Afiliasi Penerbit Perguruan Tinggi Indonesia (APPTI)
Nomor: 005.152.1.3.2022

Email: penerbitfebi@iainlhokseumawe.ac.id
<https://febi.iainlhokseumawe.ac.id/penerbit>

ISBN 978-623-96647-5-6

