

# PERLUNYA CARA BARU DALAM LITERASI DAN INKLUSI EKONOMI SYARIAH DI INDONESIA

**Arief Hartawan**  
Direktur Eksekutif

Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah

Surabaya, 29 September 2023

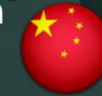


# NEGARA-NEGARA BEREPUT BESARNYA PASAR EKONOMI SYARIAH GLOBAL

Empat faktor utama pendorong ekonomi syariah global:

1. Pertumbuhan penduduk (muda) muslim yang tinggi;
2. Pertumbuhan ekonomi syariah yang tinggi dan cepat;
3. Negara-negara OIC memfokuskan pada pengembangan pasar produk halal; dan
4. Nilai-nilai Etika Islam yang mendasari praktik bisnis dan lifestyle

**Tiongkok:** Ekspor baju muslim tertinggi ke Timur Tengah



**Inggris:** London sebagai Pusat Keuangan Syariah di Barat



**Korea:** Visi menjadi Destinasi Utama Pariwisata Halal



**Jepang:** Industri Halal sebagai kontributor kunci di 2020

**UAE:** Dubai sebagai Ibu Kota Ekonomi Syariah



**Thailand:** Visi menjadi Dapur Halal Dunia

**Arab Saudi:** Pusat Islam Dunia



**Malaysia:** Visi menjadi Pusat Industri Halal dan Keuangan Syariah Global di 2020



**Brazil:** Pemasok daging unggas halal terbesar ke Timur Tengah



**Australia:** Pemasok daging sapi halal terbesar ke Timur Tengah

## KEY SUCCESS FACTORS

1. Dukungan penuh Pemerintah.
2. Dicanangkan sebagai program nasional.
3. Badan khusus untuk koordinasi lintas otoritas (KNEKS)
4. Fokus memanfaatkan keunggulan kompetitif suatu negara.
5. Strategi nasional mencakup reformasi struktural pemerintah, maupun paradigma masyarakat.

# 3

## Tantangan Ke Depan

1



### Peluang industri halal yang masih banyak diisi oleh negara non muslim

Dari omzet Industri Halal dunia diperkirakan  $\pm$  USD 2,02 Triliun, masih didominasi oleh negara non muslim seperti Brazil. Terdapat peluang dan potensi yang besar bagi kita di Indonesia untuk memasuki pasar ini, terutama di bidang fesyen dan makanan halal *State of Global Islamic and Economic Report (SGIE) 2021/2022*

2



### Pengembangan Keuangan Syariah yang perlu diperkuat

*Market share* institusi keuangan syariah yang masih relatif stagnan (berkisar 10% dari total institusi keuangan). Hal ini kemudian berdampak pada ekspansi yang juga relatif terbatas.

3



### Literasi ekonomi dan keuangan syariah yang relatif rendah

Literasi ekonomi syariah BI sebesar 23.3% sedangkan literasi keuangan syariah OJK sebesar 9.14%

# LITERASI EKONOMI SYARIAH INDONESIA MASIH RENDAH...



## Arahan Bapak Wapres pada Rapat Pleno KNEKS 2022

1. Penajaman visi Indonesia menjadi Pusat Industri Halal Dunia
2. Peningkatan literasi ekonomi dan keuangan syariah menjadi 50%

## Survei Literasi Ekonomi Syariah 2022

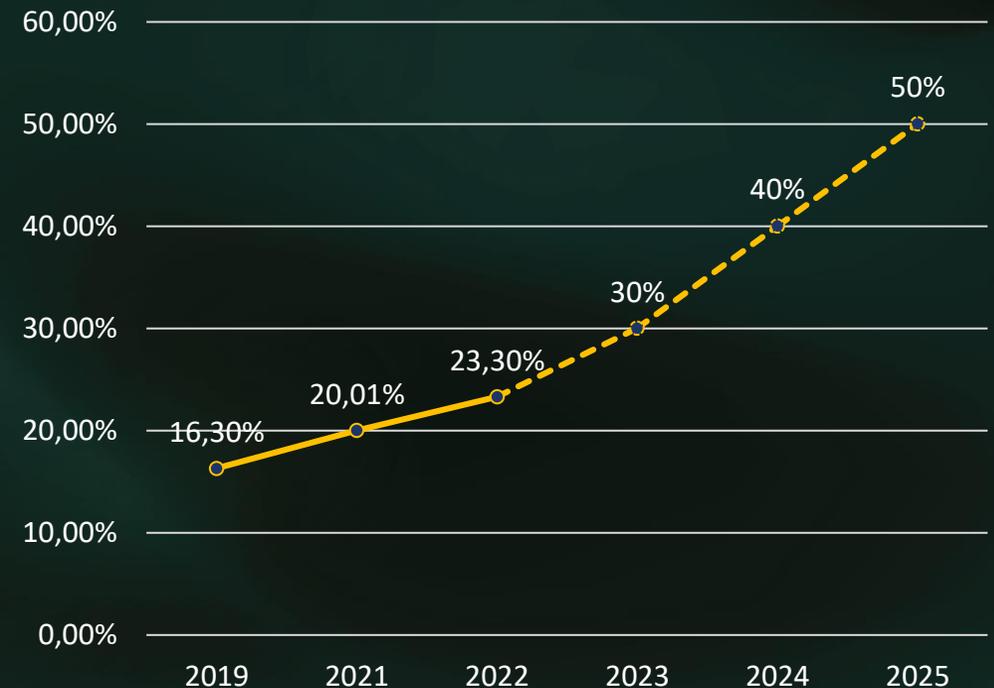
Wilayah : 18 Provinsi  
Jumlah Responden : 3740 Responden  
Usia : 17-65 tahun

### Literasi Ekonomi Syariah

Pengetahuan individu terhadap nilai-nilai syariah Islam guna mengelola dan menggunakan hartanya, untuk mencapai kesejahteraan secara seimbang. Kemampuan ini tercermin dari tingkat *awareness* dan *knowledge* terhadap nilai-nilai Ekonomi, serta *attitude* dan *behaviour-nya* (dikembangkan dari OECD, INFE 2011)



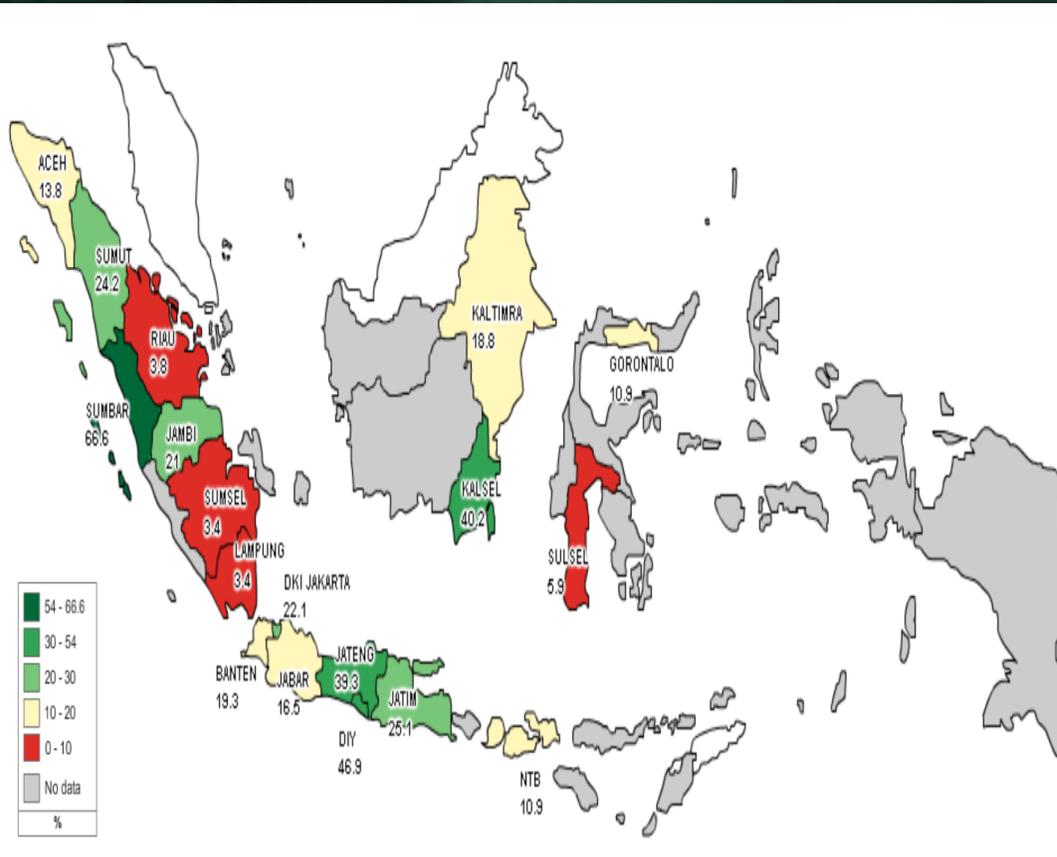
## History dan Target Indeks Literasi Eksyar



# INDEKS LITERASI EKONOMI SYARIAH DI JAWA MASIH PERLU DITINGKATKAN

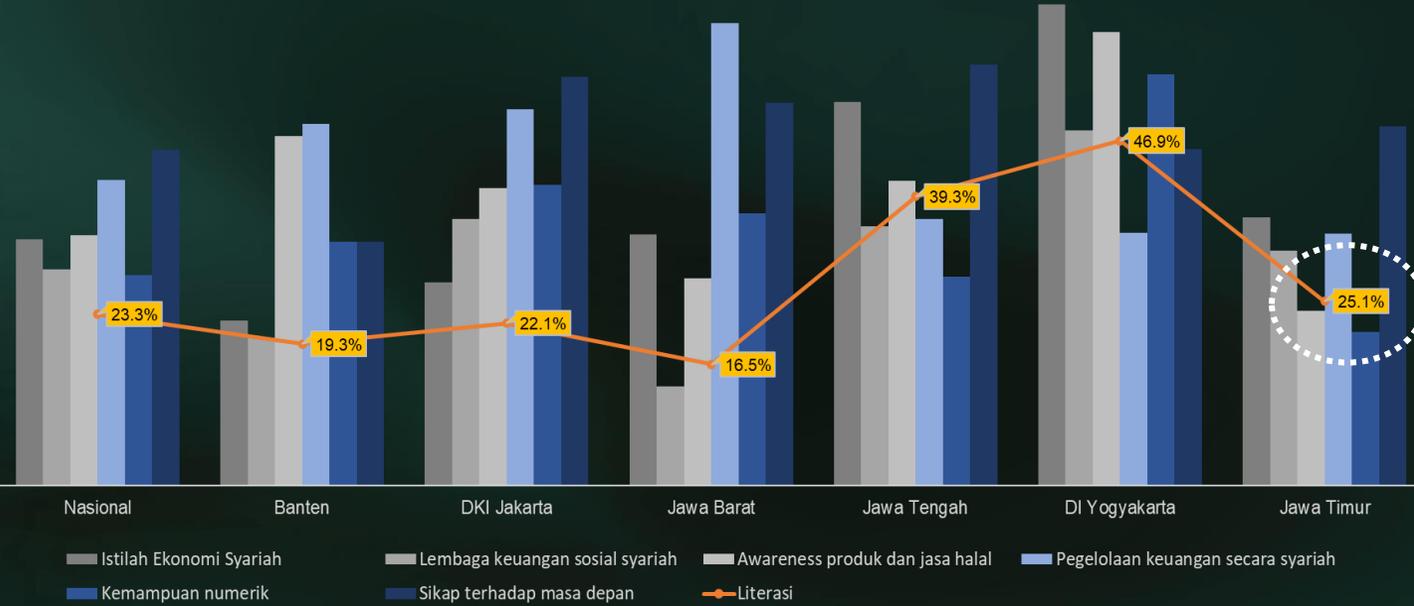
Indeks literasi eksyar di Jawa secara umum lebih tinggi dari rata-rata nasional tahun 2022 yakni 23.3% kecuali di Banten, DKI Jakarta dan Jawa Barat.

## Indeks Literasi Eksyar Nasional Tahun 2022



## Literasi Eksyar Jawa Tahun 2022

Khusus di Provinsi Jawa Timur, hal yang harus ditingkatkan a.l. **Kemampuan numerik** terkait perhitungan zakat (fitrah dan mal), bagi hasil berusaha, serta preferensi dalam berbelanja secara syariah; **Awareness produk dan jasa halal** terkait kehalalan produk/jasa secara syariah; dan **Lembaga keuangan sosial syariah** terkait penyaluran ZISWAF secara langsung/melalui lembaga



# APA YANG PERLU DILAKUKAN UNTUK MENINGKATKAN LITERASI EKSYAR?

## CONTENT

1. Fokus pada penguatan aspek literasi eksyar yang masih rendah
2. Materi literasi eksyar yang lebih mudah dipahami, menarik dan relevan dengan target segmen yang dituju

## CHANNEL

1. Penggunaan media atau cara yang lebih efektif termasuk target kelompok milenial
2. Penyelenggaraan event eksyar secara masif di tingkat nasional dengan melibatkan daerah



## PEOPLE

1. Fokus pada daerah/provinsi yang indeks literasinya masih sangat rendah
2. Peningkatan pelatihan/capacity building kepada berbagai pihak yang berperan sebagai duta literasi eksyar
3. Berkolaborasi/berjamaah dengan seluruh pihak terutama yang memiliki akses hingga ke tingkat daerah

# PEOPLE

1. Kegiatan literasi pengembangan eksyar di Indonesia kepada pihak internasional (al kerja sama dengan SESRIC OIC-Malaysia)
2. Pelatihan internal dan eksternal al organisasi masyarakat al DMI, MUI, Ormas perempuan, pesantren, pelaku usaha
3. Program sertifikasi (al nadzir, modest fashion, treasuri, lembaga pendukung halal dan ekosistem halal)
4. Kurasi dan Boothcamp Pelaku Usaha UMKM
5. ToT kepada Pengajar berbagai tingkat pendidikan al pendidikan menengah dan perguruan tinggi

Competititon

Capacity Building



Kompetisi Ekonomi Syariah Nasional (KESN) KE- 3 tahun 2023 diikuti lebih dari 4500 siswa MA/MA dr berbagai wilayah Indonesia, dari sebelumnya tahun 2022 sekitar 3.800 siswa, kerja sama Asosiasi Guru Ekonomi Indonesia/AGEI dan didukung Pusat Prestasi Nasional Kemendikbudristek,

Kompetisi guna mendorong terbentuknya pelaku atau agen ekonomi syariah unggulan al kompetisi hijrapeneur, kompetisi modest fashion IN2MOTION, kompetisi dakwah ekonomi syariah antar pesantren



ROAD TO  
**IN2MF**  
INDONESIA INTERNATIONAL  
MODEST FASHION FESTIVAL



Kompetisi

# CONTENT

Penyusunan dan implementasi materi-materi yang dapat digunakan sebagai referensi pendidikan maupun materi informasi eksyar lainnya kerja sama dengan berbagai pihak

Buku referensi pendidikan dan buku lainnya dari tingkat PAUD hingga Perguruan Tinggi



## Bentuk literasi ekonomi syariah lainnya

- Jelajah Ekonomi Pesantren
- Podkes Eksyar
- Video Literasi Eksyar
- Artiket
- Materi lainnya untuk kegiatan baik internasional, nasional dan daerah



# CHANNEL

Jaringan dan pelaksanaan kegiatan bersifat internasional, nasional dan lokal yang bisa dijangkau oleh seluruh masyarakat Indonesia

## Event Nasional/Internasional (ISEF/FESyar)



Event	Location	Date	Booths	Participants	Revenue
ISEF Sumatera 2017	Medan	14-16 Oktober 2017	44	11.081	1.107 Milyar
FESyar Jawa 2017	Banyuwangi	20-22 September 2017	90	17.260	1.230 Milyar
FESyar KTI 2017	Malang	21-23 Agustus 2017	75	17.000	28 Milyar
ISEF Sumatera 2018	Lampung	2-4 Agustus 2018	71	20.833	201,69 Milyar
FESyar KTI 2018	Bali	2-4 November 2018	51	43.912	1.712 Trilyun
FESyar Jawa 2018	Surabaya	2-4 Mei 2018	64	25.490	12,08 Milyar
ISEF Sumatera 2019	Palembang	2-4 Agustus 2019	84	11.976	1.112 Trilyun
FESyar Jawa 2019	Surabaya	8-9 November 2019	342	13.975	35,367 Trilyun
FESyar KTI 2019	Banyuwangi	12-14 September 2019	44	44.118	2,553 Trilyun
ISEF FESyar 2017	Medan	-	-	-	-
ISEF FESyar 2018	Lampung	-	-	-	-
ISEF FESyar 2019	Palembang	-	-	-	-

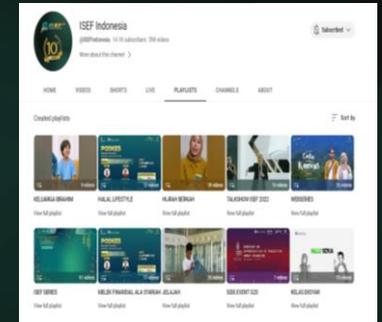
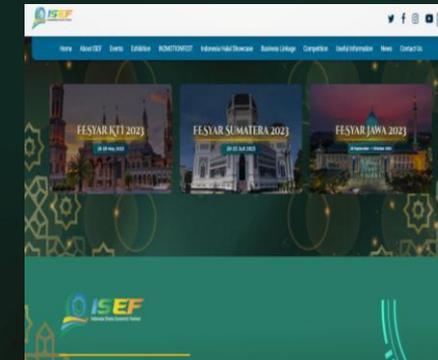
## Channel Media Sosial

Beragam saluran baik yang dikelola oleh BI maupun kerja sama dengan pihak lain

Instagram: @isef.id

Website: <https://isef.co.id/>

Youtube: @ISEFIndonesia



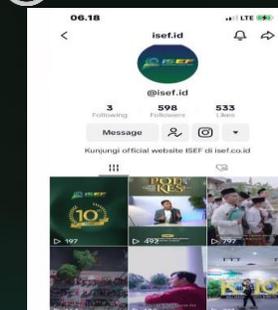
**ISEF 10 tahun diselenggarakan**  
**24 – 29 Oktober 2023 Convention Centre**  
**Jakarta**



**FESYAR KTI – Samarinda 26 Mei 2023**  
**FESYAR SUMATERA – Medan 21 Juli 2023**  
**FESYAR JAWA – Surabaya 29 September 23**

Spotify: ISEF Indonesia

Tiktok: isef.id



# KOLABORASI BRAND EKONOMI SYARIAH NASIONAL DENGAN KNEKS

Melalui Srt No.045/Dt.1/07/2929 (Juli 2020), KNEKS menyampaikan permohonan kolaborasi dengan BI dr pembuatan brand eksyar

Latar Belakang & Tujuan :  
Brand Eksyar nasional diharapkan dapat menjadi lambang pemersatu berbagai aktivitas penggiat/pelaku ekonomi syariah utk lebih mempercepat pengembangannya

Bank Indonesia mendukung, sbb :

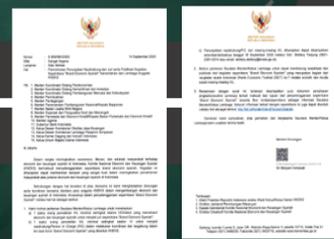
1. Lomba Brand Eksyar menjadi bagian dari rangkaian ISEF (al. dukungan dana Juri Expert & hadiah pemenang)
2. Penambahan prinsip dan nilai dasar Eksyar pada kriteria brand & proses pemilihan Juri Expert/Brand EKsyar
3. Mendorong KNEKS berkomunikasi intensif kepada 16 K/L anggota KNEKS terkait pembuatan brand eksyar melalui Menkeu sbg sekretaris KNEKS (al. publikasi & juri min. Direktur dr 16 K/L anggota KNEKS)

## Logo Sebagai Identitas Visual

Secara khusus, *Logo* memiliki fungsi untuk menyampaikan pesan-pesan komunikasi publik – dalam hal ini, *Logo* mewakili nilai-nilai penting yang menjadi dasar Ekonomi Syariah. Logo Ekonomi Syariah ini juga dimaksudkan guna membentuk pola persepsi masyarakat, meningkatkan rasa percaya dan cinta masyarakat kepada Ekonomi Syariah.



Sepanjang masa pendaftaran Lomba Brand Ekonomi Syariah dari 25 Agustus – 5 Oktober 2020, terdapat 780 brand yang terdaftar



Menkeu selaku sekretaris KNEKS mengirimkan surat kpd seluruh anggota KNEKS utk menetapkan juri dan PIC dari masing2 K/L, serta dukungan publikasi/sosialisasi lomba brand eksyar sbg bagian rangkaian ISEF

- ✓ Dilakukan penjurian yang terdiri dari 5 tahap dengan tahap akhir berupa pemilihan Brand Eksyar oleh Bapak Wapres RI selaku Ketua Harian KNEKS
- ✓ Brand Eksyar yg terpilih menjadi hak panitia (BI & ME KNEKS)



Pada tgl 27 Okt 2020, Bpk Wapres RI telah menetapkan brand eksyar terpilih



Pengumuman pemenang Lomba Brand Eksyar dilakukan pada Closing ISEF 31 Oktober 2020



Brand Eksyar diolah menjadi Buku Panduan untuk menjadi pedoman nasional yang akan diresmikan oleh Bapak Presiden RI

Buku Panduan Identitas Visual Logo Ekonomi Syariah



## **PENUTUP DAN *KEY MESSAGES***

- 1. INDONESIA HARUS MENJADI PEMAIN UTAMA DI EKSYAR GLOBAL DAN BUKAN HANYA SEBAGAI PASAR**
- 2. PERLU SEGERA MENINGKATKAN INDEKS LITERASI EKSYAR MENJADI 2X LIPAT DARI LEVEL SAAT INI**
- 3. DIBUTUHKAN CARA BARU DENGAN FOKUS PADA PEOPLE + CONTENT + CHANNEL**
- 4. DIBUTUHKAN PENGUATAN KOLABORASI/BERJAMAAH DITINGKAT NASIONAL (KNEKS) DAN TINGKAT DAERAH (KDEKS)**
- 5. DIBUTUHKAN STRATEGI NASIONAL LITERASI DAN INKLUSI EKSYAR YANG KOMPREHENSIF DAN IMPLEMENTATIF**



**BANK INDONESIA**  
BANK SENTRAL REPUBLIK INDONESIA



**TERIMA KASIH**