

# MEMBANGUN EKOSISTEM INDUSTRI HALAL DI INDONESIA



**Puji Muniarty, Ridan Muhtadi, Muhammad Aziz, Eko Sudarmanto,  
Amriadi, Dwi Vita Lestari Soehardi, Muhammad Elsa Tomisa,  
Derizka Inva Jaswita, Khurul Aimmatul Ummah, Yenny  
Kornitasari, Ahmad Munir Hamid, Fitria Nurma,  
Lucky Nugroho, Lu'liyatul Mutmainah**

# **MEMBANGUN EKOSISTEM INDUSTRI HALAL DI INDONESIA**

**Puji Muniarty  
Ridan Muhtadi  
Muhammad Aziz  
Eko Sudarmanto  
Amriadi  
Dwi Vita Lestari Soehardi  
Muhammad Elsa Tomisa  
Derizka Inva Jaswita  
Khurul Aimmatul Ummah  
Yenny Kornitasari  
Ahmad Munir Hamid  
Fitria Nurma  
Lucky Nugroho  
Lu'liyatul Mutmainah**



**PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI**

# **MEMBANGUN EKOSISTEM INDUSTRI HALAL DI INDONESIA**

**Penulis :**

**Puji Muniarty  
Ridan Muhtadi  
Muhammad Aziz  
Eko Sudarmanto  
Amriadi**

**Dwi Vita Lestari Soehardi  
Muhammad Elsa Tomisa  
Derizka Inva Jaswita  
Khurul Aimmatul Ummah  
Yenny Kornitasari  
Ahmad Munir Hamid  
Fitria Nurma  
Lucky Nugroho  
Lu'liyatul Mutmainah**

**ISBN : 978-623-198-117-2**

**Editor :** Bahrina Almas, S.E., M.SEI.

**Penyunting :** Debi Eka Putri, S.E., M.M.

**Desain Sampul dan Tata Letak :** Handri Maika Saputra, S.ST

**Penerbit :** PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI

**Anggota IKAPI No. 033/SBA/2022**

**Redaksi :**

**Jl. Pasir Sebelah No. 30 RT 002 RW 001  
Kelurahan Pasie Nan Tigo Kecamatan Koto Tangah  
Padang Sumatera Barat**

**Website :** [www.globaleksekuatifteknologi.co.id](http://www.globaleksekuatifteknologi.co.id)

**Email :** [globaleksekuatifteknologi@gmail.com](mailto:globaleksekuatifteknologi@gmail.com)

**Cetakan pertama, Februari 2023**

**Hak cipta dilindungi undang-undang**

**Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk  
dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.**

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat ALLAH SWT, berkat rahmat dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan buku yang berjudul Dasar-Dasar Ekonomi Islam.

Buku ini diharapkan dapat membantu pembaca memahami teori dan aplikasi Membangun Ekosistem Industri Halal, sehingga mereka dapat mengaplikasikan ilmunya. Semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih bagi kepustakaan di Indonesia dan bermanfaat bagi kita semua.

Penulis, Februari 2023

# DAFTAR ISI

|                                                                                 |            |
|---------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                                      | <b>I</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                                          | <b>II</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                                       | <b>VI</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                                       | <b>VII</b> |
| <br>                                                                            |            |
| <b>BAB 1 PENGERTIAN DAN RUANG LINGKUP INDUSTRI HALAL .....</b>                  | <b>1</b>   |
| 1.1 Pendahuluan .....                                                           | 1          |
| 1.2 Pengertian Industri Halal .....                                             | 2          |
| 1.3 Ruang Lingkup Industri Halal di Indonesia .....                             | 3          |
| 1.4 Ekosistem Pendukung Industri Halal .....                                    | 4          |
| 1.5 Perkembangan Industri Halal di Indonesia .....                              | 4          |
| 1.6 Peran Industri Halal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi .....                     | 6          |
| 1.7 Tantangan Industri Halal di Indonesia .....                                 | 6          |
| 1.8 Strategi Industri Halal .....                                               | 7          |
| 1.9 Industri Halal di Era New Normal .....                                      | 8          |
| 1.10 Regulasi Hukum Industri Halal di Indonesia .....                           | 8          |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                            | 11         |
| <br>                                                                            |            |
| <b>BAB 2 SEJARAH PERKEMBANGAN JAMINAN HALAL DI INDONESIA .....</b>              | <b>13</b>  |
| 2.1 Pendahuluan .....                                                           | 13         |
| 2.2 Sejarah dan Perkembangan Sertifikasi Halal di Indonesia .....               | 16         |
| 2.3 Sertifikasi Halal dan Labelisasi Halal .....                                | 20         |
| 2.4 Sertifikasi Pasca UU Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal ..... | 21         |
| 2.5. Implementasi Sertifikasi Halal .....                                       | 22         |
| 2.6 Dampak Pergeseran Sistem Sertifikasi Halal di Indonesia .....               | 26         |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                            | 30         |
| <br>                                                                            |            |
| <b>BAB 3 LANDASAN HUKUM DAN REGULASI JAMINAN PRODUK HALAL.....</b>              | <b>33</b>  |
| 3.1 Pendahuluan .....                                                           | 33         |
| 3.2. Regulasi Jaminan Produk Halal sebelum UU JPH .....                         | 34         |
| 3.3 Regulasi Jaminan Produk Halal Pasca UU JPH .....                            | 41         |
| 3.3 Regulasi Jaminan Produk Halal dalam UU Cipta Kerja .....                    | 44         |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                            | 50         |
| <br>                                                                            |            |
| <b>BAB 4 POTENSI PASAR PRODUK HALAL INDONESIA DAN GLOBAL.....</b>               | <b>53</b>  |
| 4.1 Pendahuluan .....                                                           | 53         |

|                                                                     |            |
|---------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.2 Potensi Bisnis Produk Halal.....                                | 56         |
| 4.2.1 Peluang Bisnis Produk Halal Indonesia .....                   | 58         |
| 4.2.2 Tantangan dan Hambatan Bisnis Produk Halal Indonesia .....    | 61         |
| DAFTAR PUSTAKA.....                                                 | 71         |
| <b>BAB 5 TANTANGAN DAN PELUANG PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL.....</b> | <b>73</b>  |
| 5.1 Pendahuluan.....                                                | 73         |
| 5.2 Tantangan Pengembangan Industri Halal .....                     | 75         |
| 5.3 Peluang Pengembangan Industri Halal.....                        | 78         |
| DAFTAR PUSTAKA.....                                                 | 81         |
| <b>BAB 6 KEBUTUHAN SUMBER DAYA MANUSIA INDUSTRI HALAL .....</b>     | <b>83</b>  |
| 6.1 Pendahuluan.....                                                | 83         |
| 6.2 Kebutuhan Sumber Daya Manusia Industri Halal.....               | 83         |
| 6.3 Strategi Peningkatan Sumber Daya Manusia Industri Halal.....    | 84         |
| 6.4 Sumber Daya Manusia Industri Halal .....                        | 87         |
| 6.4.1 Penyelia Halal.....                                           | 87         |
| 6.4.2 Auditor Halal.....                                            | 88         |
| 6.4.3 Juru Sembelih Halal (Juleha) .....                            | 89         |
| 6.4.4 Analis Produk Halal .....                                     | 90         |
| 6.4.5 Pemandu Wisata Halal .....                                    | 91         |
| DAFTAR PUSTAKA.....                                                 | 95         |
| <b>BAB 7 URGENSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH.....</b>                  | <b>97</b>  |
| 7.1 Pengertian Lembaga Keuangan Syari'ah.....                       | 97         |
| 7.2 Dasar Hukum Lembaga Keuangan Syari'ah .....                     | 99         |
| 7.3 Bentuk Lembaga Keuangan Syari'ah.....                           | 101        |
| 7.3.1 Ruang Lingkup Lembaga Keuangan Syari'ah.....                  | 101        |
| 7.3.2 Sistem Keuangan Lembaga Keuangan Syari'ah .....               | 102        |
| 7.4 Lembaga Keuangan Syari'ah Di Indonesia .....                    | 105        |
| 7.4.1 Pembangunan Berkelanjutan.....                                | 105        |
| 7.4.2 Peran Lembaga Keuangan Syari'ah Di Indonesia .....            | 106        |
| DAFTAR PUSTAKA.....                                                 | 111        |
| <b>BAB 8 EDUKASI DAN PROMOSI INDUSTRI HALAL.....</b>                | <b>113</b> |
| 8.1 Pendahuluan.....                                                | 113        |
| 8.2 Jenis – Jenis Industri Halal.....                               | 115        |
| 8.3 Promosi Industri Halal.....                                     | 119        |
| 8.4 Kesimpulan.....                                                 | 123        |

|                                                                                         |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| DAFTAR PUSTAKA.....                                                                     | 125        |
| <b>BAB 9 KAWASAN HALAL.....</b>                                                         | <b>127</b> |
| 9.1 Pendahuluan .....                                                                   | 127        |
| 9.2 Pengertian Kawasan Halal.....                                                       | 128        |
| 9.2.1 Peran Kawasan Halal.....                                                          | 132        |
| 9.2.2 Percepatan Pertumbuhan Industri Halal .....                                       | 133        |
| DAFTAR PUSTAKA.....                                                                     | 142        |
| <b>BAB 10 SERTIFIKASI HALAL PRODUK MAKANAN, MINUMAN, OBAT DAN KOSMETIKA.....</b>        | <b>143</b> |
| 10.1 Pendahuluan .....                                                                  | 143        |
| 10.2 Sertifikasi Halal Produk Makanan dan Minuman .....                                 | 147        |
| 10.3 Sertifikasi Halal Kosmetik dan Obat-Obatan .....                                   | 150        |
| DAFTAR PUSTAKA.....                                                                     | 156        |
| <b>BAB 11 PASAR PRODUK PANGAN DALAM INDUSTRI HALAL .....</b>                            | <b>157</b> |
| 11.1 Pendahuluan .....                                                                  | 157        |
| 11.2 Ruang Lingkup Produk Halal.....                                                    | 158        |
| 11.2.1 Konsep Halal dalam Islam .....                                                   | 159        |
| 11.2.2 Kriteria Makanan Halal dalam Islam.....                                          | 160        |
| 11.3 Pengembangan Aspek Ekonomi Produk Halal .....                                      | 164        |
| 11.4 Strategi Pengembangan Industri Produk Halal .....                                  | 167        |
| DAFTAR PUSTAKA.....                                                                     | 171        |
| <b>BAB 12 FASHION, MEDIA DAN REKREASI HALAL .....</b>                                   | <b>173</b> |
| 12.1 Pendahuluan .....                                                                  | 173        |
| 12.2 Konsep Fashion, Media dan Rekreasi Halal.....                                      | 174        |
| 12.2.1 Fashion Halal.....                                                               | 174        |
| 12.2.2 Media dan Rekreasi Halal.....                                                    | 177        |
| 12.3 Potensi dan Tantangan Perkembangan Industri Fashion, Media dan Rekreasi Halal..... | 178        |
| 12.3.1 Potensi dan Tantangan dalam Industri Fashion Halal.....                          | 178        |
| 12.3.2 Potensi dan Tantangan dalam Industri Media dan Rekreasi Halal.....               | 184        |
| 12.4 Penutup.....                                                                       | 187        |
| DAFTAR PUSTAKA.....                                                                     | 189        |
| <b>BAB 13 STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL.....</b>                                 | <b>191</b> |
| 13.1 Pendahuluan .....                                                                  | 191        |

|                                                                      |            |
|----------------------------------------------------------------------|------------|
| 13.2 Strategi Pengembangan Industri Halal yang Komprehensif .....    | 194        |
| 13.3 Penutup.....                                                    | 197        |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                 | 198        |
| <b>BAB 14 NEGARA DAN PENJAMINAN HALAL: GLOBAL CASE STUDIES .....</b> | <b>201</b> |
| 14.1 Pendahuluan.....                                                | 201        |
| 14.2 Lembaga Sertifikasi Halal (Halal Certification Bodies) .....    | 203        |
| 14.3 Negara Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) .....                  | 206        |
| 14.4 Negara Non Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) .....              | 213        |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                 | 219        |

## **BIODATA PENULIS**

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                            |     |
|----------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 1.1 Kerangka Pengembangan Area Potensi Industri di Indonesia        | 5   |
| Gambar 2.1 Tanda peringatan produk berbahan babi.....                      | 5   |
| Gambar 2.2 Logo Halal MUI.....                                             | 7   |
| Gambar 2.3 Logo Halal MUI oleh BPJPH.....                                  | 13  |
| Gambar 2.4 Proses Sertifikasi Halal di Era State-Centric di Indonesia..... | 21  |
| Gambar 4.1 Data Sertifikasi Halal .....                                    | 56  |
| Gambar 4.1 Konsep Ekonomi Syariah .....                                    | 44  |
| Gambar 4.2 Kontribusi Jenis Konsumsi Terhadap PDB .....                    | 60  |
| Gambar 5.1 Logo Halal.....                                                 | 80  |
| Gambar 10.1 Sektor Ekonomi Halal .....                                     | 146 |
| Gambar 11.1 Logika Perdagangan Bebas .....                                 | 162 |
| Gambar 13.1 Strategi Integrasi Industri Halal .....                        | 195 |
| Gambar 14.1 Logo Sertifikasi Halal Indonesia.....                          | 208 |
| Gambar 14.2 Logo Sertifikasi Halal Indonesia.....                          | 208 |
| Gambar 14.3 Logo Sertifikasi Halal Malaysia .....                          | 212 |
| Gambar 14.4 Logo Sertifikasi Halal Singapore .....                         | 215 |
| Gambar 14.5 Logo Sertifikasi Halal Korea Selatan.....                      | 218 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                   |     |
|-------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 2.1 Perbedaan Sebelum dan Sesudah Adanya UU-JPH .....       | 17  |
| Tabel 3.1 Regulasi Jaminan Produk Halal sebelum UU JPH .....      | 18  |
| Tabel 3.2 Regulasi Jaminan Produk Halal setelah UU JPH.....       | 19  |
| Tabel 3.3 Regulasi Jaminan Produk Halal dalam UU Cipta Kerja..... | 45  |
| Tabel 6.1 Perbandingan Kemampuan Pemandu Wisata .....             | 92  |
| Tabel 11.1 Tingkatan risiko keharaman bahan .....                 | 161 |
| Tabel 13.1 Negara dengan Jumlah Populasi Terbesar di Dunia .....  | 191 |



# BAB 1

## PENGERTIAN DAN RUANG LINGKUP INDUSTRI HALAL

*Oleh: Puji Muniarty, S.E., M.M.*

### 1.1 Pendahuluan

Di era sekarang, lahir sebuah isu dunia baru yaitu industri halal. Industri halal merupakan sebuah kegiatan dalam memproses barang dengan menggunakan sarana dan prasarana yang diizinkan oleh syariah (*islamic law*) (Pujayanti, 2020). Seiring dengan masifnya sektor perindustrian dunia di masa Revolusi Industri 4.0 ini, industri halal hadir menjawab kebutuhan masyarakat dunia terutama umat Islam dalam memenuhi kebutuhannya. Industri halal tidak sekedar bersinonimkan dengan barang, namun juga *lifestyle*. Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki potensi besar untuk mengembangkan industri halal (Fathoni & Syahputri, 2020). Dengan jumlah penduduk mayoritas muslim di Indonesia menjadikan standar dalam peminatan sektor industri halal dari berbagai macam aspek menjadi meningkat. Peningkatan minat terhadap sektor industri halal di Indonesia tersebut merupakan bagian dari komitmen keislaman yang harus senantiasa ada dalam kehidupan sehari-hari seorang muslim (sulistiani, 2018).

Mewabahnya trend halal global menjadi isu krusial yang penting untuk dibahas oleh para penggiat ekonomi syariah. Sekarang ini halal tidak hanya sekedar pemenuhan kebutuhan dan kepatuhan umat Islam terhadap syariah akan tetapi menjadi salah satu standar yang diakui dunia (Maulana & Zulfahmi, 2022). Pengembangan industri halal telah menjadi agenda utama bagi perencanaan strategi pembangunan negara-negara di dunia.

Bahkan, beberapa negara yang mayoritas bukan sebagai negara muslim mempunyai tingkat kesadaran dan kepedulian yang tinggi terhadap integritas status halal yang melibatkan semua aktivitas di sepanjang rantai pasokan (Zulfakar, et.al, 2014). Di negara-negara Asia Industri halal sudah berkembang lebih pesat dibandingkan Indonesia. Seperti Thailand yang sudah mengukuhkan sebagai negara yang memiliki dapur halal, padahal persentase masyarakat muslim di negara tersebut hanya sebesar 5%. Kemudian Australia yang telah memproduksi dan mengekspor daging sapi halal. (Faried, 2019)

Uraian-uraian di atas, mengindikasikan bahwa pada dasarnya, Indonesia memiliki potensi yang luar biasa dalam hal pengembangan industri produk halal, baik untuk kebutuhan domestik maupun untuk kebutuhan ekspor. Oleh karena itu dalam kajian ini, penulis mencoba mengkaji tentang industri halal.

## **1.2 Pengertian Industri Halal**

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian, industri adalah kegiatan ekonomi yang mengelola bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya termasuk kegiatan rancangan bangun dan perancangan industri. Dari sudut pandang geografi, Industri sebagai suatu sistem, merupakan perpaduan sub sistem fisis dan sub sistem manusia (Wignjosoebroto : 2003, 19). Kemudian secara istilah, Halal berarti setiap sesuatu yang tidak dikenakan sanksi penggunaannya atau sesuatu perbuatan yang dibebaskan syariat untuk dilakukan (Sulistiani, 2018).

Maka dari pengertian di atas dapat difahami bahwa industri halal adalah segala bentuk upaya dalam meningkatkan kesejahteraan penduduk baik berupa pengolahan bahan baku, dan pengembangan aspek lain yang dapat menjadi produk ekonomi

yang diperbolehkan oleh syariat baik dalam proses pembuatan, usaha, penggunaannya, pemasarannya maupun pengembangannya bukan hasil dari kegiatan muamalah yang dilarang. Menurut Gillani et al, 2016 Industri halal merupakan sekelompok perusahaan yang melakukan kegiatan ekonomi yang bersifat produktif dengan mengolah bahan baku, baik barang ataupun jasa yang input, proses dan output-nya berpedoman pada syariat Islam.

### **1.3 Ruang Lingkup Industri Halal di Indonesia**

Ruang lingkup dalam industri halal di Indonesia berdasarkan UU No 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, adalah:

- a. Makanan dan Minuman
- b. Obat-obatan
- c. Kosmetik,
- d. Produk kimiawi
- e. Produk biologi
- f. Produk rekayasa genetic,
- g. Barang gunaan yang dipakai, digunakan atau dimanfaatkan oleh masyarakat.

Selain itu, aspek lain dari industri halal yang lebih luas pun mencakup pariwisata halal atau dikenal juga dengan pariwisata syari'ah yang meliputi objek wisata atau pun perhotelan. Dasar hukum aktivitas wisata halal berdasarkan pada Undang-Undang (UU) 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Sebelumnya pemerintah sempat menerbitkan aturan teknis soal fasilitas penunjang wisata halal dalam bentuk Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 2 Tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah. Aturan itu menetapkan dua kategori, yaitu hotel syariah hilal I dan hotel syariah hilal II.

## **1.4 Ekosistem Pendukung Industri Halal**

Ekosistem industri halal dapat diartikan sebagai kondisi lingkungan yang mempengaruhi dinamika perkembangan dan tingkat pertumbuhan industri halal, yakni mencakup pedoman, kontrol, pengaturan, prosedur tata kelola, karakter pemangku kepentingan, dan regulasi (Annisa, 2019). Selain beberapa komponen tersebut, ekosistem industri halal dipengaruhi oleh (Fauzi et.al, 2017) :

- a. perkembangan demografi umat muslim;
- b. gaya hidup masyarakat yang terdorong pada prinsip syariah yang mengedepankan kebaikan dan menghindari keburukan;
- c. pertumbuhan perdagangan berbasis syariah;
- d. perkembangan pelaku industri halal;
- e. perkembangan regulasi yang mampu memberikan peluang kuat untuk pertumbuhan penawaran dan permintaan industri halal; dan
- f. perkembangan teknologi informasi, termasuk *Finansial Technology* atau Fintech.

Ekosistem industri halal mencakup semua aspek, namun terdapat dua aspek yang paling penting untuk diperhatikan (Rachman & Syamsuddin, 2019), yaitu: ekosistem di lingkungan pembiayaan atau pendanaan; ekosistem di lingkungan proses produksi; dan ekosistem di lingkungan regulasi.

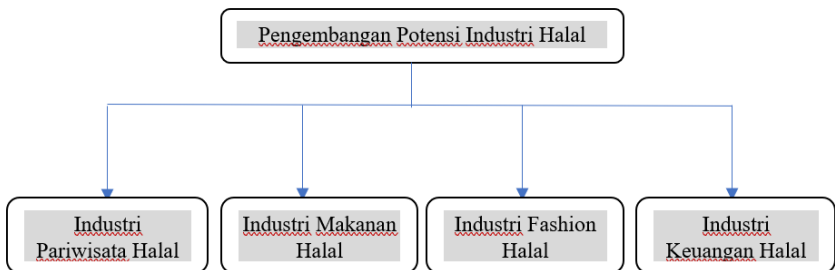
## **1.5 Perkembangan Industri Halal di Indonesia**

Perkembangan industri halal di Indonesia tidak terlepas dari tiga aspek penting, yaitu aspek produksi, distribusi dan konsumsi. Dari aspek produksi yang diantaranya mencakup

konsep dan keselamatan kerja dalam industri halal dapat difahami sebagai berikut:

- a. Dalam aspek landasan dalam industri halal yang diterapkan adalah landasan tauhid, sehingga bukan hanya mengetengahkan aspek keuntungan duniawi saja akan tetapi aspek akhirat menjadi bagian penyeimbangnya.
- b. Dalam aspek tujuan dalam industri halal bukan hanya memfokuskan pada keuntungan yang maximal saja, akan tetapi selain keuntungan ada juga tanggung jawab yang harus dipertimbangkan dalam proses ataupun hasilnya.
- c. Dalam aspek pengupahan pekerja sesuai dengan usaha yang dilakukan dalam pekerjaannya, bahkan upah yang sesuai tersebut dalam kerangka maqashid syariah agar dapat diberikan sebelum keringat sang pekerja kering yang bertumpu pada kelaziman dalam mengupah. Selain itu, selain nilai materil juga dikembangkan konsep berkah dalam usaha industri halal.

Terdapat empat industri yang menjadi ikon industri halal Indonesia, yaitu pertama industri pariwisata dengan konsepnya wisata halal Indonesia, kedua industri makanan halal sebagai salah satu bagian pendukung konsep wisata halal, ketiga industri *fashion* atau sandang halal, yang terakhir adalah pengembangan pada industri keuangan halal (Saputri, 2020).



**Gambar 1.1** Kerangka Pengembangan Area Potensi Industri di Indonesia

## **1.6 Peran Industri Halal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi**

Industri halal terus menunjukkan pertumbuhan yang positif setiap tahunnya. Pertumbuhan ini tentunya memberikan kontribusi yang positif terhadap perekonomian Indonesia. Kontribusi tersebut bisa dilihat melalui Produk Domestik Bruto (PDB). Industri halal dengan segala potensinya dapat kita gunakan untuk mendorong peningkatan nilai cadangan devisa. Ada beberapa cara yang bisa kita lakukan sebagai berikut :

- 1) meningkatkan nilai ekspor industri halal;
- 2) meningkatkan potensi pariwisata halal;
- 3) meningkatkan peran industri keuangan syariah dalam rangka mewujudkan inklusi keuangan.

Dari semua peluang yang telah dipaparkan di atas, kita memerlukan dukungan dari semua pihak untuk menumbuhkan kembangkan industri halal. Baik pemerintah maupun masyarakat. Dukungan dari pemerintah bisa berupa regulasi mengenai produk dan industri halal serta sertifikasi halal. Sementara itu, dukungan dari masyarakat berupa upaya untuk meningkatkan *halal awareness* dan membeli produk halal dari industri dalam negeri.

## **1.7 Tantangan Industri Halal di Indonesia**

Dalam mengembangkan potensi industri halal di Indonesia, tentunya kita akan mendapatkan tantangan. Tantangan ini bisa berasal dari segi eksternal dan dari segi internal. Dari segi eksternal, tantangan yang dihadapi Indonesia adalah:

- 1) Banyaknya negara pesaing seperti Malaysia, Brunei Darussalam, Turki, Pakistan, Qatar, Uni Emirat Arab, dan lain sebagainya (Permana 2019). Bahkan, ada negara pesaing yang termasuk ke dalam negara non-muslim. Negara-negara ini diantaranya Australia, Thailand, Singapura, United Kingdom, Italia, dan lain sebagainya.

- 2) Belum adanya sertifikat halal yang berlaku secara global. Hal ini disebabkan belum adanya konsensus yang dilakukan oleh negara-negara di dunia mengenai standarisasi sertifikat halal internasional.

Sementara itu, tantangan internal yang dialami Indonesia yaitu: *pertama*, kurangnya *halal awareness* pada masyarakat Indonesia. Selain itu, pemahaman masyarakat Indonesia terhadap konsep halal masih dirasa kurang. *Kedua*, adanya problematika dari Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. *Ketiga*, rendahnya kesadaran masyarakat Indonesia untuk berkompetisi. Masuknya berbagai produk halal dari luar negeri membuat produk lokal Indonesia harus bersaing agar tetap eksis. Namun sayangnya, kesadaran masyarakat Indonesia untuk berkompetisi masyarakat Indonesia masih rendah.

## 1.8 Strategi Industri Halal

Industri halal untuk tetap bertahan di tengah situasi New Normal. Antara lain, dengan turut menyediakan berbagai produk dan jasa terkait kesehatan dan higienitas, misalnya masker, hand sanitizer, dan pelindung wajah (face shield) (Kamila, 2021). Namun, selain itu, semua pelaku ekonomi syariah juga harus menyadari adanya perubahan perilaku masyarakat dan mampu beradaptasi. Sementara, pembelanjaan produk juga akan fokus pada transaksi online.

Penting juga diingat bahwa dengan adanya perlambatan ekonomi, masyarakat juga akan menahan dananya untuk berbelanja dan akan lebih selektif dalam membeli. Ini adalah kesempatan untuk pelaku ekonomi syariah untuk lebih serius lagi meningkatkan kualitas produk dan jasanya sehingga bisa terus bersaing dan mendapatkan tempat di hati masyarakat.

## **1.9 Industri Halal di Era New Normal**

Pada era new normal ini peluang industri halal sangatlah besar karena masyarakat cenderung menginginkan produk yang higienis dan halal. Dengan berbagai strategi baik dari pemerintah dan lembaga-lembaga di bawahnya serta masyarakat, maka proyeksi industri halal di era new normal ini sangatlah potensial. LPPOM MUI bersinergi dengan perusahaan-perusahaan yang bersertifikat halal MUI (disingkat ASSALAM) dengan mengundang sekitar 260 perusahaan untuk silaturahmi sekaligus bersinergi dengan tema acara Silaturahmi dan Sinergi LPPOM MUI dan Perusahaan Bersertifikat Halal dalam Mensukseskan Industri Halal Indonesia di Era New Normal, LPPOM MUI berharap bisa menjadi media penghubung bagi percepatan proses Industrialisasi produk halal di Indonesia.

Memasuki masa pandemi, LPPOM MUI juga melakukan berbagai upaya agar kualitas layanan pendaftaran sertifikasi halal tetap berlangsung. Salah satunya adalah dengan terus menjalankan pendaftaran melalui cerol-ss23000 yang memang telah menggunakan metode ini selama 10 tahun terakhir (Maharani, 2020). Langkah lain yang dilakukan LPPOM MUI selama pandemi adalah dengan protokol Modified On-site Audit (MOsA) untuk menjamin pelayanan sertifikasi halal tetap berjalan lancar secara online.

## **1.10 Regulasi Hukum Industri Halal di Indonesia**

Kajian tentang industri halal di Indonesia sekarang ini menjadi pembahasan menarik dan diperlukan suatu payung hukum sebagai kebijakan serius dari pemerintah terkait industri halal baik dalam bidang makanan, minuman maupun sektor ekonomi lainnya (Maulana& Zulfahmi, 2022). Selain menjadi upaya *trend* industri halal namun regulasi hukum juga menjadi pengingat bahwa Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbesar

dunia. Maka pemerintah sebagai pihak yang berwenang untuk menjamin hak-hak bagi setiap manusia termasuk hak dalam memperoleh atau mengkonsumsi produk halal sebagaimana yang tertuang dalam Undang-Undang RI Pasal 29 ayat 2. Maka beberapa aspek tersebut menjadi acuan bagi pemerintah guna membentuk regulasi hukum terkait industri halal. Adapun beberapa regulasi hukum yang menjadi tonggak dalam membangun industri halal di Indonesia antara lain:

- 1) Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal.
- 2) Peraturan Menteri Agama No. 26 Tahun 2019 Memuat tentang ketentuan-ketentuan bahan dan produk yang digunakan.
- 3) UU No. 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja Dalam perumusan UU *Omnibus Law* Cipta Kerja yang disahkan dan ditandatangani oleh Presiden-RI pada 2 November 2020 dan resmi menjadi UU No. 11 Tahun 2020.
- 4) Peraturan Pemerintah No. 39 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal Guna untuk melaksanakan kebijakan pasal 48 dan pasal 185 huruf b UU No. 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja, maka dikeluarkan PP Tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal.
- 5) Peraturan Menteri Agama No. 20 Tahun 2021 Tentang Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil Sebagai upaya melaksanakan ketentuan dari pasal 79 ayat 8, pasal 80 ayat 4, dan pasal 81 ayat 2 PP No. 39 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal, maka diperlukan penetapan PMA Tentang Sertifikasi Halal Bagi Pelaku UMK.
- 6) Fatwa MUI
  - a. No. 108/DSN-MUI/X/2016 Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah

- b. No. 141/DSN-MUI/VIII/2021 Pedoman Pendirian dan Operasional Koperasi Syariah
- c. No 139/DSN-MUI/VIII/2021 Pemasaran Produk Asuransi Berdasarkan Prinsip Syariah
- d. No. 135/DSN-MUI/V/2020 Saham

## Daftar Pustaka

- Annisa, A.A. (2019). Kopontren Dan Ekosistem Halal Value Chain. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 5, No. 01, Pp. 1-8.
- Fauzi, F.A., Karia, N., & Mokhtar, M.A.M. (2017). The Antecedents Of Halal Competency Model: Towards Improvement Of Halal Certification For Smes Products. *International Journal Of Business, Economics And Law*, Vol. 14, No. 5, Pp. 18-28.
- Fathoni, M.A. (2020). Potret Industri Halal Indonesia : Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Vol. 6, No. 3.
- Faried, A. I. (2019). Implementasi Model Pengembangan Industri Halal Fashion Di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik*. Vol. 4 No. 3.
- Gillani, S. H., Ijaz, F., And Khan, M. M. (2016). Role Of Islamic Financial Institutions In Promotion Of Pakistan Halal Food Industry. *Islamic Banking And Finance Review*, 3 (1), 29-49.
- Kamila, E. F. (2021). Peran Industri Halal dalam Mengdongkrak Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Di Era New Normal. *Jurnal Likuid*. Vol. 1, No. 01.
- Maharani, A. (2020). LPPOM MUI: Bersinergi Dengan Perusahaan Bersertifikat Halal Menghadapi New Normal.
- Maulana, N., & Zulfahmi. (2022). Potensi Pengembangan Industri Halal Indonesia Di Tengah Persaingan Halal Global. *Jurnal Iqtisaduna*. Vol. 8 No. 2, Pp. 136-150.
- Nasution, L. Z. (2020). Penguatan Industri Halal Bagi Daya Saing Wilayah : Tantangan dan Agenda Kebijakan. *Journal of Regional Economics Indonesia*, 1(2).

- Permana, A. (2019). "Tantangan Dan Peluang Industri Halal Di Indonesia Dan Dunia." *Institut Teknologi Bandung*.
- Pujayanti, D. A. (2020). Industri Halal Sebagai Paradigma Bagi *Sustainable Development Goals* di Era Revolusi Industri 4.0. *Journal Youth & Islamic Economic*. Vol. 1 No. 1.
- Rachman, M.A., & Syamsuddin. (2019). Halal Industry In Indonesia: The Role Of Sharia Financial Institution In Driving Industrial And Halal Ecosystem. *Al-Iqtishad, Journal Of Islamic Economics*, Vol. 11, No. 1, Pp. 35-58.
- Razalia, R., Syahputraa, A., & Ulfah, A. K. (2021). Industri Halal di Aceh : Strategi dan Perkembangan. *Jurnal Al-Qardh*. Vol. 6, No. 1, Pp. 17-29.
- Saputri, O. B. (2020). Pemetaan Potensi Indonesia Sebagai Pusat Industri Halal Dunia. *Jurnal Masharif Al-Syariah : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*. Vol. 5, No. 2, Pp. 23-38.
- Sulistiani, S.L. (2018). Analisis Maqashid Syariah dalam Pengembangan Hukum Industri Halal Di Indonesia. *Journal Law & Justice*. Vol. 3, No. 2.
- Wignjosoebroto, S. (2003). *Pengantar Teknik & Manajemen Industri*. Jakarta: Penerbit Guna Widya .
- Zulfakar, M.H., Anuar, M.M., & Talib, M.S.A. (2014). Conceptual Framework On Halal Food Supply Chain Integrity Enhancement. *Procedia, Social And Behavioral Sciences*, Vol. 121, Pp. 58-67.

## **BAB 2**

# **Sejarah Perkembangan Jaminan Halal Di Indonesia**

***Oleh: Ridan Muhtadi, S.E.I., M.SEL, AWP.***

### **2.1 Pendahuluan**

Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Mayoritas penduduk Indonesia adalah 231 juta Muslim, terhitung 87,18% dari total penduduk Indonesia. Sebagai masyarakat muslim baik di dunia maupun di Indonesia, memang diwajibkan untuk mengonsumsi dan menggunakan produk halal, begitupun di negara ini. Umat Islam di Indonesia juga diwajibkan untuk mengonsumsi dan menggunakan produk yang halal. Melihat kapasitas yang besar ini, permintaan akan produk halal bisa jadi cukup besar. (Faridah, 2019)

Bersumber pada Undang- Undang Dasar 1945 Pasal 29 ayat 2 yang menerangkan jika negara ini menjamin kemerdekaan masing- masing penduduk guna memeluk agamanya serta untuk melaksanakan ibadah dalam agama dan keyakinan itu. Hal ini menjelaskan bahwa jaminan beragama mengisyaratkan bagi penduduk memiliki kebebasan dalam menentukan keyakinannya dan jaminan beribadah ini berupa kebebasan untuk menjalankan ibadah masing-masing penduduk sesuai dengan agama yang dianutnya. Sebagai seorang muslim, memilih produk yang baik berupa makanan, obat-obatan atau barang-barang dikonsumsi lainnya merupakan suatu kewajiban yang bernilai ibadah. Oleh sebab itu, jaminan akan produk halal menjadi hal yang sangat berarti untuk mendapatkan perhatian negara ini. (Faridah, 2019)

Keinginan umat Islam akan produk berlabel Halal perlu didukung dengan jaminan Halal. pemerintah juga membantu tersedianya label halal tersebut untuk membantu warga muslim dengan mudah membedakan barang yang dikategorikan halal dan haram, namun tidak semua barang yang dijual di marketplace bersertifikat halal. Banyak pihak atau pembeli muslim yang menjadi korban dengan banyaknya barang dagangan yang tidak dikategorikan halal atau tidak halal. (Mutmainnah, 2022)

Jika kita mempelajari sejarah, pada tahun 1988 masyarakat terguncang oleh informasi bahwa makanan yang mengandung babi banyak beredar di pasaran. Analisis peneliti dari Universitas Brawijaya menjelaskan bahwa produk makanan dan minuman yang beredar di pasar mengandung babi sebagai hasil pengamatan terhadap produk yang banyak dijual di pasar, supermarket dan toko kelontong. Ada 34 jenis produk yang terdaftar mengandung shortening, lemak babi dan gelatin. Adanya isu ini membuat masyarakat menjadi resah dan khawatir serta akan lebih selektif dalam memilih produk yang akan dibeli. (Faridah, 2019)

Sejalan dengan kemampuan halal Indonesia, banyak masalah terkait telah muncul. Seperti membahas tentang unsur-unsur yang menghalangi sertifikasi halal pada konteks lokal. Dengan mempertimbangkan perspektif pemangku kepentingan lokal, mereka memberikan penjelasan bahwa kurangnya informasi dan pengawasan yang tidak memadai, hilangnya kesadaran publik, hilangnya sumber daya manusia yang mampu, dan bahkan kelompok otoritas yang relevan kurang menyadari peran mereka adalah beberapa masalah yang terjadi dalam industri halal lokal. Selanjutnya, menyoroti beberapa isu substantif UU Halal Indonesia. Terkait hal tersebut, mereka merekomendasikan perubahan dan klarifikasi ruang lingkup produk halal yang diatur dalam Perundang-undangan saat ini. (Hudaefi and Jaswir, 2019)

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU-JPH) memperkuat dan

mengatur regulasi dan ketentuan halal yang selama ini telah tersebar di berbagai undang-undang dan pedoman. Peraturan dan ketentuan halal yang tersebar di berbagai undang-undang dan pedoman selama ini diperkuat dan diatur, hal ini Sesuai dengan Undang-Undang tentang Jaminan Produk Halal Nomor 33 Tahun 2014. UUJPH dapat dinyatakan sebagai payung hukum pidana barang dagangan halal. Peraturan ini pun juga dijaikau mulai dari hulu sampai hilir akan kehalalan produk ini. Proses Produk Halal (PPH) merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk menjamin kehalalan suatu produk mulai dari penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian produk. Oleh sebab itulah, semua produk yang masuk, beredar dan diperjualbelikan di Indonesia wajib bersertifikat halal. Dengan hal ini, sebagai pertanggung jawaban sistem jaminan halal maka di lakukan oleh Badan Penyelenggara JPH (BPJPH) yang berada dibawah dan bertanggungjawab kepada Menteri Agama.(Mutmainnah, 2022)

Karena saat ini jaminan kehalalan barang dagangan sudah menjadi kewenangan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) di bawah naungan Kementerian Agama, maka menurut Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) yang awalnya berperan dalam penjaminan produk halal sebelumnya memperoleh data sertifikasi produk halal yakni dalam rentan waktu pada tahun 2011-2018 terdapat 69.985 produk yang sudah bersertifikat halal dari total 727.617 produk yang menyebar di 59.951 perusahaan. (LPPOM MUI). Pasalnya, 9,6 persen produk terbaik ini sudah berizin, sedangkan selebihnya belum memiliki sertifikat halal. Itu tidak berarti itu tidak halal, tetapi produk tersebut mungkin belum diajukan untuk sertifikasi halal. (Sup et al., n.d., pt. 2020)

Oleh karena itu, adanya pedoman tentang jaminan Sertifikasi Halal pada dasarnya akan menekankan pentingnya masalah halal-haram dalam rantai produksi dari pelaku usaha

sampai ke tangan pembeli dan dikonsumsi oleh pelanggan. Tidak bisa dipungkiri juga ada peran-peran mulai dari distributor, sub-distributor, *wholesaler*, hingga retail yang pada akhirnya sampai ke tangan pembeli akhir. Hal ini dapat memberikan keuntungan bagi pelaku bisnis mengingat produk yang bersifat halal dapat disukai dan diminati oleh konsumen yang akan meningkatkan pendapatan produk. Tentunya akan diminati oleh masyarakat muslim dan juga non muslim karena dengan anggapan bahwa produk yang terbukti halal pasti berkualitas dan sangat baik untuk kesehatan tubuh manusia. (May Lim Charity, 2017) Selain itu juga perlu adanya kerja sama yang lebih signifikan antara pelaku rantai pasokan dan disiplin lain sangat penting dalam penyediaan kepatuhan makanan Halal dan integritas yang dihasilkannya. Perencanaan, manajemen, dan pengembangan sumber daya manusia di sepanjang rantai pasokan Halal harus dilakukan secara komprehensif dan sistematis untuk memberikan kepercayaan konsumen. (Pratikto et al., 2021)

## **2.2 Sejarah dan Perkembangan Sertifikasi Halal di Indonesia**

Pembahasan tentang halal bukanlah hal baru dalam Negara Indonesia hanya sejak formalisasi isu halal pada tahun 1990-an. Hal tersebut telah dikenal sejak masuknya Islam ke Nusantara. Seperti halnya agama lain, Islam juga memiliki aturan tentang halal dan haramnya mengonsumsi dan memproduksi barang, yang diklasifikasikan sebagai halal (dibolehkan) dan haram (tidak diperbolehkan atau dilarang). Halal dan haram memiliki posisi yang penting dalam Islam, semua Muslim berkomitmen untuk menjunjung tinggi perbedaan tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Umat Islam diatur dalam apa yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan dalam makan, minum dan perilaku lainnya. Mereka yang tidak taat dikategorikan sebagai Muslim yang berdosa. (Hasyim, 2022)

Pada tahun 1976 tepatnya pada tanggal 10 November, berbagai jenis produk yang di dalamnya ada unsur babi ataupun sejenisnya oleh Kementerian Kesehatan diwajibkan untuk menggambarkan dan memiliki identitas yang diakui oleh khalayak umum bahwa makanan serta minuman tersebut terdapat kandungan babinya. Berdasarkan Surat Keputusan yang dikeluarkanh oleh Kementerian Kesehatan dengan Nomer 280/Men.Kes/Per/XI/76 tentang Perederan dan Penandaan pada Makanan yang Mengandung unsur Babi. Jika kita sebagai produsen, untuk memproduksi makanan maka harus mencantumkan peringatan pada wadah atau bungkus yang bisa dicetak atau di rekatkan berbentuk gambar sebagai berikut;



**Gambar 2.1** Tanda peringatan produk berbahan babi  
(Sumber: Permenkes RI)

Pada tanggal 12 Agustus 1985 terjadi perubahan pada label yang awalnya "MENGANDUNG BABI" kemudian berubah menjadi tulisan "HALAL". Kementerian Kesehatan dan kementerian Agama mengeluarkan Surat Keputusan secara bersama dengan Nomor 42/Men.Kes/SKB/VIII/1985 dan No. 68 Tahun 1985 tentang Pencantuman Label Halal pada produk Makanan. Produsen dapat mencantumkan label halal pada suatu produk setelah memberikan laporan terkait komposisi bahan dan cara pembuatan suatu produk ke Departemen Kesehatan (Depkes). Direktorat Jenderal Pengawasan Obat dan Makanan akan melakukan pengawasan terhadap produk sebelum diberikan izin lebel halal.

Tahun 1988 warga digemparkan dengan munculnya isu mengenai produk makanan yang bahannya terdapat unsur babi yang banyak tersebar dipasaran, hal ini berdasarkan penelitian

oleh seorang dosen dari Universitas Brawijaya Malang dengan hasil penelitiannya terdapat berbagai jenis produk baik berupa makanan serta minuman yang ada di pasaran luas terindikasi mengandung babi yang membuat masyarakat setempat resah dan khawatir akan pemilihan produk-produk yang beredar. Sehingga hal itu menyebabkan menurunnya minat beli konsumen yang berdampak pada pendapatan produsen.

Kejadian ini membuat pemerintah dan masyarakat menyadari tentang pentingnya produk halal. Maka perlu adanya jaminan produk disuatu negara dengan mayoritas penduduk yang beragama muslim ini. Mengingat makanan halal merupakan kebutuhan primer bagi umat Islam sehingga perlu adanya kebijakan negara yang mengaturnya. Majelis Ulama Indonesia (MUI) merasa memerlukan pertemuan guna membahas permasalahan tersebut serta melakukan musyawarah dalam mengatasi solusi dari masalah yang ada. diharapkan nantinya akan mengembalikan kondisi masyarakat ke semula (Chairunnisyah, 2017). MUI melakukan perundingan dan pendekatan pemerintah. Pada tanggal 6 Januari 1989 dibentuk sebuah Lembaga Pengkajian Pangan, obat-obatan, dan kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) dengan tugas melakukan pemeriksaan pada produk yang tersebar luas dan melakukan sertifikasi halal. Dalam implementasinya, pada tahun 1994 MUI sudah bisa mengeluarkan sertifikat halal berdasarkan pemeriksaan oleh LPPOM.



**Gambar 2.2** Logo halal MUI (Sumber: MUI)

Adanya pemberian label halal pada produk yang akan dipasarkan itu harus diperiksa terlebih dahulu dengan mengikuti pedoman dan tata cara yang diputuskan oleh Menteri Agama, hal ini sesuai dengan Pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah RI Nomer 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan pangan (Afroniyati 2014). Agar dapat memenuhi ketentuan tersebut, Kementerian Agama telah menunjuk Majelis Ulama Indonesia sebagai lembaga yang bertanggung jawab terhadap pemeriksaan, pengolahan dan yang mengeluarkan izin Halal, hal ini sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Agama dengan Nomor 518 dan Nomor 519 Tahun 2001. Sedangkan untuk pemberian logo Halal pada kemasan produk Majelis Ulama Indonesia bekerja sama dengan Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) (Faridah, 2019).

Perubahan logo halal di Indonesia terjadi pada tanggal 1 Maret, hal itu berdasarkan keputusan yang dikeluarkan oleh Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Nomor 40 Tahun 2022. Keputusan tersebut melanjutkan peraturan Jaminan Produk Halal Nomor 33 Tahun 2014. Kementerian Agama melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) melakukan perubahan logo Halal seperti gambar berikut:



**Gambar 2.3** Logo Halal Indonesia oleh BPJPH.

Perubahan logo Halal juga menjadi bagian dari pengalihan kewenangan lembaga sertifikasi Halal yang sebelumnya menjadi kewenangan Majelis Ulama Indonesia dialihkan ke Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal dibawah naungan Kementerian Agama. Peraturan ini juga mengakibatkan beralihnya kewenangan lembaga yang mengeluarkan sertifikasi halal dari Lembaga Pengkajian Pangan, Obat, dan kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) ke Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang di naungi oleh Kementerian Agama (Mutmainnah, 2022).

## **2.3 Sertifikasi Halal dan Labelisasi Halal**

Sertifikasi dan pelabelan produk hadir sebagai respon atas keraguan masyarakat terkait produk yang beredar, terutama bagi kalangan masyarakat yang beragama Islam, bahwa produk tersebut halal. Sertifikasi halal adalah proses memperoleh sertifikat halal melalui tahapan pengawasan yang dilakukan oleh orang-orang yang berkompeten di bidangnya masing-masing, untuk memeriksa proses pengolahan suatu produk mulai dari komposisi bahan, proses pembuatan hingga sistem yang menjamin kehalalan suatu produk telah sesuai standart yang dikeluarkan (LPPOM MUI 2008). Ini menciptakan status halal yang jelas dan membuat fatwa tertulis yang menyatakan status kehalalan produk dalam bentuk sertifikat halal yang berlaku selama 4 tahun dan dapat diperbarui. Pelaksanaan Sistem Jaminan Halal (SJH) harus dilaporkan secara berkala kepada perusahaan setiap enam bulan sekali.

Labelisasi halal adalah pemberian label atau logo pada kemasan suatu produk dengan tujuan menginformasikan bahwa produk yang dijual sudah dijamin kehalalannya. Badan yang bertugas mengeluarkan izin ini adalah Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM). Sertifikat halal yang telah keluar tersebut akan menjadi syarat untuk mencantumkan logo atau label halal

pada produk tersebut. Jadi sertifikasi dan pelabelan adalah dua hal yang berkaitan (Faridah, 2019).

## **2.4 Sertifikasi Pasca UU Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal**

Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, mengatur tentang pembentukan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang bertanggung jawab langsung kepada Kementerian Agama (Sup et al., n.d., sec. 2020). Menurut undang-undang ini, BPJPH memiliki tanggung jawab yang meliputi:

- a. Menyusun dan mengesahkan kebijakan JP
- b. Membuat standart, norma dan prosedural JPH
- c. Penerbitan dan pencabutan sertifikat halal dan label halal pada produk
- d. Penerbitan dan pencabutan sertifikat halal dan label halal pada produk
- e. Melakukan kegiatan sosialisasi, edukasi dan promosi produk halal
- f. Pengakuan Jaminan Poduk Halal
- g. Pengaudit Halal Terdaftar
- h. Memantau Jaminan Produk Halal
- i. Melakukan Pelatihan Pengaudit Halal
- j. Melakukan kerja sama baik intenal maupun eksternal di bidang penyelenggaraan JPH (Pasal 6 UU JPH). BPJPH mengatur tentang logo atau label yang digunakan di seluruh Indonesia. Selain itu, memiliki kewenangan untuk memberikan atau mencabut logo halal. (Ridwan et al., 2020)

Adapun perbedaan antara sebelum dan sesudah dikelurakannya Undang-Undang Jaminan Produk Halal sebagai berikut:

**Tabel 2.1.** Perbedaan Sebelum dan Sesudah Adanya UU-JPH

| Sebelum                                                                                                                 | Sesudah                                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| MUI melalui Komisi Fatwa sebagai pemberi fatwa dan sertifikat halal,                                                    | Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai lembaga utama yang berwenang dalam proses sertifikasi halal                                                                                                           |
| LPPOM MUI sebagai pemeriksa kehalalan produk mulai dari bahan baku sampai proses produksi                               | Lembaga Pemeriksa Halal sebagai lembaga yang melakukan audit atau pemeriksaan produk halal. Sedangkan LPPOM MUI akan menjadi salah satu bagian dari LPH bersama LPH lain baik yang didirikan oleh Pemerintah maupun masyarakat |
| BPOM sebagai pemberi izin dalam pemasangan label halal                                                                  | MUI tetap sebagai pemberi fatwa, namun tidak berwenang penuh dalam proses sertifikasi halal                                                                                                                                    |
| Kementerian Agama sebagai pembuat kebijakan dan melakukan sosialisasi kepada masyarakat dan Kementerian terkait lainnya | MUI dan BPJPH bersama-sama melakukan sertifikasi terhadap auditor halal dan akreditasi LPH.                                                                                                                                    |

Undang-undang Jaminan Produk Halal, melalui Lembaga Penyelenggara Pengkajian Obat dan Makanan (LPPOM) dalam melakukan sertifikasi bersifat *voluntary* (sukarela) sesuai dengan permintaan para pelaku usaha. Akan tetapi, disaat terjadi penyalahgunaan label halal MUI tidak bisa memberikan sanksi bagi pelaku usaha melainkan sekedar bisa memberikan teguran dan peringatan. Seperti kasus mengganti bahan baku atau komposisi setelah melakukan pengajuan sertifikasi dan sebagainya. Dengan dibentuknya BPJPH diharapkan produk halal yang beredar di Indonesia diberikan perlindungan dan kepastian hukum. Sertifikasi tidak lagi bersifat sukarela tetapi wajib untuk mendukung upaya peningkatan produk halal (Faridah, 2019).

## 2.5. Implementasi Sertifikasi Halal

Penerapan sertifikasi halal dalam Undang-Undang Jaminan Produk Halal dimulai sejak tanggal 17 Oktober 2019, dan kegiatan sertifikasi dilaksanakan bertahap. Sertifikasi Level

1 akan merambah ke area produk seperti kosmetik, farmasi dan alat kesehatan. Selama periode lima tahun ini, BPJPH akan fokus pada jejaring dan memberikan pembinaan kepada pemangku kepentingan perusahaan dan memberikan peluang bagi pemangku kepentingan perusahaan untuk mengajukan label Halal. Perusahaan yang belum mempunyai label halal akan dikenakan sanksi, namun masih memiliki kesempatan untuk mengajukan persetujuan label halal sebelum tanggal 17 Oktober 2024 (CNN Indonesia 2019).

Proses peralihan dua tahun seharusnya bisa digunakan untuk memaksimalkan percepatan labelisasi Halal bagi semua barang yang beredar di masyarakat. Sosialisasi harus dimulai sekarang, terutama untuk pengusaha kecil dan pemula. selanjutnya harus dilakukan pelatihan dan pengarahan kepada pengusaha kecil menengah melakukan pendaftaran izin sertifikasi halal. Selain itu, pihak berwenang juga harus meningkatkan dengan segera menyelesaikan semua perangkat yang diperlukan untuk kelancaran prosedur sertifikasi baru. Mengenai biaya, pihak berwenang juga harus mengklarifikasi secara detail yang diinginkan. Harga tersebut harus proporsional dan tidak memberatkan pengusaha mikro.

Pemerintah perlu bersinergi dengan pelaku usaha dan masyarakat demi terciptanya jaminan halal pada semua produk yang diperjual belikan. Dengan demikian pemerintah sebagai penyelenggara pemerintahan telah melakukan tugasnya untuk memberikan keamanan dan jaminan kehalalan kepada semua warganya. Pelaku usaha dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kehalalan suatu produk. Dengan begitu dapat membuat pangsa pasar akan menjadi semakin besar, meningkatkan daya saing, serta meningkatkan produksi dan omzet penjualan. Disamping itu, masyarakat yang beragama Islam akan jauh merasa lebih tenang dan aman dalam mengkonsumsi suatu produk yang bersertifikasi halal.

Sertifikasi halal di Indonesia terus dipusatkan pada industri makanan, minuman, farmasi dan kecantikan. Sesuai dengan UUJPH pasal 1 angka 1 yang menyebutkan bahwa barang yang dimaksud dalam peraturan ini meliputi barang atau jasa yang berkaitan dengan makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, barang kimia, produk biologi, produk rekayasa genetika, dan barang yang digunakan oleh masyarakat. sebelum memperoleh sertifikasi halal, perusahaan komersial harus memiliki Sibuk Jaminan Halal (SJH).

Majelis Ulama Indonesia (MUI) memiliki standar tersendiri yang disebut dengan Sistem Jaminan Halal (SJH) 23000 yang dikeluarkan pada 16 Januari 2012. SJH merupakan sistem terintegrasi di perusahaan yang dibentuk untuk menerapkan dan menjaga kehalalan suatu produk, mulai dari bahan-bahan yang digunakan, proses dan prosedur, dan produk yang dihasilkan. Seluruh proses didukung oleh personel dan manajemen yang bertanggung jawab atas proses produksi

Konsep tanggung jawab SJH 23000 MUI memiliki prinsip yang hampir sama dengan produk halal public penjaminan yang menyangkut seluruh aspek produksi, antara lain:

- a. Pemilihan dan penggunaan bahan baku, bahan olahan, bahan pelengkap, dan penolong materi (pasal 17-20 UUJPH).
- b. Proses produksi yang meliputi pemisahan lokasi, tempat, dan alat penyembelihan, mengolah, menyimpan, mengemas, mengedarkan, menjual, dan menyajikan produk halal dan tidak halal (pasal 21-22 UUJPH).
- c. Dukungan manajemen atau pelaku usaha dalam penerapan sistem jaminan produk halal, termasuk menunjuk pengawas halal yang bertanggung jawab penuh atas proses kehalalan produk (pasal 23-28 UUJPH).

- d. Jaminan kehalalan produk yang dibuktikan dengan sertifikat halal (pasal 29 UUJPH).

Selama proses sertifikasi produk halal, perusahaan diharapkan memenuhi persyaratan yang ditentukan pertama, khususnya memenuhi kriteria HAS 23000 berupa dokumen yang dimulai dari adanya Kebijakan Halal, Tim Manajemen Halal, Pelatihan dan Pendidikan, Bahan yang digunakan dalam pembuatan produk bersertifikat tidak boleh berasal dari bahan yang haram. Produk tidak boleh cenderung memiliki bau atau rasa yang mirip dengan produk haram atau yang sudah ada dinyatakan haram oleh MUI, Fasilitas Produksi Industri manufaktur memang terjamin, Restoran/Katering/Dapur hanya untuk memproduksi produk halal, Rumah Potong Hewan (RPH) sesuai syariat dengan syarat-syaratnya. Prosedur Tertulis untuk Kegiatan Kritis Perusahaan harus memiliki prosedur tertulis mengenai pelaksanaan kegiatan kritis. Perusahaan harus memiliki prosedur tertulis untuk menjamin kemampuan menelusuri bahan yang disertifikasi produk dan sarana produksinya memenuhi kriteria (bebas dari bahan/turunan babi). Audit Internal dalam penerapan SJH, Perusahaan harus memiliki prosedur tertulis audit internal dalam penerapan SJH, dan Tinjauan Manajemen minimal sekali dalam setahun untuk menilai efektivitas implementasi SJH dan merumuskan perbaikan berkelanjutan.

Setelah memenuhi persyaratan tersebut, perusahaan melakukan pendaftaran melalui sistem pendaftaran online bernama CEROL SS23000. Meliputi metode pembayaran, persetujuan pembayaran, dan pengunggahan data sertifikasi sebagaimana dimaksud di atas. Kemudian, MUI menyetujui pendaftaran diikuti dengan proses pre-audit, audit, dan penilaian SJH, dan kemudian komisi MUI akan mengeluarkan fatwa tentang status kehalalan produk.

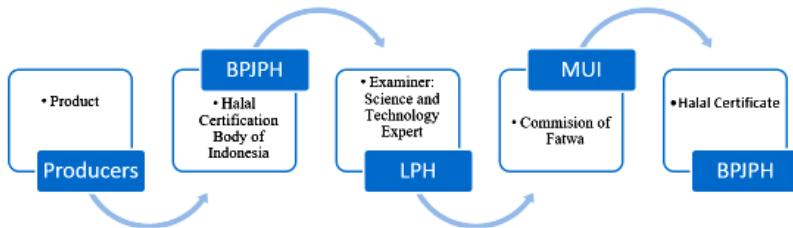
Izin sertifikasi halal juga bisa dilakukan oleh distributor, perusahaan pengemasan dan relabeling. Distributor dapat

melakukan pendaftaran apabila distributor tersebut merupakan bagian dari perusahaan dengan produk bersertifikat yang dimaksud. Perusahaan pengemasan atau relabel dapat memberikan label hala pada sebuah produk jika produk tersebut telah memiliki sertifikat halal yang diterbitkan oleh MUI dan dikategorikan sebagai produk tanpa risiko, yaitu produk yang tidak mengandung bahan haram atau berisiko tercampur dengan bahan haram.

UUJPH sebagai lembaga yang menjamin terkait kehalalan suatu produk dalam pelaksanaannya belum memiliki aturan teknis. Berbeda dengan MUI yang perangkat pelaksanaannya relatif lebih lengkap. Namun pemerintah telah mewajibkan pada semua produk yang beredar di Indonesia untuk melakukan sertifikasi halal yang sebelumnya bersifat voluntary, tentunya semua itu dilakukan pemerintah untuk mendorong tumbuhnya industri halal di Indonesia. sepanjang regulasi, sarana dan prasarana, sumber daya manusia, dan kesadaran masyarakat terhadap produk halal dapat dipenuhi. (Mutmainnah, 2022).

## **2.6 Dampak Pergeseran Sistem Sertifikasi Halal di Indonesia**

Sebelum berlakunya Undang-Undang Nomer 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, sistem sertifikasi halal untuk semua industry ini dilakukan oleh LPPOM MUI. Meskipun sertifikat halal dikeluarkan oleh pemerintah, yang melakukan pemeriksaan adalah LPH, bukan Kementrian Agama atau BPJPH. Hal ini akan memberikan peran yang cukup signifikan terhadap LPH dalam proses sertifikasi halal yag secara tidak langsung juga akan menumbuhkan peluang pekerjaan baru pada masyarakat. Sehingga akan menciptakan sistem check dan keseimbangan antara BPJPH sebagai pembuat kebijakan, LPH dan MUI sebagai pelaksananya.



**Gambar 2.4** Proses Sertifikasi Halal di Era State-Centric di Indonesia

Berdasarkan gambar diatas, kehalalan menjadi tanggung jawab dan kewenangan pemerintah. Yang mana dalam hal ini pemerintah mengambil peran yang mendominasi dalam keseluruhan proses sertifikasi halal. Lembaga diluar pemerintah juga diberikan peran meskipun hanya sebatas memberikan bantuan di luar domain pemerintah dalam proses sertifikasi halal. Pemerintah berperan aktif dalam keseluruhan proses mulai dari pendaftaran hingga penerbitan sertifikat halal. Apabila ditemukan pelanggaran maka dapat diadukan kepada BPJPH. Sistem ini juga untuk menghindari penumpukan data pada satu tahapan yang akan menghambat proses sertifikasi secara keseluruhan. Sistem ini dibuat sedemikian rupa untuk memastikan tata kelola sertifikasi yang efektif, efisien, dan akuntabel sehingga mampu memenuhi kebutuhan jaminan halal untuk seluruh produk yang ada di Indonesia.

Namun sangat disayangkan sekali, Peraturan Pemerintah yang akan mengatur pelaksanaan Jaminan Produk Halal belum keluar. BPJPH yang resmi berdiri pada 11 Oktober lalu, saat ini masih dalam tahap membangun infrastruktur yang telah mencakup peraturan pemerintah yang membuat panduan rinci penerapan sistem Jaminan Produk Halal yang baru. Peraturan

tersebut telah selesai dikomunikasikan dengan instansi terkait seperti Badan Pengawas Obat dan Makanan, Kementerian Kesehatan, Kementerian Perindustrian dan sebagainya yang turut serta dalam memikirkan dan menyempurnakan Peraturan Pemerintah ini, dan kini dalam masa akhir untuk dikirimkan kepada Presiden.

Dalam persoalan biaya, sistem sertifikasi halal yang dikelola oleh lembaga nonpemerintah cenderung lebih mahal jika dibandingkan dengan yang dikelola oleh lembaga pemerintah. Pemerintah memiliki kemampuan dalam menyisihkan anggaran maupun kerjasama dengan pemangku kepentingan lainnya. Dalam perspektif kerja sama Internasional, sistem sertifikasi halal dari tangan masyarakat ke tangan pemerintah akan memperjelas struktur kerja sama internasional yang kemungkinan akan terjadi. Dilihat dari kerja sama internasional, adanya perpindahtanganan dari masyarakat ke tangan pemerintah ini akan memperjelas struktur kerja sama internasional yang mungkin terjadi.

Namun sangat disayangkan, meskipun BPJPH sudah terbentuk, MUI tetap menjalankan pengaturan yang terdapat di bidang sertifikasi halal sampai dengan dibentuknya BPJPH. Akan tetapi, setelah berdirinya BPJPH tetap saja belum terlihat perubahan sistem sertifikasi halal nasional. Hal ini pasti menjadi tantangan tersendiri dalam penerapan kewajiban penjaminan halal bagi produk yang beredar dan diperdagangkan dipasar dalam negeri. (Akim et al., 2019)

Sertifikasi halal semakin berkembang di Indonesia seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan produk halal. Untuk menjamin keberadaan barang Halal, terutama untuk makanan, kosmetik dan obat-obatan, maka pihak yang berwenang mengeluarkan peraturan tentang Jaminan Produk Halal. Indonesia saat ini sedang mengalami pergeseran sistem sertifikasi halalnya dari *society centric* di bawah kendali MUI melalui LPPOM menjadi *kingdom centric system* dimana pemerintah memegang

kewenangan melalui Kementerian Agama sebagai badan utama melalui BPJPH. Pergantian perangkat ini memungkinkan Indonesia menyaksikan kekuatan dan kelemahan dari masing-masing perangkat. Namun, meskipun sistem sertifikasi halal Indonesia dapat diperkuat di bawah otoritas keuangan negara, namun belum dilengkapi dengan sarana dan prasarana yang signifikan, seperti pedoman pemerintah terkait teknis pelaksanaan regulasi tersebut dan sebagainya. Hal ini menunjukkan tata letak sistem sertifikasi halal yang baru sudah ideal namun belum siap untuk diimplementasikan.

Oleh karena itu, lembaga sertifikasi halal Indonesia belum bisa dikatakan berubah menjadi lebih baik. Peralihan ini juga menghasilkan berbagai penyesuaian alur autentikasi dan pihak-pihak yang terlibat dalam proses autentikasi. Untuk mewujudkan jaminan kehalalan produk di Indonesia, diperlukan sinergi dan kerjasama antara pemerintah, pelaku usaha dan masyarakat setempat yang mengawasi distribusi produk dengan baik. Adanya sertifikasi dan label halal akan meningkatkan nilai tambah bagi perusahaan yang menjual dan memproduksi produk. Semua produk yang diimpor atau didistribusikan di Indonesia harus memiliki sertifikat Halal.

## Daftar Pustaka

- Akim, A., Konety, N., Purnama, C., Korina, L.C., (2019). The Shifting of Halal Certification System in Indonesia: From Society-Centric To State-Centric. *Mimb. J. Sos. Dan Pembang.* 35, 115–126. <https://doi.org/10.29313/mimbar.v35i1.4223>
- Faridah, H.D., (2019). Halal certification in Indonesia; history, development, and implementation. *J. Halal Prod. Res.* 2, 68. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.2-issue.2.68-78>
- Hasyim, S. (Ed.), (2022). *The Halal Project in Indonesia: Shariatization, Minority Rights and Commodification.* ISEAS–Yusof Ishak Institute Singapore. <https://doi.org/10.1355/9789815011777>
- Hudaefi, F.A., Jaswir, I., (2019). HALAL GOVERNANCE IN INDONESIA: THEORY, CURRENT PRACTICES, AND RELATED ISSUES. *J. Islam. Monet. Econ. Finance* 5, 89–116. <https://doi.org/10.21098/jimf.v5i1.1049>
- May Lim Charity, (2017). Halal Products Guarantee In Indonesia. *J. Legis. Indones.* 14 No. 1, 105.
- Mutmainnah, M., (2022). Implementasi dan Sejarah Panjang Logo Halal Indonesia. *J. Ekon. Dan Bisnis Islam JEBI* 2, 23–36. <https://doi.org/10.56013/jebi.v2i1.1318>
- Pratikto, H., Taufiq, A., Voak, A., Deuraseh, N., Nur, H., Dahlan, W., Idris, Purnomo, A. (2021). Halal Development: Trends, Opportunities and Challenges. *Proceedings of the 1st International Conference on Halal Development (ICHaD 2020)*, Malang, Indonesia, October 8, 2020, 1st ed. Routledge, London. <https://doi.org/10.1201/9781003189282>

- Ridwan, A.H., Hasanuddin, M., Fatahillah, I.A., Fauzia, I., (2020).  
AUTHORIZATION OF HALAL CERTIFICATION IN  
INDONESIA, MALAYSIA AND SINGAPORE 24, 20.
- Sup, D.F.A., Fahmi, A.S.R., Hilal, F.N., Firdaus, M.I., n.d. Dinamika  
Regulasi Sertifikasi Halal di Indonesia 9. (2020).



## **BAB 3**

# **LANDASAN HUKUM DAN REGULASI JAMINAN PRODUK HALAL**

*Oleh Dr. Muhammad Aziz, S.ThI., M.H.I.*

### **3.1 Pendahuluan**

Landasan hukum suatu kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah adalah sesuatu yang urgen, karena setiap kebijakan yang tidak disertai regulasi dan landasan hukum, maka termasuk kategori kebijakan yang ilegal (Aziz, 2021). Landasan hukum penyelenggaraan jaminan produk halal di Indonesia, kalau dipetakan secara periodik, maka menjadi tiga periode. Periode pertama adalah, munculnya beberapa peraturan perundang-undangan dan regulasi yang berkaitan dengan jaminan produk halal sebelum UU No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Pada masa ini, peraturan tentang jaminan produk halal tersebar dalam beberapa undang-undang, jenis regulasi lainnya.

Periode kedua adalah masa ketika UU JPH sudah disahkan oleh presiden bersama dengan DPR RI, yaitu pada 17 Oktober 2014. Ada pergeseran radikal yang diusung oleh UU JPH ini, yaitu dari pola voluntary dalam sertifikat halal menuju pola mandatory dalam sertifikat halal.

Sedangkan periode ketiga adalah saat UU JPH dimasukkan dalam kluster UU Cipta Kerja dengan pola omnibus law. Pada masa ini, terdapat beberapa revisi, khususnya berkaitan kebijakan khusus berkaitan sertifikat halal gratis bagi pelaku usaha mikro dan kecil. Termasuk pada periode ketiga adalah saat kemunculan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 tahun

2022 tentang Cipta Kerja, yang nota benenya dianggap sebagai revisi atas UU Nomor 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja. Issu khusus pada periode PERPPU Cipta Kerja ini adalah keterlibatan MUI Daerah dalam penetapan kehalalan produk melalui fatwa halal. Selain itu juga munculnya lembaga baru, yaitu Komite Fatwa Produk Halal yang berfungsi sebagai pengganti Komisi fatwa MUI, dalam kondisi tidak dapat melaksanakan sidang fatwa dalam waktu tiga hari kerja, serta juga sebagai pemberi penetapan kehalalan produk bagi pelaku usaha yang masuk kategori usaha mikro dan kecil.

### **3.2. Regulasi Jaminan Produk Halal sebelum UU JPH**

Sebelum adanya UU JPH, terdapat beberapa perturan dan regulasi yang berkaitan dengan jaminan produk halal di Indonesia, atau paling tidak sebuah peraturan yang berhubungan dengan upaya penjaminan warga negara dalam kontek kewanan pangan dan penjaminan produk dari perkara-perkara yang dilarang oleh agama. Bentuk regulasinya-pun ada yang dalam bentuk undang-undang, peraturan pemerintah, peraturan menteri, intruksi presiden, dan keputusan menteri. Diantara regulasi tersebut antara lain yaitu:

- a. Surat Keputusan Menteri Kesehatan No. 280/Men.Kes/Per/XI/1976 tanggal 10 November 1976 tentang Ketentuan Peredaran dan Penandaan pada Makanan yang Mengandung Bahan Berasal dari Babi.
- b. Surat Keputusan Bersama Menteri Kesehatan dan Menteri Agama No. 427/Men.Kes/SKB/VIII/1985 dan No. 68 tahun 1985 tentang Pencantuman Tulisan “Halal” pada Label Makanan.

- c. Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 2 Tahun 1991 tentang Peningkatan Pembinaan dan Pengawasan Produksi dan Peredaran Makanan Olahan.
- d. Undang-Undang RI No. 23 tahun 1992 tentang Kesehatan, yang salah satu topik utamanya tentang; Memberikan kewenangan kepada Menteri Kesehatan untuk melakukan pengawasan dan penelitian makanan, baik dari segi kesehatan maupun kehalalannya.
- e. Undang-Undang Nomor 7 tahun 1996 tentang Pangan;
- f. Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor: 82/MENKES/SK/I/1996 Tentang Pencantuman tulisan “Halal” pada Label Makanan, yang diubah dengan Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor :924/MENKES/SK/VIII/1996 Tentang Perubahan atas Kepmenkes RI No. 82/Menkes/SK/1996;
- g. Undang-Undang RI No. 08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
- h. Peraturan Pemerintah RI Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan;
- i. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 518 Tahun 2001 tentang Pedoman dan tata cara pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal;
- j. Keputusan Menteri Agama No. 519. Tahun 2001 tentang Lembaga Pelaksana Pemeriksaan Pangan Halal;
- k. Undang-Undang RI Nomor 18 tahun 2009 tentang Peternakan dan Kesehatan Hewan;
- l. Undang-Undang Nomor 18 tahun 2012 tentang Pangan;

Semua regulasi yang telah penulis sebutkan di atas, walaupun tidak eksplisit membahas tentang jaminan produk halal dan sertifikasi halal, akan tetapi dalam konteks yang lebih besar berkaitan dengan penyelenggaraan jaminan produk halal yang terdapat di Indonesia, baik dari aspek sertifikasi halal atau hanya labelisasi halal. Berikut kami buat tabel regulasi jaminan

produk halal dan sertifikasi halal di Indonesia sebelum munculnya UU JPH.

**Tabel 3.1** Regulasi Jaminan Produk Halal sebelum UU JPH

| No. | NAMA<br>REGULASI                                                                                                                                                                       | Tahun | SERTIFIKASI<br>HALAL | LABELISASI<br>HALAL     |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|----------------------|-------------------------|
| 1.  | Surat Keputusan Menteri Kesehatan No. 280/Men.Kes/Per/XI/1976 tanggal 10 November 1976 tentang Ketentuan Peredaran dan Penandaan pada Makanan yang Mengandung Bahan Berasal dari Babi; | 1976  | Tidak ada            | Labelisasi babi (haram) |
| 2.  | Surat Keputusan Bersama Menteri Kesehatan dan Menteri Agama                                                                                                                            | 1985  | Tidak ada            | Labelisasi halal        |

|    |                                                                                                                                                                     |      |           |                            |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-----------|----------------------------|
|    | No.<br>427/Men.Kes/S<br>KB/VIII/1985<br>dan No. 68<br>tahun 1985<br>tentang<br>Pencantuman<br>Tulisan “Halal”<br>pada Label<br>Makanan;                             |      |           |                            |
| 3. | Instruksi<br>Presiden<br>(Inpres) Nomor<br>2 Tahun 1991<br>tentang<br>Peningkatan<br>Pembinaan dan<br>Pengawasan<br>Produksi dan<br>Peredaran<br>Makanan<br>Olahan; | 1991 | Tidak ada | Tidak ada                  |
| 4. | Undang-<br>Undang Nomor<br>23 tahun 1992<br>tentang<br>Kesehatan;                                                                                                   | 1992 | Tidak ada | Tidak ada                  |
| 5. | Undang-<br>Undang Nomor                                                                                                                                             | 1996 | Tidak ada | Wajib<br>labelisasi halal, |

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |      |           |                                                                                                                                                                        |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | 7 tahun 1996<br>tentang<br>Pangan;                                                                                                                                                                                                                                                                         |      |           | bila produk<br>yang dibuat<br>sudah di<br>deklarasikan<br>sebagai<br>makanan halal<br>oleh produsen<br>(Pasal 30 ayat<br>2 huruf “e”<br>serta bagian<br>penjelasannya) |
| 6. | Keputusan<br>Menteri<br>Kesehatan<br>Republik<br>Indonesia<br>Nomor:<br>82/MENKES/S<br>K/I/1996<br>Tentang<br>Pencantuman<br>tulisan “Halal”<br>pada Label<br>Makanan, yang<br>diubah dengan<br>Keputusan<br>Menteri<br>Kesehatan RI<br>Nomor<br>:924/MENKES/<br>SK/VIII/1996<br>Tentang<br>Perubahan atas | 1996 | Tidak ada | Labelisasi halal                                                                                                                                                       |

|    |                                                                 |      |                                                                                                                                                                                                       |                                                          |
|----|-----------------------------------------------------------------|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
|    | Kepmenkes RI No. 82/Menkes/SK/1996;                             |      |                                                                                                                                                                                                       |                                                          |
| 7. | Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen; | 1999 | Tidak ada muatan tentang sertifikasi halal, hanya saja memberikan anjuran kepada produsen agar senantiasa mematuhi ketentuan berproduksi secara halal, ketika sudah melabeli produknya dengan 'halal' | Labelisasi halal (Pasal 8 huruf "h")                     |
| 8. | Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label          | 1999 | Ketika sudah melabeli produknya dengan                                                                                                                                                                | Wajib labelisasi halal, bila produk yang dibuat sudah di |

|    |                                                                  |      |                                                                                                                                                                                                                           |                                                                          |
|----|------------------------------------------------------------------|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
|    | dan Iklan Pangan;                                                |      | label 'halal', maka produsen wajib memeriksa kan terlebih dahulu pangan tersebut pada lembaga pemeriksa yang telah diakreditasi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Pasal 11 ayat 1 dan 2) | deklarasikan sebagai makanan halal oleh produsen (Pasal 10 ayat 1 dan 2) |
| 9. | Keputusan Menteri Agama Nomor 518 Tahun 2001 tentang Pedoman dan | 2001 | Embrio dasar hukum kegiatan sertifikasi halal oleh                                                                                                                                                                        | Embrio dasar hukum kegiatan labelisasi halal oleh BPOM (sebelumnya       |

|     |                                                                                                                                                      |      |                                                              |                                                                        |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|--------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
|     | tata cara pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal dan Keputusan Menteri Agama No. 519. Tahun 2001 tentang Lembaga Pelaksana Pemeriksaan Pangan Halal; |      | LPPOM MUI                                                    | Dirjen POM)                                                            |
| 10. | Undang-Undang Nomor 18 tahun 2009 tentang Peternakan dan Kesehatan Hewan;                                                                            | 2009 | Sertifikasi halal wajib untuk produk hewan (Pasal 58 ayat 4) | Tidak ada                                                              |
| 11. | Undang-Undang Nomor 18 tahun 2012 tentang Pangan;                                                                                                    | 2012 | Tidak ada                                                    | Labelisasi halal bagi yang dipersyaratkan (Pasal 97 ayat 3, huruf “e”) |

### 3.3 Regulasi Jaminan Produk Halal Pasca UU JPH

Jaminan produk halal dan sertifikasi halal setelah munculnya UU JPH ditandai dengan munculnya lembaga baru yang bernama Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal atau

disingkat dengan BPJPH. Lembaga baru ini berada di bawah kendali Kementerian Agama RI. Dengan adanya peraturan ini maka, jaminan produk halal di Indonesia, menjadi sesuatu yang mandatory (wajib). Semua produk yang beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. berikut adalah beberapa peraturan tentang jaminan produk halal setelah lahirnya UU JPH;

- a. Undang-Undang RI No 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.
- b. Peraturan Pemerintah Nomor 31 tahun 2019 tentang Pelaksana Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.
- c. Peraturan Menteri Agama Nomor tahun 2019 tentang Jaminan Produk Halal

Ketiga regulasi tersebut masih eksis dan berlaku, dan masih mungkin ditambah lagi dengan regulasi-regulasi pelaksana yang lainnya, sebagaimana diamanatkan oleh UU JPH tersebut, seperti peraturan pemerintah, peraturan presiden, peraturan menteri, dan peraturan kepala BPJPH. Berikut tabel tentang regulasi jaminan produk halal, setelah adanya UU JPH.

**Tabel 3.2** Regulasi Jaminan Produk Halal setelah UU JPH

| No. | NAMA<br>REGULASI                                  | Tahun | SERTFIKASI<br>HALAL                                                 | LABELISASI<br>HALAL                                                |
|-----|---------------------------------------------------|-------|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| 1.  | Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan | 2014  | Wajib sertifikasi halal, kecuali produk yang jelas-jelas diharamkan | Wajib lebelisasi halal, kecuali produk yang jelas-jelas diharamkan |

|    |                                                                                                                                     |      |                                                                                                                                              |                                                                            |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
|    | Produk Halal.                                                                                                                       |      | Islam (Pasal 4, Pasal 24, )                                                                                                                  | Islam (Pasal 25,                                                           |
| 2. | Peraturan Pemerintah Nomor 31 tahun 2019 tentang Peraturan Pelaksana Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal | 2019 | Wajib sertifikasi halal, kecuali produk yang jelas-jelas diharamkan Syariat                                                                  | Wajib lebelisasi halal, kecuali produk yang jelas-jelas diharamkan Syariat |
| 3. | Peraturan Menteri Agama Nomor 26 tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal                                            | 2019 | Wajib sertifikasi halal, kecuali produk yang jelas-jelas diharamkan Syariat, dengan masa penahanan dimulai dari makanan dan minuman mulai 17 | Wajib lebelisasi halal, kecuali produk yang jelas-jelas diharamkan Syariat |

|    |                                                                                |      |                                                                             |                                                                            |
|----|--------------------------------------------------------------------------------|------|-----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                                |      | Oktober 2019 – 17 Oktober 2026 dan penahapan-penahapan pada produk lainnya  |                                                                            |
| 4. | Keputusan Menteri Agama Nomor 982 tahun 2019 tentang Layanan Sertifikasi Halal | 2019 | Wajib sertifikasi halal, kecuali produk yang jelas-jelas diharamkan Syariat | Wajib lebelisasi halal, kecuali produk yang jelas-jelas diharamkan Syariat |

### 3.4 Regulasi Jaminan Produk Halal dalam UU Cipta Kerja

Regulasi yang berkaitan dengan jaminan produk halal setelah munculnya UU JPH ternyata belum dinggap maksimal oleh pemerintah, dalam hal ini Kementerian Agama RI (cq Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal). Masih banyak kendala-kendala di lapangan yang sering dihadapi oleh pemerintah, salah satunya adalah mandat jaminan produk halal pelaku usaha yang kategori usaha kecil dan mikro. Maka dari itu, ketika UU JPH termasuk bagian dari undang-undang terdampak dalam UU Cipta Kerja, pemerintah mengusulkan revisi UU JPH, khususnya yang berkaitan sertifikasi halal gratis bagi pelaku usaha mikro dan kecil.

**Tabel 3.3** Regulasi Jaminan Produk Halal dalam UU Cipta Kerja

| No. | NAMA REGULASI                                         | Tahun | SERTIFIKASI HALAL                                                         | ISU KHUSUS                                                                                                                                                                                                                          |
|-----|-------------------------------------------------------|-------|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.  | Undang-Undang Nomor 11 tahun 2020 Tentang Cipta Kerja | 2020  | Wajib sertifikasi halal, kecuali produk yang jelas-jelas diharamkan Islam | 1. Terdapat aturan khusus untuk pelaku usaha mikro dan kecil yang mana kewajiban bersertifikat halal sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 didasarkan atas pernyataan halal Pelaku Usaha mikro dan kecil.<br>2. Pelaku usaha mikro dan |

|    |                                                                                                       |      |                                                                           |                                                                                                                                                     |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                                                       |      |                                                                           | kecil yang akan mengajukan sertifikasi halal wajib didampingi oleh lembaga pendamping yang sudah eksis (dilegalkan oleh Kemenag RI)                 |
| 2. | Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 tahun 2022 tentang CITA KERJA | 2022 | Wajib sertifikasi halal, kecuali produk yang jelas-jelas diharamkan Islam | 1. Terdapat aturan khusus untuk pelaku usaha mikro dan kecil yang mana kewajiban bersertifikasi halal sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 didasarkan |

|  |  |  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--|--|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |  | <p>atas pernyataan halal Pelaku Usaha mikro dan kecil.</p> <p>2. Fatwa penetapan halal dapat dilaksanakan oleh MUI Provinsi, MUI Kabupaten /Kota, atau Majelis Permusyawaratan Ulama Aceh</p> <p>3. Waktu sidang Fatwa Halal MUI, MUI Provinsi, MUI Kabupaten /Kota, atau Majelis Permusya</p> |
|--|--|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|  |  |  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--|--|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |  | <p>waratan Ulama Aceh untuk memutuskan kehalalan Produk paling lama 3 (tiga) hari kerja sejak MUI, MUI Provinsi, MUI Kabupaten / Kota, atau Majelis Permusyawaratan Ulama Aceh menerima hasil pemeriksaan dan/atau pengujian Produk dari LPH.</p> <p>4. Munculnya lembaga</p> |
|--|--|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|  |  |  |  |                                                                                                                                                                                                         |
|--|--|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |  | <p>baru yang bernama Komite Fatwa Produk Halal</p> <p>5. Khusus pelaku usaha mikro dan kecil penetapan kehalalan Produk dilakukan oleh Komite Fatwa Produk Halal berdasarkan ketentuan Fatwa Halal.</p> |
|--|--|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## Daftar Pustaka

- Aprilia, S, & Priantina, A. (2022). Analisa Strategi Peningkatan Sertifikasi Halal." *IJMA: International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues* 2, no. 1, 50–71.
- Aziz, M., Rofiq A., dan Ghofur, A. (2019). Regulasi Penyelenggaraan jaminan Produk Halal di Indonesia Perspektif Statuta Pendekatan". *ISLAM: Jurnal studi Keislaman* 14, no. 1, 151-170. Diakses 21 Mei 2020. <http://islamica.uinsby.ac.id/index.php/islamica/article/view/577>
- Aziz, M. (2018). Perspektif Maqashid Al- Syariah dalam Penyelenggaraan jaminan Produk Halal di Indonesia Pasca Berlakunya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang jaminan Produk Halal. *Al Hikmah: Jurnal studi Keislaman*, 7 (2), 78-94. <https://doi.org/10.36835/hjsk.v7i2.3284>
- Hatoli. (2020). SERTIFIKASI HALAL MAJELIS ULAMA INDONESIA PADA PRODUK ELEKTRONIK DAN NON KONSUMSI PERSPEKTIF MASLAHAH." *JIL: Journal of Islamic Law* 1, no. 2, 237–55. <https://doi.org/10.24260/jil.v1i2.45>.
- Shofie, Y. (2018). JAMINAN ATAS PRODUK HALAL DARI SUDUT PANDANG HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN" 1, no. 1.
- Utami, N. N., & Genoveva. (2020). THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE , HALAL LABEL , AND HALAL AWARENESS THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE , HALAL LABEL , AND HALAL AWARENESS ON CUSTOMERS PURCHASING DECISION." *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 1, 335–76. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i2.8381>
- Wajdi, F., & Susanti, D. (2021). *Kewajiban Hukum Produk Halal Di Indonesia*. Edited by Tarmizi. Jakarta Timur: Sinar Grafika,

## UNDANG-UNDANG DAN REGULASI LAINNYA

Keputusan Menteri Agama Nomor 982 tahun 2019 tentang Layanan Sertifikasi Halal

Peraturan Menteri Agama Nomor 26 tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal

Peraturan Pemerintah Nomor 31 tahun 2019 tentang Peraturan Pelaksana Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 tahun 2022 tentang CITA KERJA

Undang-Undang Nomor 11 tahun 2020 Tentang Cipta Kerja

Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal



## **BAB 4**

# **POTENSI PASAR PRODUK HALAL INDONESIA DAN GLOBAL**

***Oleh Dr. Eko Sudarmanto. SE., MM.***

### **4.1 Pendahuluan**

Sebagai konsumen muslim, mengonsumsi makanan yang halal adalah suatu hak yang mendasar. Karena selain terkait dengan keyakinan dalam beragama, mengonsumsi makanan halal memiliki dimensi kesehatan, ekonomi dan keamanan. Indonesia dengan penduduk yang mayoritas muslim, sudah seharusnya negara selalu hadir untuk melindungi warganya di dalam pemenuhan hak-hak mendasar warganya. Sejalan dengan itu pelaku usaha dalam hal ini adalah produsen juga semestinya selalu mempertimbangkan dan berusaha untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Maka untuk kepentingan tersebut, peran aktif negara senantiasa dituntut dalam pengaturan sistem ekonomi yang dijabarkan dalam bentuk strategi yang dilakukan pemerintah/negara untuk menjalankan instrumen perdagangan/bisnis salah satu di antaranya melalui regulasi.

Gaya hidup halal (*halal lifestyle*) akhir-akhir ini memang sedang melanda dunia, tidak hanya menggejala di negara-negara yang mayoritas penduduknya muslim, tetapi juga terjadi di negara-negara yang penduduknya mayoritas non muslim. Kesadaran terhadap pemenuhan pangan halal meningkat di kancah internasional seiring dengan menggeliatnya wisata halal global yang tidak hanya terbatas pada sektor destinasi wisata situs keagamaan (*religi*) namun juga menyangkut pemenuhan berbagai kebutuhan wisata itu sendiri. Beberapa perusahaan berskala global

(*multinational corporation*) saat ini telah menerapkan standar sistem halal, seperti perusahaan Singapore AirLines, Japan Airlines, Chatay Pacific, Qantas, termasuk America Airlines menyediakan menu halal (*moslem meal*). Gejala seperti ini juga telah merambah negara-negara Amerika, Jepang, Cina, Australia, India, dan negara-negara Amerika Latin. Khusus Jepang misalnya, negara ini memiliki perhatian yang sangat serius terhadap pengembangan tren halal, salah satu indikasinya yaitu dengan digelarnya Japan Halal Expo yang selalu ramai dan sukses sehingga berhasil menyedot perhatian dan minat pelbagai pihak. Japan Halal Expo adalah sebuah pameran berskala besar yang memuat berbagai produk halal hasil buatan Jepang. Tercatat, hingga saat ini sudah lebih dari 350 restoran di Jepang yang telah melayani dan menyediakan makanan halal, 54 restoran di antaranya adalah restoran khusus makanan negara tersebut.

Istilah halal sudah menjadi konsumsi publik dan sangat populer di dunia bisnis, baik bisnis produk pangan, farmasi dan kosmetika. Bagi mereka para pelaku bisnis, kata halal bukan sekedar konsep agama yaitu suatu konsep yang memandang bahwa halal itu dilihat dari sudut pandang agama saja, namun juga memiliki makna yang lebih luas dan global, yaitu sebagai peluang sebuah bisnis. Karena cukup banyak perusahaan yang memandang konsep halal ini sebagai alat baru untuk pemasaran dan telah menjadi tren dunia. Maka tidak heran apabila sejumlah *brand* kelas dunia telah menghadirkan produk-produk dengan identitas halal. Dari sudut potensi pasarnya pun dari tahun ke tahun menunjukkan peningkatan yang signifikan.

Semakin maraknya *halal lifestyle* di ranah global/internasional dapat menyebabkan peningkatan kebutuhan perlengkapan barang dan jasa. Kondisi ini tentu menjadi peluang bisnis yang sangat menarik bagi para pelaku bisnis dan industri yang terkait, yaitu dengan menyediakan berbagai kebutuhan dan perlengkapan yang dimaksud.

Data mengenai seberapa besar kebutuhan akan *halal lifestyle* memang sangat menakjubkan dan besar nilainya. Berdasarkan data yang dirilis oleh *State of the Global Islamic Economic 2020* memaparkan bahwa, jumlah total penduduk dunia saat ini sekitar 7,7 miliar. dan 25% dari jumlah total tersebut adalah Muslim. Atau kalau di kuantitatifkan sebesar 1,9 miliar. Jika diambil 56 negara berpenduduk mayoritas Muslim, Produk Domestik Bruto (PDB) atau *Gross Domestic Product (GDP)* totalnya diperkirakan mencapai 6,8 triliun dolar.

Dari jumlah itu, total dana Muslim yang dikeluarkan untuk kebutuhan *halal lifestyle* mencapai 3,7 triliun dolar pada tahun 2019 dan angka ini diprediksi akan terus meningkat sekitar 9,5 persen dari tahun-tahun sebelumnya. Adapun perinciannya dari jumlah tersebut adalah, 1.292 miliar dolar dalam sektor makanan dan minuman, 1.214 miliar dolar dalam sektor keuangan, 140 miliar dolar pada sektor pariwisata dan trevel, 266 miliar dolar dalam pakaian, 72 miliar dolar dalam farmasi dan obat-obatan, 185 miliar dolar untuk media dan rekreasi, kemudian 46 miliar dolar untuk sektor kosmetik serta alat perias.

Dan untuk Muslim Indonesia, dana yang dikeluarkan untuk keperluan *halal lifestyle* juga tidak kalah fantastis. Untuk sektor makanan dan minuman sebesar 190,4 miliar dolar, untuk sektor jasa keuangan sebesar 36 miliar dolar, untuk sektor pariwisata dan trevel sebesar 7,5 miliar dolar, untuk pakaian sebesar 18,8 miliar dolar, untuk farmasi dan perobatan sebesar 4,88 miliar dolar, untuk media dan rekreasi sebesar 9,37 miliar dolar dan untuk keperluan kosmetika sebesar 3,44 miliar dolar.

Namun demikian, jaminan produk halal di Indonesia perlu terus ditingkatkan karena berdasarkan data dari Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) mulai tahun 2012 hingga tahun 2019 baru sekitar 5,6% atau 15.495 produk yang memiliki sertifikat halal. Jumlah

perusahaan yang bersertifikat halal sebanyak 13.951 unit, dengan jumlah produk mencapai angka 274.796 buah.



**Gambar 4.1:** Data Sertifikasi Halal (Sumber: LPPOM-MUI, 2020)

Hal ini menunjukkan bahwa bisnis halal secara khusus di Indonesia menjadi objek yang sangat menarik. Betapa besar peluang bisnis halal ini, namun kenyataannya masih tidak berimbang antara kebutuhan masyarakat muslim terhadap produk halal dengan ketersediaan produk halal yang ada. Berdasarkan data tersebut juga menunjukkan bahwa kebutuhan produk halal yang tinggi namun masih jauh dibawah standar (ideal) jika dilihat dari jumlah penduduk muslim di Indonesia yang mencapai 87% dari total penduduknya. Ketidakseimbangan data tersebut juga menunjukkan tentang adanya kendala yang kompleks dalam pengurusan sertifikasi halal untuk bisa terpenuhinya jumlah produk halal yang dibutuhkan masyarakat di Indonesai.

## 4.2 Potensi Bisnis Produk Halal

Menjadi suatu kebanggan tersendiri bahwa Indonesia adalah negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia. Keadaan ini tentu menjadikan Indonesia mempunyai potensi yang sangat besar dalam industri pengembangan produk halal di dunia

dibanding negara-negara lain. Mengingat di Indonesia jumlah penduduk Muslim merupakan terbesar di dunia, maka secara otomatis pasar potensial utama Indonesia akan produk-produk halal adalah di dalam negeri sendiri.

Namun jika mencermati berbagai data mengenai potensi *halal lifestyle* dalam tataran ekonomi secara global sampai ke Indonesia, maka akan nampak adanya suatu peluang untuk pengembangan industri *halal lifestyle* sangatlah besar. Dapat dipastikan bahwa seluruh umat Muslim yang bermukim di bumi ini tentu mendambakan segala sesuatu yang halal untuk memenuhi kebutuhannya. Maka dari itu, menjadi suatu yang wajar jika saat ini beberapa negara di berbagai belahan dunia mulai gencar dan berlomba untuk mendapatkan potensi industri *halal lifestyle* yang sangat besar tersebut.

Dalam produk farmasi, berdasarkan letak geografis, Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan pasar farmasi tercepat di dunia. Menurut GM Quintilies IMS Indonesia pasar farmasi Indonesia rata-rata tumbuh mencapai 20% per tahun terhitung sejak sepuluh tahun lalu dan kini terdapat sekitar hampir 250 perusahaan farmasi yang beroperasi di Indonesia. Sebagian besar industri farmasi terdapat di Jawa Barat (39%), Jawa Timur (20%), dan DKI Jakarta (15%). Sektor itu didominasi industri kimia dasar, barang kimia, dan farmasi senilai Rp12,9 triliun. Untuk realisasi penanaman modal asing (PMA), industri tersebut termasuk dalam lima besar investasi dengan nilai sebesar US\$ 700 juta. Selain itu, kontribusi sektor farmasi sekitar 27% dari total pangsa pasar farmasi ASEAN. Obat resep mendominasi pasar nasional di Indonesia sekitar 59% pasar farmasi nasional dan sisanya 41% adalah obat bebas (*over the counter*/OTC). Hal ini seiring dengan peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan. Obat resep terdiri dari obat paten (30%) dan obat generik (70%), dimana obat generik terbagi menjadi obat generik bermerek dan obat generik biasa

(OGB). Pasar OGB masih relatif kecil (sekitar 8,3% dari total pasar obat resep), sehingga potensi pertumbuhan OGB akan semakin meningkat. Tentunya hal ini menunjukkan betapa besarnya potensi pasar untuk perusahaan farmasi di Indonesia.

Kemudian untuk produk makanan dan minuman, Indonesia dikenal dengan beraneka ragam makanan khas. Setiap daerah di Indonesia hampir pasti memiliki makanan khas masing-masing, sehingga jumlahnya sangat banyak. Beberapa makanan khas daerah yang terkenal, sebut saja Pempek Palembang, Nasi Padang, Gudeg Jogja, dan lainnya. Agar lebih variatif, makanan khas daerah tersebut tinggal dipoles dan disesuaikan dengan lidah dan selera pengunjung, dan tentunya harus halal. Jika bisa memoles makanan khas berbagai daerah tersebut dengan baik, tentunya akan menjadi salah satu peluang yang paling besar dalam bisnis makanan, yang juga akan mengangkat nama kuliner Indonesia di dunia internasional.

Berdasarkan catatan *Global Islamic Economy Report 2020*, belanja penduduk muslim global pada produk dan jasa sektor ekonomi halal mencapai lebih dari USD 2,2 triliun pada tahun 2019. Pada saat yang sama, aset sektor keuangan syariah ditaksir lebih dari USD 2 triliun, diikuti sektor makanan dan minuman sebesar USD 1,2 triliun, sektor pakaian (USD 243 miliar), media dan rekreasi (USD 189 miliar), travel (USD 151 miliar dan obat-obatan dan kosmetik (USD 133 miliar). Dengan data ini, Indonesia menempati peringkat pertama sebagai konsumen terbesar produk halal pada sektor makanan dan minuman, yaitu dengan jumlah pengeluaran sektor makanan minuman sebesar USD 161 miliar.

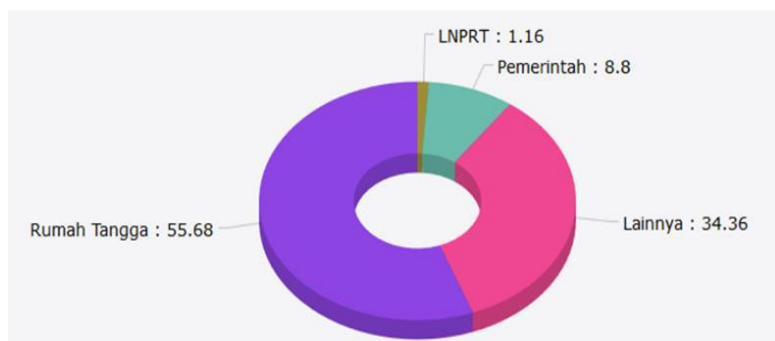
#### **4.2.1 Peluang Bisnis Produk Halal Indonesia**

Bisnis produk makanan halal di Indonesia terkait erat dengan pertumbuhan penduduk muslim. Sebagai negara mayoritas beragama Islam, Indonesia berpeluang menjadi pusat ekonomi halal terbesar di dunia.

Publikasi yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik Indonesia menyatakan bahwa penduduk Indonesia yang beragama Islam mencapai 87% dari total keseluruhan penduduk. Pertumbuhan penduduk muslim secara linier akan mempengaruhi pertumbuhan permintaan akan produk halal, yang dapat dilihat dari peningkatan permintaan produk halal. Besarnya penganut agama Islam di Indonesia telah mendorong pemerintah mengeluarkan UU No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal guna melindungi kepentingan konsumen yang berhak memakai produk yang sesuai syariat Islam, baik dari segi bahan pembuat, proses pembuatan hingga tahap pembungkusannya.

Indonesia merupakan negara yang memiliki keunggulan komparatif sebagai negara agraris dan maritim yang menjadi potensi perekonomian yang sangat besar untuk dikembangkan menjadi potensi kegiatan yang bernilai tambah. Produk-produk halal memiliki tingkat pertumbuhan rata-rata tujuh persen per tahun, karena tumbuhnya kesadaran konsumen muslim terhadap produk-produk halal dan meningkatnya jumlah penduduk muslim yang mencapai 2,2 miliar jiwa dari 7,8 miliar jiwa penduduk dunia. Dengan perkembangan di atas, produsen dan pelaku bisnis halal telah memiliki rencana ekspansi pasar secara internasional, termasuk untuk ekspansi pasar produk halal Indonesia.

Data yang dilansir Badan Pusat Statistik (BPS) juga menjelaskan, bahwa konsumsi rumah tangga masih menjadi pendorong terbesar pertumbuhan ekonomi dengan persentase 55,68 persen. Kebutuhan keluarga Indonesia akan produk rumah tangga sangat tinggi sehingga untuk memenuhi kebutuhan tersebut dan demi menjamin ketenangan konsumen muslim, maka dibutuhkan produk-produk yang halal dan aman bagi keluarga muslim di Indonesia.



**Gambar 4.2** Kontribusi Jenis Konsumsi Terhadap PDB (Sumber: BPS)

Sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim, Indonesia memiliki kepentingan untuk meningkatkan ekspor non migas. Untuk itu Indonesia telah menyiapkan perangkat hukum tentang Jaminan Produk Halal yang esensinya adalah untuk mengatur kehalalan suatu produk, guna melindungi kepentingan konsumen dalam negeri (domestik) terhadap barang impor yang harus sudah teruji kehalalannya serta mengamankan komoditas produk ekspor agar bisa diterima di negara-negara tujuan ekspor terutama negara negara muslim Timur Tengah dan anggota OKI.

Adanya persaingan bisnis dalam memperebutkan pangsa pasar produk halal global di negara-negara tetangga ASEAN termasuk Indonesia dan Malaysia adalah sesuatu yang sulit untuk dihindari. Produk halal di dunia, menguasai sekitar 11% dari seluruh produk dan jasa. Dengan besarnya potensi tersebut, maka sinergi antar negara muslim seperti Malaysia dan Indonesia menjadi sangat penting. Potensi besar dalam industri halal ini adalah meliputi produk makanan dan minuman, farmasi serta kecantikan.

Untuk menghadapi MEA, produk halal Indonesia memiliki peluang besar agar mampu bersaing dengan produk-produk negara lain. Para pelaku usaha, baik produsen maupun

eksportir Indonesia yang telah mengantongi sertifikat halal, produk-produk mereka akan lebih mudah diterima oleh konsumen produk halal di negara lain dengan melihat label halal yang tercantum pada produk/ kemasan produk tersebut. Sebagai contoh sederhana, jika seorang konsumen produk halal di negara lain ingin membeli makanan kemasan kaleng dan terdapat dua pilihan makanan kaleng yang sejenis, maka konsumen tersebut tentu akan cenderung untuk memilih produk yang telah mencantumkan label halal karena mereka akan merasa mendapat jaminan bahwa produk yang akan dikonsumsi benar-benar halal dan baik. Untuk produk daging hewan misalnya, penyembelihannya dilakukan dengan memotong leher hewan tersebut dengan tujuan mengambil dagingnya, penyembelihannya telah dilakukan secara Islam yaitu penyembelihan sesuai syariat Islam. Hal ini juga dapat membuat konsumen non-muslim menjadi tertarik akan produk-produk yang telah memiliki jaminan halal.

#### **4.2.2 Tantangan dan Hambatan Bisnis Produk Halal Indonesia**

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, belum mengoptimalkan dan bahkan bisa dikatakan masih mengabaikan potensi bisnis halal dalam negeri. Sehingga untuk jangka panjang, Indonesia sangat mungkin hanya bisa menjadi tujuan pasar halal terbesar di dunia, bukan sebagai pelaku dan produsen produk halal utama di tingkat global. Hal ini dikarenakan Indonesia belum memiliki langkah strategis untuk meningkatkan daya saingnya di tingkat global internasional.

Para pelaku usaha di Indonesia belum menganggap Industri halal sebagai suatu peluang bisnis yang sangat penting. Hal ini dapat dilihat dari sikap mendasar dari pelaku usaha yang belum memiliki budaya *awareness* terhadap produk halal, yang saat ini sedang menjadi trend global di dunia. Sehingga sikap pelaku usaha yang cenderung masih tidak *aware* ini

menjadikannya tidak searah terhadap pentingnya produk halal dan orientasi untuk merebut pasar industri halal dunia.

Selain itu yang menjadi hambatan bisnis produk halal di Indonesia, antara lain: *pertama*, banyak pelaku usaha yang tidak memedulikan hak konsumen, namun lebih mementingkan mengejar keuntungan yang setinggi-tingginya. *Kedua*, pada kebanyakan negara berkembang termasuk Indonesia, para pelaku usaha lebih dilindungi oleh pemerintah dari pada konsumen karena pelaku usaha dianggap memiliki jasa yang besar dalam menopang perekonomian negara. *Ketiga*, dalam sistem sosial politik di mana kepastian hukum tidak jalan, pihak pelaku usaha akan dengan mudah membeli kekuasaan untuk melindungi kepentingannya terhadap tuntutan konsumen. *Keempat*, dalam berbagai hal konsumen diposisikan berada pada pihak yang lemah bila dibanding dengan posisi produsen.

Kaitannya dengan produk farmasi, Indonesia adalah salah satu pasar farmasi dengan pertumbuhan tercepat di Asia. Namun ironisnya, ternyata Indonesia memiliki ketergantungan impor bahan obat dari negara-negara Non Muslim, yang diimpor dari RRT, Kanada, Amerika Serikat, India, Jepang, dan beberapa negara di Eropa dan lainnya. Jumlah impor bahan obat-obatan dari negara-negara tersebut sekitar 95% dari seluruh total bahan yang dibutuhkan untuk produksi obat sintetis, yang tentunya bahan obat-obatan impor tersebut dipertanyakan kehalalannya. Faktor inilah yang menjadikan sertifikasi obat di Indonesia sampai saat ini masih berkisar dibawah 1%. Hal ini sejalan dengan kurangnya perhatian pemerintah dalam memberikan fasilitas bagaimana industri halal tumbuh dan berkembang. Bahkan lebih parahnya lagi, kementerian kesehatan secara tegas menolak sertifikasi halal obat.

Meskipun UU JPH yang telah di undangkan pada tahun 2014, namun sampai saat ini belum berlaku efektif. Padahal lahirnya UU JPH diharapkan sebagai *Umbrella provisions* dari semua regulasi halal. Hal ini yang kemudian juga berpengaruh pada tertinggalnya industri halal Indonesia dibandingkan dengan negara lain. Proses perubahan dari RUU menjadi UU Jaminan Produk Halal (JPH) juga menimbulkan kendala. Beberapa hambatan tersebut diantaranya adalah: *Pertama*, adanya anggapan bahwa RUU Jaminan Produk sebagai rancangan undang-undang yang tidak berwawasan kebangsaan, tidak pluralis dan diskriminatif. Hal ini karena ia lebih berpihak kepada kepentingan kalangan Islam yang menjadi mayoritas di Indonesia.

*Kedua*, RUU jaminan Produk Halal dinilai cacat hukum karena pada pembahasan yang dilakukan oleh Komisi VIII DPR RI tidak melibatkan semua pihak secara maksimal dan tidak aspiratif. *Ketiga*, pembahasan RUU jaminan produk Halal, terjadi tarik-menarik antara Departemen Agama dan MUI. Selama ini, dengan mandat yang diberikan Depag, melalui LP POM-MUI menjadi satu-satunya lembaga yang memiliki otoritas mengeluarkan sertifikat halal. "Disepakati bahwa suatu produk makanan dan minuman yang beredar dapat dinyatakan halal hanya atas dasar fatwa dari Majelis Ulama Indonesia, setelah melalui serangkaian pemeriksaan (audit) di lokasi produsen dan pengujian laboratorium secara saksama". MUI berkeinginan RUU Jaminan produk Halal mengukuhkan MUI sebagai otoritas tunggal. Namun, pemerintah berkehendak lain. Melalui Depag, otoritas MUI dipangkas hanya menjadi lembaga fatwa halal, sedangkan sertifikat halal dikeluarkan Depag.

Rendahnya respons masyarakat terhadap produk bersertifikat halal juga menjadi tantangan tersendiri. Hal ini disadari betul oleh para cendekiawan muslim, yang memaparkan pentingnya kesadaran masyarakat untuk

membuka wawasan dalam mempelajari produk yang dihالalkan, terutama produk-produk yang dikonsumsi seperti makanan minuman serta obat-obatan. Indonesia menjadi salah satu negara berpenduduk umat muslim terbesar di dunia, sebanyak 82 persen masyarakat Indonesia memeluk agama Islam. Namun sangat ironis apabila mengingat kondisi industri halal saat ini sudah tidak lagi kondusif. Sedangkan bangsa-bangsa lain seperti Jepang, Korea Selatan dan Thailand yang mayoritas masyarakatnya non-muslim justru sangat concern terhadap industri produk halal.

Berbagai respons dari masyarakat Indonesia terhadap sertifikasi produk halal tersebut diantaranya disebabkan oleh beberapa faktor: *Pertama*, faktor keyakinan moral agama. Diskursus halal adalah doktrin agama, berdasar wahyu dan berbentuk teks normatif. Oleh karena itu, setiap muslim meyakini teks tersebut serta menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari untuk mengabdikan diri kepada Allah. Kendatipun demikian, tidak semua muslim mampu menangkap dan menerapkan teks tersebut agar menjadi hukum yang hidup, sehingga dibutuhkan perubahan sikap manusia. Di sinilah pentingnya teori *the double movement*. Teori ini mengungkapkan bahwa seluruh aturan agama berawal dari wahyu yang diturunkan kepada umat manusia agar dimanfaatkan untuk kemaslahatan hidupnya. Lalu, proses hidup manusia yang didasarkan atas nilai-nilai luhur wahyu tersebut dijadikan landasan untuk mengabdikan diri kepada Allah SWT.

*Kedua*, faktor pertimbangan ekonomis. Faktor pertimbangan inilah yang setiap saat kerap kali mendominasi produsen dan konsumen dalam memengaruhi perubahan sikap terhadap sertifikasi produk halal. Menurut Kelman, terdapat tiga proses sosial yang berperan dalam proses perubahan sikap, yaitu kesiediaan (*compliance*), identifikasi (*identification*),

dan internalisasi (*internalization*). Jika produsen dan konsumen bersedia mengubah sikap mereka, dari perilaku asal memproduksi dan asal membelinya, maka kualitas pangan yang diproduksi dan dikonsumsi akan berakibat pada keselamatan pangan (*safety food*). Begitu pula pada proses identifikasi dan internalisasi pada produk pangan dan lainnya. Sementara itu, perilaku seseorang terhadap hukum (*the Behavior of Law*) menurut Donald Black seyogianya mencakup *stratification, morphology, culture, organization, dan social control*.

*Ketiga*, faktor hukum. Pelaku usaha harus senantiasa berpijak pada ketentuan peraturan perundang-undangan dalam melaksanakan unit usahanya dan beriktikad baik terhadap tatanan peraturan hukum tersebut. Sejumlah alasan yang menjadi penyebab munculnya ketimpangan sosial dan berimplikasi yuridis pada proses berikutnya, seperti menggunakan bahan baku yang haram menurut agama, menggunakan zat adiktif tanpa prosedur yang diperbolehkan, dan lain-lain. Untuk itu, asas-asas hukum ekonomi yang patut mendapatkan perhatian antara lain adalah "asas keseimbangan kepentingan, asas keterbukaan dan tanggung jawab, asas pengawasan publik, dan asas campur tangan negara.

*Keempat*, faktor budaya. Secara umum, perilaku masing-masing konsumen dalam membeli produk apa pun terjadi perbedaan sikap. Adapun yang menjadi penyebab perbedaan sikap tersebut adalah faktor budaya, seperti: 1) budaya akan memengaruhi struktur konsumsi; 2) budaya akan memengaruhi bagaimana individu mengambil keputusan; 3) budaya adalah variable utama dalam penciptaan dan komunikasi makna di dalam produk. Strategi pemasaran memahami budaya tersebut sangat penting karena akan menentukan tindakan konsumen selanjutnya. Budaya konsumeris dan sikap hedonis sebagaimana terlihat akhir-akhir ini, memengaruhi

sikap sebagian besar masyarakat. Pertimbangan mengenai halal-haram-termasuk makanan halal- menjadi menurun. Bagi sebagian masyarakat, membeli dalam jumlah banyak, merupakan tanda kemakmuran tersendiri yang diminati banyak orang. Sebutan gemar belanja beranjak menjadi gila belanja, yaitu proses membeli yang tanpa didasari pertimbangan kebutuhan dan ketersediaan uang. Akibatnya, produk halal sering menjadi bukan prioritas pertimbangan, termasuk bagi konsumen itu sendiri.

*Kelima*, faktor geografis. Hasil penelitian membuktikan bahwa faktor perbedaan geografis berimplikasi pada perbedaan signifikan dalam membeli produk pangan, obat-obatan, dan kosmetika antara masyarakat perkotaan dan pedesaan. Begitu pula, terjadi corak dan perbedaan yang cukup mencolok di bidang budaya konsumerisme dan sebagian besar pola hidupnya, antara masyarakat pesisir dan masyarakat pegunungan.

Beberapa faktor keterpengaruhan di atas, menunjukkan bahwa karakteristik situasi konsumen juga berpotensi memengaruhi perilaku mereka. Berikut ini beberapa karakteristik situasi tersebut: 1) Lingkungan fisik (sifat nyata yang merupakan situasi konsumen) yang meliputi lokasi geografis. 2) Lingkungan sosial (ada atau tidaknya orang lain) di dalam situasi bersangkutan. 3) Waktu, sifat sementara dari situasi momen tertentu ketika perilaku terjadi. 4) Tugas, tujuan atau sasaran tertentu yang dimiliki konsumen di dalam suatu-situasi. 5) Keadaan anteseden (suasana hati sementara).

### **4.3 Optimalisasi dan Solusi Bisnis Produk Halal Indonesia dan Global**

Indonesia mempunyai banyak potensi yang bisa dijadikan komoditas terkait dengan trennya *halal lifestyle*

dalam tataran global, masalah yang muncul adalah bagaimana agar potensi tersebut bisa dioptimalkan, yaitu dengan mengupayakan agar potensi tersebut bisa diakselerasikan dengan pertumbuhan *halal lifestyle* di ranah global. Jangan sampai potensi yang sangat besar ibarat harta karun bernama *halal lifestyle* ini direbut dan berpindah ke negara lain. Indonesia memiliki sumber daya yang sangat melimpah, baik sumber daya manusia (SDM) maupun sumberdaya alam. Maka dari itu, sumber daya yang dimiliki tersebut harus benar-benar dikelola secara optimal, sehingga bisa memenuhi kebutuhan pasar akan *halal lifestyle*, baik pasar dalam negeri (domestik) maupun pasar luar negeri (global).

Untuk menjadikan Indonesia sebagai pusat industri halal dunia bukanlah sesuatu yang mustahil, karena Indonesia memiliki potensi tersebut dan sangat berpeluang untuk mendapatkannya. Tinggal bagaimana pengelolaannya, apakah potensi tersebut bisa dikelola dengan baik dan benar sehingga Indonesia sebagai pusat industri *halal lifestyle* benar terwujud, atau hanya menjadi sekedar wacana. Jika harapan ini bisa terwujud, maka akan mempermudah bagi Indonesia untuk bisa menarik para miliarder Muslim dari Timur Tengah dan negara-negara lainnya agar bisa datang ke Indonesia, sehingga akan menjadi pemasukan bagi keuangan negara dan juga bagi para stakeholder *halal lifestyle* di Indonesia.

Di dalam proses pengembangannya, dibutuhkan beberapa strategi sebagai upaya akselerasi optimalisasi potensi *halal lifestyle* yang dimiliki Indonesia, diantaranya; *Pertama*, peran dan campur tangan pemerintah. Kebutuhan hidup yang mencakup pangan dan kesehatan merupakan *basic need* dari kebutuhan manusia dan merupakan hajat hidup orang banyak. Sertifikat halal merupakan bentuk jaminan negara yang diberikan kepada rakyatnya, sehingga dapat meminimalisir keresahan. Oleh karena itu, negara berkepentingan untuk

menjaga stabilitas nasional, dan pengabaian terhadap pemenuhan kebutuhan dasar ini bisa berdampak munculnya instabilitas di masyarakat. Dalam hal ini negara harus hadir untuk memberikan jaminan, tidak hanya terhadap ketersediaan pangan, obat dan kosmetik tetapi juga kehalalan produk tersebut sebagai pelaksanaan Undang undang Dasar 1945 yang mengamanatkan bahwa tiap-tiap penduduk mendapat jaminan kemerdekaan dari negara untuk memeluk agamanya masing-masing dan beribadah menurut agama dan kepercayaannya itu. Negara dalam hal ini pemerintah yang memiliki *authorities in a political system* bertanggung-jawab dalam memecahkan masalah masyarakat agar tercipta kemaslahatan dan stabilitas nasional dengan merumuskan kebijakan yang mengikat seluruh warga negara. Kebijakan publik terkait pangan misalnya, dituangkan dalam Peraturan Pemerintah, Peraturan Menteri dan Undang-undang yang memberikan pedoman pelaksanaan sertifikasi halal untuk memberikan jaminan produk halal di masyarakat.

*Kedua*, Undang-undang Nomor 33 /2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) harus bisa menjadi alat yang bisa meng-*engineer* perubahan sebagaimana yang disampaikan oleh Roscoe Pound: "*Law is tool social engineering*" bahwa hukum diharapkan mampu menjadi agen perubahan sosial. Di sinilah pemerintah dan masyarakat dituntut bagaimana implementasi UU JPH yang harus dilengkapi dengan berbagai perantarnya agar dapat menjangkau *digital market* tersebut menjadi sesuatu yang halal dengan sistem yang juga berbasis syariah. Jika itu terwujud, pasar Indonesia yang sedemikian besar dan potensial akan memiliki dua peran. Pertama sebagai pasar industri yang konsisten pada penciptaan dan penerimaan produk yang berbasis halal, sehingga secara otomatis produk yang tidak memiliki sertifikasi halal tidak bisa masuk ke Indonesia. Dengan demikian, UU JPH dapat menjadi proteksi

bagi industri dalam negeri dari barang produksi asing yang tidak halal. Kedua, Indonesia cepat terdorong untuk tampil sebagai negara industri halal di bidang *food, fashion, financial, dan tourism* yang diperhitungkan dunia.

*Ketiga*, perlu adanya pengembangan SDM dan Industri. Para pelaku yang menjadi penggerak di sektor *halal lifestyle* harus dapat dikembangkan dan ditingkatkan. Utamanya bagi SDM selaku pihak yang menjadi pelaksana dan teknis lapangan. Jika SDM sudah berkembang dengan baik maka yang lain juga akan mengikutinya. Kemudian juga pengembangan industri, yang dilakukan setelah adanya pengembangan SDM. Telah terjadi ketimpangan terkait dengan SDM dalam industri, baik terkait produk pangan, farmasi, kosmetik dan lainnya. Diantaranya banyak SDM yang memiliki ketrampilan teknologi pangan, farmakologi, dan lainnya, namun kurang di dalam pemahaman yang benar tentang halal-haram. Atau sebaliknya memahami dan pandai dalam bidang halal-haram namun tidak dibarengi keahlian dalam bidang sains dan teknologi baik pangan, farmasi maupun lainnya. Akibatnya terjadi keterputusan dan kurang pemahaman antara kedua bidang tersebut. Maka dari itu, sangat dibutuhkan tenaga ahli yang benar-benar mumpuni dan menguasai baik dalam bidang sains maupun memiliki pemahaman agama yang kuat, sehingga upaya mewujudkan gaya hidup halal dapat tercapai dengan baik serta tidak kalah dengan negara-negara lain.

*Keempat*, menjadikan sertifikasi halal sebagai bagian dari *excellent service*. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen adalah bagian dari strategi bisnis yang harus diprioritaskan agar tidak kehilangan pelanggan. Mengabaikan pelayanan terbaik akan menjadi bencana terbesar bagi sebuah bisnis. Jika pelanggan kecewa dengan produk yang ditawarkan karena produk diragukan kehalalannya maka produk tersebut akan ditinggalkannya bahkan bisa untuk selamanya. Bagi

konsumen muslim kehalalan produk adalah menjadi prioritas utama. Tentunya mereka akan memilih produk yang telah terjamin kehalalannya dengan jaminan sertifikasi. Karena itu bagi produsen dan pengusaha menyediakan produk halal menjadi bagian dari *exellent service*, guna memanjakan para konsumen muslim agar memperoleh kenyamanan, keamanan, ketenangan dan kepuasan. Dengan terpenuhkannya para konsumen, produk bersertifikat halal akan lebih unggul dan lebih laku terjual.

Dan untuk mendorong akselerasi tren *halal lifestyle* di Indonesia tersebut, dibutuhkan dukungan dari semua pihak, sehingga Indonesia di kemudian hari benar-benar bisa menjadi pusat pengembangan industri *halal lifestyle* dunia. Diperlukan kerjasama yang baik dari berbagai pihak yang berkepentingan dalam pengembangan *halal lifestyle* seperti pemerintah selaku pemangku kebijakan negara dan masyarakat umum sebagai pelaku sekaligus objek dalam pengembangan industri *halal lifestyle* . Peluang Indonesia sangatlah besar, akselerasi pertumbuhan tren *halal lifestyle* diharapkan bisa menjadi jawaban bagi besarnya peluang dan potensi tersebut.

## Daftar Pustaka

- Agus, P.A. (2017). Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1 (1), 150–165.
- Ali, M. (2016). Konsep Makanan Halal Dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal. *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, 16 (2), 291–306.
- Arif, Z. (2019). Optimalisasi Peluang dan Tantangan Ekonomi Islam Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean. *Al-Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 1 (1), 89.
- Astuti, A. R. T., & Rukiah. (2019). Bisnis Halal Dalam Perspektif Etika Islam: Kajian Teoritis. *AL-MA'ARIF: Jurnal Pendidikan Sosial Dan Budaya*, 1 (2), 142–156.
- Basmar, E, dkk. (2021). *Ekonomi Bisnis Indonesia*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Black, D. (1976). *The Behavior of Law*. New York: Academic Press.
- Faridah, E.DS.H.D. (2018). Wisata Halal: Perkembangan, Peluang, dan Tantangan. *Journal of Halal Product and Research (JHPR)*, 01 (02), 32–43.
- Fithriana, A., & Kusuma, R.P. (2018). Implementasi Kebijakan Pangan Halal Indonesia: Keunggulan Kompetitif Dalam Tren Pangan Halal di Asia Tenggara. *Global Insight Journal*, 03 (02), 1–18.
- Haerisma, A.S. (2018). Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, 3 (2), 153–168.

- Hidayat, Asep S, dan Mustolih Siradj. (2015). Legal Arguments of Halal Product Guarantee (Argumentasi Hukum Jaminan Produk Halal). *Jurnal Bimas Islam*, 8 (1), 31–66.
- Hidayat, Asep S, dan Mustolih Siradj. (2015). Sertifikasi Halal dan Sertifikasi Non Halal. *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, 15 (2), 199–210.
- Istikomah. (2019). Peluang dan Tantangan Implementasi UU JPH (studi Analisis atas UU No. 33 Tentang Jaminan Produk Halal). *At-Tasharruf: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Syariah*, 1 (1), 18–28.
- Marit, Elisabeth Lenny, dkk. (2021). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Nurdin, Nasrullah. (2019). Bisnis Wisata Halal. *Dialog*, 42 (1), 107–110.
- Purba, Bonaraja, dkk. (2021). *Ekonomi Internasional*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sudarmanto, Eko, dkk. (2020). *Etika Bisnis*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Waharini, Faqiatul M, dan Anissa H. Purwantini. (2018). Model Pengembangan Industri Halal Food di Indonesia. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9 (1), 1.
- Warto & Zainal Arif. (2020). Bisnis Produk Halal antara Peluang dan Tantangan, Problematika dan Solusinya. *Jurnal Al-Umm*, 20 (1), 274 -294.
- Yulia, Lady. (2015). Strategi-strategi Pengembangan Industri Produk Halal. *Jurnal Bimas Islam*, 8 (1), 121–162.
- Website:<https://ekonomi.bisnis.com/read/20190116/12/879298/ppom-ui-baru-668.615-produk-di-indonesia-tersertifikasi-halal>  
diunduh 20 November 2022.

# **BAB 5**

## **TANTANGAN DAN PELUANG PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL**

*Oleh Amriadi, S.Pd., M.Pd.*

### **5.1 Pendahuluan**

Industri halal yang berkembang di era saat ini tentu tidak lepas dari peran aktif para generasi Muslim milineal, baik mereka yang bertindak sebagai produsen ataupun yang bertindak sebagai konsumen. Generasi Muslim milineal yang notabeneanya memiliki candu terhadap Halal life style ( gaya hidup halal ) menjadi pangsa pasar atau ruang yang lebih besar bagi Industri Halal, Muslim Halal, Muslim Milineal ( MMTR2017 ).

Perkembangan industri pada era saat ini sangat signifikan dan mengalami pergeseran system pengelolaan. Industri halal yaitu kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan yang di izinkan syariat Islam ( Majelis ulama Indonesia, 2014 ). Fungsi dan tujuan adanya Industri halal di antaranya sebagai perwujudan dari UU No 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

Negara Indonesia dengan mayoritas penduduk beragama Islam, negara Indonesia memang memiliki potensi yang luar biasa untuk mengembangkan sektor industri di Indonesia, khususnya industri berbasis halal yang sudah siap pakai. Demikian keterangan Prof. Sukoso selaku Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Kementerian Agama Republik Indonesia. Tentu tidak mudah untuk bersaing di pasar industri Halal global.Ia mengatakan, Indonesia menghadapi

beberapa kendala, baik internal maupun eksternal. Salah satu hambatan eksternal adalah masuknya Indonesia ke Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015 dan masuknya Malaysia dan Brunei Darussalam sebagai pusat, halal, memperluas jalur ekspansi pasar Indonesia ke pasar internasional. Selain tantangan eksternal, negara Indonesia juga menghadapi beberapa tantangan internal, antara lain rendahnya kesadaran masyarakat akan persaingan, ketidaktahuan masyarakat Indonesia terhadap standar industri Halal, dan kurangnya pemahaman hukum. Prof Sukoso kemudian mengemukakan dan menjelaskan bahwa sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia harus menempati posisi strategis dan berperan penting dalam industri halal global. Bahkan, negara Indonesia bahkan tidak masuk dalam 10 besar industri, terutama dalam 10 besar industri farmasi, kosmetik, hiburan, dan makanan halal dunia.

Indonesia sudah mulai masuk dalam dunia keuangan seperti keuangan syariah, pariwisata halal, dan fashion muslim. Ke depan, para pengusaha diharapkan mampu memaksimalkan peluang usaha dan fasilitas pemerintah. Indonesia khususnya merupakan negara yang memiliki banyak potensi yang belum dimaksimalkan/dimanfaatkan, baik dari segi sumber daya manusia (SDA) maupun jasa. Sebagai negara dengan penduduk muslim yang besar, Indonesia harus bisa menjamin produk halal terbaik dunia di masa depan.

Kami berharap para pengusaha dan pengusaha Indonesia dapat memanfaatkan peluang dan kemudahan yang diberikan oleh pemerintah di masa mendatang. Indonesia sendiri masih memiliki banyak potensi yang belum dikembangkan secara optimal baik dari segi sumber daya alam maupun jasa. Sebagai negara dengan penduduk muslim yang besar, Indonesia harus bisa menjamin produk Halal terbaik di dunia di masa depan.

## 5.2 Tantangan Pengembangan Industri Halal

Dalam perkembangan dunia Industri sekarang ini. Beberapa tantangan dalam upaya peningkatan ekspor produk halal Indonesia adalah

- (i) Kurangnya tingkat fokus dalam pengembangan produk halal karena masih memprioritaskan ekspor komoditas tambang dan perkebunan diakui.
- (ii) Adanya Persaingan atau competitor dari pesaing negara lain terkhusus negara non muslim yang mengembangkan Industri halal, mengembangkan juga industri halal yang kurangnya pemahaman pemangku kepentingan UMKM tentang pentingnya sertifikasi. Oleh karena itu, strategi yang akan ditempuh antara lain
  - (i) Meningkatkan daya saing terhadap produk Halal Indonesia saing.
  - (ii) Memaksimalkan akses pasar ekspor terkait produk Halal dengan cara memaksimalkan/ mengoptimalkan peran aparatur pemerintah yang ada di luar negeri, mengikutsertakan UMKM dalam pameran di luar negeri dan memanfaatkan perjanjian perdagangan internasional,
  - (iii) Memberikan ruang dan mendukung UMKM ekspor dalam rantai pasokan global, dan
  - (iv) Memaksimalkan dan mengoptimalkan penggunaan media promosi, penggunaan e-commerce dengan memberikan pelatihan, dan memberikan dukungan kepada pemangku kepentingan UMKM untuk mengakses media digital mendapatkan pasar halal.

Dari berbagai kendala yang disebutkan di atas tentunya akan berdampak, mempersulit dan memperlambat pelaku usaha untuk melakukan sertifikasi halal produknya. Upaya peningkatan industri halal di Indonesia terkendala masalah teknis yang berdampak negatif signifikan terhadap pertumbuhan industri halal di Indonesia. Tentunya dengan kondisi seperti ini, Indonesia tidak bisa menjadi pemain utama dalam industri halal dan bersaing dengan negara lain seperti Malaysia, Singapura, Thailand, dan Jepang. Pemerintah terkesan ragu dan tidak antusias terhadap perkembangan industri halal. Berbeda dengan beberapa negara tersebut di atas dimana pemerintahnya mendukung penuh pengembangan industri Halal yang ada di negaranya dengan mengeluarkan berbagai kebijakan dan strategi yang dilakukan secara serius, cepat dan tepat. Berbagai perbaikan yang dilakukan di awal tahun 2022 mengindikasikan prospek perekonomian Indonesia yang baik ke depan.

Peningkatan yang terus berlanjut pada Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) juga mengindikasikan terus meningkatnya pemulihan kepercayaan masyarakat dalam melakukan aktivitas ekonomi. Sementara itu, kondisi perekonomian global pada tahun 2022 diproyeksikan masih melanjutkan tren pemulihan dan akan bertumpu pada transisi pandemi menjadi endemi. International Monetary Fund (IMF) memproyeksikan pertumbuhan ekonomi global sebesar 4,4%. Pemerintah Indonesia sendiri menargetkan pertumbuhan ekonomi negara Indonesia di tahun 2022 sebesar 5,2%.

Indonesia merupakan negara memiliki potensi pasar yang besar untuk pengembangan industri halal. Oleh karena itu, langkah awal Start-up di Asia Tenggara akan mulai mengisi pasar Muslim Indonesia yang kurang berkembang.

Indonesia salah satu Negara dengan mayoritas penduduk muslim. Produk

berlabel “Halal” sangat penting bagi masyarakat Indonesia. Berdasarkan hasil kajian Center for Indonesian Economy Reform (CORE), dia mengatakan, umat Islam dan industri halal mengalami peningkatan jumlah konsumen dan daya beli masyarakat. Sebelumnya, muslim dan industri halal terpinggirkan dari dunia online karena kurang memiliki potensi untuk menarik customer/ pelanggan atau konsumen. Akbar Susanto, sebagai peneliti di CORE, mengatakan perlu ada roadmap atau peta jalan Roadmap untuk memulai langkah awal pengembangan industri Halal di Nusantara dengan tujuan yang sama dengan Rencana Induk Pengembangan Industri Nasional (RIPIN). Penduduk muslim merupakan kelompok sasaran yang tepat bagi pasar industri halal di Indonesia. Menurut Global Islamic Finance Report (GIFR), diperkirakan penduduk Muslim dengan pendapatan siap pakai pendapatan pasar industri halal lebih dari US\$2 triliun dan sekitar US\$3,735 triliun pada 2019.

Saat ini, startup di Asia Tenggara mulai fokus pada target pasar Muslim. Industri pariwisata dan perhotelan, yang kurang menarik bagi wisatawan Muslim, mendorong Fazal Bahardeen, CEO Halal Trip, untuk mulai mengembangkan aplikasi. Aplikasi ini menyediakan panduan, tips, dan layanan bermanfaat lainnya bagi Pengguna Muslim bepergian ke tempat baru dan mencari makanan halal, masjid, dan sejenisnya.

Oleh karena itu, pemerintah perlu memastikan dan menyediakan infrastruktur untuk menguji sertifikasi di seluruh Indonesia dan daerah terpencil lainnya.

Eduardo Saverin, salah satu pendiri Facebook, menyatakan bahwa pasar Asia Tenggara adalah salah satu pasar online dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Ini menjelaskan alasan Indonesia

mengumpulkan sumber daya penting dalam komunitas start-up. Seiring berkembangnya bisnis rintisan di Indonesia dan negara-negara Asia Tenggara, tidak mengherankan jika negara - negara ini akan bersiap untuk meluncurkan lebih banyak investasi di komunitas Muslim sebagai target pasar utama.

### **5.3 Peluang Pengembangan Industri Halal**

Dalam perkembangan dunia Industri Halal pada era sekarang ini banyak peluang baru yang sekarang ini banyak di jalankan atau di maksimalkan oleh negara - negara di dunia. Besarnya jumlah penduduk muslim dunia yang mencapai sepertiga jumlah penduduk di dunia dan pada era sekarang semakin meningkat kebutuhan generasi Muslim terkhusus untuk Muslim Milenial. Dengan melihat potensi atau peluang sehingga banyak negara - negara yang membuka dan mengembangkan Industri Halal. Menurut Jaimil Bidin, *CEO Halal Development Corporation (HDC)* mengatakan bahwa, seluruh umat muslim harus memenuhi kebutuhan dasarnya atau kebutuhan halal.

Untuk menjadi pemain utama dalam industri halal global, diperlukan dukungan penuh dari pemerintah. Roadmap industri halal harus segera dilakukan agar tujuan dan pengembangan industri halal di Indonesia lebih terarah. Keberadaan Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS) diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan industri halal di Indonesia. Perlu melihat perkembangan ekonomi Islam secara holistik dan tidak hanya terfokus pada keuangan Islam. Peran KNKS yang melibatkan berbagai instansi pemerintah dan instansi terkait bertujuan untuk memudahkan koordinasi yang selama ini sulit dilakukan agar perkembangan industri halal di Indonesia dapat berkembang pesat. Bermadankan jumlah penduduk muslim di

Indonesia, sudah sepantasnya Negara kita berperan aktif serta berkontribusi lebih dalam Industri halal, jangan hanya menunggu dan menjadi penonton. Jumlah konsumen produk halal di Indonesia yang besar dapat meningkatkan potensi pengembangan industri halal untuk memenuhi permintaan konsumen baik domestik maupun internasional.

Jumlah konsumen produk Halal di Indonesia yang besar dapat meningkatkan potensi pengembangan industry Halal yaitu salah satu untuk memenuhi permintaan untuk memenuhi permintaan pelanggan/ konsumen dalam dan luar negeri. Menurut dalam Agama Islam, Produk halal adalah sebagian dari iman bagi umat Islam. Selain itu, produk halal memiliki manfaat lain selain perintah agama, Produk halal harus sesuai standard an mengutamakan prinsip kebersihan dan kesehatan untuk memberikan rasa aman, sehat dan ketenangan pikiran bagi konsumen. Penerima IHYA 2021 dapat berkontribusi dalam upaya peningkatan ekosistem yang berkorelasi dengan ekonomi syariah pada umumnya dan industri halal pada khususnya.

Potensi industri halal akan didukung oleh populasi Muslim global pada tahun 2030 yang diproyeksikan mencapai 2,2 miliar atau 26,5% dari populasi muslim yang ada di dunia. Ini mempromosikan potensi besar pasar Halal global. Data State of the Global Islamic Economy Report 2020-2021 menunjukkan bahwa ukuran pasar ekonomi Islam dalam industri halal mencapai USD 2,2 triliun pada tahun 2019 untuk kebutuhan seperti Industri makanan, Industri farmasi, industry kosmetik, industri fashion, industri pariwisata. Sesuai Data akan naik 3,2% dari tahun ke tahun. Menurut Indikator Ekonomi Islam Global (GIEI), peringkat ekonomi Syariah Indonesia naik dari kelima menjadi keempat di belakang Malaysia, Arab Saudi, dan Uni Emirat Arab.

Indikator GIEI menunjukkan bahwa negara Indonesia menduduki peringkat pertama sebagai pelanggan atau konsumen makanan halal, peringkat kedua konsumen kosmetik halal, dan peringkat keempat sebagai pelanggan/ konsumen obat-obatan halal di dunia. Untuk pasar domestik, permintaan produk halal di Indonesia mencapai USD 218,8 miliar pada tahun 2017, atau sekitar 22% dari total PDB Indonesia. Konsumsi ini diperkirakan akan terus meningkat seiring /sejalan dengan adanya pertumbuhan populasi muslim Indonesia.



Gambar 5.1 Logo Halal

(Sumber : <https://www.republika.co.id/berita/r8ptc3377/ini-logo-halal-di-sejumlah-negara-versi-terbaru-indonesia-termasuk-paling-beda>)

## Daftar Pustaka

<https://www.metrouniv.ac.id/artikel/peluang-dan-tantangan-pasar-industri-halal-bagi-indonesia-dalam-menggait-muslim-milenial/>

<https://www.kemenperin.go.id/artikel/22908/Ukur-Kekuatan-Industri-Halal-Nasional,-Kemenperin-Jaring-Ratusan-Peserta-Indonesia-Halal-Industry-Award-2021>

A. P. M. S. H. H. Sukoso, "Ekosistem Halal 2020", Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah Bank Indonesia, Jakarta, 2020.

DinarStandard, "Laporan Ekonomi Islam Global 2020/2021," DinarStandard, 2020.

Weforum, "covid19 pandemic trade services goods," How has the COVID-19 pandemic affected global trade?" [Online].

Tersedia: <https://www.weforum.org/agenda/2021/08/covid19-pandemic-trade-services-goods/> 2021.

K. Perdagangan, "Kementerian Perdagangan," Diakses: 2022. [Online]. Tersedia: <https://eska.kemendag.go.id/home.php/home/form>.

<https://business-law.binus.ac.id/2017/12/29/tantangan-industri-halal-di-indonesia/>



# **BAB 6**

## **KEBUTUHAN SUMBER DAYA MANUSIA INDUSTRI HALAL**

*Oleh Dwi Vita Lestari Soehardi, M.Pd.*

### **6.1 Pendahuluan**

Sumber Daya Manusia merupakan salah satu faktor utama dalam pengembangan industri halal. Dalam membangun Sumber Daya Manusia (SDM) yang unggul tentunya akan menghasilkan produk dan pelayanan berkualitas dalam ekosistem industri halal di Indonesia. Hal ini sejalan dengan harapan yang menjadikan Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah dunia di 2024.

Melihat fenomena saat ini, masih banyak SDM yang berkecimpung di dunia ekonomi syariah tidak memiliki background yang sesuai. Hal ini disebabkan masih banyaknya kekosongan SDM dalam mendorong pergerakan ekonomi syariah yang harus terus bertumbuh. Oleh karena itu, masih dibutuhkan SDM yang berkualitas dan memiliki kecintaan terhadap ekonomi syariah untuk mengisi kekosongan tersebut. Upaya menambah kebutuhan SDM dan meningkatkan kualitas dan kuantitas SDM terus dilakukan pemerintah. Tentunya diperlukan beragam strategi agar tercapainya harapan bersama.

### **6.2 Kebutuhan Sumber Daya Manusia Industri Halal**

Sumber Daya Manusia merupakan individu produktif yang bekerja sebagai penggerak suatu organisasi. SDM

termasuk sebagai aset dasar pembangunan nasional. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan dalam upaya pengembangan untuk meningkatkan kompetensi mereka. Diperlukan Langkah awal menetapkan tujuan, strategi, berinovasi, dan mencapai tujuan organisasi. Diantaranya adalah kegiatan perencanaan rekrutmen dan seleksi, perencanaan tenaga kerja, perencanaan karir, analisis pekerjaan, pelatihan dan pengembangan, penilaian prestasi kerja dan kompensasi. Hal ini bertujuan agar mampu menjalankan tuntutan tugas saat ini dan tantangan perusahaan di masa yang akan datang. (Dwi Vita Lestari Soehardi, 2022).

Kebutuhan Sumber Daya Manusia dalam Industri Halal, diantaranya :

1. Sumber Daya Manusia di bidang Pangan
2. Sumber Daya Manusia di bidang Farmasi
3. Sumber Daya Manusia di bidang Pariwisata Halal atau Pariwisata Ramah Muslim
4. Sumber Daya Manusia di bidang Kosmetik dan *Skin Care*
5. Sumber Daya Manusia di bidang Rumah Sakit

### **6.3 Strategi Peningkatan Sumber Daya Manusia Industri Halal**

Upaya meningkatkan SDM Industri Halal diperlukan kerja sama berbagai pihak. Pengembangan SDM unggul dapat dilakukan dengan beragam cara. Pertama, kurikulum ekonomi syariah. Menambahkan materi keuangan dan ekonomi Syariah (industri halal) ke dalam kurikulum Pendidikan dimulai dari jenjang pendidikan PAUD hingga Perguruan Tinggi. Seperti dengan penguatan akan materi kewirausahaan, ekonomi syariah juga dapat diberikan kepada peserta didik secara umum maupun dengan program studi kekhususan ekonomi syariah. Namun yang

utama adalah menyambut lulusan dari program studi ekonomi syariah agar dapat menjadi Insan yang berkualitas untuk lincah dalam kancah industri halal. Kedua, memperdekatkan dunia pendidikan dengan pemain. *Link and match* dapat diterapkan melalui penyesuaian kurikulum ekonomi syariah pada jenjang perguruan tinggi, agar kompetensi SDM Syariah sesuai dengan kebutuhan industri halal. Hal ini didukung dengan adanya kurikulum merdeka. Menjadikan program magang sebagai salah satu langkahnya.

Ketiga, memberikan pelatihan ekonomi syariah. Banyak sekali pelaku usaha yang telah terjun di Industri Halal bukan berasal dari Sarjana Ekonomi Syariah. Namun bukan berarti mereka tidak dapat berkontribusi dalam Industri Halal. Tidak pernah mendapati materi ekonomi di Pendidikan formal, tentunya bukan akhir dari segalanya. Mereka dapat menambah *knowledge* melalui pelatihan non formal. Sudah banyak Lembaga Pendidikan yang telah memiliki program tersebut dan diikuti oleh beragam orang dengan berbagai disiplin ilmu. Contoh Pelatihan diantaranya Pelatihan keuangan syariah, pemasaran berbasis syariah, digitalisasi, quality control, Analisis Produk Halal. Pelatihan Penyelia Halal, Auditor Halal maupun Juru Sembelih Halal (Juleha).

Keempat. sosialisasi dan edukasi *halal lifestyle*. Halal Lifestyle dapat dikatakan sebagai Gaya Hidup yang diterapkan oleh seseorang dalam melakukan kegiatan sehari-hari, dalam memenuhi aspek bermuamalah yang tentunya sesuai dengan ajaran agama Islam, yang memperhatikan kehalalan. Halal dalam bahasa arab berarti diperbolehkan. Halal dapat pula dimaknai sebagai standar kualitas yang sesuai dengan hukum Syariah Islamiah dan penggunaannya dilakukan pada setiap

aktivitas umat Muslim (Manaf Bohari et al., 2013). Kebutuhan mengonsumsi yang Halal terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadist. QS. Al-Baqarah (2) : 172

*"Wahai orang-orang yang beriman, makanlah apa-apa yang baik yang Kami anugerahkan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah jika kamu benar-benar hanya menyembah kepada-Nya"*

*"Rasulullah saw. bersabda: Akan datang suatu masa pada umat manusia, mereka tidak peduli lagi dengan cara untuk mendapatkan harta, apakah melalui cara yang halal ataupun dengan cara yang haram." (H.R. Bukhari)*

Edukasi dan sosialisasi ekonomi syariah tentang ekosistem industri halal kepada masyarakat harus terus digiatkan agar tercipta dan dapat meningkatkan *awareness* akan *halal lifestyle*. Dengan semakin meningkatnya kesadaran akan kebutuhan dan keinginan akan produk halal, tentunya hal ini akan berdampak terhadap permintaan dan penawaran produk dan jasa akan Industri halal. Dan hasil akhirnya adalah Industri halal terus bertumbuh, karena memiliki *market* di dalam negeri sendiri dan juga di luar negeri.

Kelima, mengadakan *event* dibidang ekonomi syariah. Adanya event secara berkelanjutan pada event lokal, nasional hingga internasional tentunya dapat menjadi wadah dalam mempertemukan penjual dan pembeli Industri Halal. Contohnya pariwisata syariah dan ekonomi kreatif. Dalam event seperti festival ekonomi syariah diharapkan adanya transaksi ekonomi didalamnya. Keenam, mendorong kolaborasi. Di era Society tidak dapat dipungkiri hadir setelah Revolusi Industri 4.0 dimana perubahan dunia secara cepat

dengan peran teknologi. Salah satunya akan akses informasi dengan cepat dan tak mengenal jarak. Semua serba digitalisasi. Oleh karena itu dituntut kerja sama dan kolaborasi agar saling mendukung, bukan lagi berkompetisi apalagi dengan tidak sehat.

Ketujuh, *basic, applied research dan policy*. Menghasilkan *research* berkualitas tentunya diperlukan dalam rangka meneliti dan menelaah kajian ekonomi syariah dalam upaya mendukung pengembangan dan peningkatan Industri Halal. Hasil riset ini tentunya dapat menjadi salah satu sumber yang dapat dijadikan informasi dan data dalam pengambilan keputusan bagi pemerintah dan stakeholder ekonomi syariah.

## **6.4 Sumber Daya Manusia Industri Halal**

### **6.4.1 Penyelia Halal**

Menurut Pasal 1 ayat 13 UU JPH tahun 2014 menjelaskan bahwa Penyelia Halal adalah orang yang bertanggungjawab terhadap Proses Produk Halal (PPH). “Tugas Penyelia Halal berdasarkan Pasal 28 UU tersebut, adalah ber tugas untuk mengawasi PPH di perusahaan, menentukan tindakan perbaikan dan pencegahan, mengoordinasikan PPH dan mendampingi auditor halal Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) pada saat pemeriksaan. Penyelia halal ini merupakan karyawan yang bekerja di perusahaan/industri halal dan telah mendapatkan pelatihan Sistem Jaminan Produk Halal. Penyelia Halal ditetapkan oleh pimpinan perusahaan dan dilaporkan kepada BPJPH. Dengan adanya penyelia halal ini maka akan dapat membantu proses penyediaan produk halal, maupun sebagai audit internal yang sehingga perusahaan mampu menghasilkan produk yang memenuhi standar halal (Sukoso dkk, 2020).

#### **6.4.2 Auditor Halal**

Indonesia merupakan salah satu negara mayoritas muslim terbesar di dunia. Dengan latar belakang itu sudah semestinya Indonesia menerapkan standarisasi halal dan tayib. Saat ini Indonesia semakin gencar menerapkan standar halal, baik dan mutu bagi produk-produk yang beredar di lingkungan masyarakatnya. Sistem ini langsung diawasi oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH)(BPJPH, 2019), Kementerian Agama Republik Indonesia yang bekerja sama dengan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM). Besar harapan masyarakat dapat mengetahui dan memahami penerapan standar makanan yang halal dan tayib. Hal ini tentunya akan memiliki dampak pada peningkatan rantai ekosistem industri halal. Tujuannya agar pelaku usaha mendaftarkan produk usahanya agar mendapatkan sertifikat halal.

Menurut pasal 1 ayat 9 UU JPH tahun 2014, Auditor halal adalah orang yang memiliki kemampuan melakukan pemeriksaan kehalalan produk. Auditor halal berada di LPH (Lembaga Pemeriksa Halal), dan diangkat serta diberhentikan oleh LPH seperti yang diatur dalam pasal 14 UU JPH dimana harus memenuhi persyaratan antara lain : (1) Warga Negara Indonesia; (2) beragama Islam; (3) berpendidikan paling rendah sarjana strata 1 dibidang pangan, kimia, biologi, teknik industri, biologi, dan farmasi; (4) memahami dan memiliki wawasan luas mengenai kehalalan produk menurut syariat Islam; (5) mendahulukan kepentingan umat di atas kepentingan pribadi dan/atau golongan; dan (6) memperoleh sertifikat dari MUI.

Tugas auditor halal sendiri antara lain : (1) memeriksa dan mengkaji bahan yang digunakan; (2) memeriksa dan mengkaji proses pengolahan produk; (3) memeriksa dan mengkaji sistem penyembelihan; (4) meneliti lokasi produk; (5) meneliti peralatan, ruang produksi, dan penyimpanan; (6) memeriksa pendistribusian

dan penyajian produk; (7) memeriksa sistem jaminan halal pelaku usaha; (8) melaporkan hasil pemeriksaan dan/atau pengujian kepada LPH. Uji kompetensi Auditor Halal oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dilakukan setelah calon Auditor Halal mengikuti pendidikan dan pelatihan sertifikasi Auditor Halal yang diselenggarakan oleh BPJPH dan dapat diselenggarakan oleh lembaga pendidikan dan pelatihan lain yang bekerja sama dengan BPJPH sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. Auditor halal yang telah memperoleh sertifikat.

Auditor Halal dari MUI harus diregistrasi oleh BPJPH. Hasil pemeriksaan proses produk halal yang dilakukan oleh auditor halal dilaporkan kepada LPH untuk disampaikan kepada BPJPH. BPJPH menyampaikan hasil laporan LPH untuk dibawa ke sidang fatwa halal MUI. (Sukoso, et.al, 2020)

#### **6.4.3 Juru Sembelih Halal (Juleha)**

Peran Juleha sangat penting dalam memastikan pelaksanaan penyembelihan hewan memenuhi syariat Islam, dan standar protokol kesehatan. Di mana daging berkualitas dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu sebelum, saat, serta sesudah penyembelihan.

Keterampilan dalam penyembelihan hewan ternak secara halal ternyata tidak cukup hanya dengan menyembelih dan memotong dagingnya saja. Setidaknya ada 13 kompetensi yang harus dimiliki oleh Juru Sembelih Halal (Juleha) untuk mendapatkan sertifikat profesional sebagai Juleha. *Dalam SKKNI Juleha itu mempunyai 13 kompetensi yang wajib dikuasai dan itu wajib semuanya.*

Kompetensi tersebut terbagi menjadi dua kategori besar yaitu pengembangan profesionalitas dan pengelolaan penyembelihan. Pada kategori pengembangan profesionalitas ada tujuh kompetensi yang harus dimiliki yang mencakup melakukan ibadah wajib, menerapkan persyaratan syari'at

islam, menerapkan kesehatan dan keselamatan kerja, melakukan komunikasi efektif, mengkoordinasikan pekerjaan, menerapkan higiene sanitasi, dan menerapkan prinsip kesejahteraan hewan. Adapun pada kategori pengelolaan penyembelihan ada 6 hal yang perlu dikuasai yaitu menyiapkan peralatan penyembelihan, melakukan pemeriksaan fisik hewan, menetapkan kesiapan hewan untuk disembelih, menerapkan teknik penyembelihan hewan, memeriksa kelayakan proses penyembelihan, serta menetapkan status kematian hewan.

Untuk menjadi anggota Juleha Jogja ada tiga tahap yang difasilitasi oleh Juleha Jogja yaitu *basic training*, pelatihan berbasis kompetensi, dan sertifikasi kompetensi. Juleha diharapkan menjangkau para profesional juru sembelih di rumah-rumah potong. Sertifikasi Juleha memberikan jaminan kepada masyarakat muslim bahwa produk daging yang dikonsumsi telah melalui proses pemotongan sesuai syariat Islam. (Rima Amalia, 2021).

#### **6.4.4 Analisis Produk Halal**

Analisis produk halal adalah orang yang mempunyai kemampuan untuk melakukan analisis produk halal. Analisis ini mampu melakukan analisa secara kimiawi, biologi dan fisik. Adapun persyaratan menjadi analisis produk halal adalah mempunyai sertifikat kompetensi sebagai seorang analisis, mempunyai keterampilan untuk mengoperasikan peralatan (PCR, GCMS, Spektrofotometer, Kromatografi, dan lain-lain). Tugas seorang analisis produk halal adalah untuk menganalisis produk makanan yang didaftarkan untuk mendapatkan sertifikasi halal sesuai dengan metode pengujian yang benar. Analisis ini berkedudukan di laboratorium yang tersertifikasi KAN dan mempunyai perjanjian kerjasama dengan LPH. (Sukoso dkk, 2020).

#### **6.4.5 Pemandu Wisata Halal**

Negara Indonesia termasuk kedalam kategori Negara yang memiliki penduduk beragama Islam terbesar di dunia. Pariwisata Halal atau yang sering disebut sebagai Pariwisata Ramah Muslim ini adalah peluang yang berpotensi untuk dikembangkan. Konsep pariwisata yang menyertakan nilai-nilai syariah Islam didalamnya. Wisata halal memang menjadi jawaban sekaligus harapan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan muslim dan juga non muslim selama melakukan aktivitas wisata.

Menurut Chukaew dalam (Surur Fadhil, 2020) mengemukakan delapan faktor standar untuk mengukur kehalalan pariwisata dalam hal administrasi dan pengelolaannya, yaitu:

- 1) Pelayanan kepada wisatawan harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam secara keseluruhan,
- 2) Pemandu dan staf harus disiplin dan menghormati prinsip-prinsip Islam,
- 3) Pengaturan segala kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam,
- 4) Bangunan harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam,
- 5) Restoran harus memenuhi standar pelayanan halal internasional,
- 6) Pelayanan transportasi harus memiliki sistem perlindungan keamanan,
- 7) Tersedia tempat yang disediakan bagi seluruh wisatawan muslim untuk melakukan kegiatan keagamaan.
- 8) Bepergian harus ke tempat-tempat yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam.

Kepuasan wisatawan adalah perbandingan antara jasa yang diberikan dan keinginan atau kebutuhan wisatawan. Jika tidak sesuai dengan keinginan maka wisatawan cenderung merasa

tidak puas, sebaliknya jika memenuhi keinginan atau lebih wisatawan akan puas dan senang. Keterampilan pemandu wisata memegang kunci kepuasan wisatawan agar merasa nyaman dan aman (Brigitha dkk, 2018).

Pemandu wisata dituntut agar memiliki keahlian berbahasa verbal yang baik dalam menjalankan tugasnya yaitu: a. mengatur kegiatan perjalanan berdasarkan program atau jadwal perjalanan (itinerary) yang telah disepakati, b. memandu wisatawan ke objek daya tarik wisata yang diinginkan, dan c. memberikan penjelasan atau informasi tentang objek daya tarik wisata yang dikunjungi berupa informasi sejarah, budaya, adat istiadat, dan informasi lainnya yang menarik bagi wisatawan. (Ratih Melatisiwi Purwaningsih, 2013)

Selama bertugas pemandu wisata dituntut untuk dapat mencerminkan nilai-nilai Islami melalui cara berpakaian dan tutur kata. Hal ini sesuai dengan hakikat dari pariwisata halal itu sendiri, yaitu membangkitkan ketenangan jiwa/batin, wawasan ilmu pengetahuan maupun tujuannya sebagai sarana ibadah.

**Tabel 6.1** Perbandingan Kemampuan Pemandu Wisata

| <b>Perbandingan</b>           | <b>Konvensional</b>                      | <b>Religi</b>                             | <b>Halal</b>                               |
|-------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------|--------------------------------------------|
| <b>Penampilan</b>             | tidak dituntut berpakaian sesuai syariat | dituntut berpakaian sesuai syariat        | dituntut berpakaian sesuai syariat         |
| <b>Gaya bahasa</b>            | mudah dipahami                           | mudah dipahami dan menyampaikan kan syiar | mudah dipahami dan menyampaikan kan syiar  |
| <b>Arah perjalanan wisata</b> | menunjukkan objek yang dikehendaki oleh  | tidak menunjukkan objek yang mengarah     | tidak menunjukkan objek yang mengarah pada |

|                                            | wisatawan                                                                               | pada<br>kemaksiatan                                           | kemaksiatan                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Kemampuan<br/>memberi<br/>informasi</b> | memahami dan menguasai informasi sehingga bisa menarik wisatawan terhadap obyek wisata. | menguasai sejarah tokoh dan lokasi yang menjadi obyek wisata. | mendorong wisatawan tertarik pada obyek sekaligus membangkitkan spirit religi, mampu menjelaskan fungsi dan peran syariah dalam bentuk kebahagiaan dan kepuasan batin manusia. |

Sumber : Surur Fadhil (2020)

Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam menghadapi era Disrupsi perlu memperhatikan Keterampilan Informasi, Komunikasi dan Teknologi serta Keterampilan Berpikiran Terbuka dan Inovatif. Hal ini tentunya berkaitan langsung dengan industri pariwisata. Karena masyarakat bertemu langsung dengan wisatawan dari berbagai negara. Dan harus bisa memberikan kenyamanan dan pelayanan yang baik.

Oleh karena itu, menurut Fadhil (2020), sumber daya manusia sebagai kunci penggerak pariwisata memperhatikan lima hal utama untuk meningkatkan daya saingnya, yaitu:

- 1) Pengetahuan tentang tata cara memberikan pelayanan kepada wisatawan,
- 2) Pengetahuan tentang peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan dalam melaksanakan pelayanan pariwisata;

- 3) Pengetahuan tentang sejarah dan nilai tambah suatu daerah tujuan wisata;
- 4) Keterampilan komunikasi, kemampuan berbahasa Inggris dan atau Arab karena target utama pasar wisata halal Indonesia adalah wisatawan dari Timur Tengah;
- 5) Pengembangan sikap atau perilaku dalam melayani pariwisata seperti kesopanan, keramahan, dan penggunaan teknologi yang memadai.

## Daftar Pustaka

- Surur, F. (2020). *Wisata Halal: Konsep dan Aplikasi*. Makassar: Alauddin University Press.
- Sukoso, dkk. 2020. *Ekosistem Industri Halal*. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah Bank Indonesia
- Aziz et al. (2013). The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslims in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 25(1), 1–23. <https://doi.org/10.1080/08974438.2013.723997>
- Bohari, et al. (2013). The competitiveness of halal food industry in Malaysia: A SWOT - ICT analysis. *Malaysia Journal of Society and Space*, 9(1).
- Soehardi, D.V.L. (2022). Development Of Human Resources In The Field Of Halal Tourism In The Era Of Disruption. *Proceedings 4th International Aciel Islamic Faculty University Of Trunojoyo Madura*.
- Purwaningsih, R.M. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Candi Prambanan Tinjauan Khusus pada Kemampuan Berbahasa Verbal. *Jurnal Nasional Pariwisata*. Volume 5, Nomor 3, Desember 2013 (146 - 153) ISSN: 1411-9862
- Brigitha, T.B. dkk. (2018). Pengaruh Pengetahuan dan Keterampilan Tour Guide Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Bunaken (Studi Kasus Wisatawan Manado Tour Guide). *Jurnal EMBA* Vol.6 No.2 April 2018, Hal. 848 – 857
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama RI. 2019. <https://www.halal.go.id>

Kementerian Agama RI. Al-Qur'an dan terjemahan.

<https://quran.kemenag.go.id>

Rima Amalia. Juru Sembelih Halal Wajib Miliki 13 Kompetensi.

<https://fapet.ugm.ac.id>

## **BAB 7**

# **URGENSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH**

*Oleh M. Elsa Tomisa, S.E.I., M.E.Sy.*

### **7.1 Pengertian Lembaga Keuangan Syari'ah**

Lembaga Keuangan Syari'ah adalah sebuah lembaga keuangan yang prinsip operasinya berdasarkan pada prinsip-prinsip syari'ah Islamiah. Operasional lembaga keuangan Islam harus menghindari dari riba, gharar dan maisir. Hal-hal tersebut sangat diharamkan dan sudah diterangkan dalam Al-Quran dan Al-Hadist. Tujuan utama mendirikan lembaga keuangan Islam adalah untuk menunaikan perintah Allah dalam bidang ekonomi dan muamalah serta membebaskan masyarakat Islam dari kegiatan-kegiatan yang dilarang oleh agama Islam. Untuk melaksanakan tugas ini serta menyelesaikan masalah yang memerangkap umat Islam hari ini, bukanlah hanya menjadi tugas seseorang atau sebuah lembaga, tetapi merupakan tugas dan kewajiban setiap muslim. Menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam berekonomi dan bermasyarakat sangat diperlukan untuk mengobati penyakit dalam dunia ekonomi dan sosial yang dihadapi oleh masyarakat.

Lembaga Keuangan Syariah (LKS) menurut Dewan Syariah Nasional (DSN) adalah lembaga keuangan yang mengeluarkan produk keuangan syariah dan yang mendapat izin operasional sebagai Lembaga Keuangan Syariah, (DSN-MUI, 2003). Definisi ini menegaskan bahwa sesuatu LKS harus memenuhi dua unsur, yaitu unsur kesesuaian dengan syariah islam dan unsur legalitas operasi sebagai lembaga keuangan. Unsur kesesuaian suatu LKS dengan syariah Islam secara tersentralisasi diatur oleh DSN, yang

diwujudkan dalam berbagai fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga tersebut. Unsur legalitas operasi sebagai lembaga keuangan diatur oleh berbagai instansi yang memiliki kewenangan mengeluarkan izin operasi. Beberapa institusi tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Bank Indonesia sebagai institusi yang berwenang mengatur dan mengawasi Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat.
- b. Departemen Keuangan sebagai institusi yang berwenang mengatur dan mengawasi koperasi.
- c. Kantor Menteri Koperasi sebagai institusi yang berwenang mengatur dan mengawasi koperasi.

Beberapa prinsip operasional dalam LKS adalah:

- a. Keadilan, yaitu prinsip berbagi keuntungan atas dasar penjualan yang sebenarnya berdasarkan kontribusi dan resiko masing-masing pihak.
- b. Kemitraan, yaitu prinsip kesetaraan diantara para pihak yang terlibat dalam kerjasama. Posisi nasabah investor (penyimpanan dana), dan penggunaan dana, serta lembaga keuangan itu sendiri, sejajar sebagai mitra usaha yang saling bersinergi untuk memperoleh keuntungan.
- c. Transparansi, dalam hal ini sebuah LKS diharuskan memberikan laporan keuangan secara terbuka dan berkesinambungan kepada nasabah investor atau pihak-pihak yang terlibat agar dapat mengetahui kondisi dana yang sebenarnya.
- d. Universal, yaitu prinsip di mana LKS diharuskan memberikan suku, agama, ras, dan golongan dalam masyarakat dalam memberikan layanannya sesuai dengan prinsip islam sebagai rahmatan lil alamin.

Dalam operasionalnya LKS juga harus memperhatikan kepada hal-hal berikut:

- a. Pembayaran terhadap pinjaman dengan nilai yang berbeda dari nilai pinjaman dengan nilai ditentukan sebelumnya tidak diperbolehkan.
- b. Pemberi dana harus turut berbagi keuntungan dan kerugian sebagai akibat hasil usaha institusi yang meminjam dana.
- c. Islam tidak memperbolehkan “menghasilkan uang dari uang”. Uang hanya merupakan media pertukaran dan bukan komoditas karena tidak memiliki nilai intrinsik.
- d. Unsur gharar (ketidakpastian, spekulasi) tidak diperkenankan. Kedua belah pihak harus mengetahui dengan baik hasil yang akan mereka peroleh dari sebuah transaksi.
- e. Investasi hanya boleh diberikan kepada usaha-usaha yang tidak diharamkan dalam Islam sehingga usaha minuman keras, misalnya, tidak boleh didanai oleh perbankan syariah.

## **7.2 Dasar Hukum Lembaga Keuangan Syari’ah**

Lembaga keuangan dewasa ini menjadi instrumen penting di hampir seluruh Sistem ekonomi dunia. Bunga yang telah menjadi kewajaran bahkan menjadi ciri khas perekonomian modern. Bunga telah menjadi daya Tarik tersendiri bagi masyarakat ekonomi untuk dinikmati dan dimanfaatkan dalam proses pengaturan keuangan dan kegiatan bisnis. Lembaga keuangan sebagai lembaga perantara, didesain sedemikian rupa untuk mengolah bunga supaya dapat merangsang investasi. Fenomena ini telah menjadi ciri dan alat dari kehidupan bisnis dan keuangan dalam rangka menggiatkan perdagangan, industry dan aktivitas ekonomi lainnya di seluruh dunia.

Di Indonesia, sebagai negara yang mayoritas penduduknya Islam maka diharapkan munculnya lembaga keuangan yang Islami

yaitu mengembangkan Sistem Lembaga Keuangan Syari'ah secara lebih baik lagi. Pada dasarnya, Lembaga Keuangan Syari'ah merupakan Sistem yang sesuai dengan ajaran agama Islam tentang larangan riba dan gharar. Gagasan ekonomi Islam dimaksudkan sebagai alternatif terhadap ekonomi kapitalis dan sosialis yang bukan saja tidak sejalan dengan ajaran Islam, tetapi juga gagal memecahkan problem ekonomi untuk dunia ketiga.

Sistem ekonomi Islam diharapkan mampu mencegah terjadinya ketidakadilan dalam penerimaan dan pembagian sumber-sumber materi agar dapat memberikan kepuasan pada semua manusia dan memungkinkan mereka menjalankan kewajiban kepada Allah dan masyarakat. Apabila diperhatikan teks hukum yang ada dalam ketentuan syariat Islam, akan ditemukan beberapa lembaga dan instrumen keuangan yang secara garis besar dapat dikelompokkan ke dalam kegiatan non-bank dan kegiatan perbankan. Yang termasuk dalam kategori non-bank di antaranya:

- a. Lembaga Zakat
- b. Lembaga Ijarah
- c. Kafalah
- d. Salam
- e. Rahn
- f. Akad
- g. Warits
- h. Qiradh
- i. Syirkah, dan lain-lain

Sedangkan yang dapat dikategorikan ke dalam perbankan (yang berhubungan dengan persoalan perbankan), adalah:

- a. Wadiah
- b. Al-Mudharabah

- c. Al-Musyarakah/Syirkah
- d. Al-Bai'u Bithaman Ajil dan lain-lain.

Sekarang timbul persoalan, bagaimana pandangan hukum Islam tentang lembaga dan instrument keuangan lainnya, yang selama ini tidak ditemukan atau tidak diatur secara limitatif dalam teks hukum? Untuk menjawab persoalan tersebut bukanlah persoalan mudah. Sebab sebagaimana dikemukakan di atas bahwa lahirnya lembaga-lembaga dan instrumen keuangan merupakan tuntutan obyektif masyarakat. Apalagi di zaman sekarang ini, seseorang tertarik untuk mempergunakan suatu lembaga dan instrument keuangan tentunya didasarkan kepada pertimbangan praktis, ekonomis, dan efisien. Sedangkan lembaga dan instrumen keuangan yang lahir dan berkembang belakangan ini menawarkan hal tersebut, baik yang berbentuk Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB), Lembaga Pembiayaan, Asuransi, dan Lembaga Keuangan lainnya (kesemuanya ini berada di luar sistem moneter), (Suhrawardi, 2004).

## **7.3 Bentuk Lembaga Keuangan Syari'ah**

### **7.3.1 Ruang Lingkup Lembaga Keuangan Syari'ah**

Bila kita perhatikan cakupan bab dan pasal kompilasi hukum ekonomi syariah, maka ruang lingkup ekonomi syariah meliputi aspek ekonomi sebagai berikut : ba'i, akad-akad jual beli, syirkah, mudharabah, murabahah, muzara'ah dan musaqah, khiyar, istisna, ijarah, kafalah, hawalah, rahn, wadi'ah, gashb dan itlaf, wakalah, shulhu, pelepasan hak, ta'min, obligasi, syariah mudharabah, pasar modal, reksadana syariah, sertifikasi bank Indonesia syariah, pembiayaan multi jasa, qardh, pembiayaan rekening Koran syariah, dana pensiun syariah, zakat dan hibah, dan akuntansi syariah.

Bila kita perhatikan Undang-undang Peradilan Agama No. 7 Tahun 1989, maka dapat diketahui bahwa ruang lingkup ekonomi syariah meliputi: Bank syariah, asuransi syariah, lembaga keuangan mikro syariah, reasuransi syariah, obligasi syariah, surat berjangka menengah syariah, reksadana syariah, sekuritas syariah, pegadaian syariah, pembiayaan syariah, dana pensiun lembaga keuangan syariah dan bisnis syariah.

Ada beberapa hal yang sebaiknya Anda ketahui tentang manajemen keuangan Syariah. Yang pertama adalah aktivitas perolehan dana. Hal tersebut berarti bahwa setiap hal yang dilakukan sebagai upaya dalam rangka memperoleh harta semestinya memperhatikan cara cara yang sesuai dengan Syariah seperti mudharabah, musyarokah, murabahah, salam, istishna, ijarah dan lain-lain. Kedua, yaitu aktivitas perolehan aktivitas. Poin ini maksudnya dalam hal ingin menginvestasikan uang juga harus memperhatikan prinsip-prinsip “uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditi yang diperdagangkan”, dapat dilakukan secara langsung atau melalui lembaga intermediasi seperti bank Syariah dan reksadana Syariah. (QS.Al-Baqarah: 275)

Selanjutnya adalah tentang aktivitas penggunaan dana. Penjelasanannya adalah bahwa harta yang di peroleh digunakan untuk hal-hal yang tidak dilarang seperti membeli barang konsumtif dan sebagainya. Digunakan untuk hal-hal yang di anjurkan seperti infaq, waqaf, shadaqah. Di gunakan untuk hal-hal yang diwajibkan seperti zakat. (QS.Al- Dzariyat: 19 dan QS. AlBaqarah: 254)

### **7.3.2 Sistem Keuangan Lembaga Keuangan Syari'ah**

Sistem keuangan adalah tatanan perekonomian dalam suatu negara yang berperan dan melakukan aktivitas dalam berbagai jasa keuangan yang diselenggarakan oleh lembaga keuangan. Sistem keuangan memiliki fungsi yang sangat vital dalam perekonomian modern. Sistem keuangan memiliki fungsi

untuk menyediakan mekanisme pembayaran, menyediakan dana untuk pembiayaan/kredit, penciptaan alat pertukaran (uang), dan sebagai sarana mobilisasi tabungan.

Sistem keuangan syariah merupakan salah satu sistem yang digunakan dengan menggunakan metode prinsip Islami dasar syariah sebagai acuannya, juga menggunakan dasar hukum Islam sebagai pedoman. Guna sistem ini dapat dilakukan untuk aktifitas pada lembaga keuangan syariah. Intinya, sistem keuangan memiliki tugas utama yaitu mengalihkan dana (loanable funds) yang berasal dari nasabah ke pengguna dana.

Tugas utama sistem keuangan adalah mengalihkan dana yang tersedia dari penabung kepada pengguna dana untuk kemudian digunakan membeli barang dan jasa, serta untuk investasi. Sehingga, perekonomian dapat tumbuh dan meningkatkan standar kehidupan. Sistem keuangan syariah adalah sistem keuangan yang menyalurkan dana dari pihak yang memiliki kelebihan dana kepada pihak yang membutuhkan dana melalui produk dan jasa keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yaitu berlandaskan Al Quran dan Sunnah.

Sistem keuangan syariah didasari oleh dua prinsip utama. Pertama, prinsip syar'i yaitu kebebasan bertransaksi, namun berdasarkan prinsip suka sama suka dan tidak ada yang didzalimi, bebas dari maghrib (maysir, gharar, dan riba), bebas dari upaya mengendalikan, merekayasa, dan memanipulasi harga, semua orang berhak mendapatkan informasi yang berimbang, memadai, dan akurat, pihak-pihak yang bertransaksi harus mempertimbangkan kepentingan pihak ketiga yang mungkin dapat terganggu, transaksi didasarkan pada kerja sama yang saling menguntungkan dan solidaritas, setiap transaksi dilaksanakan dalam rangka kemaslahatan manusia, dan mengimplementasikan zakat. Kedua, prinsip tabi'i adalah prinsip-prinsip yang dihasilkan melalui interpretasi akal dan ilmu pengetahuan manusia dalam

menjalankan bisnis, seperti manajemen permodalan, dasar dan analisis teknis, manajemen cash flow, manajemen risiko, dan lain-lain.

Instrumen utama yang digunakan dalam Ekonomi Islam yaitu:

- a. Instrumen keuangan yang memelihara keadilan yang dapat menciptakan suasana yang memungkinkan alokasi dan distribusi sumber daya yang sesuai dengan ajaran Islam.
- b. Mekanisme harga yang dapat meningkatkan efisiensi dalam pemanfaatan sumber daya.
- c. Intermediasi keuangan yang didasari oleh prinsip bagi hasil dan risiko.

Lembaga intermediasi keuangan berdasarkan kemampuannya menghimpun dana dari masyarakat dapat digolongkan menjadi dua, yaitu:

- a. Lembaga keuangan depository menghimpun dana secara langsung dari masyarakat dalam bentuk simpanan, seperti giro, tabungan, atau deposito berjangka yang dapat diterima oleh penabung atau unit surplus.
- b. Lembaga keuangan nondepository atau lembaga keuangan non-bank adalah lembaga keuangan yang lebih fokus kepada bidang penyaluran dana dan masing-masing lembaga keuangan yang memiliki ciri-ciri usahanya sendiri, seperti lembaga keuangan yang kegiatan usahanya bersifat kontraktual, lembaga keuangan investasi dan perusahaan modal ventura, dan perusahaan pembiayaan yang menawarkan jasa pembiayaan sewa guna usaha, anjak piutang, pembiayaan konsumen, dan kartu kredit.

## **7.4 Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia**

### **7.4.1 Pembangunan Berkelanjutan**

Pada awalnya terjadi penurunan kondisi perekonomian di Indonesia. Hal ini berdampak buruk bagi semua kalangan, seperti meningkatnya angka kemiskinan dan juga banyaknya pengangguran akibat banyak perusahaan yang tutup karena bangkrut. Banyak faktor yang menyebabkan penurunan perekonomian, salah satunya adalah krisis moneter yang terjadi pada 1997. Dengan terjadinya penurunan perekonomian ini telah menyadarkan beberapa pihak seperti pemerintah, Bank Indonesia, DPR dan usaha lainnya untuk menggunakan system syariah sebagai jalan atau solusi alternative. Sebagai contohnya ialah pemerintah menerapkan sistem usaha dagang untuk rakyat kecil, karena diharapkan dengan berwiraswasta akan dapat membuka lapangan pekerjaan untuk orang lain. Maka dalam hal ini, perlu adanya solusi alternative permodalan untuk pelaku usaha mikro kecil, menengah atau tingkat atas dengan jalan pengajuan permodalan kepada pihak perbankan atau Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) juga dapat dijadikan solusi dalam hal permodalan warga Negara (Oktafia, 2017).

Pada mulanya sebuah Lembaga Keuangan Syariah saat ini sudah tersebar diberbagai wilayah di Indonesia. Suatu Lembaga keuangan syariah ini sangatlah berkomitmen pada ajaran agama islam. Dalam hal ini, suatu Lembaga Keuangan yang berbasis Syariah lebih banyak kemaslahannya daripada mudharatnya. Dengan didirikan suatu Lembaga Keuangan Syariah ini bertujuan untuk meningkatkan suatu kesadaran pada diri kita untuk menerapkan ajaran islam yang utuh tanpa adanya suatu penyimpanan apapun. Oleh karena itu, dari pihak warga masyarakat lebih dituntut untuk memilih Lembaga Keuangan Syariah daripada Lembaga Keuangan Konvensionalya dalam

proses menabung uang. Dengan kehadiran Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia ditandai dengan berdirinya Bank Muamalat.

Dalam sistem lembaga keuangan syariah ini terdapat pembiayaan murabahah, simpanan amanah, tabungan atau deposito wadiah (titipan) serta pembiayaan mudharabah dan musyarakah. Selain itu juga terdapat asuransi syariahnya. Perkembangan Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia sangatlah berkembang pesat seperti halnya yaitu suatu Lembaga Perbankan Syariah di Indonesia. Secara sistem sesungguhnya Lembaga Keuangan Syariah lebih unggul daripada konvensional. Karena Lembaga Keuangan Syariah dalam hal penyimpanan dana akan disimpan secara kolektif dan dipergunakan untuk sektor-sektor yang halal dan thayib serta sistem pada suatu lembaga keuangan syariah itu biasanya menggunakan sistem bagi hasil tanpa disertai adanya riba' (Hidayanto, 2003).

Sedangkan suatu Lembaga Keuangan Konvensional hingga sekarang masih terdapat riba', dimana dalam ajaran agama islam sudah dijelaskan bahwasanya riba' itu hukumnya haram apabila dilakukan dan harus kita tinggalkan. Selain itu juga terdapat suatu Lembaga Mikro Syariah. Dimana suatu Lembaga Keuangan Mikro Syariah ini sangatlah membantu dalam menyelesaikan masalah-masalah kehidupan warga (tingkat kemiskinan) melalui pemberdayaan ekonomi. Dalam lembaga ini dikembangkan di wilayah Indonesia untuk memperkuat perekonomian rakyat Indonesia melalui pembiayaan mikro. serta dapat membantu pemerintah dalam mewujudkan pemerataan kesejahteraan bagi seluruh rakyat Indonesia (Oktafia, 2017).

#### **7.4.2 Peran Lembaga Keuangan Syari'ah Di Indonesia**

Krisis moneter tahun 1997 silam menyadarkan banyak pihak betapa pentingnya pembangunan ekonomi berbasis usaha di sektor riil, yaitu sektor usaha yang nyata bergerak di tengah-tengah masyarakat, seperti pertanian, perdagangan tradisional, koperasi,

industri kecil, dan seterusnya. Pembangunan tidak lagi diserahkan kepada para pemodal besar, melainkan kepada berbagai pihak, terutama Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau UMKM.

Selama ini UMKM sulit menerima bantuan di bidang permodalan. Ada beberapa hal kenapa modal dari bank konvensional lebih banyak didominasi oleh konglomerat: Menjadi rahasia umum bahwa pengusaha yang dekat dengan kekuasaan (pengambil kebijakan publik) punya akses lebih mudah terhadap sumber permodalan, sehingga mengorbankan permodalan yang seharusnya ditujukan kepada pengusaha kecil dan menengah. Modal sering dialokasikan kepada hal-hal yang bersifat non produktif dan non riil yang bermanfaat bagi orang banyak, melainkan kepada usaha-usaha spekulatif dalam jumlah milyaran rupiah, sehingga menyebabkan kehancuran sektor swasta di tahun 1997-1999 diakibatkan karenanya melonjaknya beban bunga tersebut. (Antonio: 2001: 79)

Pada masa itu, bank banyak mengalami kemunduran akibat kredit macet yang disebabkan karena banyaknya beban piutang yang tidak bisa dibayarkan akibat karena krisis moneter. Inilah yang menjadi dasar bagi pemerintah waktu itu dalam mengambil kebijakan untuk menggelontorkan dana bantuan likuiditas BLBI (Bantuan Likuiditas Bank Indonesia). Hal ini berbeda dengan lembaga keuangan syariah seperti BMT, yang mengeluarkan pembiayaan pada sektor riil pada UMKM. UMKM tahan dari krisis karena ada beberapa faktor, seperti UMKM dapat menghasilkan barang, konsumsi, dan jasa yang sangat dekat dengan kebutuhan masyarakat serta kemampuan UMKM dalam memanfaatkan sumberdaya lokal, seperti SDM, bahan baku, peralatan dan modal.

Pemberdayaan sektor UMKM selain menguntungkan kedua belah pihak, juga menguntungkan ideologi negara yang berpaham kerakyatan dan ketahanan nasional menghadapi krisis keuangan. Dengan pemberdayaan di sektor riil ini, maka produksi dan

distribusi ekonomi akan meningkat dan dapat dinikmati secara merata dan nyata. Oleh karena itu, diperlukan lembaga keuangan yang mudah terjangkau oleh para pelaku usaha kecil. Di sinilah peran dari lembaga keuangan syariah diperlukan, yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan, lalu menyalurkannya dalam bentuk pinjaman atau modal.

Lembaga keuangan syariah memberlakukan sistem bagi hasil yang mana dalam sistem ini tidak memungkinkan meminjam untuk kebutuhan non usaha riil karena konsepsi pembiayaan mudharabah hanya dimungkinkan jika pihak peminjam membutuhkan modal untuk usaha. Dari usaha yang dikembangkan tersebut, menghasilkan laba, dan laba dari usaha tersebut dibagi sesuai dengan perjanjian (akad) yang telah disepakati bersama. Berdasarkan asumsi seperti ini, sistem bagi hasil ini tidak dapat diberlakukan kepada calon peminjam untuk memenuhi kebutuhan kebutuhan konsumtif, seperti SPP Sekolah apalagi sekedar untuk membeli baju untuk lebaran. Skema pinjaman ini bukan lewat skema pembiayaan mudharabah, tetapi melalui skema murabahah (akad jual beli) serta bisa juga dengan akad qardh al-hasan atau pinjaman murni non bagi hasil, dimana pengembalian hanya hutang pokok saja (Chapra, 2000: 9)

Lembaga keuangan syariah dewasa ini masih sekedar sebagai alternatif di masyarakat tetapi idealnya kedepannya harus menjadi sebagai solusi utama dalam pengentasan kemiskinan, peningkatan ekonomi masyarakat dan pemberdayaan UMKM. Lembaga keuangan syariah juga memegang prinsip keadilan dan kesetaraan antara lembaga yang memberikan pinjaman dengan para nasabahnya, berbeda dengan bank konvensional karena pinjaman bank konvensional memberlakukan bunga yang sama sekali tidak melihat bagaimana hasil usaha (laba) yang didapatkan oleh nasabah. Hal ini karena bank konvensional tidak menerapkan akad sistem bagi hasil. Selain itu, orientasi bank syariah tidak selalu profit oriented, melainkan untuk tujuan sosial. Kemampuan

lembaga keuangan syariah dalam melayani sektor usaha riil inilah yang benar-benar dibutuhkan oleh pemerintah.

Kepercayaan lembaga keuangan (termasuk bank yang dimiliki oleh pemerintah) dalam memberikan kredit kepada pengusaha kecil tidaklah muncul berdasarkan ide kosong, tetapi didasarkan atas pengalaman. Di tingkat internasional, dimulai ketika Muhammad Yunus, seorang peraih Nobel Perdamaian, mendirikan bank khusus pembiayaan usaha kecil, lewat Grameen Bank. (Solihin, 2008: 257).

Dorongan melakukan pemberdayaan sektor UMKM oleh lembaga keuangan syariah lebih besar daripada bank konvensional. Karena asas yang digunakan adalah nilai-nilai keislaman, dimana unsur pembelaan terhadap kaum lemah (mustadh'afin) lebih diutamakan. Selain itu ada cita-cita Islam yang perlu diperhatikan oleh penggiat ekonomi syariah, yaitu asas "likay laa duulatan baina aghniyaa-i minkum" yang berarti agar supaya harta tidak berputar diantara orang-orang kaya diantara kamu (Q.S. Al Hasyr: 7). Kedepan, pembiayaan terhadap usaha kecil kurang mampu, punya potensi untuk dikembangkan berdasarkan nilai-nilai keislaman tersebut.

Hal ini telah dilakukan oleh lembaga keuangan Islam. Sebagian dari lembaga keuangan syariah melakukan pengorganisasian pada beberapa kelompok usaha menengah ke bawah. Mereka mengorganisir peminjam dan memberikan bantuan pembiayaan lunak. Tujuannya untuk memperkuat kapasitas mereka dalam hal merencanakan usaha dalam skala mikro. Sehingga, LKS (Lembaga Keuangan Syariah) dapat berperan sebagai salah satu partner wirausaha kecil atau mikro, tidak hanya memberi bantuan modal ringan, tetapi juga melakukan pembinaan dan pemberdayaan sampai tingkat akar rumput.

Pada masa lampau, sebelum berkembangnya lembaga keuangan syariah yang melayani usaha kecil, berkembang praktek

perkreditan dengan menggunakan metode pinjaman bersuku bunga sangat tinggi (berlipatganda), bahkan dihitung berlipat tiap pekannya. Praktek tersebut ada dalam masyarakat karena belum adanya lembaga keuangan yang dikelola secara profesional. Para rentenir ingin memastikan keuntungan (profit) yang jelas dan pasti, di sisi lainnya masyarakat banyak membutuhkan mereka.

Kehadiran lembaga keuangan syariah yang mudah diakses ditambah dengan kredit mikro yang diselenggarakan oleh pemerintah, misalnya program KUR (Kredit Usaha Rakyat), lambat laun akan mengurangi praktek rentenir ditengah tengah masyarakat. Sehingga di sini, terjadi kerjasama pihak pemerintah, BUMN dan swasta (termasuk lembaga keuangan syariah), untuk memberantas praktek lintah darat, sekaligus memberdayakan para pengusaha kecil dan mikro.

## Daftar Pustaka

- Antonio, M.S. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Chapra, M.U. (2000). *Sistem Moneter Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- DSN MUI. 2003. *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional* edisi 2. Jakarta: DSN-MUI dan Bank Indonesia.
- Hidayanto, M. F. (2003). Lembaga Keuangan Syariah dan Arbitrase Muamalat Indonesia, 6, 1 of 21. Oktafia, R. (2017). Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Perkuatan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) di Jawa Timur, (110), 85–92.
- Ikit. (2015). *Akuntansi Penghimpunan Dana Bank Syariah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Laksmiana, Y. (2009). *Tanya Jawab Cara Mudah Mendapatkan Pembiayaan Di Bank Syariah*. Jakarta: Elex Komputindo.
- Lewis, M. K. & Algaoud, L. M. (2001). *Perbankan Syariah: Prinsip, Pratik, dan Prospek*. Jakarta: Serambi.
- Muhammad, I.A.J. (2009). *Tafsir Ath Thabari* Vol. IV. Jakarta: Pustaka Azzam
- Sholihin, A.I. (2010). *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: Gramedia
- Solihin, A.I. (2008). *Ini Lho, Bank Syariah*. Jakarta: Hamdalah.
- Suhrawardi K. Lubis, (2004). *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Wrihatnolo, R.R. & Dwidjowijoto, R. N. (2007). *Manajemen Pemberdayaan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.



## **BAB 8**

# **EDUKASI DAN PROMOSI INDUSTRI HALAL**

*Oleh Derizka Inva Jaswita, S.Ikom., M.M.*

### **8.1 Pendahuluan**

Saat ini industri halal di Indonesia sudah mulai berkembang seiring dengan banyaknya permintaan produk halal oleh konsumen. Pemerintah melihat Indonesia memiliki potensi atau peluang dalam mengembangkan industri halal karena permintaan produk halal sudah mulai banyak dan meningkat terutama produk makanan dan minuman serta kosmetik. Beberapa tahun terakhir industri halal memang mengalami perkembangan yang cukup pesat di mana industri halal ini menjadi gaya hidup halal yang identik khususnya untuk umat muslim yang berada di berbagai macam negara bahkan di negara yang populasi muslimnya juga cukup minoritas.

Halal saat ini telah menjadi suatu logo global di mana menggambarkan kualitas dan pilihan gaya hidup di dalam kehidupan masyarakat sehingga halal dianggap bukan lagi terkait dalam urusan agama. Sedangkan dalam konsep bisnis produk yang memiliki label halal ini dianggap bisa memberikan keuntungan yang sesuai bagi produsen. Di mana dalam konsep bisnis seorang produsen atau pedagang menggunakan label dan sertifikat halal ini tujuannya untuk memberikan informasi dan meyakinkan konsumen

bahwa produknya tersebut layak untuk dikonsumsi menurut agama dan keyakinannya, selain itu produk tersebut memang cukup berkualitas dan layak dikonsumsi. Menurut UU No 33 Tahun 2014 tentang JPH, sertifikat halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasar fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Konsep halal bisa dilihat dari dua perspektif baik dalam perspektif agama maupun perspektif industri, jika dilihat dalam perspektif agama maka hukum halal untuk produk makanan harus diperhatikan makanan apa saja yang boleh dikonsumsi oleh umat muslim sehingga untuk konsumen muslim dapat mengkonsumsinya. Sedangkan jika kita lihat dalam perspektif industri konsep halal ini bisa dijadikan potensi peluang bisnis di mana produsen akan menghasilkan keuntungan, contohnya jika industri makanan yang target pasarnya kebanyakan muslim, seorang produsen harus menjamin bahwa produknya tersebut halal dengan memiliki label dan sertifikat halal pada setiap produk makanannya.

Setiap produk makanan yang memiliki kemasan label halal tentunya memiliki nilai. Selain itu industri halal juga merupakan segala bentuk upaya bagaimana cara meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan mengolah bahan baku dengan baik sampai dijadikan suatu produk ekonomi yang dapat dikonsumsi secara syariah baik mulai dalam proses pembuatannya, proses bisnisnya, proses penggunaannya sampai proses bagaimana memasarkan serta mengembangkan hasil produk tersebut (Aliyya, 2021)

## 8.2 Jenis – Jenis Industri Halal

Di Indonesia saat ini ada beberapa macam jenis industri halal antara lain yaitu sektor pariwisata dan travel, sektor farmasi dan kosmetik, sektor makanan halal, sektor keuangan Islam/Syariah, sektor fashion serta sektor medical care/perawatan medis (*State of the Global Islamic Economy, 2018*).

1. **Sektor pariwisata dan travel** tentunya harus sesuai dengan konsep Syariah di mana menerapkan nilai-nilai dan etika syariah yang tidak bertentangan dengan dengan konsep halal dan haram dalam Islam
2. **Sektor farmasi dan kosmetik** tentunya harus sesuai dengan konsep Syariah baik dalam proses pembuatannya harus menggunakan bahan-bahan yang halal sehingga dapat dikonsumsi oleh konsumen khususnya konsumen muslim selain itu juga harus diawasi oleh lembaga seperti BPOM tujuannya agar konsumen merasa nyaman pada saat menggunakan produk tersebut.
3. **Sektor makanan halal** merupakan hal yang sangat penting bagi konsumen muslim khususnya, karena seperti yang kita ketahui makanan merupakan kebutuhan yang dikonsumsi sehari-hari sehingga wajib dipenuhi dengan bahan-bahan dan pengolahan makan makanan halal.
4. **Sektor keuangan Islam** merupakan salah satu aspek penting dalam setiap kegiatan ekonomi di mana dalam keuangan syariah tersebut harus memenuhi instrumen- instrumen perjanjian yang berbasis Syariah sesuai syariat.

5. **Sektor fashion halal**, merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian Indonesia, dimana sektor ini merupakan sektor reaktif yang memberikan kontribusi besar setelah sektor kuliner. Karena seperti yang ketahui mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim sehingga banyaknya fashion muslim yang ada di Indonesia yang memberikan banyak kontribusi angka terbesar kedua Produk Domestik Bruto Nasional. Karena dalam Islam terdapat perintah dan memperkenalkan setiap muslim agar menutup aurat untuk berpenampilan.

### Halal Lifestyle



Sumber : (<https://ihalal.id/edukasi-mindset-dan-gaya-hidup-halal/>)

Perkembangan produk halal saat ini cukup luas pangsa pasarnya di mana bagi setiap perusahaan dan lembaga memiliki kesempatan menyediakan produk halal untuk dapat dikonsumsi oleh semua konsumen khususnya konsumen muslim. Selain itu kita melihat gencarnya promosi di bidang produk halal ini juga semakin meningkat sehingga saling mempengaruhi

perkembangan pasar untuk saling memproduksi produk halal, karena produk halal didukung oleh ekonomi modern dan dinamis. Salah satu bukti gencarnya produk mosi di bidang produk halal yaitu kepercayaan atau keyakinan konsumen terhadap merek yang memiliki label halal karena seperti yang kita ketahui salah satu hal penting untuk menjaga hubungan antara produsen dan konsumen adalah adanya kepercayaan. Pernyataan ini tentunya sudah banyak dibuktikan oleh para psikolog, sosiolog dan ekonom yang terdapat dalam prinsip pemasaran.

Produk halal ini tentunya menjadi potensi dan peluang besar bagi seluruh produsen yang akan mengembangkan usahanya dalam memproduksi produk halal baik di negara yang mayoritas muslim maupun minoritas muslim sehingga setiap produsen yang berada di negara manapun mampu bersaing di pasar global. Dalam kata lain seluruh produsen bisa meningkatkan kapasitas dan kemampuan bidang halal sesuai dengan permintaan pasar konsumen muslim seperti bagi produsen dalam negeri bisa menyediakan produk halal dengan memberikan kualitas terbaik sesuai dengan amanat yang ada dalam undang-undang dasar negara republik Indonesia tahun 1945 di mana di dalam undang-undang tersebut menyatakan bahwa negara wajib melindungi segenap bangsa dan seluruh tumpah darah Indonesia serta memajukan kesejahteraan umum.

Kewajiban memberikan perlindungan tersebut mencakup jaminan bagi setiap warga negara untuk memeluk dan menjalankan ibadah agama sebagaimana ditegaskan dalam pasal 29 Undang Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun

1945. Dan, menyajikan produk halal menjadi bagian tak terpisahkan dari pelayanan dan perlindungan masyarakat dari produk-produk yang berbahaya bagi kesehatan. Berkaca dari realitas tersebut, maka lahirnya Undang-Undang Jaminan Produk Halal sangat dinanti kehadirannya oleh masyarakat, khususnya masyarakat muslim yang merupakan bagian terbesar dari penduduk Indonesia.

Saat ini masyarakat muslim semakin sadar pentingnya mengkonsumsi produk halal sehingga pemerintah memiliki kewajiban memenuhi kebutuhan tersebut, baik mulai dari produksi, konsumsi serta peredaran produk halal tersebut. Karena perlindungan dan jaminan kehalalan dianggap menjadi kebutuhan hak konstitusional setiap warga yang masuk menjadi jaminan oleh UUD 1945. Mengingat kebutuhan makanan merupakan dasar kebutuhan pokok manusia, pemerintah harus turut andil memberikan kepastian, kenyamanan juga perlindungan terhadap produk halal baik makanan dan minuman, obat-obatan dan kosmetik serta produk lainnya yang diperlukan baik oleh produsen maupun konsumen.

Berkembangnya promosi produk halal saat ini juga sejalan dengan perkembangan adanya sertifikasi halal, dimana produsen harus memiliki mental, potensi serta sumber energi yang cukup kuat untuk bisa bersaing di era globalisasi seperti ini. Hal ini tentunya menjadi suatu kebutuhan untuk mewujudkan persiapan yang handal serta unggul dalam mengembangkan produk halal. Selain itu kebutuhan masyarakat dunia terhadap produk halal telah mendorong Indonesia sibuk memasarkan beragam produk halal ke berbagai negara.

Guna meraih potensi besar dimaksud, pemerintah telah membentuk badan yang menjadi otoritas melakukan notifikasi ke WTO, yaitu Badan Standardisasi Nasional. BSN bersama Komite Akreditasi Nasional (KAN) melakukan koordinasi dengan pihak terkait, yaitu BPOM, Kementerian Agama, Kementerian Perdagangan, Kementerian Perindustrian, Kementerian Pertanian, MUI, dan YLKI dan pihak lain yang bergerak dalam bidang produk halal.

Permasalahannya adalah jika sertifikasi halal tidak muncul sebagai suatu kekuatan yang dapat diandalkan, maka ini akan menjadi kendala bagi pengusaha Indonesia menghadapi pasar perdagangan bebas. Tanpa mentalitas yang tangguh, materi yang memadai dan substansi yang terpenuhi maka segala potensi, sumber energi, komoditi yang kita miliki akan sulit bersaing pada era globalisasi ini. Ini akan menjadi kebutuhan akan terwujudnya kesiapan yang handal, tangguh serta unggul dalam bisnis produk halal. Semua lini harus bergerak memperkuat kelembagaan dan proses sertifikasi halal. Tak ada lagi alasan untuk menunda, apalagi berlekehaleha. Karena kita membutuhkan kualitas produk terbaik untuk dapat bersaing di pentas global.

### **8.3 Promosi Industri Halal**

Melihat produk halal di Indonesia sangat berpotensi besar kita harus melihat peluang bagaimana kita bisa melakukan promosi serta memanfaatkan pemasaran berbasis digital atau memanfaatkan marketplace berbasis teknologi digital terhadap produk halal yang tentunya banyak diminati

oleh konsumen muslim dengan demikian tentunya hal ini memberi kesempatan kepada Indonesia yang ingin menjadi produsen dan eksportir produk halal terbesar di dunia. karena seperti yang kita ketahui mayoritas warga negara Indonesia yaitu umat muslim.

Di dalam promosi bauran pemasaran produk berlabel halal memang sangat mengedepankan suatu konsep di mana antara penjual dan pembeli harus memiliki keridhoan, bahkan pembeli harus berdasarkan keridhaan Allah, karena aktivitas pemasaran pada dasarnya harus memiliki etika bagaimana cara melakukan promosi bauran pemasarannya dengan baik, seperti dalam sudut pandang pemasaran Islam, produk yang dipasarkan atau dijual suatu perusahaan memang harus benar-benar halal sepenuhnya.

Hal ini tentunya juga dimulai dari mulai input proses dan output semuanya harus sesuai dengan syariah, produk dan semuanya yang berkaitan baik dalam pembuatan pengiriman dan konsumsi semuanya harus benar-benar ramah lingkungan dan tidak sama sekali berbahaya bagi siapapun baik manusia, hewan, tumbuhan dan alam semesta, karena dalam konsep Islam melarang yang menyebabkan kerugian atas sesuatu yang Allah ciptakan. Konsumen muslim tentunya memiliki tuntunan atau pemahaman mengenai apa yang diperbolehkan dan apa yang tidak diperbolehkan di bawah hukum syariah, untuk itu apabila produk tersebut tidak halal maka produk tersebut akan sulit untuk dijual kepada konsumen muslim.

Menurut Tjiptono (2002:219) Promosi bisa dikatakan sebagai bentuk komunikasi pemasaran,

dengan kata lain aktivitas pemasaran yang berkaitan dengan penyebaran informasi, mempengaruhi serta mengingatkan produk yang akan dipasarkan. Selain itu Menurut Swastha (2000:245-246) fungsi dari promosi itu sendiri juga adalah memberikan informasi kepada calon konsumen tentang apa saja kelebihan serta manfaat dan kegunaan dari produk yang akan dijual.

Dalam mempromosikan produk yang memiliki label halal tentunya kita harus menyampaikan informasi yang sesuai dengan kenyataan tidak boleh melebih-lebihkan keunggulan produk tersebut apabila tidak sesuai dengan kenyataan. Selain itu dalam melakukan promosi tentunya kita juga harus memperhatikan dan menghormati norma budaya serta agama yang beragam karena Islam mengajarkan sopan santun dalam berkomunikasi terhadap orang lain dengan menggunakan kata serta bahasa-bahasa yang sopan, dalam promosi produk berlabel halal Islam melarang bentuk pernyataan seperti testimoni palsu yang tidak sesuai dengan kenyataan sehingga hal ini bisa merugikan orang lain karena dalam Islam seorang penjual nantinya harus mempertanggungjawabkan di hadapan Tuhan.

Pentingnya agama dalam keputusan mengiklankan suatu produk ini harus sesuai dengan etika Islam yang memperhatikan gaya komunikasi serta Citra. Komunikasi dalam pemasaran tentunya harus sesuai dengan nilai-nilai Islam dalam menyampaikan informasi atau mempromosikan suatu produk tersebut ke pasar di mana nilai-nilai keislaman harus tertanam dalam mengkomunikasikan produk tersebut kepada pelanggan yang memang benar-benar potensial hal inilah kebijaksanaan atau hikmah yang menjadi

jantung komunikasi dalam pemasaran Islam. Dalam sebuah bisnis kita harus bisa membangun informasi yang kreatif,

Selain itu kita juga bisa mempromosikan kepada konsumen untuk mengkonsumsi dan membeli suatu produk yang memang benar benar halal sesuai syariah. Dalam melakukan promosi yang perlu di ingat dalam mempengaruhi perilaku belanja seseorang berlebihan dan emosional tentunya tidak diperkenankan dijadikan modus untuk meningkatkan penjualan. Dalam bisnis kita harus menemukan cara-cara atau strategi bagaimana kita bisa mengkomunikasikan pengeluaran yang cermat dan produk yang memang terjangkau sesuai kebutuhan konsumen dalam kisaran pendapatan konsumen tersebut.

Strategi dalam bauran pemasaran Islam yang sukses harus bisa mengkomunikasikan dengan menekankan kepada produk yang halal dan memperhatikan etika dan nilai-nilai baik bagaimana bisa menarik pelanggan. Ada beberapa strategi yang harus di jalankan untuk bisa mengembangkan produk halal di Indonesia sehingga bisa mencapai tingkat dunia. **Pertama**, *marketing research*, tujuannya kita harus mengetahui terlebih dahulu selera konsumen di berbagai macam negara sehingga nantinya kita mengetahui jenis produk halal apa saja yang dibutuhkan oleh masing-masing negara.

**Kedua**, penguatan ekosistem, dalam penguatan ekosistem ini tentunya kita harus memfilter produk-produk halal mana saja yang memiliki kualitas tinggi sehingga bisa menyediakan pembiayaan untuk membantu produsen dalam menghasilkan sebuah

produk yang memang berkualitas untuk dapat diekspor. **Ketiga**, kerjasama antara lembaga hingga produsen yang terkait, untuk menghasilkan sebuah produk yang memiliki kualitas ekspor yang tinggi perlu adanya campur tangan lembaga atau pemerintah sehingga memudahkan kegiatan dalam melakukan produksi.

**Keempat**, target, dalam penentuan target ini tentunya sangat penting karena kita harus mengetahui target produk halal apa aja yang ingin dijual nantinya di pasar global sehingga kita memiliki produk-produk unggulan halal indonesia yang akan dipasarkan di masing- masing negara. **Kelima**, dukungan official, keterlibatan official ini sangat penting dan bisa menjadi kunci kesuksesan dalam memperluas akses pemasaran produk yang unggul. Contohnya dukungan kementerian perdagangan dan bagaimana bantuan sertifikasi halal serta masalah perizinan dan perpajakannya. **Keenam**, promosi perdagangan, sangat diperlukan tujuannya itu untuk memperkenalkan secara luas mengenai produk halal apa saja yang ada di Indonesia sehingga kita bisa mengikuti ajang pameran bergengsi tingkat dunia untuk memperkenalkan produk halal kita sehingga bisa menarik banyak pengunjung internasional.

## 8.4 Kesimpulan

Indonesia merupakan negara yang memiliki populasi penduduk mayoritas muslim terbesar di dunia, dimana setiap umat muslim memiliki sifat dan karakter yang berbeda-beda dalam berperilaku, pemahaman dan keyakinan setiap umat muslim ditentukan oleh tingkat religius oleh masing-masing

orang. Hal ini bisa dilihat bagaimana konsumen muslim memperhatikan dan mengutamakan menggunakan produk –produk yang memiliki label halal. Sikap penolakan umat muslim terhadap produk yang tidak halal serta pemasaran yang dilakukan tidak sesuai dengan syariat atau norma serta budaya. Oleh karenanya setiap perusahaan atau produsen harus memperhatikan yang menjadi kebutuhan umat muslim jika ingin memproduksi dan memasarkan produk produk yang berlabel halal dengan memahami perilaku masyarakat muslim, apa saja yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan untuk dikonsumsi dan ditawarkan oleh masyarakat muslim, dengan demikian perusahaan atau produsen atau pemasar bisa menyesuaikan strategi promosi dan bauran pemasaran apa saja agar bisa sesuai dengan target pasar sehingga proses bisnis yang dijalankan tidak mengalami hambatan sosial.

Indonesia harus memperkuat untuk mempromosikan pemasaran produk halal, dengan berkembangnya teknologi yang sudah ada maka promosi pemasaran produk halal sekarang ini bisa dimanfaatkan melalui marketplace berbasis digital karena saat ini sedang gencarnya pasar bisnis digital, sehingga pemasaran produk halal tinggal tertinggal jauh dengan pemasaran produk produk lainnya.

## Daftar Pustaka

- Aliyya (2021). *Industri halal di dunia serta potensi dan Perkembangannya di Indonesia*. IBEC FEB UI.
- Alom, Md., Mahabub, Md., & Shariful Haque. (2011). Marketing: an Islamic Perspective. *World Journal of Social Sciences*, 1:3 pp. 71-81 (tidak ada keterangan tempat)
- Anwar, M. Khoirul. (2018). The Urgency of Halal Assurance System For Product Reliability. International Journal of Islamic Business and Economics. *International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)*, 2(2) December 2018, 119-125, IAIN Pekalongan
- Arham Muhammad. (2010). Islamic Perspectives on Marketing. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 1 Issue: 2, pp.149-164
- Kotler, P. (2008) *Marketing Management* 13th Edition. Prentice Hall.
- Salehudin, I. & Mukhlis, B.M. (2012) *Pemasaran Halal: Konsep, Implikasi dan Temuan di Lapangan*, in Ikatan Alumni FEUI (Ed.), *Dulu mendengar sekarang bicara: kumpulan tulisan ekonom muda FEUI* (pp. 293-305). Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI.
- Swastha, Basu dan Irawan. (2005). *Asas-asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andy Offset.



# **BAB 9**

## **KAWASAN HALAL**

*Oleh Khurul Aimmatul Umah, S.E., M.SEL.*

### **9.1 Pendahuluan**

Kawasan halal yang dimaksud pada bab ini mengacu pada kode perilaku yang sesuai dengan ajaran Islam, yang berlaku untuk semua yang dilakukan seorang Muslim. Halalan berarti "halal", dan mengacu pada konsep memastikan bahwa makanan yang dimakan sesuai dengan hukum Islam. "Halalan thayyiban" berarti "pentingnya makanan yang halal dan etis. Hal ini mengacu pada pentingnya makanan yang aman dan berkualitas baik, serta bersumber dari lokasi yang bersih dan aman. Tempat dan lokasi sekitar area produksi juga akan berperan dalam mendukung jaminan produk halal. Lokasi area produksi berbagai produk halal yang didedikasikan secara khusus untuk produksi barang dan jasa yang halal dikenal sebagai kawasan halal. Kawasan halal akan sangat membantu proses produksi barang dan jasa yang terjamin kehalalannya. Kebutuhan kawasan halal di Indonesia dan dunia pada umumnya sangat penting dan mendesak untuk diwujudkan karena industri halal merupakan sektor yang berkembang sangat pesat.

Industri halal merupakan sektor yang berpotensi tumbuh popularitasnya dalam beberapa tahun terakhir. Ada proyeksi permintaan produk halal secara global pada 2019 senilai 3,7 triliun dolar AS. Padahal, pertumbuhan industri halal cukup pesat dalam enam tahun terakhir, mencapai 9,5 persen. Indonesia memiliki potensi untuk mengembangkan industri halal dengan baik jika terdapat tempat yang ditunjuk dimana

pelaku usaha halal dapat berinteraksi dan menghasilkan produk halal yang dikenal dengan halal area. Adanya kawasan halal diharapkan dapat memacu pelaku industri untuk lebih banyak menciptakan produk halal dan menjualnya di dalam kawasan atau bahkan memasarkannya di luar kawasan halal. Semakin banyak orang di Indonesia yang sadar akan produk halal, semakin banyak pula dukungan untuk daerah-daerah seperti ini. Semua orang yang terlibat dalam menciptakan dan menjalankan kawasan halal.

## 9.2 Pengertian Kawasan Halal

Dikutip dari kamus Merriam Webster yang dimaksud dengan kawasan industri (*industrial park*) adalah: *an area outside of a town or city that is designed especially for factories or offices* yang artinya suatu area/tempat yang berada di luar kota atau kota yang dirancang khusus sebagai pabrik atau perkantoran. Dapat disimpulkan bahwa kawasan industri merupakan suatu kawasan tertentu yang khusus diciptakan agar proses alur kegiatan industri dapat berjalan dengan baik dimana di daerah tersebut semua kebutuhan serta fasilitas untuk proses industri dan administrasi berada dalam satu lokasi.

Di Indonesia dan diberbagai negara telah dan terus dikembangkan kawasan industri untuk memberikan fasilitas yang dapat menunjang efisiensi dan efektivitas kegiatan industri. Pada saat ini telah dikembangkan suatu kawasan industri khusus yang bergerak dalam memproduksi berbagai macam produk halal yang dapat disebut sebagai kawasan industri halal, atau secara singkat disebut kawasan halal.

Kawasan industri halal adalah kumpulan komunitas bisnis manufaktur dan jasa yang berlokasi di suatu tempat dengan tujuan menjamin integritas produk halal. di mana bisnis bekerja untuk memastikan produk yang mereka buat

halal, atau disetujui oleh umat Islam dengan menjaga kebersihan area, menggunakan mesin dan bahan yang aman, dan mengambil langkah lain untuk memastikan produk yang mereka hasilkan aman untuk digunakan umat Islam. Area ini juga memiliki layanan seperti efisiensi energi dan layanan terkonsolidasi untuk membantu bisnis bekerja sama.

Komponen dari pendekatan ini termasuk dari kebersihan dan kenyamanan yang ada di infrastruktur kawasan tersebut, produksi yang bersih termasuk pada mesin dan alat yang digunakan, pencegahan polusi, ketersediaan dan aksesibilitas bahan baku dan bahan pendukung yang halal. efisiensi energi, hubungan antar perusahaan, layanan konsolidasi dari badan-badan publik dan hubungan dalam pemasaran. Pada dasarnya, kawasan Industri halal adalah pusat kegiatan produksi barang dan jasa yang terjamin kehalalannya serta diawasi secara baik oleh lembaga penjamin halal, sehingga memberikan kepercayaan kepada masyarakat muslim untuk mengkonsuminya.

Pelaku dalam kawasan industri halal membentuk komunitas bisnis manufaktur dan jasa dengan tujuan yang sama yaitu untuk mencapai manfaat ekonomi sambil menjaga integritas kehalalan produk yang dihasilkan. Pengguna di Kawasan halal mencari peningkatan kinerja lingkungan, ekonomi, dan sosial melalui kolaborasi dalam mengelola produk halal dan pemanfaatan sumber daya. Pada akhirnya, kawasan industri halal diatur untuk meningkatkan kinerja ekonomi perusahaan yang berpartisipasi dan memastikan integritas halal tidak terganggu. Di kawasan halal, para pelaku bisnis, lembaga penjamin dan pasar global berinteraksi. Sehingga dalam hal ini semua teknologi, standard, sains, hak kekayaan intelektual, dan prinsip syariah, semuanya menyatu di kawasan tersebut.

Bisnis halal di kawasan industri bekerja sama untuk meningkatkan kinerja lingkungan, ekonomi, dan sosial mereka. Mereka melakukan ini dengan berkolaborasi dalam pengelolaan produk dan sumber daya halal. Kawasan industri halal dirancang untuk membantu bisnis ini meningkatkan kinerja mereka dan menjaga integritas halal produk mereka.

Dengan demikian proses produksi produk halal dalam pelaksanaannya membutuhkan suatu lokasi yang dikenal sebagai kawasan halal. Konsep kawasan inkubator halal memungkinkan peserta untuk mendapatkan keterampilan dan pengalaman memproduksi, mengelola, dan memasarkan produk halal di bawah panduan manajemen kawasan. Halal tersebut Kegiatan dari kawasan halal ini termasuk mengelola halal produk dan manufaktur. Pelaku akan berkolaborasi dengan manajemen kawasan dan mencari peluang yang disediakan sehingga akan mempercepat pertumbuhan dan pengembangan kawasan.

Dukungan kawasan halal dalam pengembangan industri halal juga di dorong oleh pemerintah dalam bentuk kebijakan dan peraturan terkait, antara lain melalui penerbitan. Kawasan industri halal adalah seluruh atau sebagian dari kawasan industri yang dirancang dengan sistem dan fasilitas untuk mengembangkan industri yang menghasilkan produk halal (Kementerian Perindustrian, 2020). Sedangkan kriteria kawasan industri halal menurut Permenperin ini merupakan kawasan industri yang seluruh kavling industrinya dialokasikan untuk perusahaan industri yang menghasilkan produk halal, sebagian kavling industrinya dialokasikan untuk perusahaan industri yang menghasilkan produk halal serta sarana dan prasarana terletak dalam satu hamparan; atau kavling industrinya menyediakan sarana distribusi bahan baku, bahan penolong, dan barang jadi yang terintegrasi bagi perusahaan industri yang menghasilkan produk halal serta

sarana dan prasarana yang tidak terletak dalam satu hamparan;

- 1) tersedianya sarana dan prasarana yang secara fungsi atau lokasi bersifat ter- integrasi dan mendukung kegiatan industri untuk memenuhi persyaratan halal dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai jaminan halal; dan
- 2) mempunyai tim manajemen halal. Sarana dan prasarana kawasan industri halal diperlukan dalam rangka menyediakan daya dukung yang cukup, berkelanjutan dan sesuai persyaratan halal bagi kawasan industri halal dalam melakukan operasionalnya. Sarana dan prasarana kawasan industri halal sebagaimana dimaksud Permenperin ini mencakup :
  - i) laboratorium (membangun sendiri atau kerjasama dengan pihak lain yang terakreditasi halal serta kerjasama dengan LPH), ii) lembaga pemeriksa halal (LPH), iii) instalasi pengolahan air baku sesuai persyaratan halal (membangun sendiri atau kerjasama dengan badan usaha lain, iv) kantor pengelola, v) pembatas dan vi) sistem manajemen halal.

Sarana dan prasarana berupa kantor pengelola kawasan industri halal mencakup didalamnya terdapat ruangan penyelia halal dan/atau pusat kajian halal. Selanjutnya penyediaan sarana dan prasarana berupa pembatas dalam Permenperin ini dapat berupa bangunan, tembok, jalan, saluran air, sungai, perumahan atau tanaman pagar, yang dimaksudkan untuk mencegah gangguan proses produksi halal dan sebagai pembeda dengan zona lainnya.

Sedangkan kriteria dan prasyarat tim manajemen halal yang harus dipenuhi kawasan industri halal yang dimaksud

dalam Permenperin ini, adalah paling sedikit mempunyai 1 (satu) orang manajer halal dan 1 (satu) orang penyelia halal. Tim manajemen halal ini bertugas membantu perusahaan kawasan industri untuk melaksanakan kebijakan halal, mengidentifikasi bahan baku, bahan penolong, dan barang jadi yang digunakan perusahaan industri dan mengkoordinasikan penyelia halal perusahaan industri untuk memperoleh sertifikat halal.

### **9.2.1 Peran Kawasan Halal**

Peran dari Kawasan Industri Halal adalah untuk meningkatkan aktivitas mereka yang beroperasi di kawasan tersebut, untuk mendapatkan dan meningkatkan peluang ekonomi, meminimalkan dampak lingkungan yang negatif. Komponen paket kawasan halal ini meliputi perencanaan hijau infrastruktur kawasan, produksi bersih, pencegahan polusi, efisiensi energi, kerja sama perdagangan, kerja sama pemasaran, dll. Zona industri halal relatif berkembang di Malaysia, dengan sekitar 17 zona halal di semenanjung. Ada sekitar distrik halal di Malaysia saja, sedangkan Sabah dan Sarawak. Dengan populasi Muslim yang jauh lebih besar dan wilayah yang lebih luas, Indonesia diharapkan menjadi kawasan Halal yang lebih representatif yang mendukung industri Halal untuk kemaslahatan Dunia

Berikut adalah contoh dampak operasi zona halal terhadap Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Malaysia. Keikutsertaan UKM di kawasan industri halal memberikan peluang besar bagi mereka untuk mengembangkan usahanya dan membuka lapangan kerja baru bagi warganya. Partisipasi UKM berhasil mendapatkan modal dan berinvestasi pada produk baru. Rincian Zona Industri Halal di Malaysia adalah sebagai berikut: total 21 Zona Halal, 18 perusahaan multinasional, 110 UKM, total investasi di Zona Industri Halal sebesar RM8,07 miliar, dan total 5.27 karyawan di Halal . Zona

industri. Dengan kata lain, Kawasan Industri Halal dapat membangkitkan aktivitas yang giat dan bahkan membantu Malaysia menjadi fokus regional ASEAN untuk produk halal.

Sedangkan harusnya Indonesia, dengan populasi Muslim lebih besar dari Malaysia, bahkan terbesar di dunia, harus mengambil peran lebih aktif dan menyediakan lebih banyak area halal untuk mendapatkan keuntungan dari berbagai produksi dan interaksi produk halal. Meski agak terlambat, pemerintah Indonesia juga berencana mengembangkan kawasan industri halal di beberapa daerah. Dirjen Keberlanjutan Kawasan Industri, Kawasan dan Akses Industri Internasional (KPAII) Kementerian Perindustrian mengatakan, Rencana Pengembangan Kawasan Industri Halal mencakup empat kawasan industri di Indonesia. Keempat kawasan industri tersebut adalah Kawasan Industri Batamindo, Kawasan Industri Bintan, Kawasan Industri Jakarta Pulogadung, dan Kawasan Industri Modern Cikande. Pengembangan kawasan ini merupakan salah satu upaya mendukung implementasi UU Jaminan Produk Halal yang mulai berlaku pada 17 Oktober 2019.(Sukoso, Wiryawan Adam, Kusnadi Joni, 2020)

Sementara itu, Jakarta Industrial Estate Pulogadung berencana mengembangkan kawasan halal untuk fashion, produk medis dan kosmetik, pusat makanan, laboratorium halal, dan pusat halal. Pentingnya kawasan industri halal bagi industri halal diperlukan untuk mendorong produksi produk halal.

### **9.2.2 Percepatan Pertumbuhan Industri Halal**

Percepatan Pertumbuhan Industri Halal merupakan salah satu industri terpenting dan masa depan di Indonesia, karena Muslim merupakan mayoritas penduduk dan mencari serta menggunakan produk halal merupakan kewajiban agama yang harus dipenuhi. Peningkatan nilai dan volume produksi halal

yang sebagian besar disebabkan oleh meningkatnya permintaan, terutama dari umat Islam, memberikan dampak yang luar biasa bagi pertumbuhan dan perkembangan industri halal di Indonesia dan perekonomian secara keseluruhan. Adanya kawasan halal diharapkan dapat mendorong industri halal karena infrastruktur dan segala fasilitas penunjangnya berada di dalam kawasan tersebut.

Mendorong beroperasinya industri Halal sehingga terpusat dan berlokasi di kawasan Halal untuk memenuhi permintaan nasional dan ekspor. Salah satu infrastruktur yang mendorong pertumbuhan industri halal adalah zona halal komunitas perusahaan berorientasi halal yang dibangun di atas properti bersama, di mana mereka dilengkapi dengan dukungan infrastruktur dan layanan. Pemerintah diharapkan dapat mendorong keberhasilan zona halal di Indonesia dengan menarik perusahaan asing dan perusahaan swasta milik negara untuk berinvestasi di zona halal yang akan didirikan di berbagai pelosok tanah air.

Memberikan pelayanan yang berkualitas dan terintegrasi dalam pencarian lokasi strategis, sarana dan prasarana yang sesuai dengan halal untuk operasional industri. Kualitas pelayanan adalah perbandingan antara kenyataan pelayanan yang diterima dengan harapan pelayanan. Dalam kawasan Halal, diharapkan seluruh pemangku kepentingan dan pihak yang berada di kawasan tersebut tidak hanya menerima dan memberikan pelayanan yang berkualitas, tetapi juga terintegrasi secara penuh. Diharapkan di seluruh kawasan halal akan dihasilkan barang dan jasa yang berkualitas dan terjamin integritas halalnya.

Memfasilitasi Halal Supply Chain di Indonesia. Industri dan khususnya industri halal Kegiatan utamanya adalah pengolahan berbagai bahan baku dan bahan penolongnya menjadi produk jadi dan pendistribusiannya kepada pelanggan.

Melakukan fungsi-fungsi ini di area tertentu disebut rantai pasokan. Namun bagi produsen, fungsi rantai pasok tersebut harus dilaksanakan secara efektif dan efisien, sehingga selain diperlukan manajemen yang profesional, diperlukan bidang tertentu dalam pelaksanaannya. Untuk industri halal, kawasan tersebut umumnya dikenal dengan kawasan halal (Aliasar, 2020). Memiliki kawasan halal yang terintegrasi dengan berbagai industri diharapkan dapat menciptakan saling ketergantungan. Diasumsikan bahwa kebutuhan satu industri akan dipenuhi oleh industri lain di wilayah yang sama.

Sehingga serangkaian kegiatan dapat dilakukan dalam satu area, yang meliputi koordinasi, perencanaan dan pengawasan sumber, produksi, pengiriman produk atau layanan dan pengiriman ke pelanggan, termasuk manajemen harian, operasi, logistik dan pelanggan. pengolahan data. kepada pemasok. Kehadiran berbagai kawasan halal di Indonesia diyakini dapat memfasilitasi rantai pasok halal, sehingga industri halal berkembang pesat.

Pusat/kegiatan aktivasi rantai nilai halal, pelatihan, pameran, sertifikasi, laboratorium pengujian, dll. Kawasan Halal tidak hanya sebagai tempat produksi produk halal, tetapi juga berperan dalam berbagai kegiatan halal seperti misalnya. pameran, sertifikasi, laboratorium pengujian, dll. Seperti diketahui, proses produksi, termasuk proses produksi halal, membutuhkan tenaga terampil. Tidak semua keterampilan yang dibutuhkan di dunia industri dapat diperoleh dari sekolah formal, karena keterampilan yang dibutuhkan cenderung lebih spesifik dan fokus pada apa yang diajarkan. Khusus di bidang halal, perusahaan juga wajib memiliki budaya kerja halal yang wajib diketahui oleh seluruh karyawan. Oleh karena itu, perlu adanya pelatihan yang memenuhi kebutuhan dan standar karyawan serta menyesuaikan kepribadian karyawan dengan budaya perusahaan dan budaya kerja yang halal.

Pusat Pendukung Pengembangan UMKM. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam perekonomian bangsa Indonesia. Pemerintah Indonesia juga menganggap penting adanya operator UMKM. Fokus berat para pelaku UMKM tak lain adalah cara pemerintah menopang perekonomian rakyat jelata. Selain itu, UKM secara langsung dapat mempengaruhi kehidupan masyarakat di subsektor tersebut.

Alasan utama pentingnya pengembangan UMKM adalah tingginya penyerapan tenaga kerja. Dengan pertumbuhan angkatan kerja yang sangat pesat, maka dibutuhkan lapangan kerja yang beragam dan sangat besar. Industri halal tidak hanya dilakukan oleh industri skala besar tetapi juga oleh industri skala UMKM. Keberadaan kawasan halal diharapkan dapat mendukung pengembangan seluruh industri yang melibatkan UMKM. Jika industri halal dapat tumbuh dan berkembang di kawasan halal, tidak hanya akan memastikan produk halal bagi umat Islam negara dan dunia, tetapi juga menciptakan peluang kerja yang penting.

Kawasan halal ekologis

Pendekatan baru kawasan industri, termasuk kawasan halal, adalah kawasan ramah lingkungan atau dikenal dengan eco-industrial park (EIP). Zona industri ekologis menawarkan lebih banyak manfaat bisnis daripada zona industri tradisional, seperti penggunaan sumber daya yang lebih efisien, peningkatan produktivitas dan juga mendukung pencapaian tujuan tanggung jawab sosial dan mengurangi paparan risiko perubahan iklim.

Kawasan halal, seperti kawasan industri lainnya, diharapkan memiliki usaha kecil dan menengah yang terlibat dalam kegiatan yang menguntungkan. Namun, seperti yang biasa terjadi pada kawasan industri, biasanya didasarkan pada teori cluster Porter, yang mendefinisikan kawasan atau

"cluster" ini sebagai kelompok perusahaan dan institusi terkait yang terkait secara geografis dalam industri tertentu, yang dihubungkan oleh kesamaan dan saling melengkapi. Pengertian yang lebih luas juga mengatakan bahwa suatu klaster berisi beberapa cabang ekonomi yang terhubung secara horizontal dan vertikal, seperti halnya unit-unit lainnya, klaster ini juga penting dalam persaingan. Di kawasan halal, hal yang sama juga diharapkan berlaku bahwa adanya kesamaan orientasi dalam produksi barang dan jasa halal akan mendorong semua stakeholder untuk bersinergi dan saling melengkapi (Nifa, F.A.A., Ismail, R.M., Saad, 2017).

Di sisi lain, kawasan halal sedikit berbeda dari kawasan industri pada umumnya di mana tidak hanya memiliki karakteristik kawasan industri atau klaster yang memiliki industri yang terhubung secara horizontal dan vertikal sesuai kepentingan bersama. Kawasan halal juga dituntut kepatuhannya dalam hal standar kebersihan, risiko kontaminasi silang, dan persyaratan keselamatan yang diatur mengacu pada Undang-undang jaminan produk halal dan standard. Dalam rangka mencapai tujuan menjadikan kawasan halal sebagai pusat halal global, diperlukan serangkaian insentif menarik khusus untuk operator kawasan halal, pelaku industri halal dan penyedia layanan logistik halal. Kawasan halal adalah bagian integral dalam strategi pemerintah dalam pengelompokan industri halal, memberikan keuntungan bagi klaster industri dan insentif keuangan untuk industri yang berlokasi di kawasan ini.

Menghormati persyaratan halal sangat penting untuk area halal. Kawasan halal ada khusus untuk kebutuhan konsumen Muslim dan konsumen lainnya (Septianita, Winda,. Winarno, Wahyu, Agus,. Arif, 2014), di mana nilai-nilai Islam dibuat sesuai dengan nilai-nilai Syariah, fatwa dan praktik Islam. Selain itu, konsep halal tidak hanya mencakup aspek religius

produk, tetapi juga aspek keamanan, kebersihan, dan lingkungan produk. Hal ini sangat sejalan dengan gagasan kawasan industri yang ramah lingkungan, dimana produksi barang tidak boleh merusak lingkungan. Meskipun ada banyak model kawasan industri hijau, namun belum ada yang dikembangkan untuk kawasan industri hijau halal. Oleh karena itu, sangat penting bagi pemangku kepentingan dan otoritas terkait untuk mempertimbangkan aspek ini. Dalam mengembangkan kawasan halal, pemangku kepentingan juga harus mempertimbangkan persyaratan proses produksi yang aman lingkungan dan menyiapkan strategi berkelanjutan untuk memenuhi persyaratan selama pengoperasian kawasan halal. Strategi ini dapat dikembangkan dengan memahami praktik terbaik di lapangan (Rezai, G.; Mohamed, Z.A.; Shamsudin, M.N.; and Chiew, 2010).

Dalam pengembangan kawasan halal, fokusnya tidak hanya pada aspek lingkungan dari fasilitas yang akan dibangun, tetapi juga menghubungkan pengoperasian kawasan dengan persyaratan halal secara umum. Selain itu, ia patuh dan bertanggung jawab terhadap lingkungan. Hal ini membutuhkan pemahaman yang mendalam tentang konsep halal, regulasi, mazhab dan fatwa penyelenggara halal daerah. Di area halal, mungkin ada masalah desain dan tata letak yang tidak sesuai untuk produksi sesuai aturan halal. Hal ini mungkin disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan pemahaman desainer dan kontraktor pada tahap awal proyek situs halal. Jika masalah ini dapat diselesaikan, maka dengan mengevaluasi kinerja saat ini, sebuah rencana aksi dapat diusulkan untuk meningkatkan atau "memperkuat" fasilitas di kawasan tersebut agar sesuai dengan konsep halal.

Dengan meningkatnya kesadaran akan dampak lingkungan dari kegiatan ekonomi, perusahaan real estat industry semakin memperhatikan perencanaan, pembangunan,

dan penggunaan kawasan industri. Istilah simbiosis industri menarik perhatian karena perusahaan lebih memilih kawasan industri yang lebih ramah lingkungan. Simbiosis industri melibatkan industri yang berbeda dalam pendekatan kolektif mereka terhadap keunggulan kompetitif, yang melibatkan pertukaran fisik bahan, energi, air, dan produk sampingan. Hal ini sejalan dengan konsep halal, dimana produksi produk halal harus diupayakan keunggulannya agar tercapai keseimbangan dengan alam. Ini berarti pengelolaan limbah, energi dan air.

Manajemen properti kawasan halal dapat mencapai keseimbangan itu dengan beralih dari praktik solusi tradisional saat ini ke solusi yang tidak hanya inovatif tetapi juga ramah lingkungan untuk kelompok bisnis tertentu di kawasan halal. Dalam mengimplementasikan ide ini, tahap perencanaan kawasan Halal harus dimulai dengan keterlibatan pemangku kepentingan dalam kriteria keberlanjutan perusahaan mereka dan bagaimana mendamaikannya dengan menyediakan perencanaan berkelanjutan berdasarkan pengetahuan dan inovasi. tim teknis. Fase ini dapat dikelola dengan mengikuti prinsip-prinsip desain berkelanjutan, seperti yang dibahas pada bagian selanjutnya.

### **9.3 Kawasan Halal Berkelanjutan**

Pasar halal global yang terus berkembang membuat banyak negara memperhatikan persyaratan halal produk atau jasa mereka. Sertifikasi halal saja tidak cukup untuk mempertahankan bisnis halal. Negara-negara ini telah mengambil beberapa langkah untuk meningkatkan industri mereka. Misalnya, Thailand memiliki sertifikasi halalnya sendiri sebagai nilai tambah untuk produknya, dan kepatuhan terhadap standar keamanan pangan menjadikannya sebagai pusat ilmu pengetahuan dan pengujian halal. Pelabuhan Rotterdam saat ini sedang dikembangkan sebagai "Zona Halal"

untuk melayani komunitas Muslim Eropa, sementara Inggris juga sedang mengembangkan Zona Industri Super Halal yang berlokasi di South Wales. Selain itu, China sedang mengembangkan pengolahan makanan halal di Ningxia dengan mendirikan 15 taman industri halal. Wilayah Halal adalah inti dengan rantai pasokan yang lengkap untuk operasi produksi (Mujar, N. A. and Hassan, 2014).

Indonesia merupakan salah satu negara yang diharapkan dapat mengembangkan keunggulan kompetitif baru yang dapat mendukung kinerja ekonomi yang kuat di masa depan. Indonesia diharapkan mempertimbangkan penerapan strategi baru untuk menghadapi industri halal. Oleh karena itu, pengembangan kawasan halal merupakan strategi Indonesia untuk meningkatkan dan menyediakan produk atau layanan berkualitas melalui sistem standar halal yang diakui secara global. Ada berbagai proyek kawasan industri Halal dengan nama yang sama di dunia dan mereka memiliki misi yang sama untuk mengembangkan keberlanjutan dalam industri tersebut. Penyebaran kawasan halal di seluruh wilayah Indonesia merupakan hal yang harus dipahami jika kita tidak ingin tertinggal dengan belahan dunia lainnya.

Wilayah dapat dikendalikan oleh berbagai jenis pemerintah, termasuk pemerintah daerah, perusahaan terkait pemerintah, dan sektor swasta. Pembentukan kawasan halal di Indonesia akan mempromosikan ekonomi halal dan membantu memenuhi permintaan populasi yang terus meningkat. Ada beberapa risiko yang terkait dengan pengembangan kawasan, termasuk potensi penurunan kinerja dan ketidakstabilan untuk jangka waktu tertentu. Pasalnya, kawasan tersebut masih baru dan butuh waktu untuk membuktikan keberhasilannya. Namun, ada banyak produk bersertifikat halal yang telah diproduksi di daerah ini, dan kondisi yang memungkinkan hal ini harus dipertahankan.

## 9.4 Penutup

Industri halal Indonesia memiliki banyak potensi untuk berkembang, terutama karena banyak orang yang membutuhkannya. Diamana halal berarti "diperbolehkan" dalam Islam, dan mengacu pada produk dan layanan yang memenuhi pantangan makanan Islam. Area halal adalah lokasi di mana produk halal diproduksi, didistribusikan, dan disajikan. Sehingga dapat bermanfaat bagi bisnis yang mencoba meningkatkan kinerjanya dan meningkatkan peluang keberhasilannya. Kawasan industri ramah lingkungan adalah kawasan industri baru yang ramah lingkungan yang menawarkan banyak keuntungan bisnis dibandingkan kawasan industri tradisional. Indonesia diharapkan dapat mengembangkan seperangkat keunggulan kompetitif baru yang dapat mempertahankan kinerja ekonomi yang kuat di masa mendatang. Indonesia berencana mengembangkan beberapa kawasan halal, guna mendukung implementasi UU Jaminan Produk Halal. Undang-undang ini mewajibkan semua produk yang dijual di Indonesia harus halal.

## Daftar Pustaka

- Aliasar, A. (2020) 'Strategi Pengembangan Industri Halal Indonesia dalam Menghadapi Dinamika Perekonomian Global', *Kneks*.
- Kementerian Perindustrian, P. M. P. (2020) *tentang Tata Cara Memperoleh Surat Keterangan Dalam Rangka Pembentukan Kawasan Industri Halal*, No. 17 Tahun 2020 tanggal 8 Juni 2020.
- Mujar, N. A. and Hassan, N. (2014) 'The Economics of Halal Industry', in *Conference paper, Seminar UICW*.
- Nifa, F.A.A., Ismail, R.M., Saad, A. (2017) 'Development of A Sustainable Design Guideline For Eco-Industrial Halal Parks In Malaysia', *Journal of Engineering Science and Technology*, Special Is, pp. 147–157.
- Rezai, G.; Mohamed, Z.A.; Shamsudin, M.N.; and Chiew, E. F. C. (2010) 'Non-Muslims awareness of halal principles and related food products in Malaysia', *Inter- national Food Research Journal*, 17(3), pp. 667–674.
- Septianita, Winda,. Winarno, Wahyu, Agus,. Arif, A. (2014) 'Pengaruh Kualitas Sistem,Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan Rail Ticketing System Terhadap Kepuasan Pengguna Layanan', *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 1(1), pp. 53–56.
- Sukoso, Wiryawan Adam, Kusnadi Joni, S. (2020) *Ekosistem Industri Halal 2020*, *Ekosistem Industri Halal*. Available at: [https://www.bi.go.id/id/edukasi/Documents/EKOSISTEM HALAL 2020.pdf](https://www.bi.go.id/id/edukasi/Documents/EKOSISTEM%20HALAL%2020.pdf).

## **BAB 10**

# **Sertifikasi Halal Produk Makanan, Minuman, Obat dan Kosmetika**

***Oleh Yenny Kornitasari, S.E., M.E.***

### **10.1 Pendahuluan**

Keyakinan atau pandangan keagamaan adalah struktur sosial yang paling umum dan dominan yang sangat memengaruhi persepsi, nilai, dan tindakan orang baik di tingkat individu maupun komunitas dalam menjalani gaya hidup. Secara khusus, misalnya dalam hal berperilaku ekonomi dimana pandangan keagamaan juga akan memengaruhi perilaku pengambilan keputusan masyarakat sebagai konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk.

Kegiatan perekonomian tentunya tidak terlepas dari perkembangan dan kemajuan suatu produk. Salah satu hal yang saat ini cukup santer berkembang pesat dan mendunia baik di negara Muslim maupun non-Muslim berkaitan dengan pandangan keagamaan yang melebur dalam aktifitas ekonomi adalah berkembangnya bisnis-bisnis yang berbasiskan pada produk yang menggunakan prinsip syariah dengan label kata 'halal'.

Istilah 'halal' berarti dapat diterima berdasarkan nilai-nilai Islam, sedangkan istilah 'haram' sebaliknya mengacu pada barang-barang yang dilarang (Mutum dan Ghazali, 2014). Pada prinsipnya, konsep halal menekankan pada pedoman Islam dalam hal kebersihan, kemurnian, keamanan, produksi, pembuatan, pemrosesan, dan penyajian makanan dan produk lainnya (Bashir, 2019). Oleh karena itu, halal menjadi sertifikasi agama Muslim

yang digunakan untuk mendukung produk atau layanan yang sesuai dengan persyaratan dan rukun Islam. Dengan adanya sertifikasi halal berupa logo berfungsi untuk memudahkan konsumen muslim dalam mengambil keputusan dalam pemilihan produk.

Bagi konsumen maupun produsen Muslim, produk halal lebih penting dan bermakna daripada produk yang memiliki sertifikasi *International Organization for Standardization*, seperti ISO 9000 atau sejenisnya. Karena mencantuman sertifikasi halal pada produk sebagai sarana yang cukup efektif bagi konsumen untuk memilah produk halal dengan lebih mudah dan sebagai salah satu bentuk tanggung jawab produsen dalam berbisnis serta perlindungan bagi konsumen.

Namun, perkembangan hari ini halal mulai menjadi *lifestyle* yang merupakan salah satu faktor besar mengapa industri halal bisa terus berkembang. *Awareness* mengenai produk halal dan bagaimana proses produksi, distribusi, dan konsumsi yang mendukungnya, membuat gaya hidup halal semakin menarik minat banyak orang.

Selain itu, saat ini secara ekonomi perkembangan halal bukan hanya masalah agama muslim semata melainkan sudah bergeser menjadi salah satu keunggulan kompetitif dalam meningkatkan penjualan di pasar. Produk yang bersertifikat halal menjadi memiliki daya saing yang lebih tinggi dibanding produk yang tidak mencantumkan label halal di produknya. Hal tersebut didukung dan diperkuat dengan hadirnya pasar halal di beberapa negara maju yang pertumbuhannya semakin besar dan populer di dunia karena pasar halal tidak hanya fokus di negara-negara Islam, tetapi juga di negara-negara non-Muslim (Sohaib dan Jamil, 2017; Johnson et al., 2017).

Mengetahui peluang pasar yang cukup besar, para produsen dan pemasar menggunakan sertifikasi dan logo Halal sebagai salah satu cara untuk memberi tahu dan mendorong target

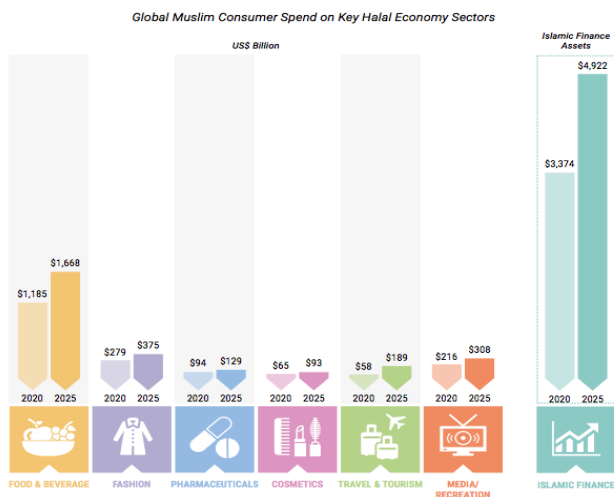
pasar mereka bahwa barang-barang mereka halal dan sesuai syariah, artinya bahwa produk yang diproduksi atau dibeli terjamin berkualitas tinggi berdasarkan praktik higienis, sanitasi, dan kepatuhan agama (Bohari., et al, 2013).

Artinya bahwa pencantuman label halal ini penting tidak hanya untuk konsumen, tapi juga untuk para produsen. Label halal ini gunanya memberikan rasa aman bagi para konsumen. Juga, sebagai jaminan untuk mereka kalau produk yang mereka konsumsi tersebut aman dari unsur yang tidak halal dan diproduksi dengan cara halal dan beretika. Untuk produsen, label halal ini berfungsi dalam membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk-produk mereka. Adanya sertifikasi halal dalam suatu produk membuat ketenangan bagi produsen dan kepastian bagi konsumen. Jadi, dua-duanya diuntungkan.

Tidak hanya itu, daya tarik industri halal melampaui 2,8 miliar Muslim dunia untuk menarik non-Muslim, konsumen, dengan kombinasi standar etika dan agama semakin meluas (Azam & Abdullah, 2020) itu juga karena nilai-nilai industri halal dipromosikan, seperti perawatan hewan, tanggung jawab sosial, keramahan lingkungan, pengelolaan lahan, keadilan sosial dan ekonomi, dan investasi etis, diterima dengan baik sebagai pilihan gaya hidup oleh klien non-Muslim (Pasifik, 2010). Akibatnya, pendirian industri halal di negara-negara non-Muslim semakin meluas. Misalnya, dalam industri makanan halal, Australia, Singapura, dan Brasil termasuk di antara sepuluh besar negara non-Muslim dengan skor GIEI (Global Islamic Economy Indicator) terbaik pada tahun 2017–2018 (Thomson, 2017)

Mendasarkan pada kondisi tersebut, produk halal menjadi lebih populer dan mendapatkan lebih banyak perhatian di pasar global, khususnya untuk produk makanan minuman, obat dan kosmetik untuk melindungi konsumen muslim khususnya terhadap produk yang tidak halal.

Ekonomi halal adalah peluang multi-triliun dolar yang menangkap inti dari pembelanjaan Muslim berbasis agama. Ekonomi halal global mewakili daya beli global umat Islam di seluruh produk gaya hidup inti dan layanan yang secara struktural paling dipengaruhi oleh nilai-nilai Islam. Sektor ekonomi halal yang tercakup adalah makanan dan minuman halal, obat-obatan halal, kosmetik halal, modest fashion, dan layanan seperti perjalanan ramah Muslim, media dan rekreasi bertema Islami, dan keuangan Islami.



**Gambar 10.1** Sektor Ekonomi Halal  
Sumber: Laporan Halal Indonesia (2021)

Pertumbuhan pasar atau industri halal melalui produk makanan minuman, obat dan kosmetik ini disebabkan oleh beberapa faktor (Bank Indonesia, 2021), yaitu:

1. **Peningkatan jumlah populasi muslim.** Pada 2030 mendatang, diprediksi jumlah penduduk muslim akan meningkat hingga 2,2 miliar jiwa. Peningkatan ini disebut-

- sebut akan menjadi dua kali lipat dari jumlah peningkatan penduduk non-muslim dunia.
2. **Peningkatan Produk Domestik Bruto negara-negara Organization of Islamic Cooperation (OIC), sebagai imbas dari meningkatnya kesejahteraan populasi muslim di seluruh dunia.**
  3. **Peningkatan kesadaran religius pada populasi muslim** yang mengakibatkan naiknya permintaan akan produk-produk halal.
  4. **Penetrasi *smartphone* dan teknologi yang besar di negara-negara OIC** mengantarkan populasi muslim lebih terhubung secara digital. Penggunaan teknologi dan gawai menjadi salah satu cara untuk membantu praktik industri halal.
  5. **Peningkatan tren *ethical-consumerism* yang memiliki prinsip sesuai dengan *halal lifestyle*.** Gaya hidup halal nyata-nya sangat relevan bagi setiap orang. Hal ini membuat banyak konsumen non-muslim yang pada akhirnya memilih mempraktikkan gaya hidup halal serta menggunakan produk-produk dari industri halal yang terjamin aman, bersih, dan baik.

## **10.2 Sertifikasi Halal Produk Makanan dan Minuman**

Permintaan akan makanan dan minuman yang aman dan halal terus meningkat. Umat Islam menginginkan jaminan agar produk yang konsumsi mengikuti ajaran prinsip Islam dan sehat (Abdul, Ismail, Hashim, & Johari, 2009; Van der Spiegel et al., 2012). Menurut Alvarenga dan Toledo (2010), makanan berkualitas didefinisikan sebagai salah satu yang secara konsisten memenuhi kebutuhan konsumen dari segi kenyamanan, enak, gizi, higienis, dan aman. Dia juga menambahkan bahwa pentingnya kualitas makanan sesuai dengan legalisasi dan keberlanjutan. Peri (2006)

menambahkan definisi tersebut bahwa hal yang juga penting dan perlu diperhatikan dalam permintaan produk makanan dan minuman halal adalah proses yang beroperasi di sepanjang rantai pasokan produk tersebut. Karena jaminan keamanan makanan minuman halal harus tetap terjaga karena dapat berimplikasi dan mempengaruhi kesehatan masyarakat, misalnya pada kasus produk ekspor - impor makanan minuman.

Halal membawa ciri khas kepercayaan dan sarana utama dari makanan halal dan minuman adalah untuk menghilangkan terjadinya zat haram dalam pangan melalui sistem pengelolaan pangan yang berdasarkan kontrol yang dilakukan di setiap tahapan produksi dan rantai. Oleh karena itu, sistem pengawasan dan manufaktur produk halal harus melalui berbagai mekanisme dan sertifikasi keamanan pangan yang berstandart nasional maupun internasional. Akan tetapi, saat ini belum banyak pendekatan yang memadukan keamanan pangan dengan kriteria Halal di seluruh proses pembuatan makanan proses, dari produksi awal hingga distribusi akhir. Sehingga, merek makanan halal menekankan pentingnya kualitas makanan baik dalam operasi maupun rantai pasokan.

Secara global, sektor makanan dan minuman merupakan sektor dengan pengeluaran terbesar dalam ekonomi halal. Hal tersebut dilatarbelakangi karena industri makanan halal sangat penting bagi umat Islam di seluruh dunia karena memastikan bahwa makanan yang mereka makan sehari-hari sesuai dengan Syariah, sehingga industri ini berkembang pesat. Apalagi dengan Islam sebagai agama dengan pertumbuhan tercepat di dunia, sehingga potensi pasar makanan halal sangat menjanjikan.

Pasar makanan halal global diperkirakan akan tumbuh dari \$1134,14 miliar pada tahun 2021 menjadi \$1290,35 miliar pada tahun 2022 dengan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 13,8%. Pasar makanan halal diperkirakan akan tumbuh menjadi \$2228,63 miliar pada tahun

2026 dengan CAGR 14,6%. Saat ini, pemain utama di pasar makanan halal adalah Al Islami Foods, Al-Falah Frozen Foods, BRF, DagangHalal Sdn. Bhd., Midamar Halal, Prima Agri-Products, QL Foods Sdn. Bhd., Saffron Road Food, Tahira Foods Ltd., The American Halal Co. Inc., American Foods Group LLC, Beijing Shunxin Agriculture, dan Jingyitai Halal Food.

Industri makanan secara luas dianggap sebagai sektor yang efektif karena kontribusinya terhadap perekonomian nasional, penciptaan lapangan kerja, dan kesejahteraan rakyat. Sebagai salah satu pasar konsumen terbesar di dunia, makanan halal industri semakin populer. Karena produk akhir industri makanan dan minuman ditujukan untuk konsumsi manusia, ia memiliki standar proses yang lebih tinggi daripada industri manufaktur lainnya. Dan persyaratan ini diinterpretasikan dalam sertifikasi makanan halal, peraturan lokal dan internasional, dan standar. Menurut Azzam dan Abdullah (2021) diperbolehkan, diijinkan, disahkan, legal, atau diizinkan adalah semua istilah yang digunakan untuk menggambarkan HALAL. Istilah seperti "makanan untuk Muslim", "makanan bersertifikat Halal", dan seterusnya yang artinya;

1. Bebas dari, dan tidak diproduksi dari, bagian atau zat apa pun yang diperoleh atau diambil dari hewan yang dilarang (HARAM) bagi umat Islam untuk dikonsumsi berdasarkan hukum Islam.
2. Tidak diproduksi, diproduksi, diproses, atau dibuat dengan perkakas, peralatan, dan/atau mesin yang kotor, seperti yang dipersyaratkan oleh Hukum Islam
3. Tidak ada bahan dalam produk ini yang dianggap kotor oleh Hukum Islam.
4. Tidak boleh berinteraksi dengan atau berada di dekat makanan apa pun yang tidak memenuhi standar yang disebutkan dalam poin (1), (2), atau (3), atau zat apa pun yang dianggap kotor oleh Hukum Islam selama persiapan, pemrosesan, atau penyimpanan.

Sertifikasi makanan halal merupakan salah satu prasyarat untuk mendorong kesuksesan merek Halal. Sehingga, perlu sekali mendorong usaha sektor makanan minuman pada bisnis lokal, usaha kecil menengah untuk melakukan sertifikasi produk halal yang diharapkan akan dapat memperluas akses pasar dan memasuki pasar halal global.

Terlepas dari pentingnya sertifikasi makanan dan minuman Halal, proses sertifikasi masih menghadapi tantangan. Biaya produksi tinggi karena berbagai faktor, dan belum ada rantai pasokan yang konsisten, dan juga persaingan antar negara yang ketat dalam memasuki pasar halal terutama dari Malaysia, Thailand, Indonesia, dan Filipina. Persaingan dalam industri makanan minuman halal baru semakin meningkat sebagai akibat dari produsen baru di seluruh dunia yang memproduksi makanan berkualitas tinggi dengan biaya produksi yang lebih efisien.

### **10.3 Sertifikasi Halal Kosmetik dan Obat-Obatan**

Dalam beberapa tahun terakhir permintaan akan produk kosmetik dan perawatan pribadi yang inovatif cukup besar dan tinggi, hal tersebut dikarenakan karena konsumen sekarang memiliki kesadaran lebih akan keindahan. Kosmetik saat ini dapat digolongkan sebagai barang yang “wajib dimiliki” tidak hanya untuk wanita tetapi juga untuk sebagian kecil pria dengan kepribadian metroseksual.

Kosmetika sebagai produk dalam memelihara kecantikan semakin berkembang seiring dengan perkembangan bioteknologi. Dimana kosmetika adalah bahan atau campuran bahan untuk digosokkan, dilekatkan, dituangkan, dipercikkan atau disemprotkan pada, dimasukkan dalam, dipergunakan pada badan manusia dengan maksud membersihkan, memelihara, menambah daya tarik dan

mengubah rupa dan tidak termasuk golongan obat. Zat tersebut tidak boleh mengganggu kulit dan kesehatan tubuh secara keseluruhan. Artinya bahwa kosmetika digunakan baik pada bagian luar maupun dalam tubuh manusia. Sesuai ajaran Islam, dua hal yang harus diperhatikan dalam penggunaan produk kosmetika adalah kebersihan dan kesucian. Artinya, kosmetika harus halal dan suci. Semakin banyak dan beragam produk kosmetika, hingga sulit menelisik bahan-bahan yang haram di dalamnya. Oleh karena itu, pentingnya sekali mengetahui titik-kritis haram dalam kosmetika.

Potensi pertumbuhan kosmetik Halal dan produk perawatan pribadi didorong oleh meningkatnya permintaan akan produk yang aman, produk alami yang sesuai dengan keyakinan agama dan budaya konsumen. Tren kenaikan permintaan produk tersebut juga semakin tajam dimana permintaan akan nilai khusus - produk tambahan seperti produk Halal, produk berbasis botani atau produk yang ramah lingkungan ramah semakin meningkat. Halal kini telah menjadi konsep universal. Produk kecantikan dan perawatan pribadi telah didukung dan mendapat tanggapan positif dari pelaku industri di dunia. Misalnya Korea Selatan dengan Brand K-beauty juga sudah mulai mendapatkan sertifikasi halal.

Selain produk kosmetik, produk obat-obatan juga menjadi produk yang halal, meskipun produk obat-obatan sebelumnya tidak menjadi bagian dari perdebatan Halal namun skenario ini telah berubah ketika konsumen dibuat sadar akan konsep asli Halal dalam semua aspek kehidupan. Apalagi, kesadaran akan kesehatan yang semakin tinggi dampak dari kondisi pandemi membuat masyarakat semakin membutuhkan produk obat yang aman.

Adapun jenis produk kosmetik halal terdiri dari kosmetik, kimiawi dan rekayasa genik. Sedangkan untuk obat halal terdiri dari obat tradisional, obat kuasi (untuk keluhan ringan), suplemen

kesehatan, Obat bebas dan bebas terbatas, dan obat keras kecuali psikotropika.

Dengan meningkatnya kesadaran di antara keduanya. Konsumen muslim dan non muslim mengenal produk kosmetik dan obat halal telah menarik perhatian masyarakat. Namun, arus utama industri kosmetik dan obat saat ini dikuasai dan dimonopoli oleh non-Muslim. Sehingga, meskipun pasar kosmetik dan obat halal besar dan sangat potensial, sebagian besar produk ini dibuat oleh produsen di negara non-Muslim, yang dapat menyebabkan perselisihan terkait dengan bahan baku yang digunakan dan proses produksi yang dilakukan.

Akibatnya, sektor kosmetik dan obat telah menjadi subjek studi yang lebih besar oleh para cendekiawan Muslim, karena kecurigaan bahwa banyak merek dagang pada kosmetik dan obat menggunakan enzim yang diekstrak dari daging babi atau alkohol sebagai pengawet. Hal ini menimbulkan banyak sinisme tentang merek-merek tersebut di kalangan konsumen Muslim yang mencari produk halal. Sebuah studi oleh Ireland dan Rajabzadeh (2011) menemukan bahwa orang yang menggunakan produk halal memiliki loyalitas yang tinggi terhadap merek produk halal. Selain temuan menarik tersebut, konsumen non-Muslim juga membeli produk halal karena dianggap lebih aman digunakan dibandingkan produk non-halal. Konsumen menilai bahwa logo halal non muslim memberikan pengakuan dan jaminan terkait produk (Abdul Aziz & Chok, 2013).

Misalnya, secara rinci titik-titik kritis haram tersebut yang harus diwaspadai terutama sumber bahan dasar pembuatan kosmetika, bisa jadi berasal dari hewan atau bagian organ manusia. Jika bahan dasarnya berasal dari babi atau bagian organ manusia, maka jelas produk tersebut dinyatakan haram. Kalaupun berasal dari hewan yang bukan babi, jika hewan tersebut tidak disembelih secara islam, maka dinyatakan haram. Berikut beberapa bahan atau pengisi

menurut Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang harus dicurigai kehalalannya yang sering digunakan dalam produk kosmetik dan obat;

- a. Ekstrak plasenta
- b. Kolagen dan elastin
- c. Lesitin
- d. Lemak turunan gliserida
- e. Hormon-hormon estrogen
- f. Asam lemak tak jenuh
- g. Gelatin
- h. Cairan amnion atau cairan ketuban
- i. Gliserin

Sedangkan, secara terperinci zat pembuat kosmetika yang mejadi titik kritis haram adalah *pertama*, zat aktif dari produk kosmetik tersebut, misalnya, kolagen dan elastin. Kolagen dan elastin berfungsi untuk menambah elatisitas kulit, biasanya terdapat dalam krim atau lotion. Kolagen berasal dari tulang hewan, jika kolagennya berasal dari hewan yang disembelih secara islam, tentu tidak masalah kehalalannya. Namun, yang menjadi masalah justru sumbernya yang tidak jelas, sehingga membuat produk ini menjadfi syubhat.

*Kedua*, zat-zat penstabil sebagai bahan dasar. Lipstik, deodorant, eye shadow berbahan dasar (basis) garam-garam asam lemak, seperti lauril palmitat, gliseril monostearat. Garam asam lemak ini kemungkinan besar didapat dari hewan. Bahan penstabil tersebut harus halal sumbernya dan cara penyembelihan atau pengolahan.

*Ketiga*, asam lemak esensial. Beberapa jenis asam lemak yang sering digunakan adalah asam linolenat, asam linoleat dan asam arakidonat sebagai antioksidan. Asam-asam lemak tersebut banyak digunakan dalam kosmetika khususnya untuk

perawatan kulit. Yang perlu diwaspadai adalah sumber asam lemak apakah dari hewan yang halal dan disembelih dengan cara islami juga bahan penstabil yang digunakan karena asam-asam lemak tersebut adalah golongan yang yang mudah teroksidasi atau tidak stabil sehingga membutuhkan bahan penstabil ketika digunakan.

*Kempat*, hormon dan ekstrak kelenjar. Hormon dan ekstrak kelenjar alami yang sedang naik popularitasnya saat ini adalah ekstrak plasenta. Dalam kamus Ingredient Cosmetic, dinyatakan bahwa ekstrak plasenta adalah ekstrak yang berasal dari plasenta bayi yang baru lahir atau kita kenal sebagai tali puser atau ari-ari yang secara tradisional sering dikubur agar tidak digunakan untuk kepentingan yang melanggar agama. Namun, masih dalam kamus yang sama plasenta protein, plasenta enzim dan plasenta lipid adalah zat yang diambil dari plasenta hewan, seperti plasenta kambing, sapi dan babi. Ekstrak plasenta memiliki khasiat menstabilkan sistem hormonal sehingga zat ini dapat meningkatkan produksi susu, melancarkan haid, melancarkan peredaran darah, menstabilkan penderita menopause, meningkatkan kesuburan bagi pria dan wanita, bahkan dapat meningkatkan gairah seksual.

Selain itu, zat ini mengandung Senescent Cell Activating Factors (SCAF) sebagai biogenik stimulator yang dapat meningkatkan atau mempercepat dan reproduksi sel kulit dan meregenerasi sel yang rusak. Sedangkan karena kandungan asam aminonya yang tinggi, ekstrak ini dapat menyembuhkan penyakit yang berhubungan dengan sistem saraf.

Watanabe dkk (2002) menyatakan bahwa L-Triptopan yang diisolasi dari plasenta manusia memberikan aktivitas antioksidan yang baik dengan menghambat sel sitokrom P-450 yang terikat pada lipid peroksidasi. Enzim SOD dalam ekstrak tersebut berfungsi sebagai antioksidan. Jadi, ekstrak plasenta

ini harus diwaspadai sumbernya dan jika dari hewan perlu diwaspadai cara penyembelihannya dan jika dari produk mikrobial perlu diperhatikan titik kritisnya.

Dari keterangan titik kritis haram tadi, dapat ditarik kesimpulan bahwa terlepas masih peliknya tentang sertifikasi kehalalan makanan, tetapi sertifikasi halal kosmetika dan obat perlu menjadi perhatian serius. Jika para pakar Teknologi Resep atau ahli farmasi berdalih bahwa selama zat haram itu adalah obat yang baik, maka penggunaanya masih bisa ditoleransi, hal itu bisa dibetulkan dalam kondisi darurot sesuai apa yang disampaikan Dr. Yusuf Qordhowi dalam bukunya *Haram Haram fil Islam*, tetapi yang harus digaris bawahi, “selama ada zat yang memiliki khasiat yang sama dengan zat haram itu, maka tetap zat tersebut dinyatakan haram” mungkin inilah prinsip yang harus diterapkan jika sertifikasi obat dan kosmetik suatu saat diterapkan.

## Daftar Pustaka

- A. Pacific. Global Halal Industry: An Overview Global Islamic Finance Report, 2013 (2010), pp. 140-159
- Azam, M. S. E., & ABDULLAH, M. A. (2020). Global Halal Industry: Realities and Opportunities. *International Journal of Islamic Business Ethics*, 5(1), 47. <https://doi.org/10.30659/ijibe.5.1.47-59>
- A.M. Bohari, C.W. Hin, N. Fuad. (2013). The competitiveness of halal food industry in Malaysia: a SWOT - ICT analysis *Geografia: Malaysian Journal of Society and Space*, 9 (1) , pp. 1-11
- Bashir, A.M. (2019). Appalying the institutional theory at the level of halal consumer; the case of Cape Town in South Afrca. *J. Food Prod. Mark.* 25 (5), pp.527-548)
- Ihsan, A.H. (2010). *The Halal Index: Pig Based Pharmaceuticals*. Vol 1. National Library of Malaysia
- Johnson, G.D., Thomas, K.D., Grier, S.A. (2017). When the burger becomes halal: a critical discourse analysis of privilege and marketplace inclusion. *Consum. Mark. Cult.* 20, pp 497–522.
- Kohilavani, Wan Abdullah. (2021). Development of Safe Halal Food Management System (SHFMS). *Food Control Journal*. pp. 27.
- Mutum, D.S., Ghazali, E.M. (2014). Case study 4: IKEA malaysia and the halal food crisis. In *Marketing Cases from Emerging Markets*. Springer, Berlin Heidelberg, pp. 31–33
- Sohaib, M., Jamil, F. (2017). An insight of meat industry in Pakistan with special reference to halal meat: a comprehensive review. *Korean J. Food Sci. Animal Res.* 37 (3), 329–341
- Thomson Reuters. (2017). Outpacing the mainstream: state of the economy report 2017/18.
- Watanabe et al. (2002). *J. Nutr. Sci., Vitaminol.* 48(1); 36-39 3.

# **BAB 11**

## **PASAR PRODUK PANGAN DALAM INDUSTRI HALAL**

*Oleh Ahmad Munir Hamid, S.E., M.SEL.*

### **11.1 Pendahuluan**

Industri pangan merupakan sektor dengan pengeluaran muslim global terbesar, yakni sekitar USD 1.24 triliun pada tahun 2016 (Thomson Reuter, 2017). Selain itu, investasi pangan halal global juga terus mengalami peningkatan. Seperti perusahaan ritel halal dunia, Lulu Hypermarket yang dimiliki oleh pengusaha asal Abu Dhabi yang menjual berbagai produk halal lebih dari 110 merek dagang dunia (www.perkosmi.com, 2018).

Al-Qur'an dan Hadits sebagai sumber hukum Islam secara jelas menetapkan bahwa ada ketentuan halal dan haram bagi umat Islam. Pangan, obat dan kosmetik, sebagian ada yang halal dan ada pula yang haram dikonsumsi atau digunakan. Begitu pula dengan produk kimia biologis dan rekayasa genetik, dan/atau produk lainnya, sering dijumpa keraguan mengenai halal-haramnya. Al-Qur'an dan Hadits adalah panduan bagi umat Islam untuk senantiasa mengonsumsi makanan dan barang yang halal.

Halal kini tidak lagi hanya murni urusan agama. Dalam kehidupan masyarakat dunia, halal menjadi simbol global yang mencerminkan jaminan kualitas dan pilihan gaya hidup. Karena dalam bisnis, produk berlabel halal dapat membuat keuntungan yang signifikan bagi produsen (Supriyadi, 2009). Dalam hal ini produsen dan pedagang menggunakan sertifikat halal dan logo sebagai cara untuk menginformasikan dan meyakinkan konsumen

bahwa produk mereka berkualitas dan layak dikonsumsi sesuai aturan agama.

Pertumbuhan dan perkembangan bisnis produk halal dipengaruhi oleh daya saing yang unggul dan produk yang kompetitif. Dalam membangun iklim industri yang sehat, jika pengembangan kekuatan industri produk halal dalam negeri baik dan mampu memanfaatkan peluang yang ada, tentunya akan mampu menjawab tantangan industri produk halal dalam negeri.

## **11.2 Ruang Lingkup Produk Halal**

Islam mengatur semua hal tentang kehidupan manusia. Semuanya tertuang dalam al-Qur'an, sebuah pedoman menjalani kehidupan bagi umat, sebagai rahmatan lil alamîn, termasuk mengenai aturan dalam mengonsumsi sesuatu. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam alQur'an: "Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu." (QS. alBaqarah/2:168).

Ayat di atas memerintahkan agar manusia hanya mengonsumsi produk halal. Dalam Islam, halal dan baik adalah dua hal yang tidak bisa dipisahkan. Keduanya berpengaruh besar dalam pembentukan psikis dan fisik manusia, begitu juga perilaku dan pembentukan akhlak. Hal ini menjadi tolak ukur dari cerminan penilaian awal yang mempengaruhi perilaku seseorang, karena makanan dan minuman bagi umat Islam tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan secara lahiriah saja, akan tetapi juga bagian dari kebutuhan spiritual yang mutlak dipenuhi (Al Ghazali. 2002).

Berkenaan dengan hal ini, Imam al-Ghazali mengumpamakan urusan makanan dalam agama, ibarat fondasi pada sebuah bangunan. Menurutnya, jika fondasi itu kuat dan kokoh, maka bangunan itu pun akan berdiri tegak dan kokoh.

Demikian sebaliknya, apabila pondasi itu lemah dan rapuh, niscaya bangunan itu pun akan ambruk dan runtuh. Secara etimologi, halal berarti melepaskan, menguraikan, membubarkan, memecahkan, membebaskan dan membolehkan. Sedangkan secara terminologi, kata “halal” adalah sesuatu dengannya terurailah buhul yang membahayakan, dan Allah memperbolehkan untuk dikerjakan (Qardhawi, 2000). Halal juga dapat diartikan sebagai sesuatu yang bebas dari komponen yang dilarang bagi umat muslim untuk mengonsumsinya (Zakaria, 2008).

Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal memuat beberapa definisi yang dapat menjadi rujukan dalam mengartikan produk halal. Produk adalah barang dan/atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang berharga yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat. Sedangkan produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syari’ah Islam. Seiring perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, produk diolah dari berbagai bahan mentah dan baku dengan berbagai teknik dan metode modern sehingga produk jadi yang dihasilkan sulit untuk ditelusuri kehalalannya.

Untuk itulah pemeriksaan dan sertifikasi halal produk menjadi sangat penting. Melalui sertifikasi halal, status kehalalan suatu produk dapat diketahui secara pasti sehingga kepentingan konsumen muslim untuk memilih produk sesuai syari’ah Islam akan terjamin. Sertifikasi halal juga merupakan bentuk perlindungan Pemerintah dalam memberikan ketentraman batin bagi masyarakat.

### **11.2.1 Konsep Halal dalam Islam**

Menurut Ali (2016) halal adalah sesuatu yang diperbolehkan oleh syariat untuk dilakukan, digunakan atau diusahakan karena telah terurai tali atau ikatan yang mencegahnya dari unsur yang membahayakannya dengan disertai perhatian cara

memperolehnya. Dalam hal kaidah, kehalalan suatu benda merupakan hukum asal. Jumhur (mayoritas) ‘ulama sepakat untuk menetapkan kaidah “al-ashlu al-asya’i al-ibahah” yang artinya hukum asal suatu benda adalah boleh. Dimana, lawan dari kata halal adalah haram, yakni segala sesuatu yang dilarang oleh agama. Sehingga suatu benda sebenarnya boleh dikonsumsi sampai ada dalil yang mengharamkannya. Dalam Islam, haram dipandang dari dua sudut: pertama, dari segi batasan dan esensinya. Kedua, dari segi bentuk dan sifatnya (Dahlan, 1996).

### **11.2.2 Kriteria Makanan Halal dalam Islam**

Pada dasarnya semua makanan dan minuman yang berasal dari tumbuhan, berupa sayur-sayuran, buah-buahan dan hewan adalah halal, kecuali yang beracun dan membahayakan nyawa manusia (Kementerian Agama, 2003). Islam sendiri menyebutkan beberapa kategori makanan halal dan haram, yakni antara lain:

1. Tidak mengandung unsur haram yang telah disebutkan dalam Al-qur’an. Yakni: bangkai (kecuali bangkai belalang dan ikan); darah (kecuali hati dan limpa); semua yang berasal dari babi; hewan yang tanpa nama Allah; yang tercekik; yang terpukul; yang jatuh; yang ditanduk; dan diterkam binatang buas (Q.S Al-Maidah:3).
2. Semua tumbuhan pada dasarnya adalah halal, kecuali yang memiliki sifat najis, bercampur najis, berbahaya, memabukkan, atau segala sesuatu yang terkait dengan hak milik orang lain (Sabiq, 1990).
3. Khamr atau makanan dan minuman yang berpotensi memabukkan seperti minuman keras, alkohol, narkoba, ganja dan lain-lain.
4. Memperhatikan aspek thayyib. Pemenuhan keduanya harus seimbang, tidak boleh timpang. Secara umum, thayyib berarti sesuatu yang baik. Kebaikan dari suatu makanan adalah yang bukan dibenci oleh tubuh dan tidak

- mendatangkan madharat (kerugian) bagi tubuh (Thihmaz, 2001).
5. Pada konsumsi hewan yang harus disembelih terlebih dahulu, maka ada beberapa syarat dalam penyembelihan hewan yang sesuai syariat (Sholeh, 2015), yakni: Orang yang menyembelih beragama Islam, etika menyembelih harus membaca basmalah, Alat pemnyembelihan harus tajam, penyembelihan hewan ternak harus memutuskan saluran pernafasan, saluran makanan, dan urat nadi.
  6. Makanan dan minuman yang diperoleh dengan cara yang batil.

**Tabel 11.1** Tingkatan risiko keharaman bahan

| <b>No.</b> | <b>Tingkat risiko</b> | <b>Keterangan</b>                                                                                                                                                                                                                              |
|------------|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.         | Risiko Rendah (L)     | Produk atau bahan mentah yang tidak mengandung bahan yang dilarang oleh syari'ah agama Islam, dan dalam bentuk tunggal tanpa campuran serta tanpa bahan tambahan.                                                                              |
| 2.         | Risiko Menengah (M)   | Produk atau bahan mentah yang dibuat dari bahan dasar yang tidak diragukan kehalalannya, namun dalam bentuk campuran dan atau diberi bahan tambahan, dan atau melalui proses yang dikhawatirkan terbentuk dan atau terkontaminasi bahan haram. |
| 3.         | Resiko Tinggi (H)     | Produk atau bahan mentah yang terbuat dari bahan dasar yang bahaya ketidakhalalannya sangat tinggi, terutama produk yang berasal berasal dari hewan baik dalam bentuk segar (seperti daging, lemak, dan sejenisnya),                           |

|    |           |                                                                                                                 |
|----|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |           | maupun produk kompleks seperti minyak hewan, gelatin dan sejenisnya, termasuk juga produk khamr dan turunannya. |
| 4. | Forbidden | Semua produk atau bahan mentah yang                                                                             |

Sumber: Apriyantono (2005)

Menurut Sholeh (2015), makanan yang dikonsumsi dapat memberikan dampak yang sangat besar bagi kehidupan, antara lain yakni:

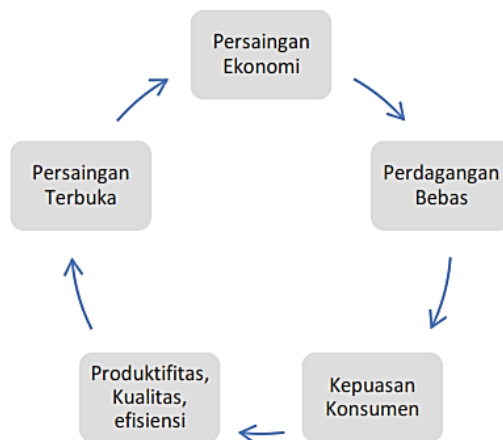
1. Dapat mempengaruhi pertumbuhan fisik dan kecerdasan akal
2. Dapat mempengaruhi sifat dan perilaku manusia
3. Dapat mempengaruhi anak-anak yang akan dilahirkan
4. Dapat mendorong manusia untuk melakukan perbuatan tertentu
5. Dapat mempengaruhi diterima atau ditolaknya suatu ibadah dan doa seorang hamba
6. Dapat mempengaruhi kehidupan di alam akhirat

Halal-Thayyib dan kaitannya dengan konsep masalah secara istilah diartikan mengambil manfaat dan menolak madharat (bahaya) dalam rangka memelihara tujuan syara' (hukum Islam) (Harun, 2009). Dalam mencapai masalah, ada lima hal yang perlu dijaga yakni agama, jiwa, akal, keturunan dan harta. Dalam kaitannya dengan konsep halal-thayyib, menjaga segala sesuatu yang akan dikonsumsi oleh tubuh baik makanan maupun minuman, sangat penting dalam menjaga jiwa (menjaga jiwa) dan akal (*hifdzul 'aql*).

### 11.2.3 Tantangan Era Perdagangan Bebas

Globalisasi perekonomian mengharuskan penghapusan seluruh batasan dan hambatan terhadap arus modal, barang dan jasa. Ketika globalisasi ekonomi terjadi, batas-batas suatu negara akan menjadi kabur dan keterkaitan antara ekonomi nasional dengan perekonomian internasional akan semakin erat. Ini akan memungkinkan suatu negara dengan negara lain saling bergantung dan dapat saling menguntungkan satu sama lainnya, dan salah satu bentuknya adalah ketergantungan dalam bidang ekonomi.

Kesiapan menghadapi perdagangan bebas makin dirasakan urgensinya saat ini sebagai tulang punggung perekonomian bangsa. Dalam logika perdagangan bebas, persaingan terbuka yang dihasilkan dalam membuat berbagai kebijakan ekonomi akan mengembangkan efesiensi, produktifitas dan kualitas yang terbaik sehingga dapat memuaskan konsumen.



**Gambar 11.2** Logika Perdagangan Bebas  
Sumber: Bahajigo (2006)

Dalam era perdagangan bebas, halal menjadi syarat penting dalam menembus pasar global. Mempertahankan dan mengembangkan industri pangan halal dalam negeri dilakukan melalui revitalisasi sertifikasi produk halal sehingga Indonesia mampu berkompetisi pada market global. Logika perdagangan bebas akan mempengaruhi bagaimana sertifikat halal berkembang mempengaruhi bisnis produk halal. Diskursus bisnis produk halal telah menjadi isu yang dibahas pada sidang regular World Trade Organization (WTO), diikuti sekitar 100 negara di dunia. Sejak tahun 2010 isu tentang produk halal selalu menjadi agenda rutin pembahasan.

Tanpa mentalitas yang tangguh, materi yang memadai dan substansi yang terpenuhi maka segala potensi, sumber energi, komoditi dan sumber daya yang kita miliki akan sulit bersaing pada era globalisasi ini. Ini akan menjadi kebutuhan akan terwujudnya kesiapan yang handal, tangguh serta unggul dalam bisnis produk halal.

### **11.3 Pengembangan Aspek Ekonomi Produk Halal**

Berkembangnya gaya hidup halal, mendorong tumbuhkembangnya berbagai kebijakan dan menjadikan halal sebagai kebutuhan utama masyarakat dunia. Dari aspek ekonomi, produk halal mempengaruhi geliat bisnis, baik domestik maupun ekspor. Halal telah mempengaruhi pertumbuhan dan perkembangan beberapa hal.

Pertama. sertifikat halal mampu menambah daya saing. Produk bersertifikat halal dapat memberikan nilai tambah, tak hanya dari sisi kesehatan, tetapi juga mempunyai keunggulan dibidang ekonomi. Sertifikat halal memberikan daya saing, sehingga secara otomatis juga berfungsi sebagai alat pemasaran. Di sisi lain, produk bersertifikat halal mampu memberikan nilai ekonomi yang tinggi. Sertifikat halal menjadi salah satu instrumen

penting dalam mendapatkan akses pasar yang lebih luas dan akan memperkuat daya saing produk domestik di pasar internasional.

Bagaimanapun, produsen harus memastikan dengan sebenar-benarnya bahwa produk yang beredar tidak merugikan konsumen. Dalam hal ini, produsen, penyalur, dan penjual harus memiliki hati nurani untuk tidak merugikan konsumen. Hal ini sangat penting untuk diperhatikan, sebab jika konsumen dirugikan, maka produsen dan penyalur serta penjual harus bertanggungjawab, pertanggungjawaban ini bukan saja dari aspek hukumnya, tetapi juga aspek sosial dan moralnya (Pieris, 2007). Jelas, produk halal tidak hanya menggerakkan nadi perekonomian, lebih dari itu produk halal telah mendorong para pelaku usaha melakukan ekspansi usaha yang membuka ribuan lapangan pekerjaan. Bukan hanya luas jangkauan bisnis yang berkembang, namun juga mendorong tumbuhkembangnya etos kerja.

Kedua, meningkatnya pasar produk halal. Kuantitas konsumen muslim yang besar tentunya akan memberikan peluang yang besar pula untuk berkembangnya industri produk halal. Industri makanan halal memberikan jaminan keamanan pangan halal bagi konsumen sesuai dengan ketentuan syari'ah Islam. Produsen pangan dunia akan berupaya mengembangkan dan meningkatkan produksi produk halal untuk mengisi pasar dunia (Heidarzadeh, 2011). Pasar produk halal yang berkembang pesat menyebabkan makin bertambahnya pengusaha muslim maupun non-muslim dalam industri produk halal. Industri produk halal menunjukkan pertumbuhan yang luar biasa. Dengan populasi muslim global sebesar 1,8 miliar, pasar untuk produk halal diperkirakan sebesar US \$ 547 miliar per tahun. Tren ini diperkirakan akan meningkat menjadi USD 2,1 triliun seiring laju market pangan global (<http://www.dagangasia.net/articles>, 2011).

Industri makanan halal juga berkembang di negara-negara yang memiliki populasi umat Islam yang sedikit, seperti Australia, Amerika Serikat dan negara-negara Eropa. Ketertarikan

masyarakat non-muslim mengkonsumsi daging berlabel halal didorong oleh faktor kualitas daging yang dinilai kaya rasa, lebih lembut, dan diyakini lebih aman dan lebih higienis. Inggris juga membangun Super Halal Industrial Park (SHIP) di wilayah South Wales yang akan menjadi pusat produk halal di kawasan Eropa.

Fakta ini menandakan bahwa perdagangan produk halal dalam satu dekade terakhir berkembang luar biasa pesat. Ekspor produk halal asal Indonesia diharapkan dapat meningkat seiring dengan meningkatnya pertumbuhan permintaan produk halal dunia. Sudah saatnya bagi produk halal dari Indonesia bersaing memasuki pasar potensial seperti Asia Pasifik dan Afrika.

Ketiga, pembangunan di bidang lain yang mendukung industri produk halal. Meningkatnya produksi produk halal dan pertumbuhan pasar produk halal global, membutuhkan proses penanganan yang semakin cepat. Dalam hal ini, peningkatan teknologi dibidang produk halal, menjadi strategi yang mampu memacu jumlah layanan sertifikasi halal, terutama pengembangan teknik sains modern dalam pendeteksian makanan halal dan teknologi informasi yang memudahkan akses komunikasi dalam sertifikasi halal. Pengembangan teknologi dibidang produk halal dapat mendukung upaya promosi produk halal domestik pada market global dan meningkatkan kepatuhan pengusaha pangan memenuhi persyaratan sertifikasi halal.

Pariwisata syari'ah juga merupakan bidang yang dapat dikembangkan beriringan dengan program sertifikasi halal. Pariwisata Syari'ah adalah kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syari'ah. Beberapa negara dunia, seperti Thailand, Australia, dan Amerika, yang selama ini kurang memperhatikan perkembangan wisata syari'ah, mulai merancang strategi untuk menghimpun potensi wisata syari'ah. Disini, kemajuan industri produk halal menjadi kunci dalam pengembangan wisata syari'ah.

Konsep wisata syari'ah, seperti Hotel Sofyan dengan seluruh jaringan Hotel Sofyan mulai menghentikan kebiasaan lama di perhotelan yang sering menyuguhkan minuman beralkohol.

Keempat, meningkatnya promosi produk halal. Perkembangan produk halal juga telah membuka pintu secara luas bagi perusahaan dan lembaga pemeriksa produk halal menyediakan layanan informasi dan komunikasi bagi konsumen melalui media radio, televisi dan internet. Di sini kita melihat bahwa pesatnya perkembangan pasar produk halal didukung oleh ekonomi modern yang dinamis, ditandi salah satunya dengan gencarnya promosi dibidang produk halal. Pada saat bersamaan, besarnya potensi sertifikasi halal, telah mendorong perusahaan pangan untuk memenuhi persyaratan bisnis dari pemberi order. Dalam kata lain, para produsen terus meningkatkan kapasitas dan kompetensi bidang halal sesuai dengan permintaan pasar umat Islam.

Jadi, promosi produk halal merupakan hal yang saling sejalan dengan perkembangan sertifikasi halal. Tanpa mentalitas yang tangguh, materi yang memadai dan substansi yang terpenuhi, maka segala potensi, sumber energi, komoditi dan sumberdaya yang kita miliki akan sulit bersaing pada era globalisasi ini. Ini akan menjadi kebutuhan akan terwujudnya kesiapan yang handal, tangguh serta unggul dalam pengembangan industri produk halal.

## **11.4 Strategi Pengembangan Industri Produk Halal**

Negara menjamin warga negaranya menjalankan ibadah sesuai dengan keyakinannya, ini merupakan hak konstitusional warga negara. Sehubungan dengan jaminan tersebut, maka tersedianya makanan minuman, obat, kosmetik, produk kimia biologis, dan produk rekayasa genetik yang terjamin kehalalannya menurut syari'ah, bagi masyarakat Indonesia yang beragama Islam,

merupakan bagian yang tak terpisahkan dari ibadah, sehingga produk yang dikonsumsi oleh masyarakat tersebut perlu dijamin oleh undang-undang.

Tumbuhnya kesadaran masyarakat terhadap kehalalan produk yang dikonsumsi merupakan salah satu indikasi peningkatan kesadaran beragama di masyarakat. Peningkatan kesadaran perlu seiring dengan upaya peningkatan pelayanan pemerintah mengenai perlindungan dan penyuluhan jaminan produk halal. Hak-hak tersebut merupakan hak yang sudah melekat bagi siapapun yang berkedudukan sebagai konsumen, sekaligus sebagai subyek.

Perumusan strategi yang tepat dapat mengatasi kelemahan industri produk halal dalam negeri dan menjadi langkah solusi dalam pemecahan permasalahan-permasalahannya. Oleh karena itu kurangnya tenaga ahli di bidang produk halal, minimnya pengetahuan masyarakat tentang produk halal, dan sarana prasarana serta perangkat teknologi yang belum mendukung, harus segera teratasi. Dalam sosialisasi dan edukasi produk halal misalnya, Pemerintah bersama dan semua Organisasi Masyarakat Islam dapat meningkatkan aksi gerakan masyarakat sadar halal secara aktif.

Berdasarkan pemetaan seperti yang diurai diatas, dapat dirumuskan beberapa strategi pengembangan industri produk halal Indonesia sebagai berikut:

- 1) Membangun Sumber Daya Manusia yang berkeahlian di bidang produk halal. Penyelenggaraan aksi gerakan masyarakat halal di Indonesia belum mencapai semua lapisan dan tingkat masyarakat, juga disebabkan karena jumlah SDM di bidang produk halal sangat kurang, sehingga narasumber dan tenaga penyuluh belum sebanding dengan jumlah masyarakat muslim Indonesia.
- 2) Menggiatkan aksi komunikasi, informasi dan edukasi di bidang produk halal dengan semua elemen masyarakat

- sehingga jumlah masyarakat sadar halal akan semakin meningkat.
- 3) Meningkatkan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang penelitian dan pengembangan produk halal; dngan membangun Halal Center sebagai pusat penelitian dan pengembangan di bidang produk halal bisa menjadi salah satu program yang mendukung hal ini.
  - 4) Mengkoordinir produksi dan distribusi produk halal. Adanya koordinasi satu pihak dari bisnis produk halal dalam negeri, dapat membuat kebijakan masing-masing instansi tidak akan saling tumpang tindih, sehingga satu suara dalam menggerakkan pelaku usaha dibidang industri produk halal.
  - 5) Menguatkan peran komunitas halal. Komunitas halal yang sudah makin kian terbentuk, harus dikuatkan perannya oleh pemerintah sehingga mampu menjaring produsen dan konsumen mengembangkan industri produk halal.
  - 6) Membangun jaringan perdagangan produk halal dalam dan luar negeri. Menghadapi kompetisi yang semakin kuat di pasar global, perlu peran serta pemerintah menciptakan jaringan bisnis bagi pelaku usaha produk halal, terutama bagi UMKM, seperti menjalin kerjasama internasional dalam bisnis produk halal.

Dalam hal ini penekanan strategi dilakukan dengan mengedepankan pada pembangunan aspek industri produk halal domestic dan menciptakan jaringan bisnis pada market global yang akan menumbuhkembangkan industri produk halal Indonesia merajai market global. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan efektifitas, efisiensi, dan keberlanjutan dalam pembangunan industri produk halal serta membuat prioritas pembangunan menjadi rasional dan tepat sasaran. Karena itu pelibatan masyarakat dalam proses pengembangan industri

produk halal menjadi sangat penting dalam rangka mengoptimalkan sumber daya yang ada serta menciptakan iklim komunikasi yang baik antara pemerintah dan masyarakat.

## Daftar Pustaka

- Supriadi, Y. (2009). Pengaruh kebijakan labelisasi halal terhadap hasil penjual anproduk. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Al Ghazali, I. (2002). Benang Tipis antara Halal dan Haram. Surabaya: Putra Pelajar,. 4. Qardhawi, Yusuf. Halal dan Haram dalam Islam, (terjemahan). Surabaya: Era Intermedia.
- Kordnaeij, A. (2003). Studying Affecting Factors on Customers' Attitude toward Products with Halal Brand. Tarbiat Modares University, International Research Journal of Applied and Basic Sciences, ISSN 2251-838X/ Vol 4 (10), Department of Management, 3138-3145.
- Ariff. (2009). Importance of halal certification. Diunduh dari <http://www.halaljournal.com/article/4262/importance-of-halal-certification>.
- Mardikanto. Sertifikasi halal akan menggairahkan dunia usaha, tp, Berita BSN 28 Februari 2014.
- Ibid Kotler Ph, Keller KL. (2010). Marketing Management, 14 Edition, New York: Prentice Hall.
- Yaqub, A. M. (2013). Kriteria Halal dan Haram untuk pangan, obat dan kosmetika menurut al\_Qur'an dan Hadits. Jakarta: Pustaka Firdaus.
- Rambe. Afrika Selatan Muncul Sebagai Pemimpin Industri Halal. <http://www.arahmah.com/news/2013/03/17/afrika-selatan-muncul-sebagai-pemimpin-industri-halal.html>
- Eika. (2012). Sertifikasi halal di Inggris. Rubrik Dunia Islam Majalah Percikan Iman.
- LP POM MUI. (2003). Pengukir Sejarah Sertifikasi Produk Halal," LP POM MUI.

- Pieris, J. et all. (2007). *Negara Hukum dan Perlindungan Konsumen: Terhadap Produk Pangan Kadaluwarsa*. Jakarta: Pelangi Cendekia.
- Dagang Asia Net The Emerging of Global Halal Market. (2011).  
<http://www.dagangasia.net/articles>
- Heidarzadeh, K. (2011). Intention To Halal Products In The World Markets. *Interdisciplinary Journal of Research in Business*. Tehran: Department of Business Management, Science and Research Branch Islamic Azad University Vol. 1.
- Wijayanta, H.W.Y. (2012). Menengok Label Halal di Berbagai Negara,  
<http://www.forum.co.id/forum/redaksi/961230/30forsus4.html>

# **BAB 12**

## **FASHION, MEDIA DAN REKREASI HALAL**

***Oleh Fitria Nurma Sari, S.E., S.Sos., M.SEL.***

### **12.1 Pendahuluan**

Sejak pertama kalinya muncul di Indonesia di Tahun 1991 dengan berdirinya Bank Muamalat, hingga sampai pada perkembangannya saat ini, perbankan syariah pun memantik percepatan pertumbuhan sektor-sektor industri berbasis syariah lainnya. Seperti kategori industri halal makanan dan minuman, gaya pakaian atau fashion, pariwisata, media dan hiburan, serta farmasi dan kosmetik. Pada proses laju pertumbuhan ekosistem industri halal yang tergolong pesat di Indonesia itu tidak luput dari adanya campur tangan kebijakan pemerintah yang mendorong pertumbuhan ekosistem industri halal dengan langkah besar yang dilakukan oleh Kementerian Perindustrian yaitu membentuk Pusat Pengembangan Industri Halal Indonesia.

Langkah tersebut saja tidak cukup untuk membuat Indonesia yang merupakan negara dengan penduduk mayoritas muslim ini menjadi penguasa pasar industri halal dunia. Menurut (Gunawan *et al.*, 2022) terdapat empat langkah strategis yang dapat dilakukan Indonesia untuk dapat menguasai pasar halal dunia: (1) mengembangkan riset halal dan meningkatkan substitusi impor; (2) membangun kawasan halal yang terintegrasi dengan fasilitas logistik halal; (3) membangun sistem informasi halal termasuk mempercepat proses penyelesaian sertifikat halal; (4) meningkatkan kontribusi produsen-produsen produk halal,

baik skala mikro, menengah maupun besar untuk ekspor produk halal ke seluruh dunia (global halal value chain).

Strategi tersebut dapat disesuaikan dengan data perkembangan industri halal yang telah di rilis oleh KNEKS (Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah) dimana per 2022 diketahui bahwa segmen terbesar dengan persentase 43% adalah industri makanan dan minuman halal, segmen urutan kedua adalah fashion serta media dan rekreasi halal persentasenya 23%, menyusul posisi ketiga pariwisata sebesar 8%, dan terakhir farmasi dan kosmetik sebesar 12% (KNEKS, 2022). Pada chapter 13 kali ini akan dibahas mengenai fokus bidang halal fashion, serta media dan rekreasi halal untuk menggambarkan konsep, laju perkembangan dan tantangan kedepan dalam industri fashion halal, serta media dan rekreasi halal.

## **12.2 Konsep Fashion, Media dan Rekreasi Halal**

Kata halal dan haram adalah istilah dalam Al-Qur'an yang digunakan di banyak tempat. Terdapat berbagai konsep, yang sebagian besar berhubungan dengan makanan dan minuman. Halal sendiri didefinisikan sebagai segala sesuatu yang diperbolehkan menurut hukum Islam, secara istilah halal memiliki beberapa makna (i) melakukan, (ii) menggunakan, atau (iii) mencoba karena tali atau pengikatnya telah dilepaskan dari unsur-unsur yang membahayakannya kemudian cara mendapatkan elemennya bukan dari hasil muamalah yang diharamkan (Martiana, Maesyaroh and Sobar, 2018). Lantas bagaimana konsep mengenai kehalalan produk fashion, media dan rekreasi halal yang sesuai dengan syariat Islam, berikut penjelasannya.

### **12.2.1 Fashion Halal**

Islam adalah agama yang sempurna, yang mengatur kehidupan umatnya dari yang paling kecil sampai paling besar termasuk gaya berpakaian atau fashion. Fashion halal adalah gaya berbusana

yang sesuai dengan syariat Islam dengan kriteria berikut (Sucipto, 2012):

- a. Larangan bagi laki-laki untuk menggunakan emas dan sutera.

حَدَّثَنَا قُتَيْبَةُ بْنُ سَعِيدٍ حَدَّثَنَا اللَّيْثُ عَنْ يَزِيدَ بْنِ أَبِي حَبِيبٍ عَنْ أَبِي أَلَفٍ الْهَمْدَانِيِّ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ زُرَيْرٍ يَغْنِي الْعَاقِفِيُّ أَنَّهُ سَمِعَ عَلِيَّ بْنَ أَبِي طَالِبٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ يَقُولُ إِنَّ نَبِيَّ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَخَذَ خَرِيرًا فَجَعَلَهُ فِي يَمِينِهِ وَأَخَذَ ذَهَبًا فَجَعَلَهُ فِي شِمَالِهِ ثُمَّ قَالَ إِنَّ هَذَيْنِ حَرَامٌ عَلَى ذُكُورِ أُمَّتِي (رواه أبو داود)

Ali bin Abi Thalib meriwayatkan bahwa beliau melihat Nabi Muhammad SAW mengambil sutra dan meletakkan di sebelah kanan dan emas di sebelah kiri beliau kemudian bersabda: “Sesungguhnya kedua ini haram atas kaum pria umatku.” (HR Abu Dawud).

Berdasarkan hadist di atas para ulama sepakat mengharamkan emas dan sutera untuk dipakai oleh laki-laki, sedangkan perempuan diperbolehkan.

- b. Tidak Transparan Dan Tidak Membentuk Lekuk Badan.  
Tujuan Pakaian diciptakan adalah untuk menutup aurat dan menghilangkan fitnah bagi perempuan. Tujuan ini tidak akan tercapai bila wanita memakai pakaian yang tipis dan mengundang syahwat lain jenisnya. Oleh karena pakaian wanita Muslimah atau halal harus longgar, dan tidak ketat. Selain itu, Yusuf Qardhawi juga menambahkan bahwa Islam mengharamkan bagi wanita untuk mengenakan pakaian yang ketat dan membentuk lekuk tubuh mereka. “Ada dua golongan penghuni Neraka, yang belum pernah aku lihat, yaitu (1) Suatu kaum yang memegang cambuk seperti ekor sapi. Mereka mencambuk manusia dengannya. Dan (2) wanita-wanita yang berpakaian tetapi telanjang, ia berjalan menggoyangkan (bahu dan punggungnya) dan rambutnya (disasak) seperti punuk unta yang condong. Mereka tidak akan masuk Surga dan tidak akan

mencium aroma Surga, padahal sesungguhnya aroma Surga itu tercium sejauh perjalanan sekian dan sekian.”

- c. Tidak menyerupai pakaian laki-laki bagi perempuan dan begitu pula sebaliknya.

Islam melarang perempuan memakai pakaian laki-lai dan laki-laki memakai pakaian menyerupai pakaian perempuan. Bahkan rasulullah melaknat laki-laki yang menyerupai perempuan dan perempuan menyerupai laki-laki, baik itu cara bicara, bertingkah, berjalan, berpakaian dan lain-lain. “Dari Abi Hurairah RA ia berkata Rasulullah shallahu a’laihi wassalam mengutuk laki laki yang memakai pakaian perempuan dan perempuan yang memakai pakaian laki laki.”

- d. Tidak Menyerupai Pakaian Orang Kafir

Terdapat beberapa jenis atau bentuk pakaian non-muslim yang terlarang digunakan oleh muslim yaitu pakaian yang merupakan simbol atau ciri khas dari non-muslim seperti bentuk topi yang digunakan oleh yahudi. Tujuan dilarang oleh Islam, karena dikhawatirkan memberi dampak negative pada akidah , keimanan dan akhlaq. Bahkan MUI menjelaskan, menyerupai pakaian orang kafir adalah memakai atribut mereka. Sebagaimana disebutkan dalam fatwa MUI Nomor 56 Tahun 2016 Tentang Hukum menggunakan Atribut Keagamaan Non-Muslim atribut keagamaan adalah suatu yang dipakai dan digunakan untuk menajdi identitas, ciri khas atau tanda tertentu dari suatu agama tertentu, baik terkait dengan keyakinan, ritual ibadah, maupun tradisi dari agama tertentu.

“Barang siapa menyerupai suatu kaum, maka ia termasuk dari golongan mereka.” (HR. Abu Dawud)

- e. Pakaian Tersebut Tidak Berbentuk Pakaian Syuhrah (Sensasi).

Secara bahasa syurah memiliki arti sesuatu yang tampak dan menyebar, maksudnya adalah tampaknya sesuatu yang berbeda di antara manusia lainnya yang menyebabkan dia menjadi pusat perhatian. Sedangkan secara istilah, syuhrah memiliki makna semua pakaian yang dikenakan untuk mencuri perhatian orang-orang yaitu dengan tampil beda di antara mereka, seperti mengenakan pakaian dengan warna yang mencolok atau mode pakaian yang aneh, sehingga ia menjadi pusat perhatian karena keluar dari kebiasaan banyak orang, baik karena pakaiannya berharga mahal untuk menampakkan kesombongan maupun karena kesederhanaannya dengan tujuan menampakkan kesan zuhud dan riya. Jadi Syuhrah disini adalah pakaian yang dipakai untuk menarik perhatian orang dengan tujuan untuk sombong, jadi standarnya adalah niat dari seorang pengguna.

### **12.2.2 Media dan Rekreasi Halal**

Media dan hiburan merupakan bidang yang paling dekat dengan manusia, dan tidak dapat dipisahkan dari aktivitas manusia dalam kehidupan sehari-hari. Media sebagai tempat penyalur informasi dan hiburan. Dalam fungsinya sebagai sarana hiburan, unsur halal harus melekat pada media dan hiburan karena potensinya tidak hanya dari segi pendapatan tetapi juga dari segi integritas dan edukasi bagi masyarakat. Kedua hal tersebut berdampak besar pada setiap aspek kehidupan manusia, termasuk pada aspek moral dan sosial masyarakat. Meski sektor industri media dan hiburan halal masih tergolong tertinggal, potensi dan pengaruhnya di masa depan akan sangat besar, bahkan bisa mempengaruhi percepatan pada perkembangan sektor industri halal lainnya. Secara singkat konsep kehalalan media dan rekreasi halal adalah segala hal konten dalam media massa yang bertujuan

untuk memberikan hiburan positif dan tidak mengandung unsur-unsur haram di dalamnya.

Orientasi tunggal yang harus dipegang kaum muslimin dalam menjalani kehidupan yaitu mewajibkan umatnya untuk mengabdikan seluruh hidupnya hanya untuk beribadah kepada Allah SWT. Namun Islam sesungguhnya adalah agama yang sangat menghormati realitas obyektif dan realitas konkret yang terdapat di sekitar dan dalam diri manusia, Islam bukanlah agama yang membelenggu manusia, Islam sangat memberikan keluasaan dan kelapangan bagi manusia untuk merasakan kenikmatan hidup. Seperti kesenangan dalam psikologis dan hiburan merupakan dua hal yang natural dalam diri manusia. Dengan begitu Islam tidak mengajarkan agar seseorang untuk menjauhi kesenangan dan hiburan.

Dalam Islam justru mengajarkan untuk mencari ketenangan, beristirahat, dan mencari hiburan bisa dilakukan dengan porsi yang sudah di sesuaikan. Islam juga tidak mengharamkan hiburan sama sekali, dan hukum yang berasal dari media dan rekreasi seperti contoh : game komputer atau game online pun diperbolehkan. Namun perlu diperhatikan dalam Game atau permainan akan menjadi haram ketika ada unsur-unsur haram di dalamnya.

## **12.3 Potensi dan Tantangan Perkembangan Industri Fashion, Media dan Rekreasi Halal**

### **12.3.1 Potensi dan Tantangan dalam Industri Fashion Halal**

Pertama akan dibahas terlebih dahulu secara singkat tentang sejarah lahirnya trend fashion halal. Sebelum menjamurnya fashion halal atau busana muslim, pada tahun 1970-1990 butuh nyali besar bagi seorang muslimah untuk menunjukkan identitasnya sebagai muslimah untuk menggunakan

hijab atau jilbab, sebab fashion halal atau muslim untuk perempuan identik dengan menggunakan jilbab.

Pelarangan hijab atau jilbab itu dirasakan oleh khusus para pelajar putri, kebijakan larangan tersebut diterbitkan oleh Dirjen Pendidikan dan menengah yang tertuang dalam Surat keputusan 052/C/Kep/D.82 tentang seragam sekolah Nasional pada 17 Maret 1982, yang berimbas pada pelarangan jilbab di sekolah. Namun larangan tersebut berhenti setelah dikeluarkannya Surat keputusan Bo. 100/C/Kep/D/1991 yang memberikan izin kepada para siswa yang beragama Islam untuk menggunakan pakaian yang didasarkan pada keyakinan. seiring dengan diberikannya izin untuk menggunakan hijab atau jilbab membuat para wanita muslim menjadi percaya diri untuk menunjukkan identitas sebagai muslimah dengan mengenakan pakaian muslimah. Hal ini terlihat dengan lahirnya brand- brand pakaian muslimah seperti Rabbani (1994), Zoya (2005), dan brand lainnya.

The State of the Global Islamic Economy Report 2019-2020 melaporkan bahwa konsumsi busana Muslim global telah mencapai \$283 miliar dan terus tumbuh, dengan perkiraan tingkat pertumbuhan rata-rata 6%. Hingga diperkirakan total belanja busana Muslim global diperkirakan mencapai \$402 miliar pada tahun 2024. Sedangkan konsumsi Indonesia sendiri masih sekitar \$21 miliar. Hal ini tentunya menunjukkan bahwa Indonesia masih memiliki peluang pasar yang sangat besar di pasar global maupun domestik (Baca, 2021). Selain itu performa ekspor Indonesia untuk industri fashion halal juga mengalami peningkatan semenjak 2012 – 2016 selalu masuk ke dalam 10 komoditas ekspor utama. Dan pada tahun 2019, Indonesia mampu mencatatkan nilai ekspor pakaian hingga USD 8,3 miliar (Katadata, 2021). Dengan potensi yang begitu besar, tak heran jika Indonesia ingin menjadi kiblat fashion dunia. Cara yang bisa ditempuh adalah dengan menjadi pusat produsen halal dunia dan fashion muslim.

Saat ini perkembangan trend fashion halal tidak terbatas kepada jilbab atau baju tetapi sudah meluas kepada aksesoris, sepatu, tas yang menjadi pendukung busana seorang muslim. Menurut Abdurrahman Navis (Wakil ketua Tahfidziya PBNU Jatim dalam Muflihini (2018) menyatakan bahwa Semakin luasnya dunia fashion menimbulkan kekhawatiran terkait bahan baku yang digunakan untuk membuatnya, apakah halal dan sesuai dengan syariat, meskipun masalah kehalalan fashion tidak sesulit makanan dan kosmetik. Kehalalan yang dimaksud dalam fashion halal menurut Aman Suparman (Direktur Utama PT Soka Cipta Niaga, produsen halal fashion yang fokus pada kaos kaki dan turunannya seperti manset, ciput, singlet, sarung tangan, dan pakaian dalam) adalah bahan baku yang digunakan untuk membuatnya mulai dari benang, kain, pewarna dan pelembut, proses produksi dan lingkungan produksi (DepokPos, 2021).

Mengingat hal tersebut perlu adanya sertifikasi halal untuk fashion untuk memastikan kehalalan produk tersebut sampai ke konsumen. Oleh sebab itu, untuk mendukung pertumbuhan dan perkembangan industri halal dalam hal ini fashion halal, pemerintah Indonesia mengeluarkan Undang-Undang Jaminan Produk halal No.33 Tahun 2014 dengan terbentuknya Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal(BPJPH) yang memiliki tugas untuk menjamin kehalalan suatu produk dan menerbitkan sertifikat halal dan diikuti dengan Penilaian kualitas standar produk berdasarkan Standar Nasional Indonesia (SNI) sertifikasi ISO (Internasional Organization for Standardization).

Perkembangan Halal fashion di Indonesia tentunya tidak terlepas dari potensi yang dimiliki di Indonesia, di antaranya :

- a. Tingginya permintaan dan kebutuhan masyarakat terhadap produk halal.
- b. Memiliki produk halal yang beragam
- c. Telah adanya kerangka hukum yang jelas
- d. Banyaknya penawaran dalam produk halal

e. Tinggi permintaan ekspor dunia akan produk halal

Dari penjelasan singkat di atas dapat kita Tarik sebuah benang merah bahwa halal fashion di Indonesia terus tumbuh dan berkembang dengan dukungan pemerintah yang sangat besar. Hal ini didukung dengan jumlah penduduk Indonesia mayoritas adalah muslim sehingga pangsa pasarnya juga cukup besar. Dengan jumlah penduduk dan pangsa pasar yang besar maka sudah sewajarnya Indonesia menjadi kiblat halal fashion dunia, meskipun saat ini masih berada di posisi ketiga di bawah UEA dan Turki.

Dibalik potensi yang tinggi dan pertumbuhan serta perkembangan halal fashion Indonesia tentunya terdapat tantangan yang harus dilalui untuk menjadi produsen utama atau kiblat halal fashion dunia. Tantangan dan hambatan tersebut diantaranya:

1. Persaingan dengan negara-negara lain yang jauh lebih maju, di mana persaingan tersebut bukan hanya antara sesama negara muslim tetapi juga dengan non-muslim. Oleh sebab itu Indonesia harus bisa memanfaatkan potensi yang cukup besar beserta kelebihan yang dimiliki supaya tidak kalah saing dengan negara lainnya, bila Indonesia gagal memanfaatkan potensi yang dimiliki maka tidak tutup kemungkinan Indonesia akan menjadi konsumen terbesar di dunia.
2. Belum adanya sertifikat halal yang berlaku secara global. Hal ini terjadi karena belum adanya kesepakatan antara negara khususnya negara OKI dalam menetapkan standar halal, masing-masing negara memiliki kriterianya sendiri. Sehingga perbedaan tersebut berdampak kepada tingkat kepercayaan konsumen. Oleh karena itu diperlukan standarisasi yang seragam tentang sertifikasi halal untuk menjamin kehalalan produk halal baik untuk produk di dalam dan luar negeri.

3. Kategorisasi produk halal fashion masih bergabung atau satu kesatuan dengan komoditas fashion secara umum, yang berakibat pada sulitnya untuk melihat perkembangan ekspor halal fashion.
4. Kurangnya halal awarenees (pemahaman akan produk halal) oleh masyarakat Indonesia, mereka menganggap semua produk yang sudah beredar di pasaran telah halal. Solusi dari masalah ini adalah dengan melakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat melalui seminar, pelatihan serta pameran tentang halal industri, dan memanfaatkan media cetak dan elektronik bahkan juga bisa menggunakan media sosial dengan membuat konten mengenai produk dan konsep industri halal.
5. Masih terdapat masalah dalam UU. No.33 tahun 2014 tentang Jaminan produk halal, di antaranya lambatnya pemerintah dalam mengeluarkan Peraturan pemerintah mengenai pelaksanaan UU JPH, ditemukannya dalam UU JPH dalam pasal 21 ayat 1 tentang pemisahan lokasi , tempat dan alat proses produk halal yang berpotensi menyusahkan pelaku usaha.
6. Masih rendahnya *raw material* dan teknologi yang masih kurang inovatif. Walaupun Indonesia potensi yang kaya namun sering kali berbanding terbalik dengan kenyataannya, masih banyak para produsen yang kesulitan karena kekurangan bahan baku utama untuk melakukan produksi, salah satunya usaha songket balapak khas Minangkabau, sering kali mereka kekurangan benang untuk melakukan kegiatan menenun songket karena kehabisan benang, bahkan menunggu impor pun butuh waktu lama.
7. Rendahnya atau lemahnya jiwa kompetisi di tengah masyarakat. Dengan kemajuan globalisasi dan diberlakukan MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN)

membuat barang luar negeri bisa dengan mudah masuk ke Indonesia begitu juga sebaliknya. Sehingga mau tidak mau produk lokal harus bersaing dengan produk asing, namun lucunya kesadaran masyarakat Indonesia masih rendah bahwa produk dalam negeri akan disingkirkan oleh produk asing, malah masyarakat Indonesia dengan bangga memakai produk luar negeri dan meninggalkan produk dalam negeri. Jadi tidak salah bila Indonesia menjadi negara paling konsumtif produk halal terbesar menurut State of Global Islamic report 2018 dengan tingkat pengeluaran mencapai USD 170 miliar.

8. Selama pandemi Covid-19 kegiatan produksi fashion mengalami kesulitan mobilitas dalam pemasaran dan pengiriman produk dan bahan baku akibat dari kebijakan pemerintah melakukan PSSB dan PPKM demi memutus mata rantai penyebab covid-19. Namun ada juga hikmahnya dengan pandemi para pelaku usaha halal fashion melakukan pemasaran secara online melalui platform digital sehingga masyarakat jadi aware akan brand lokal.

Perkembangan halal fashion di Indonesia terus tumbuh dan berkembang serta maju semua itu bisa terjadi berkat dukungan pemerintah yang sangat besar. Perkembangan ini didukung dengan jumlah penduduk Indonesia mayoritas adalah muslim sehingga pangsa pasarnya juga cukup besar. Dengan jumlah penduduk dan pangsa pasar yang besar maka sudah sewajarnya Indonesia menjadi kiblat halal fashion dunia, meskipun saat ini masih berada di posisi ketiga di bawah Uni Emirat Arab (UEA) dan Turki.

Namun masih ada tantangan yang harus dilalui Indonesia agar bisa menjadi kiblat halal fashion di dunia di antaranya persaingan yang ketat dengan negara-negara asing, belum adanya sertifikasi halal yang berlaku secara global, kategorisasi fashion halal yang masih bersatu dengan fashion umum atau konvensional,

masih terdapat masalah dalam UU JPH, masih rendah dan kurangnya raw material, lemahnya jiwa kompetisi masyarakat Indonesia, dan beradaptasi dengan pandemi covid-19. Agar Indonesia bisa menjadi kiblat halal fashion dunia, pemerintah harus memberikan perhatian optimal untuk membangun kawasan industri halal di Indonesia serta memperbaiki manajemen BPJPH dalam menerbitkan sertifikat halal.

### **12.3.2 Potensi dan Tantangan dalam Industri Media dan Rekreasi Halal**

Seperti pada penjelasan tentang konsep kehalalan dalam media dan rekreasi halal di bagian 13.2.2 bahwa media dan rekreasi/hiburan dalam Islam sebenarnya boleh-boleh saja. Selama media dan hiburan tidak membuat manusia melakukan perbuatan maksiat dan melupakan Allah SWT. Manusia akan dinilai melakukan perbuatan kejahatan dan dosa jika mereka mengonsumsi media dan hiburan dengan niat yang tidak bermoral atau untuk maksiat. Namun, jika mereka mengonsumsi kedua barang tersebut untuk kenyamanan jiwanya agar tetap mengabdikan kepada Allah SWT, maka mereka dianggap orang yang tunduk dan bertaqwa. Karena sebenarnya, tindakan setiap orang dinilai dari niatnya. Dalam H.R. Buhari, no. 1 dan H.R Muslim, no. 1907 tertulis yang artinya:

*“Sesungguhnya setiap amalan tergantung pada niatnya. Setiap orang akan mendapatkan apa yang ia niatkan. Siapa yang hijrahnya karena Allah SWT dan Rasul-Nya, maka hijrahnya untuk Allah SWT dan Rasul-Nya. Siapa yang hijrahnya karena mencari dunia atau karena wanita yang dinikahinya, maka hijrahnya kepada yang ia tuju.”*

Jika ditelisik lebih lanjut media dan hiburan halal bahkan dapat menjadi ajang bagi umat muslim untuk meningkatkan keimanan melalui konten-konten yang berbau islami. Media dan hiburan halal harus memberikan moral kepada penikmatnya di tengah semakin maraknya demoralisasi (Adi, 2020). Dapat

dianalogikan seperti mata air yang menyegarkan di tengah panasnya gurun pasir. Tentu, konten yang ditampilkan juga harus berisi konten yang ringan sehingga dapat dimengerti dan meningkatkan perhatian banyak orang. Selain itu, media dan hiburan halal juga dapat digunakan untuk menampilkan citra Islam dan umat Islam yang baik. Kita semua tahu bahwa ada banyak pendapat buruk tentang Islam dan Muslim saat ini. Persepsi ini bisa kita minimalisir dengan memberikan narasi yang baik tentang Islam dan umat Islam melalui media dan hiburan yang halal sehingga Islam dan umat Islam dapat menciptakan citra yang baik dimata orang-orang di sekitarnya.

Sehingga beberapa poin potensi industri media dan hiburan diantaranya :

**1. Media dan hiburan halal adalah salah satu industri yang punya potensi sangat besar.**

Dalam hal sirkulasi mata uang, media dan hiburan merupakan sektor yang paling potensial dengan pertumbuhan sebesar 5,5% per tahun. Menurut studi Dinard Standard bersama Thomson Reuters dan Dubai Capital of the Islamic Economy, pasar industri media dan hiburan halal secara global diperkirakan mencapai US\$232 miliar, melampaui capaian tahun 2017 atau 2018 yang hanya meraup sekitar US\$209 dan US\$220 miliar (Kumparan.com, 2022). Hal inilah yang harus segera dimaksimalkan oleh Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar, dengan persentase 86,88% penduduknya beragama Islam.

**2. Media dan hiburan halal berdampak besar memberikan efek domino dalam mempercepat perkembangan sektor industri halal lainnya.**

Media memberikan informasi yang masif dan terkadang informasi atau pesan yang dibawakan bersifat persuasif. Sehingga, media dan hiburan halal dapat membantu

percepatan pengembangan sektor industri halal lainnya. Misalnya, pengaplikasian media halal seperti teknologi yang dapat membantu industri keuangan syariah yang semula eksklusif menjadi inklusif. Begitupun dengan hiburan, penggunaan seni dalam konsep wisata halal yang dengan hal ini dapat meningkatkan minat wisatawan. Memang benar bahwa industri halal selainnya masih bisa berfungsi atau berjalan dengan baik tanpa sektor media atau hiburan halal, namun pastinya dengan tingkat keberhasilan yang jauh lebih kecil.

**3. Media dan hiburan halal dapat mencegah konten hoaks dan karya hiburan yang minim unsur edukasi.**

Saat ini, media dan hiburan Indonesia masih dipenuhi konten hoaks, ujaran kebencian, SARA, bahkan zina. Sehingga tentunya hal ini harus mendapat perhatian dari industri media dan hiburan Indonesia. Oleh karena itu, dengan kaidah dan prinsip halal tersebut, penyebarluasan dan perluasan pendidikan serta integritas yang kuat dapat meminimalisir konten yang berhubungan dengan hal-hal negatif. Meminimalkan konten prank itu penting, apalagi di Indonesia yang karakternya mudah terpecah-belah dan mudah saling serang dengan adanya konten prank atau konten yang memicu masing-masing kubu untuk saling menyerang.

**4. Melihat potensi dan manfaat yang sangat besar dalam gaya hidup dan perekonomian, pemerintah Indonesia sudah sepatutnya tidak mengesampingkan percepatan sektor media dan hiburan halal.** Pemerintah Indonesia harus mampu menghadirkan konten positif di industri media dan hiburan. Hal ini sebagai upaya untuk meningkatkan penanaman nilai-nilai moral bagi masyarakat. Di sisi

lain, sebagai umat Islam, kita juga harus selektif dalam mengonsumsi media dan hiburan yang tersedia di berbagai sarana. Jangan sampai media dan hiburan menjadi satu-satunya tujuan hidup kita sehingga kita melupakan Allah SWT. Sebaliknya, media dan hiburan yang baik untuk dikonsumsi seharusnya mendekatkan kita kepada Allah SWT. Oleh karena itu, kita juga harus lebih memperhatikan konsumsi media dan hiburan halal agar kita dapat menjalani gaya hidup halal dan hidup dengan penuh keberkahan.

## **12.4 Penutup**

Indonesia memiliki potensi yang luar biasa untuk mengembangkan industri halal. Potensi tersebut di antaranya adalah jumlah penduduk muslim yang melimpah hingga diproyeksikan mencapai 256 juta jiwa pada tahun 2050, pertumbuhan berbagai sektor industri halal khususnya sektor keuangan, pariwisata dan fashion, mulai diakuinya prestasi Indonesia di mata dunia, kondisi geografis Indonesia serta bonus demografinya, perkembangan teknologi, serta pengesahan Undang-Undang Jaminan Produk Halal nomor 33 tahun 2014.

Potensi tersebut dapat mendorong terjadinya pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan nilai ekspor dan cadangan devisa. Namun di sisi lain, Indonesia juga memiliki tantangan dalam mengembangkan industri halal ini. Tantangan yang dihadapi Indonesia berasal dari eksternal dan internal.

Dari sudut pandang eksternal, tantangan yang dihadapi Indonesia yaitu banyaknya negara pesaing, belum adanya sertifikat halal yang berlaku secara internasional. Sedangkan dari sudut pandang internal, tantangan yang dihadapi Indonesia adalah kurangnya halal awareness pada masyarakat Indonesia, adanya problematika dalam pelaksanaan Undang-Undang Jaminan Produk

Halal dan rendahnya kesadaran masyarakat Indonesia untuk berkompetisi. Di masa mendatang diharapkan banyak kalangan yang semakin sadar akan pentingnya industri halal sehingga dapat mendukung upaya untuk memajukan industri halal Indonesia khususnya fokus pada pembahasan sektor halal fashion serta sektor media dan rekreasi halal.

## Daftar Pustaka

- Adi, A. S. (2020). *Media dan Hiburan Halal: Potensi yang Belum Dimaksimalkan*.
- Baca, B. (2021). Halal Life Style sebagai Dakwah Determinasi Diri dan Sosial Masyarakat Indonesia. *Jurnal Al-Hikmah*, 19(01), pp. 1–12. doi: 10.35719/alhikmah.v19i01.41.
- Depok Pos. (2021). *Perkembangan Halal Lifestyle pada Fashion*.
- Gunawan, S. et al. (2022). Merajut Ekosistem Industri Halal dalam Menumbuhkembangkan Usaha Kompetitif Melalui Merdeka Belajar. *Sewagati*, 6(4), pp. 1–10. doi: 10.12962/j26139960.v6i4.110.
- Katadata. (2021). *Industri Halal Fashion Muslim mendapat Perhatian Khusus di TEI 2021*.
- KNEKS. (2022). *Upaya Menjadikan Indonesia Kiblat Fesyen Muslim*.
- Kumparan.com (2022) *pentingnya perhatian indonesia terhadap potensi industri media dan hiburan halal*.
- Martiana, A., Maesyaroh and Sobar. (2018). Motivation and obstacles faced by women halal fashion entrepreneurs and role of the business on women's economic empowerment in Yogyakarta Indonesia. *Humanities and Social Sciences Reviews*, 6(2), pp. 106–110. doi: 10.18510/hssr.2018.6213.
- Muflihini. (2018). KONSTRUKSI INDIKATOR HALAL DALAM PERKEMBANGAN INDUSTRI HALAL FASHION', *Photosynthetica*, 2(1), pp. 1–13. Available at: <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-76887-8%0Ahttp://link.springer.com/10.1007/978-3-319-93594-2%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-409517-5.00007-3%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jff.2015.06.018%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41559-019-0877-3%0Aht>.

Sucipto. (2012). Halal Dan Haram Menurut Al-Ghazali Dalam Kitab Mau'Idhotul Mukminin. *Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, 4(1), pp. 178-128.

# BAB 13

## STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL

*Dr. Lucky Nugroho, S.E., MM., MAk., MSc*

### 13.1 Pendahuluan

Rencana pemerintah menjadikan Indonesia sebagai pusat ekonomi dan keuangan syariah di Indonesia merupakan suatu keniscayaan. Hal tersebut dikarenakan faktor endogen dari bangsa Indonesia sebagai negara dengan jumlah populasi Muslim terbesar di dunia (Lailatul et al., 2023; L Nugroho et al., 2020). Besarnya jumlah penduduk Muslim Indonesia dibandingkan dengan negara-negara lain di dunia ditunjukkan pada tabel di bawah ini

Tabel 13.1 Negara dengan Populasi Terbesar di Dunia (2010)

| Negara     | Jumlah Penduduk Muslim |
|------------|------------------------|
| Indonesia  | 209.12                 |
| India      | 176.2                  |
| Pakistan   | 167.41                 |
| Bangladesh | 134.43                 |
| Nigeria    | 77.3                   |
| Mesir      | 76.99                  |
| Iran       | 73.57                  |
| Turki      | 71.33                  |

|          |       |
|----------|-------|
| Aljazair | 34.73 |
| Maroko   | 31.93 |

Sumber: Kusnandar (2019)

Merujuk pada tabel 1 di atas, maka dapat diketahui Indonesia dengan jumlah penduduk Muslim sebanyak 209, 12 juta jiwa menduduki peringkat pertama dunia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia mengalahkan India, Pakistan, Bangladesh, Nigeria, Mesir, Iran, Turki, Aljazair, dan Maroko. Selanjutnya faktor endogen Indonesia sebagai negara Muslim terbesar di dunia tersebut menciptakan sebelas Islami Ekosistem yang terdiri dari:

1. Ekosistem populasi Muslim yang terdiri dari:
  - a. Pada tahun 2021 terdapat 86,88% dari total penduduknya adalah pemeluk agama Islam (Kusnandar, 2021);
  - b. Jumlah populasi Muslim mencapai 236,53 juta jiwa di tahun 2021 (Kusnandar, 2021).
2. Ekosistem rumah ibadah yang terdiri dari:
  - a. Terdapat 295 ribu mesjid di seluruh Indonesia;
  - b. Terdapat 324 ribu musholla di seluruh Indonesia.
3. Ekosistem rumah sakit Islam yang terdiri dari:
  - a. Porsi rumah sakit Islam di Indonesia pada tahun 2020 sejumlah 17,24% (Muhyiddin & Murdaningsih, 2020);
  - b. Terdapat 500 rumah sakit Islam dari 2900 rumah sakit di seluruh Indonesia (Muhyiddin & Murdaningsih, 2020).
4. Ekosistem keuangan Islam yang terdiri dari:
  - a. Terdapat 4500 baitul mal wa tamwil (BMT);
  - b. Terdapat 184 bank perkreditan rakyat syariah (BPRS);
  - c. Terdapat 14 bank umum syariah (BUS);
  - d. Terdapat 20 unit usaha syariah (UUS);
  - e. Terdapat 9 finansial teknologi (Fintek) syariah;

- f. Terdapat 29 asuransi syariah.
5. Ekosistem organisasi Islam Nahdatul Ulama (NU) yang terdiri dari:
  - a. NU memiliki 90 juta keanggotaan dan merupakan salah satu organisasi kemasyarakatan Islam terbesar di dunia;
  - b. Terdapat 217 perguruan tinggi di bawah naungan NU;
  - c. Terdapat 27.342 pondok pesantren di bawah naungan NU.
6. Ekosistem organisasi Islam Muhammadiyah yang terdiri dari:
  - a. Muhammadiyah memiliki 50 juta keanggotaan;
  - b. Muhammadiyah memiliki 33.334 sekolah;
  - c. 186 perguruan tinggi di bawah naungan Muhammadiyah;
  - d. Terdapat 72 rumah sakit di bawah lingkungan Muhammadiyah.
7. Ekosistem lembaga pendidikan Islam yang terdiri dari:
  - a. 55.191 sekolah di bawah naungan pendidikan dasar dan menengah (Dikdasmen), dan madrasah;
  - b. Terdapat 23 Universitas Islam Negeri (UIN);
  - c. Saat ini terdapat 30 Institut Agama Islam Negeri (IAIN).
8. Ekosistem haji dan umroh yang terdiri dari:
  - a. Terdapat 1.500 penyelenggara perjalanan ibadah umroh (PPIU);
  - b. Terdapat 1.559 kelompok bimbingan ibadah haji (KBIH);
  - c. Terdapat 1 juta jamaah umroh setiap tahun yang diberangkatkan;
  - d. Terdapat 220 ribu jamaah haji yang diberangkatkan.
9. Ekosistem industri halal yang terdiri dari:
  - a. Telah terdapat 7.356 produk dan layanan yang mendapatkan sertifikasi halal;

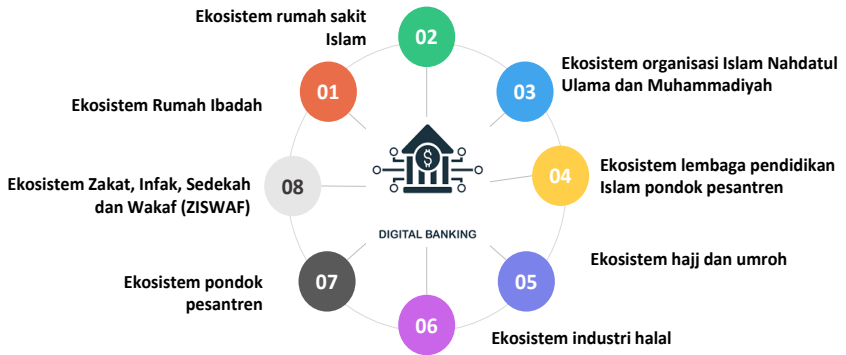
- b. Saat ini terdapat 19.071 produk dan layanan yang dalam proses sertifikasi halal
10. Ekosistem pondok pesantren yang terdiri dari:  
Jumlah santri pondok pesantren menurut kementerian agama (Kemenag) di tahun 2022 mencapai 3,4 santri dengan jumlah pondok pesantren sebanyak 36.600 (Khoeron, 2022);
11. Ekosistem Zakat, Infak, Sedekah dan Wakaf (ZISWAF) yang terdiri dari:
- a. Terdapat potensi Zakat Rp3327,6 Triliun sedangkan realisasi baru mencapai Rp14 Triliun;
  - b. Terdapat potensi Wakaf uang 180 Triliun sedangkan realisasi baru mencapai Rp820 Miliar.

Besarnya Islami ekosistem tersebut, maka diperlukan strategi pengembangan industri halal yang komprehensif. Oleh karenanya rumusan masalah pada bagian buku ini adalah bagaimana mengembangkan industri halal yang komprehensif?. Lebih lanjut, tujuan dari bab buku ini adalah mengetahui strategi pengembangan bisnis halal yang terintegrasi dan komprehensif. Implikasi dari tulisan ini adalah sebagai referensi dan informasi kepada para stakeholder yang memiliki kepedulian dalam pengembangan industri halal.

## **13.2 Strategi Pengembangan Industri Halal yang Komprehensif**

Tingginya penggunaan teknologi informasi komputer dan internet di masa era revolusi industri 4.0 dan pada masa pandemi Covid-19 menyebabkan banyak perusahaan merubah strateginya menjadikan digitalisasi sebagai dasar dalam pengembangan produk dan layanan mereka (Lucky Nugroho, 2021; Lucky Nugroho & Nugraha, 2020; Rhenaldy et al., 2022; Sudirman et al., 2020). Oleh karenanya, strategi pengembangan industri halal juga harus didasarkan penggunaan aplikasi digital. Salah satu ide

strategi mengembangkan industri halal juga telah diinisiasi bank syariah sebagai lokomotif keuangan syariah yaitu adanya aplikasi yang dapat menggabungkan Islami ekosistem tersebut melalui dukungan digital banking yang dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 13.1** Strategi Integrasi Industri Halal  
Sumber: Penulis

Sesuai dengan gambar 13.1 di atas, maka diketahui bahwa bank syariah dapat membantu Islami ekosistem dalam transaksi keuangan mereka. Dengan optimalnya transaksi keuangan dari Islami ekosistem tersebut, maka akan meningkatkan aktivitas komersial mereka. Adapun beberapa fitur digital banking yang dapat disediakan oleh bank syariah dalam membantu transaksi keuangan dan bisnis adalah sebagai berikut:

- Layanan cash management: pengelolaan cash atau pengelolaan keuangan bagi Islami ekosistem didasarkan atas kepemilikan rekening mereka pada bank tersebut;
- Meningkatkan keamanan dan kenyamanan bagi Islami ekosistem dalam bertransaksi keuangan dan bisnisnya;

- Memudahkan Islami ekosistem dalam bertransaksi keuangan dan bisnis dimana saja dan kapan saja;
- Digital bank, menyediakan QRIS sehingga dalam transaksi keuangannya maupun bisnis, Islami ekosistem dapat menggunakan *digital payment* sehingga tidak memerlukan berbagai macam aplikasi pembayaran;
- Digital banking juga memudahkan bagi masyarakat untuk melakukan transaksi ZISWAF. Dengan tersedianya aplikasi tersebut akan sangat membantu ekosistem ZISWAF dan ekosistem rumah ibadah dalam mengelola baik menghimpun dan menyalurkan dana ZISWAF mereka.

Selain itu adanya digital banking pada bank syariah yang mendukung Islami ekosistem akan meningkatkan literasi masyarakat yang menggunakan layanan digital banking tersebut terhadap nilai-nilai Islami dan segmen dari Islami ekosistem yang terdiri dari:

- Segmen Masjid: Komunitas yang terdapat pada tempat ibadah umat Muslim.
- Segmen ZISWAF: Komunitas atau kegiatan yang berkaitan dengan zakat, infak, sedekah dan wakaf.
- Segmen Pesantren dan Sekolah Islam: Aktivitas pendidikan berupa sekolah negeri, atau swasta, sekolah berasrama (pesantren), dan pendidikan tinggi yang memasukkan materi keagamaan Islam dalam proses pengajarannya.
- Segmen Haji dan Umrah: Kegiatan yang berkaitan dengan perjalanan religi maupun spiritual (setahun sekali untuk Haji, sepanjang tahun untuk Umrah) yang diselenggarakan oleh agen perjalanan yang berlisensi.
- Segmen Mode (Busana) dan Perniagaan Halal: Pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) atau pasar yang berkaitan dengan produk busana maupun barang-barang lainnya yang melakukan produksi, distribusi, serta pemasaran berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

- Segmen Makanan dan Minuman Halal: Aktivitas komersial dari penjual dan penyedia makanan dan minuman dengan sertifikasi halal.
- Segmen Layanan Kesehatan Halal: Layanan kesehatan seperti rumah sakit yang berbasis syariah dan teknologi layanan kesehatan yang mengintegrasikan produk halal
- Segmen Ekspor Halal: UMKM dengan produk ekspor halal (misal: pertanian, farmasi, kosmetik)
- Segmen Wisata Halal: penyedia jasa rekreasi maupun wisata dengan tujuan obyek wisata yang ramah untuk Muslim (tersedianya tempat ibadah dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah)

### **13.3 Penutup**

Strategi pengembangan bisnis halal dari Islami ekosistem pada saat ini harus menggunakan atau didukung dengan aplikasi digital. Salah satunya adalah produk digital banking dari bank syariah yang dapat menghubungkan kebutuhan transaksi keuangan dan bisnis dari Islami ekosistem. Dampak dari penggunaan digital banking akan meningkatkan literasi syariah di masyarakat.

## Daftar Pustaka

- Khoeron, M. (2022). *Pesantren: Dulu, Kini, dan Mendatang*. Kemenag.Go.Id. <https://kemenag.go.id/read/pesantren-dulu-kini-dan-mendatang-wkgol>
- Kusnandar, V. B. (2019). *Indonesia, Negara dengan Penduduk Muslim Terbesar Dunia*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/25/in-donesia-negara-dengan-penduduk-muslim-terbesar-dunia>
- Kusnandar, V. B. (2021). *Sebanyak 86,88% Penduduk Indonesia Beragama Islam*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/30/se-banyak-8688-penduduk-indonesia-beragama-islam>
- Lailatul, B., Nugroho, L., & Sugiarti, D. (2023). Kajian Peran Koperasi Pesantren ( Kopontren ) dalam Meningkatkan Jiwa Kewirausahaan ( Studi Kasus Pondok Pesantren Ar-Rowiyah , Mancengan ,. *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 104–113.
- Muhyiddin, & Murdaningsih, D. (2020). *100 RS Ditarget Miliki Sertifikasi Syariah pada 2020*. Wwww.Republika.Co.Id. <https://www.republika.co.id/berita/q41y368/100-rs-ditarget-miliki-sertifikasi-syariah-pada-2020>
- Nugroho, L, Badawi, A., & Hidayah, N. (2020). The Contribution of Sukuk Placement and Securities to The Islamic Bank Profitability. *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 13(2), 175–192. <http://tifbr-tazkia.org/index.php/TIFBR/article/view/184>
- Nugroho, Lucky. (2021). The Role of Information for Consumers in The Digital Era (Indonesia Case ). *ACU International Journal of Social Sciences*, 7(2), 49–59.
- Nugroho, Lucky, & Nugraha, E. (2020). The Role of Islamic Banking and E-Commerce for The Development of Micro, Small, and

- Medium Entrepreneur Businesses. *Business, Economics and Management Research Journal - BEMAREJ*, 3(1), 11–24.
- Rhenaldy, Nugroho, L., & Sugiarti, D. (2022). Kajian Jasa Endorsement Media Sosial Tiktok Berdasarkan Perspektif Syariah. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(3), 1179–1188.
- Sudirman, A. (Acai ), Alaydrus, S. (Syafika), Rosmayati, S. (Siti), Syamsuriansyah, S. (Syamsuriansyah), Nugroho, L. (Lucky), Arifudin, O. (Opan), Hanika, I. M. (Ita), Haerany, A. (Anne), Rusmana, F. D. (Fenny), & Rijal, K. (Khairul). (2020). *Perilaku Konsumen Dan Perkembangannya Di Era Digital*. Widina Bhakti Persada Bandung. [www.penerbitwidina.com](http://www.penerbitwidina.com)



# **BAB 14**

## **NEGARA DAN PENJAMINAN HALAL: *GLOBAL CASE STUDIES***

***Oleh Lu'liyatul Mutmainah, S.E., M.Si.***

### **14.1 Pendahuluan**

Negara memiliki peran penting dalam menjamin keamanan suatu produk yang dikonsumsi oleh masyarakat. Hal ini termasuk bagaimana peran negara dalam penjaminan halal produk yang dikonsumsi terutama oleh masyarakat Muslim. Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2019 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, pengertian jaminan produk halal (JPH) adalah kepastian hukum terhadap kehalalan suatu produk yang dibuktikan dengan sertifikat halal. Sertifikat halal menurut peraturan tersebut didefinisikan sebagai pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2019 Tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, 2019).

Keberadaan lembaga yang menjamin kehalalan suatu produk di setiap negara menjadi sangat penting tidak hanya untuk masyarakat di negara tersebut tetapi juga masyarakat di negara lain yang menggunakan produk dari negara terkait. Adanya kebutuhan untuk ekspor impor antar negara juga menuntut adanya kepastian penjaminan produk halal dari negara satu ke negara lainnya. Produk yang sudah bersertifikat halal di suatu

negara dalam perjalanan ke negara lain dapat saja terkontaminasi sehingga menyebabkan ketidakhalalan produk tersebut saat sampai di negara tujuan. Contoh lain suatu produk yang diproduksi di negara dengan mayoritas Muslim harus terjamin kehalalannya dan bersertifikasi halal, sementara produk yang sama di negara minoritas Muslim dapat saja diperbolehkan menggunakan bahan lain sesuai minat pasar yang tidak perlu bersertifikat halal.

Sebagai umat Muslim, kita perlu mengetahui halal-haram dari produk yang kita konsumsi atau gunakan untuk menyempurnakan ibadah dan juga keimanan kita. Kesadaran umat Muslim dalam memahami kehalalan suatu produk terutama makanan dan minuman menjadi tantangan tersendiri dan perlu terus ditingkatkan. Hal ini termasuk saat melakukan perjalanan ke negara lain yang tidak banyak menyediakan makanan halal bagi umat Muslim. Cara sederhana yang dapat kita lakukan adalah dengan mengenal logo sertifikasi halal dari negara yang kita kunjungi dan memastikan informasi terkait komposisi makanan atau minuman yang ada pada kemasan produk tersebut.

Setiap negara memiliki lembaga atau badan yang menjamin kehalalan suatu produk yang dapat disebut dengan Halal Certification Bodies (HCBs). Selain itu, negara juga dapat melakukan kerjasama internasional terkait jaminan produk halal (JPH). Berdasarkan PP Nomor 31 Tahun 2019, kerjasama internasional dapat berbentuk pengembangan JPH, penilaian kesesuaian dan/atau pengakuan sertifikat halal. Pengembangan JPH tersebut dapat meliputi teknologi, sumber daya manusia maupun sarana dan prasarana (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2019 Tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, 2019).

Saat ini di Indonesia terdapat beberapa lembaga yang berkaitan dengan penjaminan kehalalan suatu produk yaitu BPJPH (Badan Penyelenggaran Jaminan Produk Halal), LPPOM MUI

(Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia), dan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH). Sedangkan menurut data Mutually Accepted Halal Certification Bodies (HCBs), organisasi yang diakui sebagai *halal quality control* dunia (update 25 Oktober 2019) meliputi HCB-List of the World Halal Food Council (IND), HCB-List of the Ministry of Climate Change and Environment (UAE), HCB-List of LPPOM MUI (IND), HCB-List of JAKIM (MAL), HCB-List of MUIS (SING), HCB-List of ESMA and EIAC, Members of PINAC Pakistan, The Standards and Metrology Institute for Islamic Countries (SMIIC)/IHAF Approved Members, dan Trusted Halal Certification Bodies (Halal Quality Control (HQC), 2019).

Pada bab ini juga akan dibahas terkait bagaimana penjaminan halal dari negara-negara di dunia (*global case studies*). Contoh negara akan diambil sesuai kategori negara yang termasuk dalam Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) dan negara non OKI.

## **14.2 Lembaga Sertifikasi Halal (Halal Certification Bodies)**

Keberadaan lembaga sertifikasi halal menjadi sangat penting dalam menjaga standar mutu halal di suatu negara. Namun demikian, terdapat perbedaan antara negara dengan mayoritas penduduk Muslim dan negara yang penduduknya bukan mayoritas Muslim. Negara dengan penduduk bukan mayoritas Muslim biasanya memiliki lebih dari satu lembaga bahkan dengan logo berbeda. Selain itu, terdapat pula lembaga sertifikasi halal yang bersifat global artinya tidak dibawah suatu negara tertentu dan memiliki cabang di lebih dari satu negara.

LPPOM MUI memiliki daftar lembaga sertifikasi halal luar negeri yang diakui yang memiliki masa berlaku masing-masing. Terdapat 45 lembaga pemberi sertifikasi halal yang disetujui oleh LPPOM MUI dari 26 negara yang meliputi 37 untuk kategori

penyembelihan (*slaughtering*), 40 untuk kategori bahan baku (*raw material*), dan 16 untuk kategori bumbu (*flavor*) (LPPOM MUI, 2019). Berikut ini adalah daftar lembaga sertifikasi halal negara lain (*foreign approved halal certification bodies*) yang diakui oleh LPPOM MUI (update Oktober 2019):

**a. Asia:**

1. Majelis Ugama Islam Singapore (MUIS)
2. Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM)
3. Bahagian Kawalan Makanan Halal Jabatan Hal Ehwal Syariah di Brunei Darussalam
4. Muslim Professional Japan Association (MPJA)
5. The Japan Moslem Association (JMA)
6. Taiwan Halal Integrity Development Association (THIDA)
7. Jamiat Ulama Halal Foundation di India
8. Jamiat Ulama I-Hind Halal Trust di India
9. Asia Pacific Halal Council Co Ltd (APHC) di Hongkong
10. The Central Islamic Council of Thailand (CICOT)
11. Halal Certification Agency (HCA)
12. Halal Development Institute of the Phillipines (HDIP)
13. Halal Accreditation Council (Guarantee) Limited
14. NPO Japan Halal Association

**b. Australia & New Zealand**

1. The Islamic Coordinating Council of Victoria (ICCV)
2. Supreme Islamic Council of Halal Meat in Australia Inc. (SICHMA)
3. Australian Halal Development & Accreditation
4. Global Halal Trade Center Pty Ltd (GHTC Pty.Ltd) di Australia
5. Western Australian Halal Authority (WAHA)

6. Australian Halal Authority & Advisers (AHAA)
7. Global Australian Halal Certification (GHAC)
8. Asia Pasific Halal Service-New Zealand, Pty 2011 Limited (APHSNZ-Pty 2011 ltd)
9. New Zealand Islamic Development Trust (NZIDT)
10. The Federation of Islamic Associaton of New Zealand, Inc (FIANZ)

**c. Eropa**

1. Halal Food Council of Europe (HFCE)
2. The Muslim Religious Union of Poland (MRU)
3. Halal Quality Control (HQC) di Belanda, Jerman, Denmark dan Austria
4. Instituto Halal De Junta Islamica (Halal Institute of Spain)
5. World Halal Authority (WHA)
6. Total Quality Halal Correct Certification (TQHCC) di Belanda
7. Halal Certification Europe (HCE) di Inggris
8. Halal Food Authority (HFA)-UK
9. Halal Feed and Food Inspection Authority (HFFIA) di Belanda
10. Halal Certification Services (HCS) di Swiss, Jerman dan Spanyol
11. Eurasia Halal Services Centre di Turki
12. HAFSA Halal Certification and Food Imp&Exp Ltd di Turki
13. Islamic Foundation of Ireland (IFI)

**d. Amerika**

1. Islamic Services of America (ISA)
2. Halal Transaction of Omaha
3. The Islamic Food and Nutrition Council of America (IFANCA)

4. Halal Food Council USA (HFC USA)
5. American Halal Foundation (AHF)
6. Federation of Muslims Associations in Brazil (FAMBRAS)
7. Islamic Dissemination Centre for Latin America (CDIAL)  
Brazil

**e. Afrika Selatan**

1. National Independent Halal Trust (NIHT)

## **14.3 Negara Organisasi Kerja Sama Islam (OKI)**

### **Indonesia**

Sebagai negara dengan estimasi penduduk Muslim mencapai angka 238.833.000 penduduk atau 88% pada tahun 2030 (Pew Research Center, 2011), Indonesia memiliki peluang besar dalam mengembangkan industri halal. Hal ini terutama dalam memenuhi kebutuhan umat Islam tidak hanya di Indonesia tetapi juga di dunia. Menurut The State Global of Islamic Economy Report 2022, Indonesia menempati posisi keempat dalam ekonomi Islam secara global setelah Malaysia, Arab Saudi dan Uni Emirat Arab. Selain itu, Indonesia juga menjadi salah satu negara Muslim yang merupakan *Top Exporters* ke negara OKI untuk makanan halal yang angkanya mencapai US\$7,83 milyar. Negara Muslim yang menjadi eksportir tertinggi hanya 2 dari 10 negara dan negara eksportir pencetak angka tertinggi adalah Brazil dengan nilai US\$16,45 milyar. Selain menjadi negara eksportir, Indonesia juga merupakan negara importer tertinggi kedua (US\$17,54 milyar) setelah Arab Saudi (US\$20,01 milyar) (Dinar Standard, 2022).

Berdasarkan data tersebut, kita memahami bahwa begitu pentingnya sistem penjaminan halal termasuk untuk memenuhi kebutuhan pasar global. Negara-negara yang mengeksport makanan halal ke negara Muslim mayoritas dari

negara non-Muslim yaitu Brazil, India, Amerika Serikat, Rusia, Cina, Argentina, Ukraina dan Perancis (Dinar Standard, 2022).

LPPOM MUI menerbitkan petunjuk umum untuk sistem penjaminan halal (*Halal Assurance System*) yang telah dikenalkan sejak tahun 2005 sebagai sebuah sistem untuk memastikan kehalalan suatu produk selama validitas sertifikasi halal MUI. Sistem penjaminan halal adalah sebuah sistem yang disusun, diaplikasikan dan dijaga oleh perusahaan yang telah bersertifikasi halal untuk menjaga keberlanjutan proses produksi halal sesuai dengan aturan LPPOM MUI (LPPOM MUI, 2008). Saat ini, Indonesia telah memiliki Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang melaksanakan penjaminan produk halal termasuk didalamnya berwenang terkait sertifikasi halal, auditor halal dan juga Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) sesuai dengan aturan Jaminan Produk Halal (Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, 2018).

Penelitian Atiah and Fatoni (2019) menyebutkan bahwa sertifikasi halal pada produk pangan, obat-obatan, kosmetika dan produk lainnya dilakukan untuk memberikan kepastian status kehalalan sehingga memberi rasa aman pada para konsumen. Kesenambungan proses produksi halal dijamin oleh produsen dengan cara menerapkan sistem jaminan halal. Bagi konsumen, setidaknya sertifikasi halal memiliki empat fungsi yaitu: Pertama, terlindunginya konsumen Muslim dari mengonsumsi produk tidak halal; Kedua, ketenangan hati bagi para konsumen karena mengonsumsi produk halal; Ketiga, konsumen dapat mempertahankan jiwa dan raga dari keterpurukan akibat produk non halal; Keempat, sertifikasi halal memberikan kepastian serta perlindungan hukum. Bagi produsen, sertifikasi halal berperan sebagai wujud pertanggungjawaban produsen kepada konsumen Muslim karena kehalalan suatu produk menjadi prinsip hidup umat

Muslim. Selain itu, sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen, meningkatkan citra dan daya saing perusahaan serta sebagai alat pemasaran sehingga dapat memberi keuntungan.

Beberapa buku panduan standar halal yang ada di Indonesia yaitu (Kho Di Dza, 2014):

1. HAS 23000 Persyaratan Sertifikasi Halal.
2. HAS 23101 Pedoman Pemenuhan Kriteria Sistem Jaminan Halal di Industri Pengolahan.
3. HAS 23103 Pedoman Pemenuhan Kriteria Sistem Jaminan Halal di Rumah Potong Hewan.
4. HAS 23201 Persyaratan Bahan Pangan Halal.

Untuk lebih lengkapnya, informasi terkait penjaminan halal di Indonesia dapat dilihat melalui website LPPOM MUI yaitu <https://halalmui.org/> dan BPJPH yaitu <http://www.halal.go.id/>. Berikut ini adalah logo sertifikasi halal yang berlaku di Indonesia:

Logo lama:



**Gambar 14.1** Logo Sertifikasi Halal Indonesia  
(Sumber: <https://halalmui.org/>)

Logo baru:



**Gambar 14.2** Logo Sertifikasi Halal Indonesia  
(Sumber: [www.kemenag.go.id](http://www.kemenag.go.id))

### Malaysia

Malaysia telah mempertahankan posisinya selama sembilan tahun berturut-turut yang menduduki posisi teratas menurut The State of Global Islamic Economy Report 2022 (Dinar Standard, 2022). Keberhasilan Malaysia dalam menjaga konsistensinya juga terlihat dari keseriusan Malaysia dalam melakukan sistem penjaminan halal secara rinci. Pemerintah Malaysia akan memastikan semua produk yang masuk di negara tersebut terjamin kehalalannya termasuk daging impor yang telah bersertifikasi halal di negara asal maka akan dicek kembali saat sampai di Malaysia. Secara lengkap informasi terkait jaminan halal di Malaysia dapat dilihat melalui website [www.halal.gov.my](http://www.halal.gov.my). Berikut ini adalah Malaysian Standard (MS) per 28 Februari 2018 (Kasim, 2018) dan hal ini akan terus berkembang baik dengan revisi atau muncul MS yang baru:

1. MS 1500:2009 (E & M), Halal Food-Production, preparation, handling and storage-General guidelines (Second revision).
2. MS 2424:2012 (E & M), Halal pharmaceuticals-general guidelines.

3. MS 2200-1:2008 (E & M), Islamic consumer goods – Part 1: Cosmetic and personal care – General guidelines.
4. MS 2200-2:2012 (E & M), Islamic consumer goods- Part 2: Usage of Animal Bone, Skin and Hair-General guidelines.
5. MS 2400-1:2010 Halalan-Toyyiban Assurance Pipeline-Part 1: Management System Requipments for Transportation of Goods and/or Cargo Chain Services.
6. MS 2400-2:2010 Halalan-Toyyiban Assurance Pipeline-Part 2: Management System Requipments for Warehousing and Related Activities.
7. MS 2400-3:2010 Halalan-Toyyiban Assurance Pipeline Part 3: Management System Requipments for Retailing.
8. MS 1900:2005, Quality management systems-requirements from Islamic perspectives.
9. MS 1900:2014 (E & M), Sharia-based quality management systems-Requirements with guidance (First revision).
10. MS 2300:2009, Value-based management system-Requirements from an Islamic perspective
11. MS 2393: 2013, Islamic and halal principles-Definitions and interpretations on terminology.
12. MS 2565: 2014, Halal packaging-General guidelines.
13. MS 2594:2015, Halal chemicals for use in potable water treatment-General guidelines.
14. MS 2610: 2015, Muslim friendly hospitality services-Requirements.
15. MS 2627:2017, Detection of porcine DNA-Test method-Food and food products.

Pemerintah Malaysia membentuk Jawatan Kuasa pada Penilaian Makanan, Minuman dan Barangan (*Committee on Evaluation of Foods, Drinks, and Goods*) dan posisinya di bawah Bagian Hal Ehwah Islam (*Islamic Affairs Division*) di Jabatan Perdana Menteri pada 1982. Jawatan terkait bertanggung

jawab untuk memeriksa dan juga menanamkan produksi secara halal baik kepada produsen, distributor dan importir pangan. Bagian Hal Ehwal Islam tersebut diangkat statusnya menjadi Jabatan (*Department*) yaitu Jabatan Hal Ehwal Islam yang terpisah dari Jabatan Perdana Menteri. Lembaga baru ini memeriksa dan memantau kehalalalan produk makanan yang disebut dengan Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM). Akan tetapi, untuk produk yang dipasarkan di negara Malaysia, aplikasi sertifikasi halal dapat dibuat oleh Jabatan Agama Islam Negeri (JAIN) sementara produk yang dipasarkan internasional harus dibuat oleh JAKIM (Atiah & Fatoni, 2019).

Sertifikat halal Malaysia yang dikeluarkan oleh JAKIM dikenal dan diakui pada tingkat internasional. Undang-Undang yang berkaitan dengan standarisasi halal di Malaysia adalah Akta Perihal Dagangan (APD) 2011. Implementasi sertifikasi halal juga harus mematuhi konsep *halalan thoyyiban* dan aturan Food Act 1983. Pemerintah Malaysia juga telah mendirikan Halal Development Centre (HDC) untuk mempromosikan Malaysia sebagai pusat halal internasional. Salah satu perannya adalah menguji standar halal termasuk proses audit dan sertifikasi serta mendukung pengembangan industri halal dalam memasarkan produknya di pasar global (Atiah & Fatoni, 2019).

JAKIM mensyaratkan adanya Internal Halal Committee (IHC) bagi para pelaku usaha yang akan mensertifikasi produknya. IHC ini terdiri minimal dari empat orang yaitu dua orang Muslim pada tingkat manajemen, satu untuk penanggungjawab pembelian dan pengadaan bahan produk, serta karyawan untuk mengelola produk halal bagi perusahaan yang akan menjadi koordinator IHC dan khusus bagi rumah potong hewan maka pengawas halal harus menjadi anggota komite (Atiah & Fatoni, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Talib, Chin and Fischer (2017) mengeksplor hubungan antara sertifikasi makanan halal (*Halal Food Certification*) dan kinerja bisnis di 210 perusahaan manufaktur di Malaysia. Penelitian menemukan bahwa terdapat hubungan positif antara sertifikasi makanan halal dan kinerja operasional perusahaan. Selain itu, kinerja operasional juga memediasi hubungan antara sertifikasi makanan halal dan kinerja keuangan. Para manajer perusahaan dapat lebih sadar terkait signifikansi peran sertifikasi halal untuk kinerja operasional maupun keuangan. Peningkatan permintaan terhadap makanan halal yang menguntungkan dapat meningkatkan perhatian pada sertifikasi halal diantara para akademisi maupun praktisi.

Penelitian Atiah and Fatoni (2019) membandingkan mekanisme dan aplikasi sertifikasi halal antara Indonesia dan Malaysia. Penelitian menunjukkan bahwa baik Indonesia maupun Malaysia memiliki prinsip, otoritas dan mekanisme sertifikasi halal yang sama. Setiap produsen yang mengajukan sertifikasi halal disyaratkan untuk melalui berbagai tahapan uji yang akan diotorisasi oleh komisi fatwa.

Berikut ini adalah logo sertifikasi halal yang berlaku di Malaysia:



**Gambar 14.3** Logo Sertifikasi Halal Malaysia  
(Sumber: <https://www.halal.gov.my>)

## 14.4 Negara Non Organisasi Kerja Sama Islam (OKI)

### Singapura

Singapura menjadi salah satu pemain utama di kawasan ASEAN dalam bidang industri halal selain Malaysia dan Thailand. Meskipun penduduk Muslim Singapura hanya sekitar 14,3% tetapi perkembangan industri halal cukup signifikan dan secara global diakui sebagai *Halal hub* karena lokasi pariwisata dan bisnis, aturan keamanan makanan dan pengakuan standar halal (Wahab et al., 2016).

Penelitian yang dilakukan oleh Wahab et al. (2016) dengan mewawancarai Majelis Ugama Islam Singapore (MUIS) sebagai lembaga sertifikasi halal yang diakui di Singapura. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa sertifikasi halal Singapura telah diakui dan memiliki reputasi dengan logo halal yang diakui oleh MABIMS (Meetings of Religion Ministers in Brunei, Indonesia, Malaysia and Singapore dan juga GCC (Gulf Cooperation Council) yang meliputi Kuwait, Bahrain, Arab Saudi, Qatar, Uni Emirat Arab dan Oman. Beberapa tantangan di Singapura terkait penjaminan halal adalah penggunaan logo halal untuk produk yang sertifikasi halalnya sudah kadaluarsa, tercampurnya produk yang bersertifikasi halal dan yang tidak bersertifikasi halal, transparansi dan kualitas produk serta informasi tertentu yang disembunyikan karena tidak sesuai dengan standar halal. Pemerintah Singapura mendukung dan mendorong pengukuran dan penjaminan kualitas halal dari MUIS untuk memperkuat industri halal di masa yang akan datang (Wahab et al., 2016).

Berdasarkan data dari Halal Certification Strategy Unit, MUIS, (2013) dalam Wahab et al. (2016), MUIS meluncurkan panduan yang bernama *Halal Certification Scheme* yang meliputi produk, usaha makanan, penyimpanan, persiapan dan

verifikasi produk halal. Tujuh tipe skema sertifikasi halal telah disediakan untuk menyesuaikan dengan berbagai kategori baik makanan maupun industri terkait makanan. Tujuh skema tersebut yaitu *Eating Establishment Scheme*, *Endorsment Scheme*, *Food Preparation Area Scheme*, *Poultry Abattoir Scheme*, *Product Scheme*, *Storage Facility Scheme*, *Whole Plant Scheme*, and *Halal Food Certification for Social Functions* (MUIS, 2022).

Halal Singapore (2015) dalam Wahab et al. (2016) menjelaskan bahwa MUIS juga telah mengembangkan beberapa standar halal yang berkolaborasi dengan SPRING Singapore (*National Standards Body*) yang meliputi *the Singapore MUIS Halal Standards (SMHS)*, *Singapore MUIS Halal Standard (MUIS-HC-S001)*, *General Guidelines for the Handling & Processing of Halal Food and Singapore MUIS Halal Standard (MUIS-HC-S002)*, *General Guidelines for the Development and Implementation of a Halal Quality Management System*. Tujuan dikembangkannya berbagai standar ini adalah menyediakan transparansi keagamaan dan petunjuk teknis untuk sertifikasi halal sehingga meningkatkan konsistensi untuk menyesuaikan dengan syarat dan ketentuan sertifikasi halal MUIS serta untuk memfasilitas peluang bisnis dan perdagangan.

Selain peran penting dari SPRING yang berada di bawah Kementerian Perdagangan dan Industri untuk pengembangan halal standar di Singapura, dua lembaga pemerintah lain yang berkontribusi dalam pengaturan industri halal di Singapura adalah Agri-Food and Veterinary Authority of Singapore (AVA) dan National Environment Agency (NEA). AVA adalah otoritas nasional dalam keamanan makanan baik untuk bahan makanan dasar maupun yang telah diproses. NEA bertanggungjawab dalam meningkatkan dan memastikan kebersihan dan lingkungan hijau di Singapura. Lembaga lain yang berperan penting adalah konsultan halal yang menyediakan layanan

dasar untuk mengedukasi dan membawa perusahaan pada pasar halal dengan membantu mendapatkan proses sertifikasi halal baik secara lokal maupun internasional (Halal Singapore dalam Wahab et al. (2016).

Informasi terkait layanan sertifikasi halal Singapura dapat diakses melalui website <https://www.muis.gov.sg/Halal>. Berikut ini adalah logo sertifikasi halal yang berlaku di Singapura:



**Gambar 14.4** Logo Sertifikasi Halal Singapura  
(Sumber: <https://www.muis.gov.sg/Halal/About>)

## Korea Selatan

Korea Selatan menjadi salah satu negara yang mulai memberikan perhatian terhadap penjaminan produk halal dalam rangka mengembangkan industri halal. Hal ini terlihat pada kunjungan Busan Indonesia Center (BIC) ke BPJPH untuk menjajaki kerjasama produk halal. Produk halal yang dihasilkan diharapkan dapat dikirim ke berbagai negara anggota OKI termasuk Indonesia (Pamuji, 2021).

Keseriusan Korea Selatan dalam mengembangkan destinasi ramah Muslim juga terlihat dari berbagai dukungan bagi para pengusaha dibidang pariwisata. Korean Tourism Organization (KTO) akan memberikan bantuan pendanaan untuk sertifikasi halal bagi restoran-restoran yang memerlukan. Selain itu, jika restoran dianggap ramah Muslim maka akan dibantu untuk dipromosikan melalui situs resmi

KTO serta dilibatkan dalam setiap kerjasama dengan KTO cabang di luar negeri (Korean Tourism Organization-Indonesia, 2022).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Park and Jamaludin (2018), Korea Selatan sampai saat ini masih berusaha untuk menyesuaikan industri halalnya ke dalam paradigma yang dibangun secara dominan dan secara aktif melakukan tindakan untuk penetrasi pemasaran Islam yang dimulai dari produk makanan dan minuman dengan dukungan aktif pemerintah. Pemahaman terkait halal yang masih terbatas mengakibatkan kurangnya dukungan pada sistem halal.

Industri halal Korea dikembangkan secara mayoritas oleh *Ministry of Agriculture, Food, and Rural Affairs* (MAFRA) dengan dukungan dari berbagai entitas tidak hanya terkait sertifikasi halal tetapi juga beberapa hal lainnya. Namun demikian, keterlibatan berbagai lembaga ini masih memerlukan sinergi agar membangun ekosistem halal di Korea Selatan. Beberapa lembaga yang mendukung industri halal di Korea Selatan yaitu (Park & Jamaludin, 2018):

1. Lembaga Administratif
  - a) Rural Development Administration untuk informasi dan makanan halal terutama terkait riset dan pengembangan
  - b) Korea Forest Service untuk sertifikasi halal dari produk kehutanan
  - c) The Small and Medium Business Administration, Gangwon Provincial Government, dan Gyeongnam Provincial Government untuk pendampingan pendanaan sertifikasi halal
2. Lembaga Pemerintah
  - a) National Fisheries Research & Development Institute untuk informasi dan konsultasi
  - b) Public Institution

- c) Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation (aT) untuk biaya sertifikasi halal
  - d) Korea Food Research Institute untuk makanan halal terutama terkait riset dan pengembangan serta dukungan sertifikasi
3. Lembaga Lain
- a) National Agricultural Cooperative Federation untuk dukungan ekspor
  - b) Korea Institute of Halal Industry untuk konsultasi dan pelatihan
  - c) Korea Halal Import Export Trade Association untuk konsultasi pasar
  - d) Busan Technopark untuk pendampingan pendanaan sertifikasi halal dan pemasaran produk halal

Menurut penelitian Han *et al.* (2019), pada tahun 2020, jumlah wisatawan Muslim yang mengunjungi Korea Selatan mencapai sekitar 1,3 juta pengunjung. Lima atribut terkait destinasi ramah Muslim yang dieksplor pada penelitian tersebut yaitu lingkungan sosial, lokal dan staf, makanan dan minuman, fasilitas dan layanan. Hal yang paling penting dan dibutuhkan dari kelima atribut tersebut adalah terkait makanan dan minuman. Kebutuhan sehari-hari yang diperlukan oleh setiap manusia adalah makanan dan minuman, bagi Muslim kehalalan produk yang dikonsumsi menjadi prinsip utama. Oleh karena itu, standar kehalalan menjadi penting dimiliki oleh setiap negara agar dapat memenuhi kebutuhan setiap Muslim yang berkunjung.

Terkait dengan standar halal, berdasarkan informasi pada website Korea Halal Association (KOHAS) yang digunakan adalah Korean Industrial Standard: KS H 1061: 2016. Pada standar tersebut disebutkan pula beberapa referensi penting yang perlu

diterapkan baik sebagian atau keseluruhan terkait *Quality Management System* di Korea Selatan, antara lain:

- a) KSQISO9001, Quality Management System – Requirements.
- b) KSQISOTR10013, Quality Management System Documentation Guidelines.
- c) KSQISO22000, Food Safety Management System - Requirements for all organizations in food chain.
- d) KSQISOTS 22002—1, Prerequisite Programs For Food Safety - Part 1: Food manufacturing.
- e) KSQISO22005, Traceability of feed and food chains - General principles and basic requirements for system design and implementation.
- f) KSQISO22006, Quality management system - Guidelines for the application of ISO 9001: 2008 in crop production.
- g) CODEX STAN 1, General standard for the labeling of prepacked foods.
- h) CAC/RCP 1, Recommended international code of practice general principles of food hygiene.
- i) CAC/RCP 58, Code of hygienic practice for meat.

Untuk mengeksplor terkait informasi sertifikasi halal di Korea, kita juga dapat mengunjungi website Korea Halal Authority (KHA). Berikut ini adalah logo sertifikasi halal yang berlaku di Korea Selatan:



**Gambar 15.5** Logo Sertifikasi Halal Korea Selatan  
(Sumber: <http://www.koreahalal.kr>)

## Daftar Pustaka

- Atiah, I. N., & Fatoni, A. (2019). Sistem Jaminan Halal: Studi Komparatif Indonesia dan Malaysia. *Syi'ar Iqtishadi: Jurnal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(2), 37–50.
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Pub. L. No. 33 (2018).
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2019 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Pub. L. No. 31 (2019).
- Dinar Standard. (2022). *State of the Global Islamic Economy Report: Unlocking Opportunity*.
- Halal Quality Control (HQC). (2019). *Mutually Accepted Halal Certification Bodies*.
- Han, H., Al-ansi, A., Olya, H. G. T., & Kim, W. (2019). Exploring Halal-Friendly Destination Attributes in South Korea: Perceptions and Behaviors of Muslim Travelers Toward a Non-Muslim Destination. *Tourism Management*, 71(October 2018), 151–164. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.10.010>
- Kasim, R. (2018). *An Update on Malaysian Standards on Halal*.
- Kho Di Dza. (2014). *Mempelajari Sistem Sertifikasi Halal di Indonesia dan Malaysia, serta Pengembangan Model Sistem Sertifikasi Halal di Vietnam* [Institut Pertanian Bogor]. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/70003>
- Korean Tourism Organization-Indonesia. (2022). *Perkembangan Muslim Friendly Korea*. Korean Tourism Organization Indonesia. <https://www.visitkorea.or.id/perkembangan-muslim>
- LPPOM MUI. (2008). *General Guidelines of Halal Assurance System*. Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika

Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI).

LPPOM MUI. (2019). *List of Approved Foreign Halal Certification Bodies*.

MUIS. (2022). *Scheme Types & Eligibility Criteria (HCC)*. Majelis Ugama Islam Singapore.  
<https://www.muis.gov.sg/Halal/Halal-Certification/Scheme-Types-Eligibility-Criteria-HCC>

Pamuji, S. (2021). *Kunjungi BPJPH, Korea Selatan Jajaki Kerja Sama Produk Halal*. Kementerian Agama Republik Indonesia.  
<https://kemenag.go.id/read/kunjungi-bpjph-korea-selatan-jajaki-kerja-sama-produk-halal-nvprk>

Park, M., & Jamaludin, M. A. (2018). *A Framework of Halal Industry Support System in non-Muslim Country: A Focus on South Korea* (Vol. 1, Issue 1).

Pew Research Center. (2011). *The Future of the Global Muslim Population Projections for 2010-2030*.  
<http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/11/2011/01/FutureGlobalMuslimPopulation-WebPDF-Feb10.pdf>

Talib, M. S. A., Chin, T. A., & Fischer, J. (2017). Linking Halal Food Certification and Business Performance. *British Food Journal*, 119(7), 1606–1618. <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2017-0019>

Wahab, N. A., Shahwahid, F. M., & Hamid, N. A. (2016). Issues, Challenges and Strength of The Halal Industry in Singapore: MUIS'S Experience. *Proceeding of the 2nd International Conference on Economics & Banking 2016 (2nd ICEB), May*, 82–91.

## BIODATA PENULIS



Dosen Program Studi Manajemen  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima

**Puji Muniarty**, Lahir di Nunggi pada tanggal 26 Nopember 1985. Menyelesaikan pendidikan S-1 dan S-2 Manajemen Konsentrasi Manajemen Keuangan Bisnis di Universitas Mataram. Penulis mengajar di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima. Penulis pernah menjadi dosen tamu di PICOMS Internasional University College Kuala Lumpur Malaysia. Sebagai akademisi penulis juga terlibat dalam Tim Penyusunan Studi Awal Masterpan Pengembangan Ekonomi Kegiatan Koordinasi Pencanaan Pembangunan Ekonomi Kabupaten Bima, Tim Survei Pemantauan Harga (SPH) Bank Indonesia, Tim Penyusunan Naskah Akdemik Pemberian Insentif Dan Kemudahan Penanaman Modal Di Kota Bima, Tim Hygiene Factor PT. PLN ULP3 Bima, Tim Konsultasi Public PT. PLN ULP3 Bima, Anggota Dewan Pengupahan Kabupaten Bima, Tim Juri Kompetisi Wirausaha Muda Tingkat Kota Bima Dan Dosen Magang Perguruan Tinggi yang ditempatkan di IPB University.

## BIODATA PENULIS



**Ridan Muhtadi, S.El., M.SEI., AWP**

Dosen Program Studi Ekonomi Syariah  
Fakultas Syariah IAI Miftahul Ulum Pamekasan

Penulis dilahirkan di Sumenep. Menyelesaikan studi S1 di Ekonomi Syariah Universitas Trunojoyo Madura dan S2 di Magister Sains Ekonomi Islam Universitas Airlangga. Saat ini penulis menjadi dosen pada program studi ekonomi syariah IAI Miftahul Ulum Pamekasan dan aktif mengabdikan diri di beberapa NGO yang bergerak dibidang pemberdayaan ekonomi dan sosial diantaranya yaitu Madura Idea Foundation (MIF), Masyarakat Ekonomi Syariah (MES), Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI), Majelis Sarjana Ekonomi Islam (MASEI), dan UMKM Naik Kelas (UNK) KADIN.

Beberapa judul buku dan book chapter yang telah diterbitkannya baik di penerbit dalam negeri dan luar negeri. Penulis juga konsisten melakukan riset sehingga dari riset tersebut mampu diterbitkan di beberapa jurnal nasional, internasional, dan mempresentasikannya di konferensi nasional maupun internasional.

Email Penulis: [ridanmuhtadi@gmail.com](mailto:ridanmuhtadi@gmail.com)

Scholars ID:

<https://scholar.google.co.id/citations?hl=id&user=0YxdsS8AAAAJ>

## BIODATA PENULIS



**Dr. Muhammad Aziz, S.ThI., M.H.I.**

Wakil Dekan Fakultas Syariah;  
Direktur Pusat Kajian dan Pendamping Produk Halal  
IAI Al-Hikmah Tuban

**Dr. MUHAMMAD AZIZ, S.ThI., M.H.I.** Biasa dipanggil Aziz. Lahir di Tuban dengan nama Abdullah Aziz pada tanggal 02 April 1984, karena terjadi *mal-Administrasi* namanya berubah menjadi Muhammad Aziz dan tanggal lahirnya pun berubah menjadi 24 Desember 1982. Ayah dari Raisa Hisania Tunggadewi dan Amira Nisrin Fathina ini semacam ter"taqdir" untuk tidak jauh dari dunia pesantren, sejak MTs di Mambaus Sholihin Gresik hingga S-2 nya dilakukan di Pondok Pesantren, akhirnya pun menikah dengan perempuan yang juga kader pesantren (Dr. Sholihah, M.Pd.I). Menyelesaikan studi strata I (S1) di Program Studi Tafsir Hadis, Fakultas Ushuluddin INKAFA Gresik (Berubah UNKAFA Gresik), sembari nyantri di Pondok Pesantren Mambaus Sholihin, sampai lulus tahun 2007. Melanjutkan studi strata II (S2) di Program Pascasarjana PTIQ Jakarta, namun karena terlalu banyak kesibukkan, sehingga tidak tamat. Selanjutnya pada tahun 2012 memperoleh beasiswa Pendidikan Kader Ulama dari Kementerian

Agama RI untuk melanjutkan studi di Program Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon sembari nyantri di Pesantren Babakan Ciwaringin Cirebon hingga lulus tahun 2014. Pertengahan tahun 2017 memperoleh beasiswa 5000 Doktor KEMENAG RI, pada Program Doktor Studi Islam dengan Konsentrasi Manajemen Halal di UIN Walisongo Semarang, lulus tahun 2020.

Terlahir sebagai anak ketiga dari delapan bersaudara pasangan Sulaiman dengan Khotiatun ini sehari-hari sebagai Dosen di Program Studi Hukum Keluarga/Ahwal Syakhshiyah Institut Agama Islam Al-Hikmah Tuban sejak tahun 2014-Sekarang. Selain rutin mengajar/meneliti/mengabdikan di Kampus “ndeso” tersebut, Alumni Pondok Pesantren Mambaus Sholihin dan Ma’had Aly Al-Hikmah Salafiyah Babakan Ciwaringin Cirebon ini juga pernah aktif di berbagai program pemberdayaan masyarakat, seperti Pendamping Desa KEMENDES PDTT sejak tahun 2015-2017 dan sebagai Penyuluh Agama Islam Non-PNS di Kabupaten Tuban sejak 2017-2019 dan Pendamping Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Area ROW Exxon Mobil Cepu Limited (EMCL) bersama dengan IDFoS Indonesia.

Beberapa pengalaman kerja dan pengabdian yang pernah dilaluinya antara lain; Guru di SMP Raudlatul Jannah Probolinggo 2007 – 2009; Jurnalis di Bintang TV 2009 – 2010, Jurnalis di Semenanjung TV 2010 – 2011, Guru di MTs Madani sekaligus sebagai Pengasuh Pondok Pesantren Madani Unggulan Bintang Kepulauan Riau (kerjasama dengan PEMKAB Bintang) 2010 – 2012; Zakat Advisor di Yayasan Nurul Hayat Cabang Tuban; Kepala SMK Islam Darun Najah Tambakboyo Tuban 2015; Ketua Penyunting Al Hikmah: Jurnal Studi Keislaman, IAI Al-Hikmah Tuban (2015-2022), Kepala LPPM IAI Al-Hikmah Tuban (2020-2022), Direktur Pusat Kajian dan Pendamping Produk Halal IAI Al-Hikmah Tuban (2021-Sekarang), Wakil Dekan Fakultas Syariah IAI Al-Hikmah Tuban (2022-Sekarang). Ketua LAKSPESDAM MWC NU Kerek Tuban.

## BIODATA PENULIS



**Dr. Eko Sudarmanto. SE., MM.** Lahir di Boyolali, 12 Maret 1970, anak kedua dari pasangan Dulkarim (alm.) dan Sunarti (alm.). Peraih rekor MURI atas disertasi ilmiahnya ini adalah lulusan Program Doktoral di Institut Perguruan Tinggi Ilmu Al-Quran (PTIQ) Jakarta, Program Studi Ilmu Al-Quran dan Tafsir. Pendidikan sebelumnya, Program Studi Magister Manajemen (MM) di Universitas Muhammadiyah Tangerang, Sarjana Akuntansi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Muhammadiyah Jakarta. Pelatihan dan sertifikasi kompetensi yang pernah diikuti, yaitu *Certified Risk Associate (CRA)*, *Certified Risk Professional (CRP)*, *Certified of Sharia Fintech (CSF)*, *Certified Book and Paper Authorship (CBPA)*, *Certified Fundamental Tax (C.FTax)*, dan *Certified Holistic Management in Quran (CHMQ)*. Penulis adalah Dosen tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis - Universitas Muhammadiyah Tangerang [UMT] Indonesia. Sebelumnya lebih dari 25 tahun sebagai praktisi di salah satu bank swasta terbesar di Indonesia cabang Jakarta, dan dua tahun sebelumnya bekerja di PT JIPRI Rattan Industry - Tangerang. Email penulis: [ekosudarmanto.umd@gmail.com](mailto:ekosudarmanto.umd@gmail.com).

## **BIODATA PENULIS**



**Amriadi, S.Pd., M.Pd.**

Dosen Manajemen Informatika  
STMIK Amika Soppeng

Penulis lahir di samoda kabupaten soppeng tanggal 09 April 1989. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Manajemen Informatika STMIK Amika Soppeng. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Makassar tahun 2011 dan melanjutkan S2 pada Jurusan Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Makassar tahun 2014. Penulis menekuni bidang Menulis dan penelitian. Beberapa buku telah di terbitkan seperti Motivasi belajar dan Sistem Manajemen Informasi

## BIODATA PENULIS



### **Dwi Vita Lestari.S, M.Pd.**

Dosen Program Studi Manajemen Bisnis Syariah  
STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau

Penulis lahir di Pekanbaru tanggal 18 Maret 1989. Penulis adalah Dosen STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Pendidikan Ekonomi dan S2 Administrasi (Manajemen) Pendidikan di Universitas Riau. Penulis rutin mengikuti Pelatihan dan Seminar Ekonomi Islam. Penulis menekuni bidang Ekonomi Syariah melalui publikasi *research*. Penulis pernah menerbitkan Buku Ajar Pengantar Manajemen Syariah dan Pariwisata Halal (Wisata Religi Pulau Penyengat). Penulis juga melakukan edukasi *Halal Lifestyle* melalui webinar, media cetak , youtube dan juga Pengabdian kepada Masyarakat. Penulis aktif berorganisasi salah satunya ICMI Orda Kota Tanjungpinang sebagai Wakil Ketua bidang Perempuan. Contact person di WA +62811770811 dan email [dwivitalestari@gmail.com](mailto:dwivitalestari@gmail.com)

## BIODATA PENULIS



**Muhammad Elsa Tomisa, S.El.,M.E.Sy**

Dosen Program Studi Perbankan Syariah  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Syariah Bengkalis

Penulis lahir di Muntai tanggal 12 Juli 1983. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Bengkalis. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Keuangan dan Perbankan Syariah dan melanjutkan S2 pada Jurusan Ekonomi Syariah. Penulis juga merupakan seorang direktur pada Badan Usaha Milik Desa Muntai Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis.

## **BIODATA PENULIS**



**Derizka Inva Jaswita, S.Ikom., M.M**

Dosen Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang

Penulis adalah dosen tetap pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Ilmu Komunikasi dan melanjutkan S2 pada Jurusan Manajemen Pemasaran. dan telah memiliki banyak pengalaman bekerja di beberapa perusahaan swasta yang bergerak di bidang pelayanan kesehatan dan perbankan. Penulis senang menekuni bidang Menulis agar dapat memberikan manfaat kepada para pembaca.

## BIODATA PENULIS



**Khurul Aimmatul Umah, S.E., M.SE.I**  
Dosen Program Studi Ekonomi Syariah  
IAI Tarbiyatut Tholabah Lamongan

Penulis lahir di Lamongan tanggal 26 Des 1994. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Tarbiyatut Tholabah Lamongan. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta dan melanjutkan S2 pada Jurusan Ekonomi Islam Universitas Airlangga Surabaya. Penulis menekuni bidang tulis menulis pada saat dibangku sekolah karena penulis yakin dengan menulis akan membuat kita terbiasa berpikir logis dan sistematis. Penulis dapat dihubungi melalui e-mail [khurulaimmah12@gmail.com](mailto:khurulaimmah12@gmail.com).

Selamat membaca. Semoga bermanfaat dan menjadi amal jariyah amiin.

“Menulislah, karena tanpa menulis engkau akan hilang dari pusaran sejarah.” - ***Pramoedya Ananta Toer***

## **BIODATA PENULIS**



**Yenny Kornitasari., SE., ME**

Dosen Departemen Ilmu Ekonomi Universitas Brawijaya

Penulis lahir di Blitar tanggal 1 oktober 1988. Penulis adalah dosen tetap pada Departemen Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya dan melanjutkan S2 pada program Magister Ilmu di kampus yang sama. Saat ini, penulis menekuni bidang keilmuan yang berkaitan dengan Ekonomi, Keuangan dan Perbankan khususnya berkaitan dengan penerapan pada prinsip syariah.

## BIODATA PENULIS



**Ahmad Munir Hamid, SE, M.SEI**

Dosen Program Studi Ekonomi Syariah

Fakultas Agama Islam Universitas Islam Darul 'Ulum Lamongan

Penulis lahir di Lamongan tanggal 10 Juli 1984. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam Darul 'Ulum Lamongan. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Ekonomi Manajemen dan melanjutkan S2 pada Jurusan Sains Ekonomi Islam. Penulis menekuni riset dan E-commerce serta konsultasi wirausaha.

## **BIODATA PENULIS**



**Fitria Nurma Sari, S.E., S.Sos., M.SEL.**  
Universitas Airlangga

Penulis memiliki latar belakang pendidikan yang tidak lepas dengan dunia ke-Islaman terutama studi Ekonomi Islam dan Manajemen Dakwah, pendidikan S1 ditempuh di dua kampus secara bersamaan yaitu di prodi Ekonomi Islam Universitas Negeri Surabaya dan prodi Manajemen Dakwah di STID Al-Hadid Surabaya pada tahun 2014. Setelah lulus S1 di tahun 2018, penulis melanjutkan studi S2 di prodi Magister Sains Ekonomi Islam. Penulis memiliki keinginan untuk memulai karir dalam bidang kepenulisan, baik menulis penelitian, buku maupun karya tulis lainnya. Dengan karya kedua di salah satu bagian buku Ekosistem Industri Halal ini penulis berharap dapat memberikan kontribusi positif terhadap khazanah keilmuan bidang Ekonomi Syariah.

## BIODATA PENULIS



**Lucky Nugroho**, lahir di Jakarta pada tanggal 21 Desember 1979. Pendidikan yang telah ditempuh penulis adalah sebagai berikut:

- S1 Sarjana Ekonomi lulus pada tahun 2001 dari Fakultas Ekonomi pada jurusan Akuntansi Universitas Islam Indonesia;
- S2 Magister Manajemen lulus pada tahun 2011 dari Universitas Trisakti;
- S2 Magister Akuntansi dengan konsentrasi Akuntansi Syariah dari Universitas Padjadjaran Bandung lulus pada tahun 2014;
- S2 Advance Master Microfinance lulus pada tahun 2015 dari Universite Libre de Bruxelles-Solvay Brussels School of Economic and Management, Belgia;
- Post-Graduate dari Erasmus University Rotterdam pada tahun 2016 dengan konsentrasi Sustainable Local Economics Development;
- S3 Doktor Ilmu Ekonomi dengan konsentrasi keuangan dan ekonomi syariah, lulus pada tahun 2021 dari Universitas Trisakti.

Saat ini penulis adalah staf pengajar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Jakarta sejak tahun 2015. Selain

itu penulis juga sebagai praktisi pada perbankan, yaitu Bank Rakyat Indonesia dari tahun 2002-2009. Sejak tahun 2009 s.d saat ini penulis juga masih aktif sebagai praktisi di perbankan syariah yang dirintis pada Bank Mandiri Syariah (BSM) dan sejak 1 Februari 2021 berubah menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Selain itu penulis juga aktif sebagai pengurus pada bidang kerjasama Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI) Komisariat Universitas Mercu Buana dan sebagai pengurus Ikatan Dosen Republik Indonesia (IDRI) wilayah Jakarta.

## BIODATA PENULIS



**Lu'liyatul Mutmainah, S.E., M.Si**

Dosen Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi

Penulis lahir di Tegal (Jawa Tengah) pada tanggal 22 April 1992. Penulis adalah Dosen Tetap pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi. Selain itu, penulis juga seorang Peneliti di Waqf Center for Indonesian Development and Studies (WaCIDS). Penulis menamatkan S1 pada Jurusan Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan melanjutkan S2 dengan Beasiswa LPDP di Peminatan Ekonomi dan Keuangan Syariah, Kajian Wilayah Timur Tengah dan Islam (KTTI), Universitas Indonesia. Penulis aktif meneliti dan menulis terutama di bidang wakaf, zakat, industri halal, dan *financial technology* (fintech). Beberapa penelitiannya dipresentasikan pada konferensi internasional dan meraih penghargaan sebagai *Best Paper* dan *Best Presenter* pada the 3<sup>rd</sup> International Conference on Islamic Economics and Financial Inclusion (ICIEFI) 2019 dan juga mendapatkan *consolation prize* pada the 6<sup>th</sup> Annual Islamic Finance Conference (AIFC) 2022. Beberapa tulisannya telah dipublikasikan di jurnal internasional termasuk scopus ataupun *book chapter*. Penulis dapat dihubungi melalui [luly@unsil.ac.id](mailto:luly@unsil.ac.id).