

Editor: Achmad Tubagus Surur



**HALAL**  
INDONESIA

# PERKEMBANGAN INDUSTRI HALAL DI INDONESIA

Hendri Hermawan Adinugraha, dkk.

Scientist Publishing

# **PERKEMBANGAN INDUSTRI HALAL DI INDONESIA**

## **KUTIPAN PASAL 72:**

### **Ketentuan Pidana Undang-Undang Republik Indonesia**

#### **Nomor 19 Tahun 2002 tentang HAK CIPTA**

1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud dalam ayat 1, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

**Hendri Hermawan Adinugraha, dkk.**

# **PERKEMBANGAN INDUSTRI HALAL DI INDONESIA**



# PERKEMBANGAN INDUSTRI HALAL DI INDONESIA

Copyright © 2022

## **Penulis:**

Hendri Hermawan Adinugraha, Rizky Andrean, Wahyudin Ali Ikhrom, Restu Aurora Gita Setyani, Hidayatul Sibyani, Fitri Mukarromah, Ummu Hani Fauzi, Ali Ifiandri, Ika Masruroh, Anis Safitri, Sah Ikhlas

## **Editor:**

Achmad Tubagus Surur

## **Setting Lay Out & Cover:**

Rizky Andrean

## **Diterbitkan oleh:**

SCIENTIST PUBLISHING

Jl. Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan

[publishing.iainpekalongan.ac.id](http://publishing.iainpekalongan.ac.id)

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku tanpa izin tertulis dari penerbit.

Cetakan ke-1 Agustus 2022

**ISBN: 9-786239-861292**

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Pertama, mari kita panjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang atas karunia serta nikmat-Nya, maka buku yang berjudul "Industri Halal di Indonesia" ini dapat diselesaikan.

Perkembangan industri halal di Indonesia diyakini menjadi modal penting dalam pembangunan ekosistem ekonomi dan keuangan syariah nasional. Industri halal berkontribusi untuk menciptakan iklim usaha yang positif dan inovatif serta berpedoman dengan nilai-nilai syariah. Kontribusi tersebut diharapkan tidak hanya berdampak positif dalam pertumbuhan ekonomi tetapi juga akan memperkuat citra perekonomian syariah Indonesia di mata dunia.

Pengembangan industri halal sangat penting dilakukan negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam seperti Indonesia. Pemerintah Indonesia sangat mendukung program ini. Melalui Undang Undang (UU) No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dan peraturan turunannya, seperti Peraturan Pemerintah (PP) No. 33 Tahun 2019 serta Peraturan Menteri Agama (PMA) No. 26 Tahun 2019, negara dalam hal ini adalah pemerintah hadir dalam melakukan penjaminan produk halal. Regulasi ini penting sebagai payung hukum untuk memberikan arah dan standar bagi pelaku industri untuk melakukan sertifikasi halal secara pasti dalam praktik *good governance*. Kemudian pemerintah juga membentuk Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah

(KNEKS) berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 28 Tahun 2020. Pembentukan komite nasional ini penting dalam rangka mendukung dan mendorong percepatan pengembangan sektor ekonomi dan keuangan syariah; serta dalam rangka memperkuat koordinasi, sinkronisasi dan sinergi antara otoritas, kementerian/lembaga, dan pemangku kepentingan lain di sektor ekonomi dan keuangan syariah termasuk industri halal.

Buku ini berisi gambaran umum mengenai industri halal di Indonesia. Pembahasan materi yang disampaikan secara sederhana namun terstruktur, membuat buku ini mudah dipahami para pembaca yang ingin mengembangkan wawasan tentang industri halal di Indonesia. Pemaparan materi dimulai dengan memahami pemaknaan kata halal dalam industri, peluang dan tantangan industri halal di Indonesia, roadmap industri halal Indonesia, sistem dan sertifikasi halal di Indonesia, sistem jaminan produk halal di Indonesia, sosialisasi dan edukasi produk halal, serta pembahasan setiap sektor industri halal.

Akhirnya, semoga buku ini bermanfaat bagi para pembaca. Saran serta kritik yang bersifat membangun dari para pembaca sangat kami harapkan untuk penyusunan buku-buku berikutnya.  
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, Agustus 2022

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.

# DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB 1 PEMAKNAAN KATA HALAL DALAM INDUSTRI ....</b>	<b>1</b>
A. Pendahuluan .....	1
B. Penerapan Konsep Halal dalam Industri .....	3
C. Implikasi Halal dalam Industri .....	5
D. Daftar Pustaka .....	8
<b>BAB 2 PELUANG DAN TANTANGAN INDUSTRI HALAL DI INDONESIA .....</b>	<b>12</b>
A. Pendahuluan .....	12
B. Peluang Industri Halal di Indonesia .....	16
C. Tantangan Industri Halal di Indonesia .....	20
D. Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia .....	23
E. Penutup .....	27
F. Daftar Pustaka .....	29
<b>BAB 3 ROADMAP INDUSTRI HALAL DI INDONESIA .....</b>	<b>31</b>
A. Pendahuluan .....	31
B. Roadmap Industri Halal di Indonesia .....	33
C. Proyeksi Pengembangan Industri Halal di Indonesia .....	39
D. Penutup .....	45
E. Daftar Pustaka .....	46
<b>BAB 4 SISTEM DAN SERTIFIKASI HALAL DI INDONESIA</b>	<b>47</b>
A. Pendahuluan .....	47
B. Sejarah dan Perkembangan Sertifikasi Halal di Indonesia ..	50
C. Sertifikasi dan Labelisasi Halal di Indonesia .....	57



D.	Sertifikasi Pasca UU Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal.....	58
E.	Mekanisme Penetapan Sertifikasi Halal di Indonesia .....	65
F.	Implikasi Sertifikasi Produk Halal Bagi Bisnis Halal di Indonesia.....	67
G.	Penutup.....	72
H.	Daftar Pustaka .....	73
	<b>BAB 5 SISTEM JAMINAN PRODUK HALAL .....</b>	<b>76</b>
A.	Pendahuluan.....	76
B.	Regulasi Terkait dengan Sistem Jaminan Produk Halal di Indonesia.....	79
C.	Perkembangan Sistem Jaminan Produk Halal di Indonesia	85
D.	Lembaga Penyelenggara Sistem Jaminan Produk Halal di Indonesia.....	91
E.	Penutup.....	100
F.	Daftar Pustaka .....	101
	<b>BAB 6 SOSIALISASI DAN EDUKASI PRODUK HALAL.....</b>	<b>103</b>
A.	Pendahuluan.....	103
B.	Urgensi Sosialisasi dan Edukasi Produk Halal.....	106
C.	Strategi Sosialisasi dan Edukasi Produk Halal .....	110
D.	Regulasi Sosialisasi dan Edukasi Produk Halal .....	111
E.	Optimalisasi Pemanfaatan Media Sosial dalam Sosialisasi dan Edukasi Produk Halal.....	114
F.	Strategi Pemilihan Media Komunikasi LPPOM MUI dalam Sosialisasi dan Edukasi Produk Halal.....	115
G.	Penutup.....	117

H. Daftar Pustaka .....	118
<b>BAB 7 INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN HALAL</b>	
<b>DI INDONESIA .....</b>	<b>120</b>
A. Pendahuluan .....	120
B. Perkembangan Industri Halal .....	123
C. Kajian Halal.....	124
D. Strategi Pengembangan Makanan dan Minuman Halal ....	126
E. Permasalahan Makanan dan Minuman Masa Kini.....	131
F. Penutup.....	132
G. Daftar Pustaka .....	133
<b>BAB 8 INDUSTRI FARMASI HALAL DI INDONESIA.....</b>	
<b>135</b>	
A. Pendahuluan .....	136
B. Urgensi Pelaksanaan Sertifikasi Halal pada Obat-Obatan	
C. Struktur Industri Farmasi di Indonesia .....	137
D. Kebijakan Industri Farmasi pada Masa Pandemi Covid-19 .....	144
E. Industri Farmasi dan Jaminan Produk Halal .....	146
F. Potensi Industri Farmasi Halal Bagi Perekonomian Nasional.....	147
G. Penutup.....	148
H. Daftar Pustaka .....	149
<b>BAB 9 INDUSTRI PARIWISATA HALAL DI INDONESIA..</b>	
<b>151</b>	
A. Pendahuluan .....	151
B. Konsep Industri Pariwisata Halal.....	153
C. Perkembangan Pariwisata Halal di Indonesia.....	155
D. Peluang dan Tantangan Pariwisata Halal di Indonesia .....	157

E.	Strategi Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia .....	160
F.	Pengaruh Pariwisata Halal Terhadap Pertumbuhan Perekonomian di Indonesia .....	161
G.	Penutup.....	163
H.	Daftar Pustaka .....	163
<b>BAB 10 INDUSTRI RUMAH SAKIT HALAL</b>		
<b>DI INDONESIA.....</b>		<b>166</b>
A.	Pendahuluan.....	166
B.	Konsep Industri Rumah Sakit Halal.....	169
C.	Persyaratan dan Tata Cara Pengajuan Sertifikasi Rumah Sakit Syariah.....	172
D.	Perkembangan Rumah Sakit Syariah.....	174
E.	Strategi Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia .....	176
F.	Preferensi Masyarakat Terhadap Industri Rumah Sakit Halal .....	177
G.	Penutup.....	179
H.	Daftar Pustaka .....	180
<b>BAB 11 MEDIA DAN REKREASI HALAL DI INDONESIA..</b>		
<b>182</b>		
A.	Pendahuluan.....	182
B.	Urgensi Media dan Rekreasi Halal.....	184
C.	Media dan Rekreasi Halal di Indonesia.....	186
D.	Penutup.....	188
E.	Daftar Pustaka .....	190
<b>CV PENULIS .....</b>		<b>191</b>

# **Bab 1**

## **PEMAKNAAN KATA HALAL**

### **DALAM INDUSTRI**

#### **A. PENDAHULUAN**

Pada tahun 2010 penduduk Muslim dunia berjumlah 1,619,314,000 jiwa dan pada tahun 2030 jumlahnya diproyeksikan meningkat menjadi sebesar 2,190,154,000 jiwa (Pew Research Center, 2011). Populasi Muslim di Asia telah mencapai lebih dari dua pertiga populasi Muslim di dunia. Jumlah penduduk Asia meningkat dari 1,4 miliar pada tahun 1950 menjadi 4,7 miliar pada tahun 2020, persentase Muslim di Asia meningkat dari 23% pada tahun 1950 menjadi 31% pada tahun 2020, yang berjumlah lebih dari satu persen per decade (Kettani, 2010). Bahkan data yang paling baru menunjukkan umat Islam mengalami peningkatan cepat dalam populasi dunia, dan Indonesia mengalami tingkat yang lebih cepat dari populasi Muslim dunia antara tahun 1950 dan 2050 (Kettani, 2017).

Indonesia adalah negara berpenduduk mayoritas Muslim terbesar dan memiliki populasi Muslim terbesar dibandingkan negara lain (Henderson, 2010). Berdasarkan data tersebut, pada tahun 2020 ini jumlah populasi penduduk Indonesia mencapai 269,413,457 jiwa dan jumlah umat Islam Indonesia masih mendominasi pada kisaran 237,083,842 jiwa (88%) dari jumlah total penduduk Indonesia (Zamani-Farahani & Henderson, 2010).

Kondisi pasar global saat ini apabila dilandaskan dengan kebutuhan dan preferensi dari banyaknya umat Muslim di seluruh dunia telah memunculkan kompetisi yang kuat di bidang industri. Hal ini menciptakan peluang bagi perusahaan, terutama di pasar yang sedang berkembang untuk mengambil keuntungan dari pasar produk halal. Sektor ini (industri halal) semakin menarik perhatian para pembuat kebijakan dan para pengusaha sebagai industri dengan potensi pertumbuhan yang semakin meningkat (Evans & Syed, 2015). Fakta ini menunjukkan bahwa industri halal telah menarik banyak negara seperti Thailand, Singapura, dan Filipina yang sadar terhadap perkembangan produk halal. Negara-negara lain seperti Australia dan Amerika Serikat juga berebut mengambil kesempatan ini untuk menjadi produsen produk halal (Tawil et al., 2015).

Data jumlah populasi dan daya beli umat Islam di seluruh dunia ini menunjukkan peningkatan dan penguatan tren gaya hidup halal (halal lifestyle) di kalangan mereka. Bagi 1.6 miliar penduduk Muslim, halal lifestyle menjadi pola baru. Hal ini dikuatkan oleh State of the Global Islamic Economy 2017-2018 yang melaporkan tren bisnis dan industri halal saat ini terus menunjukkan kemajuan, diantaranya adalah bisnis pada sektor makanan halal (*halal food*), wisata halal (*halal travel*), media dan rekreasi halal (*halal media and recreation*), farmasi dan kosmetik halal (*halal pharmaceuticals and cosmetics*) (State of the Global Islamic Economy Report, 2019). Sekarang ini cakupan halal tidak hanya aspek makanan saja, tetapi keseluruhan aspek dalam kehidupan manusia

sehari-hari. Karena sebagai seorang Muslim, sebelum mengkonsumsi apapun ia wajib untuk memastikan status hukum makanan atau minuman yang dikonsumsinya serta jasa yang dipergunakannya (Tawil et al., 2015). Demikian juga halnya jika masyarakat hendak bertindak dalam segala hal, maka ia wajib memilih sikap serta tindakan yang tidak dilarang oleh syariaah Islam dan status hukumnya halal.

## **B. PENERAPAN KONSEP HALAL DALAM INDUSTRI**

Peningkatan pengeluaran umat Muslim untuk sektor bisnis dan industri halal semakin meningkat di masa depan disebabkan oleh beberapa faktor pendukung utama, yaitu pertumbuhan ekonomi Islam, pertumbuhan demografi, praktik bisnis dan gaya hidup yang berfokus kepada *halal oriented*. Salah satu contohnya ialah pariwisata halal termasuk di dalamnya hotel yang sesuai syariaah (Bon & Hussain, 2010), yang dapat dicapai lebih mudah oleh negara-negara Muslim, dapat menguntungkan untuk menarik wisatawan Muslim dengan daya beli tinggi yang mengarah pada pertumbuhan ekonomi untuk beberapa wilayah atau negara yang dianggap sebagai tujuan ramah Muslim (Murti, 2017).

Dahulu konsep halal hanya menjadi perhatian bagi umat Islam, tetapi sekarang konsep halal telah menjadi perhatian global pada semua sektor bisnis maupun industry (Elias et al., 2016). Perhatian masyarakat terhadap produk halal ini menunjukkan bahwa terdapat kesadaran yang lebih besar di kalangan umat Islam tentang kebutuhan produk halal. Contoh yang baik dari kesadaran

konsumen yang semakin meningkat adalah pesatnya penjualan tahunan makanan halal di seluruh Rusia dan meningkatnya permintaan produk halal antara 30% dan 40% setiap tahunnya (Rychkov, 2019). Oleh karenanya, tidak diragukan lagi apabila saat ini semua pihak memandang halal sebagai sarana yang potensial untuk merangsang ekonomi melalui nilai tambah ekspor, perdagangan dan pariwisata (Halal Industry Development Corporation, 2012). Kesadaran tentang konsep halal semakin meningkat, dan perusahaan menanggapi kebutuhan konsumen ini secara sigap, baik itu dalam bentuk produk maupun layanan. Diantara faktor-faktor yang mempengaruhi pemahaman, kesadaran, dan keakraban konsumen dengan produk yang mereka konsumsi ialah faktor individu, sosial dan lingkungan (Baharuddin et al., 2015).

Penerapan konsep halal pada sektor industri sudah menjadi kebutuhan bagi negara-negara Muslim maupun non-Muslim. Secara global, segmen pasar industri halal telah berkembang pesat di negara-negara Muslim maupun non-Muslim. Berdasarkan fenomena yang berkembang ini, di Jepang, misalnya, telah memulai menangani daya tarik umat Islam khususnya negara-negara Asia Tenggara untuk berkunjung ke negaranya (*Halal Industry Activates Japanese Tourism Market*, n.d.). Beberapa restoran di Inggris, seperti KFC juga sudah menawarkan makanan halal kepada konsumen Muslim (Rakhmat, 2022). Pada akhir 2013 Dubai telah memberikan titik fokus pada industri halal untuk semua proyek ekonomi Islam mulai dari keuangan Islam dan produk halal untuk pariwisata

ramah keluarga, ekonomi digital, desain islami, pengetahuan dan informasi, dan standar serta sertifikasi halal (Evans & Syed, 2015).

### C. IMPLIKASI HALAL DALAM INDUSTRI

Secara etimologi (*lughawi*) kata *ḥalāl* berasal dari bahasa Arab yang maknanya boleh atau diizinkan sesuai dengan ajaran Islam atau tidak dilarang oleh syariah, sesuatu yang diperoleh atau diperbuat dengan sah (Adinugraha, 2021). *Ḥalāl* juga bermakna semua urusan yang boleh dilakukan karena tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya. *Ḥalāl* juga salah satu dari lima tindakan *al-ahkām al-khamsah* yang mengategorikan moralitas tindakan manusia dalam Islam, lawan atau kebalikan dari *ḥalāl* ialah *harām* (dilarang) (Al-Qaradawi, 1999). Sedangkan secara terminologi, menurut Indonesia Halal Lifestyle Center “Halal adalah hak untuk setiap Muslim, tetapi halal juga hak istimewa bagi semua orang” (Labadi & Evans, 2018). Halal juga merupakan bagian dari pemberian Allah untuk umat manusia; halal, sehat, aman, sehat, menyenangkan. Halal bukan hanya tentang produk akhir; itu adalah keseluruhan proses. Halal adalah kepercayaan, kehormatan dan tanggung jawab (Labadi & Evans, 2018).

Konsep halal dalam perkembangannya mencakup sektor industri. Mengintegrasikan dan menggabungkan istilah “halal” dalam membentuk “industri halal” berkaitan erat dengan istilah “halal” itu sendiri. Secara etimologi, kata *ḥalāl* berasal dari bahasa Arab artinya diizinkan, dibolehkan, sah, dan legal. Istilah *ḥalāl* berarti diizinkan sesuai dengan ajaran Islam (syariah). *Ḥalāl* juga



salah satu dari lima tindakan al-ahkām al-khamsah yang mengkategorikan moralitas tindakan manusia dalam Islam, lawan atau kebalikan dari *ḥalāl* ialah *harām* (dilarang) (al-Qaradawi, 2013). *Ḥalāl* dalam Al-Qur'an biasanya digunakan sehubungan dengan apa yang dimungkinkan oleh kehendak dan perintah Allah, dan, sejauh itu, membawa tingkat kesucian yang lebih tinggi daripada label hukum *jā'iz* dan *mubāḥ* (Kamali, 2009). Setiap Muslim dalam Islam wajib hanya mengkonsumsi apa yang halal dan menghindari apa yang diharamkan oleh Allah SWT. Mengkonsumsi yang halal, suci, dan baik (*tayyib*) bagi umat Muslim hukumnya adalah wajib karena merupakan perintah agama (Amin, 2017).

Kewajiban hanya mengkonsumsi apa-apa yang halal dan menghindari bahkan menjauhi yang diharamkan oleh Allah SWT bagi setiap Muslim dikarenakan hal tersebut merupakan wujud ketaatan umat Islam terhadap ajaran Islam (Amin, 2017). Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: “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”.

Pada ayat tersebut Allah menyeru kepada seluruh umat manusia (يَا أَيُّهَا النَّاسُ), tanpa terkecuali, untuk mengkonsumsi makanan dan minuman *ḥalāl* dan *tayyib* (baik) (Shihab, 2006). Allah SWT menjamin kesehatan (kesehatan fisik dan psikis) bagi setiap manusia yang mengamalkan segala perbuatan (mengkonsumsi

makanan dan minuman *ḥalāl* dan *ṭayyib*) yang diperintahkan-Nya. Sedangkan *ṭayyib* dalam konteks ini bermakna baik atau bagus, yang mencakup kesehatan, keselamatan, keadilan, lingkungan, dan keseimbangan alam. Prinsip dasar seorang Muslim dalam mengkonsumsi makanan berdasarkan QS. Al-Baqarah ayat 168 tersebut adalah bahwa makanan tidak hanya harus *ḥalālān* (diperbolehkan sesuai syariah), tetapi juga *ṭayyiban* yang berarti sehat (sehat, aman, bergizi, berkualitas) (Alqudsi, 2014).

Terminologi *ḥalāl* sejatinya identik dengan ajaran syariat Islam (Riaz & Chaudry, 2018). *Ḥalāl* selama ini maknanya lebih sering dikaitkan dengan minuman dan makanan. Padahal, konteks “makanlah yang halal lagi baik” (كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا) pada ayat tersebut bermakna lebih general, yaitu mencakup segala tindakan dan perbuatan yang berhubungan dengan aktivitas kehidupan manusia. Oleh karena itu, makna *ḥalāl* seyogyanya harus diimplementasikan dalam gaya hidup (*lifestyle*) umat Muslim atau biasa disebut dengan istilah gaya hidup halal (*halal lifestyle*) (Tahmid, 2017). Industri halal tidak bisa dilepaskan dari aspek gaya hidup halal, ketika seorang Muslim ingin menggunakan jasa atau mengkonsumsi sesuatu maka ia wajib memastikan apakah kegiatan tersebut dibolehkan oleh syariah atau tidak (halal atau haram). Hal ini juga sesuai dengan kaidah fiqh: دَرْءُ الْمَفَاسِدِ مُقَدَّمٌ عَلَى جَلْبِ الْمَصَالِحِ: (menolak bahaya atau kerusakan lebih didahulukan dari mengambil maslahat atau manfaat). Maknanya mencegah agar tidak terjerumus pada kegiatan yang tidak sesuai dengan syariah lebih didahulukan daripada mengambil maslahat ekonomi dari kegiatan itu sendiri.

Istilah halal memiliki implikasi yang lebih luas bagi umat Islam untuk mendapatkan status spiritual dengan menginternalisasi cara hidup yang sepenuhnya dipupuk oleh ajaran Islam (Yousaf, 2018). Secara definisi *ḥalāl* dan *harām* sesungguhnya bukan hanya berkaitan dengan masalah minuman dan makanan, tetapi juga berhubungan dengan segala perbuatan. Makanya ada perbuatan atau tindakan yang dihalalkan, ada pula sebaliknya (diharamkan). Istilah *ḥalāl* dalam konteks luas berimplikasi kepada segala sesuatu atau perbuatan yang *ṭayyib* (baik) yang diizinkan atau diperbolehkan oleh syariat Islam (Rofi'i, 2022). Dengan demikian, konsep halal mencakup setiap produk yang sesuai dengan hukum Islam yang dimulai dengan minuman dan makanan, kemudian sekarang ini mencakup perbankan dan keuangan, pariwisata, kosmetik, farmasi, pekerjaan, perjalanan, teknologi dan layanan transportasi, dan lain-lain (Khan & Haleem, 2016). Oleh karenanya dalam ajaran Islam, seorang Muslim harus berperilaku sesuai dengan syariah, seorang Muslim juga harus menghindari perilaku yang bertentangan dengan Islam (*harām*). Karena pada dasarnya, karakteristik halal yaitu sesuai dengan rujukan syariah.

#### D. DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H. (2021). *HALAL LIFESTYLE: Theory and Practice in Indonesia*. Zahir Publishing.
- Al-Qaradawi, Y. (2013). *The Lawful and the Prohibited in Islam: الحلال والحرام في الإسلام*. 355  
<https://books.google.com.my/books?id=iXCNAQAAQBAJ>
- Al-Qaradawi, Y. (1999). *The Lawful and the Prohibited in Islam (Al-Halal Wal Haram Fil Islam)*. In *America Trust Publication, 1994*.

- Alqudsi, S. G. (2014). Awareness and Demand for 100% Halal Supply Chain Meat Products. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.021>
- Amin, M. (2017). *Fatwa Dalam Sistem Hukum Islam* (p. 430).
- Baharuddin, K., Kassim, N. A., Nordin, S. K., & Buyong, S. Z. (2015). Understanding the Halal Concept and the Importance of Information on Halal Food Business Needed by Potential Malaysian Entrepreneurs. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 5(2). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v5-i2/1476>
- Bon, M., & Hussain, M. (2010). Halal food and tourism: Prospects and challenges. *Bridging Tourism Theory and Practice*, 2, 47–59. [https://doi.org/10.1108/S2042-1443\(2010\)0000002007](https://doi.org/10.1108/S2042-1443(2010)0000002007)
- Elias, E. M., Othman, S. N., Yaacob, N. A., & Saifudin, A. M. (2016). A study of halal awareness and knowledge among entrepreneur undergraduates. *International Journal of Supply Chain Management*, 5(3), 147–152.
- Evans, A., & Syed, S. (2015). *TRADE IMPACT FOR GOOD From niche to mainstream Halal Goes Global*. <http://www.intracen.org>
- Halal Industry Activates Japanese Tourism Market. (n.d.). <http://human.kanagawa-u.ac.jp/gakkai/student/pdf/i11/110320.pdf>
- Halal Industry Development Corporation. (2012). Briefing to Members of Parliament Overview of the Global Halal Market. *Halal Industry Development Corporation*.
- Henderson, J. C. (2010). Islam and tourism: Brunei, Indonesia, Malaysia, and Singapore. In *Bridging Tourism Theory and Practice* (Vol. 2, Issue 2010). Elsevier. [https://doi.org/10.1108/S2042-1443\(2010\)0000002009](https://doi.org/10.1108/S2042-1443(2010)0000002009)
- Kamali, M. H. (2009). Tourism and the Ḥalāl Industry: A Global Sharīḥah Perspective. *Islam and Civilisational Renewal (ICR)*, 3(3), 455–473. <https://www.icrjournal.org/icr/index.php/icr/article/view/32?articlesBySameAuthorPage=3>
- Kettani, H. (2010). Muslim Population in Oceania: 1950 – 2020. *International Journal of Environmental Science and Development*, 1(2), 165–170. <https://doi.org/10.7763/ijesd.2010.v1.30>
- Kettani, H. (2017). History and Prospect of Muslims in Western Europe. *Journal of Religion and Health*, 56(5).

- <https://doi.org/10.1007/s10943-016-0253-4>
- Khan, M. I., & Haleem, A. (2016). Understanding “ Halal ” and “ Halal Certification & Accreditation System ” - A Brief Review. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 1(1).
- Labadi, S., & Evans, S. (2018). *Obituary: Abdalhamid Evans, a Thought Leader in the Islamic Economy*. <https://halalfocus.net/obituary-abdalhamid-evans-a-thought-leader-in-the-islamic-economy/>
- Murti, T. W. (2017). Halal Life Style And Global Trade. *The 7th International Seminar on Tropical Animal Production Contribution of Livestock Production on Food Sovereignty in Tropical Countries*, 2, 33-39. <https://journal.ugm.ac.id/istaproceeding/article/view/30115>
- Pew Research Center. (2011). The future of the global Muslim population. Projections for 2010-2030. *Population Space and Place*, 13(1).
- Rakhmat, M. Z. (2022). *Halal Tourism: An Important Idea in Tourism Industry*. Article. [https://www.huffingtonpost.co.uk/muhammad-zulfikar-rakhmat/halal-tourism-animportant\\_b\\_12229662.html](https://www.huffingtonpost.co.uk/muhammad-zulfikar-rakhmat/halal-tourism-animportant_b_12229662.html)
- Riaz, M. N., & Chaudry, M. M. (2018). Handbook of Halal Food Production. In *Handbook of Halal Food Production*. <https://doi.org/10.1201/9781315119564>
- Rofi'i, S. (2022). *Pengertian Halal dan Haram Menurut Ajaran Islam*. Article. <https://www.halalmuibali.or.id/pengertian-halal-dan-haram-menurut-ajaran-islam/>
- Rychkov, S. (2019). Advertising activity of halal restaurant business: The example of Kazan. *Yearbook of Balkan and Baltic Studies*, 2(1). <https://doi.org/10.7592/YBBS2.10>
- Shihab, M. Q. (2006). Tafsir Al-Misbah (Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an). In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- State of the Global Islamic Economy Report. (2019). State of the Global Islamic Economy Report 2019/20. In *Dubai International Financial Centre*.
- Tahmid, K. (2017). *Halal Life Style*. Article.
- Tawil, N. M., Ramlee, S., Jaafar, J., & Saat, F. M. (2015). An overview of foodpreneur awareness among Small and Medium-Sized Enterprises (SME) of halal certification. *Asian Social Science*,

- 11(21), 91–94. <https://doi.org/10.5539/ass.v11n21p91>
- Yousaf, S. (2018). Halal culinary and tourism marketing strategies on government websites: A preliminary analysis. *Tourism Management*, 68, 423–443. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.04.006>
- Zamani-Farahani, H., & Henderson, J. C. (2010). Islamic tourism and managing tourism development in islamic societies: The cases of Iran and Saudi Arabia. *International Journal of Tourism Research*, 12(1), 79–89. <https://doi.org/10.1002/jtr.741>

## Bab 2

# PELUANG DAN TANTANGAN INDUSTRI HALAL DI INDONESIA

### A. PENDAHULUAN

Seiring kebutuhan umat manusia untuk menjalani gaya hidup sehat, konsep halal pun mengikuti perubahan yang terjadi dan menjadi bersifat universal serta mengandung unsur kemaslahatan bagi seluruh manusia. Konsep halal tidak hanya mencakup kebutuhan untuk menjalankan syariah, tetapi juga mengandung konsep keberlanjutan dalam semua aktivitas manusia sejalan dengan gaya hidup manusia. Disematkannya kata halal pada suatu produk tidak hanya bermakna menjadi suatu jaminan bahwa produk tersebut diperbolehkan untuk dikonsumsi oleh umat muslim, namun secara lebih mendalam juga telah menjadi pilihan gaya hidup yang disukai semua kalangan secara global. Dalam perkembangannya, muncul istilah *halal lifestyle* yang telah menarik perhatian berbagai kalangan, bukan hanya menarik bagi kalangan umat muslim, melainkan juga bagi kalangan non-muslim dalam mengonsumsi produk halal. Hal ini didorong oleh kepercayaan bahwa *halal lifestyle* didasarkan pada keinginan untuk mewujudkan gaya hidup sehat yang menjadi pilihan manusia pada umumnya (Rachim & Santoso, 2021).

Makna halal dapat ditafsirkan secara luas. Tidak hanya diperbolehkan tetapi juga sehat sehingga layak dikonsumsi. Produk halal adalah produk-produk yang dinyatakan halal sesuai dengan

ketentuan syariat Islam. Produk halal dapat diketahui melalui proses sertifikasi halal. Produk halal ditandai dengan pencantuman logo halal pada produk tersebut. Bagi muslim, logo halal menandakan produk tersebut memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh hukum syariah sehingga layak dikonsumsi. Sementara itu, bagi konsumen non-muslim, logo halal mewakili simbol kebersihan, kualitas, kemurnian, dan keamanan. Logo ini menjadi suatu standar yang menentukan kualitas produk (Kamila, 2021).

Mencermati kondisi potensi industri halal dalam tataran global dan Indonesia, akan tampak bahwa peluang untuk pengembangan industri halal sangatlah besar. Seluruh umat Muslim yang ada di bumi pasti membutuhkan produk yang halal. Wajar jika saat ini beberapa negara di berbagai belahan dunia mulai gencar berlomba untuk mendapatkan potensi industri halal yang sangat besar tersebut (Warto & Arif, 2020). Melihat perkembangan ini, pemerintah telah menerbitkan Undang-Undang No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Undang-Undang ini hadir sebagai upaya mewujudkan terlaksananya jaminan produk halal yang tujuannya antara lain mencakup dua hal. Pertama, memperbanyak nilai lebih kepada pengusaha untuk menjual dan memproduksi produk halal. Kedua, memberi kenyamanan terhadap masyarakat yang menggunakan dan memakai produk tersebut. Dengan adanya Undang-Undang ini ada dua pihak yang diuntungkan yaitu pembeli sebagai pemakai produk dan produsen sebagai penyedia produk halal. Undang-Undang ini menyatakan



bahwa produk halal ialah produk yang sesuai dengan syariat Islam, sedangkan jaminan atau tanggungan produk halal ialah ketetapan hukum terhadap kehalalan produk yang ditandai dengan sertifikat halal. Undang-Undang ini juga menyatakan bahwa produk yang beredar, masuk serta diperdagangkan di Indonesia diwajibkan bersertifikat halal (Zahrah & Fawaid, 2019).

Menghadapi dinamika yang ada, sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, Indonesia berupaya memberikan peran terbaiknya melalui berbagai bentuk atau model industri halal. Industri produk halal merupakan bagian dari ekonomi syariah yang telah dikembangkan pemerintah sejak sekitar tiga dasawarsa terakhir. Indonesia serius memposisikan diri sebagai pusat halal dunia dan pelopor dalam globalisasi industri halal. Dalam perkembangannya, pemerintah mendirikan otoritas khusus yaitu Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Kehadiran BPJPH bertujuan mengakomodasi potensi pasar produk halal domestik yang terbilang besar, sejalan dengan menguatnya kecenderungan beragama penduduk Indonesia. *Halal Economy and Strategy Roadmap 2018* menyebutkan, total konsumsi barang dan jasa halal Indonesia pada 2017 sekitar 218,8 miliar US dollar. Jumlah ini diperkirakan terus tumbuh rata-rata sebesar 5,3 persen dan mencapai 330,5 miliar US dollar pada 2025 mendatang (Kamila, 2021).

Beberapa tahun terakhir pertumbuhan industri halal menduduki posisi teratas dalam laporan ekonomi. Pada akhir 2019, laporan Bank Indonesia menyebutkan bahwa kurva Industri halal

tetap stabil pada tingkat 2.1 %. Hal serupa juga disebutkan oleh LPPOM MUI bahwa jumlah perusahaan yang melakukan sertifikasi halal meningkat dari tahun 2018 sampai tahun 2019. Diketahui jumlah produk yang disertifikasi halal pada tahun 2019 mencapai 274.496. Namun faktanya, Industri halal tidak hanya berkembang pesat di negara Muslim. Industri halal juga menjadi “primadona” di negara minoritas Muslim. Perkembangan yang pesat membangun paradigma bahwa Industri halal berpeluang dalam menunjang pertumbuhan ekonomi (Razali, Syahputra & Ulfah, 2021).

Sayangnya, Indonesia selama ini masih menduduki posisi sebagai big market bukan player dalam industri halal global. Peran Indonesia dalam industri halal global masih tertinggal jauh dari negara-negara lain yang sejatinya Muslim justru menjadi minoritas di negara tersebut. Sebagai contoh, Inggris yang berpusat di London mendeklarasikan dirinya sebagai pusat keuangan syariah di Barat, Tiongkok dinobatkan sebagai pengeksport baju muslim terbesar di Timur Tengah, Korea dengan misinya sebagai destinasi utama pariwisata halal, Uni Emirat Arab dengan ambisi menjadikan Dubai sebagai Ibu Kota ekonomi syariah, Thailand dengan misi menjadi pusat dapur halal dunia, serta Malaysia dengan visinya menjadi pusat industri halal dan keuangan syariah global di 2020. Fakta tersebut sekaligus menghadirkan fenomena baru bahwa pada era milenial ini, ekonomi syariah telah menjadi sumber pertumbuhan ekonomi baru. Negara-negara di luar sana tampaknya telah menyadari lebih awal dan merespon dengan political will sebagai

bentuk perwujudan dari visi-misinya. Bahwasanya industri halal sebagai bagian dari ekonomi syariah pada era milenial ini menjadi lahan empuk untuk menumbuhkan perekonomian suatu negara. Indonesia dalam hal ini dinilai masih terlalu lambat dalam merespon fenomena yang ada (Istikomah, 2019).

## **B. PELUANG INDUSTRI HALAL DI INDONESIA**

Salah satu faktor pendorong berkembangnya pasar halal global adalah meningkatnya pertumbuhan Muslim di dunia yang semakin pesat. Pada saat ini populasi Muslim diproyeksikan menjadi 2,1 miliar. Data ini menunjukkan bahwa populasi Muslim sudah mewakili 28,26 persen dari populasi dunia. Pertumbuhan Muslim yang signifikan berimplikasi terhadap kebutuhan industri halal. Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim mencapai 87,18 persen dari populasi 232,5 juta jiwa (Muhamad, 2020). Sebagai negara yang mayoritas berpenduduk muslim, Indonesia sudah seharusnya memperhatikan kebutuhan warganya dalam mengkonsumsi produk yang halal. Perhatian tersebut salah satunya melalui penyediaan dan pemberian jaminan atas produk halal yang dikonsumsi sesuai dengan ketentuan syariah (Istikomah, 2019).

Potensi pasar produk halal di Indonesia sangat besar. bahkan termasuk yang terbesar di dunia. Apalagi penggunaan produk halal di pasar Indonesia semakin meningkat. Tercatat pada tahun 2017 total konsumsi produk halal di Indonesia sebesar 200 miliar US dollar atau lebih dari 36% total konsumsi rumah tangga. Jumlah ini

juga setara dengan 20% PDB Indonesia. Konsumsi produk halal ini akan terus tumbuh dengan rata-rata pertumbuhan 5,3%. Pada tahun 2025, diperkirakan tingkat konsumsi produk halal Indonesia akan mencapai 330,5 miliar US dollar (Razali, Syahputra & Ulfah, 2021).

Peluang pengembangan industri halal yang telah menjadi tren di tengah-tengah masyarakat global merupakan peluang tersendiri bagi industri halal di Indonesia menuju pusat Industri halal dunia. Beberapa aspek yang menjadi peluang industri halal Indonesia antara lain ialah aspek pengakuan global. Indonesia telah diakui oleh masyarakat dunia sebagai salah satu negara yang fokus mengembangkan industri halal. *State of the Global Islamic Economy Report 2020/2021* mencatat bahwa Indonesia secara global menduduki peringkat keempat dunia dari 15 negara yang masuk dalam Top 15 *Global Islamic Economy Indicator Score Rank*. Berada pada rangking kedua dunia dalam sektor mode, urutan keempat dunia pada sektor makanan halal, selanjutnya urutan kelima pada sektor media dan rekreasi, serta masing- masing urutan keenam pada sektor *islamic finance, travel* dan farmasi serta kosmetik (Samsul, Muslimin & Jafar, 2022).

Sudah menjadi tuntutan bagi umat islam untuk mengonsumsi produk makanan halal lagi baik, sehingga dengan jumlah penduduk muslim di Indonesia yang mencapai 87 persen dari total penduduk indonesia 265 juta, menjadikan indonesia sebagai salah satu pangsa pasar produk halal yang menjanjikan. Bahkan berdasarkan laporan dari *State of the Global Islamic Economy Report 2020/2021*, mengurai bahwa belanja halal food muslim dunia telah

mengalami peningkatan 3,1 persen di tahun 2019 sebesar 1,17 triliun dollar Amerika dari 1,13 triliun US dollar di tahun 2018. Selain itu, investasi pemerintah di sektor halal food merupakan terbesar ketiga dunia, dengan total investasi mencapai 6,3 miliar US dollar pada tahun 2020 (Warto & Arif, 2020).

Investasi tersebut menunjukkan bahwa betapa pemerintah serius mendukung pengembangan produk halal food Indonesia. Langkah dan dukungan lain yang menunjukkan keseriusan pemerintah pada sektor halal food dengan adanya pembentukan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang merupakan mandatori dari lahirnya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. Disahkannya BPJPH pada tanggal 27 Oktober 2017 di bawah komando Kementerian Agama, sekaligus menjadi suatu transformasi penyelenggaraan produk halal di Indonesia yang berawal dari sukarela (voluntary) menjadi wajib (mandatory), dalam rangka memberi jaminan dan kenyamanan kepada konsumen muslim dan merangsang pertumbuhan produk halal di Indonesia (Rozalinda, Nurhasnah & Ramadhan, 2019).

Potensi pengembangan busana muslim atau fesyen di Indonesia sangat besar. Konsumsi fesyen muslim Indonesia pada tahun 2019 sebesar 16 Milyar dollar Amerika, Indonesia merupakan terbesar kelima di dunia setelah Iran, Turki, Saudi Arabia, dan Pakistan. Berdasarkan data Pusdatin Kemenperin, kinerja ekspor industri pakaian jadi sepanjang 2020 mencapai 7,04 miliar US dollar

dan pada periode Januari-Februari 2021 mencapai angka 1,24 Miliar US dollar (Fathoni & Syahputri, 2020).

Indonesia merupakan negara yang memiliki keragaman budaya serta kaya akan sejarah dan tradisi-tradisi keagamaan. Selain itu, indahny panorama alam di Indonesia serta masyarakatnya yang ramah menjadi daya tarik Indonesia dalam bidang pariwisata. Bila dikaitkan dengan wisata halal, potensi yang dimiliki Indonesia sangat besar. Ada banyak objek wisata yang bisa dikunjungi oleh *halal traveller*, diantaranya masjid, keraton, makam, benda-benda pusaka, hingga kuliner halal. Terdapat beberapa faktor yang membuat potensi wisata halal di Indonesia begitu besar, yaitu: pertumbuhan populasi muslim yang relatif cepat, pertumbuhan *middle-class income* penduduk muslim yang juga cukup besar, banyaknya populasi muslim yang masih muda dan gemar melakukan *travelling*, akses informasi pariwisata yang berkembang pesat, fasilitas dan layanan yang ramah dan memuaskan, adanya Ramadhan travel yang menarik minat wisatawan, dan bisnis *travel* yang semakin berkembang dan cepat tanggap terhadap kebutuhan wisawatan (Aan Nasrullah, 2016).

Secara global Indonesia memiliki pengaruh yang sangat besar di bidang mode atau busana muslim, sebagaimana laporan dari *State of the Global Islamic Economy Report 2020/2021*, menempatkan Indonesia pada peringkat kedua Top 10 sektor Mode dunia. Dengan demikian bukan hal yang tidak mungkin Indonesia dapat menjadi pemimpin dan pelopor busana muslim dunia di masa yang akan datang. Selain busana muslim atau fesyen, industri kosmetik halal

juga memiliki potensi pasar yang besar, baik dalam maupun luar negeri. Kondisi tersebut memberikan optimisme bagi Indonesia dalam kancah Internasional sebagai pelopor industri halal dunia di masa yang akan datang, jika mendapatkan dukungan yang optimal dari berbagai pihak, terutama stakeholders dan sinergi antara pelaku usaha dan pemangku kepentingan (Fathoni & Syahputri, 2020).

### **C. TANTANGAN INDUSTRI HALAL DI INDONESIA**

Industri halal di Indonesia secara umum memiliki dua tantangan, yaitu tantangan eksternal dan tantangan internal. Tantangan eksternal yang dihadapi di antaranya: Banyaknya negara pesaing. Negara pesaing muncul dari negara-negara muslim dan negara-negara non Muslim. Akibat munculnya negara pesaing tersebut, tentu akan berpengaruh terhadap daya serap produk halal Indonesia di kancah global kualitas produk dan layanan agar mampu bersaing dengan negara-negara pesaing tersebut agar tidak menjadi negara yang pasif atau negara yang hanya menjadi pasar dan konsumen dari produk- produk halal dunia. Selain itu produk dalam negeri juga akan terancam berkurang tingkat serapan konsumsinya di kalangan masyarakat Indonesia dengan adanya produk asing yang masuk di tanah air (Satriana & Faridah, 2018).

Tantangan eksternal berikutnya adalah belum tersedianya keseragaman sertifikasi halal yang disepakati secara global. Salah satu penyebabnya adalah belum adanya konsensus oleh negara-negara di dunia tentang sertifikasi halal yang berstandar

internasional. Selain itu setiap negara memiliki standar sertifikasi halal masing-masing. Kondisi ini merupakan salah satu hal yang perlu mendapatkan perhatian serius bagi Indonesia yang sedang berupaya dalam mengembangkan industri halalnya hingga kekancah dunia. Indonesia dapat tampil sebagai pelopor dalam memprakarsai standar sertifikasi halal dunia (Samsul et al., 2022).

Selanjutnya ketidakkompakan negara-negara muslim dalam menetapkan standar produk halal. Ketidakkompakan negara-negara muslim dunia dalam menetapkan standar produk halal merupakan tantangan dunia Islam. Hal ini menjadikan negara-negara yang mayoritas non-muslim pengambil peranan besar dalam memproduksi produk halal. Padahal persoalan produk halal merupakan urusan syariah sehingga semestinya dikelola oleh organisasi atau badan akreditasi yang memiliki kepakaran dan kepekaan iman Islam (Samsul et al., 2022).

Adapun tantangan internal yang dihadapi di antaranya: kurangnya halal awareness pada masyarakat Indonesia. Halal awareness erat kaitannya dengan pengetahuan, pemahaman dan tingkat religiusitas masyarakat, sehingga membutuhkan sosialisasi yang lebih intens oleh pihak terkait, agar dapat memberikan pemahaman dan kesadaran *halal lifestyle* bagi masyarakat terutama dalam mengonsumsi produk-produk halal. Demikian juga halnya sosialisasi terhadap para pengusaha UMKM khususnya yang bergerak di bidang industri halal, baik produk barang maupun produk jasa. Di era milenial sekarang ini banyak cara yang dapat dilakukan untuk menyosialisasikan produk halal agar mudah



sampai kepada masyarakat dan mudah dipahami, mulai dari sosial media, web site, media cetak, televisi, dan lainnya. Media yang paling efektif bagi masyarakat tentu dapat disesuaikan dengan kondisi masyarakat, yang berada di wilayah perkotaan dapat dilakukan melalui media online, seperti sosial media, website, dan lainnya. Sedangkan yang berada di daerah terpencil, dapat dilakukan melalui media televisi dan radio (Fathoni & Syahputri, 2020).

Tantangan selanjutnya yaitu adanya problematika dari Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. Sejak ditetapkan Undang-Undang Nomor 33 pada tahun 2014, penerapannya baru mulai diberlakukan pada tanggal 17 Oktober 2019. Bahkan setelah ditetapkan pada tahun 2019, Undang-Undang ini masih tetap membutuhkan waktu karena kewajiban sertifikasi halal dilakukan secara bertahap. Hal ini menunjukkan bahwa betapa lambannya pemberlakuan regulasi di dalam negeri, sekaligus menunjukkan lemahnya pemberlakuan sertifikasi halal bagi industri halal di tanah air. Selanjutnya rendahnya kesadaran masyarakat Indonesia untuk berkompetisi juga menjadi suatu tantangan tersendiri. Salah satu hal yang menjadi kelemahan masyarakat Indonesia adalah kebiasaan konsumtif dan kurangnya kesadaran untuk menjadi produsen dari produk barang dan jasa. Sehingga wajar jika pasar Indonesia didominasi oleh produk impor, mulai dari produk rumahan hingga produk industri besar. Produk-produk impor dapat dijumpai tidak hanya di pasar-pasar modern, seperti mall dan swalayan, namun juga di pasar tradisional.

Terlebih di pasar online atau bisnis *e-commerce* yang sedang digandrungi oleh sebagian besar penduduk Indonesia terutama kaum milenial (Fathoni & Syahputri, 2020).

#### **D. STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL DI INDONESIA**

Dibutuhkan beberapa strategi sebagai upaya akselerasi optimalisasi potensi industri 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 terhadap rakyatnya, sehingga dapat meminimalisir keresahan. Keresahan di bidang pangan, obat, kosmetik, alat guna pakai yang terjadi di tengah masyarakat dapat menodai stabilitas ekonomi dan politik. Oleh karena itu, negara berkepentingan untuk menjaga stabilitas Nasional. Pengabaian terhadap pemenuhan kebutuhan dasar ini akan berdampak pada instabilitas di masyarakat. Oleh karena itu 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 otoritas bertanggung-jawab dalam memecahkan masalah

masyarakat agar tercipta kemaslahatan dan stabilitas nasional dengan merumuskan kebijakan yang mengikat rakyat. Kebijakan publik terkait pangan misalnya, dituangkan dalam Peraturan Pemerintah, Peraturan Menteri dan Undang-undang memberikan pedoman pelaksanaan sertifikasi halal untuk memberikan jaminan produk halal di masyarakat (Muhamad, 2020).

Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) harus bisa menjadi alat yang bisa meng-engineer perubahan. Bahwa hukum diharapkan mampu menjadi agen perubahan sosial. Di sinilah pemerintah dan masyarakat dituntut bagaimana implementasi UU JPH yang harus dilengkapi dengan berbagai perantarnya dapat menjangkau digital market tersebut menjadi sesuatu yang halal dengan sistem yang tentu saja 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 pula, 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 (Istikomah, 2019).

Para pelaku yang menjadi penggerak di sektor industry halal perlu juga untuk dikembangkan. 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. Pengembangan industri dilakukan setelah adanya pengembangan SDM. Telah terjadi ketimpangan terkait dengan SDM dalam industri, baik terkait produk pangan, farmasi, kosmetik dan lainnya. Banyak SDM yang berbekal ketrampilan teknologi pangan, farmakologi, dan lainnya, namun kurang dibekali dengan pemahaman yang benar tentang pemahaman halal-haram. Atau sebaliknya memahami dan pandai dalam bidang halal-haram tapi tidak disertai dengan keahlian dalam bidang sains dan teknologi baik pangan, farmasi maupun lainnya. Akibatnya terjadi keterputusan dan kurang pemahaman antara keduanya. Maka dengan demikian dibutuhkan tenaga ahli yang benar-benar mumpuni dan menguasai dalam bidang sains dan pemahaman agama kuat, sehingga upaya mewujudkan gaya hidup halal dapat tercapai dengan baik, sebab jika tidak akan selalu kalah dengan negara-negara lain dan kita selalu menjadi konsumen yang produktif, bahkan ketinggalan dengan negara-negara non muslim (Husain, 2021).

Perlu juga 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 dunia bisnis. Jika pelanggan kecewa dengan produk yang ditawarkan karena produk diragukan kehalalannya maka mereka akan meninggalkannya untuk selamanya. Sebagaimana kasus yang baru

saja menimpa produk Viostin DS dan Enzyplex, yang belakangan dinyatakan positif mengandung DNA babi. Bagi konsumen muslim kehalalan produk menjadi prioritas utama. Maka mereka akan memilih produk yang menjamin kehalalannya dengan jaminan sertifikasi. Karena itu bagi produsen dan pengusaha menyediakan produk halal menjadi bagian dari *excellent service*, untuk memanjakan para konsumen muslim agar mereka memperoleh kenyamanan, keamanan, ketenangan dan kepuasan. Dengan terpuaskannya para konsumen, produk bersertifikat halal akan laku terjual (Samsul et al., 2022).

Untuk mendorong akselerasi industri halal di Indonesia, dibutuhkan dukungan dari semua pihak, sehingga di kemudian hari Indonesia benar-benar bisa menjadi pusat pengembangan industri halal dunia. Perlu adanya kerjasama yang baik dari berbagai pihak yang berkepentingan dalam pengembangan industri halal 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 tersebut (Nasution, 2020).

Gubernur Bank Indonesia (BI) Perry Warjiyo memberikan lima Jurus untuk mendorong industri halal di Indonesia. Kelima Jurus tersebut adalah *competitiveness* (daya saing), *certification* (sertifikasi), *coordination* (koordinasi), *campaign* (publikasi), dan *cooperation* (kerja sama). Implementasi lima jurus tersebut dapat

menjadi kunci untuk menjadikan Indonesia tidak hanya sebagai pasar, tetapi juga sebagai basis produksi industri halal global. Daya saing dapat dilakukan melalui pemetaan sektor-sektor potensial yang dapat dikembangkan, seperti sektor makanan dan minuman, fesyen, wisata, dan ekonomi digital. Sementara sertifikasi diperlukan untuk memperluas akses pasar. Oleh karena itu, para pengambil kebijakan dan pelaku perlu bersama mendorong agar barang dan jasa yang dihasilkan memperoleh sertifikasi halal. Koordinasi berupa sinergi kebijakan dan program antara pemerintah dan berbagai lembaga terkait diperlukan untuk menjadikan industri halal sebagai sumber pertumbuhan ekonomi baru. Promosi diperlukan untuk memperkenalkan kepada publik bahwa gaya hidup halal bersifat universal, tidak hanya untuk muslim, namun juga untuk nonmuslim. Yang terakhir, kerja sama antara pemangku kepentingan industri halal nasional dan internasional juga merupakan prasyarat untuk membangun dan mengembangkan industri halal global (Kamila, 2021).

## **E. PENUTUP**

Indonesia menjadi surga bagi produk halal dengan menjadi konsumen tertinggi di dunia. Sebagaimana yang dilansir oleh *Global Islamic Economy Report* sejak tahun 2013 sampai saat ini. Peluang bisnis terbuka luas dan ini memberikan kesempatan kepada para pengusaha produk makanan dan minuman untuk meraih keuntungan yang besar. Budaya halal menunjukkan trennya. Meskipun selama ini sertifikasi halal selama ini berjalan pelan tapi

menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan produk halal. Peluang pengembangan industri halal di Indonesia memiliki beberapa aspek. Di antaranya ialah adanya pengakuan global, potensi makanan halal, potensi wisata halal, serta potensi *halal lifestyle*.

Tantangan industri halal di Indonesia secara umum dibagi menjadi tantangan eksternal dan internal. Tantangan Eksternal terdiri dari tiga tantangan, yakni banyaknya negara pesaing, belum tersedianya keseragaman sertifikasi halal yang disepakati secara global, dan ketidakkompakan negara-negara muslim dalam menetapkan standar produk halal. Adapun tantangan internal di antaranya adalah kurangnya halal awareness pada masyarakat Indonesia, adanya problematika dari Undang- Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, dan rendahnya kesadaran masyarakat Indonesia untuk berkompetisi dalam industri halal ini.

Tantangan selalu ada dalam dunia bisnis dan menjadi bagian yang tak terelakkan. Namun dengan sikap optimis, kecerdasan membaca peluang dan solusi yang tepat, semua tantangan dan hambatan tersebut akan dapat teratasi. Keinginan para pebisnis untuk mendapatkan keuntungan yang besar dengan cara-cara yang tidak baik, yaitu dengan menjual produk haram akan kehilangan tren, pelanggan dan pada akhirnya akan merugikan diri sendiri. Maka menyediakan produk halal menjadi bagian dari kebutuhan bisnis, bukan lagi pilihan. Peran pemerintah yang kini tertuang dalam Undang-Undang Jaminan Produk Halal akan menjadi solusi

bagi peluang industri halal, jika dijalankan dengan baik dan segera direalisasikan. Sosialisasi kepada masyarakat, dan menyadarkan mereka menjadi bagian tak terpisahkan untuk menjadikan industri halal sebagai pilihan bagi masyarakat Muslim maupun non-Muslim. Bagi perusahaan jika tidak ingin kehilangan pasarnya, harus bisa membaca peluang dengan menjadikan sertifikasi halal sebagai salah satu bentuk implementasi nyata dari industri halal itu sendiri sebagai bagian dari pelayanan prima atau *excellent service*.

#### F. DAFTAR PUSTAKA

- Aan Nasrullah. (2016). Analisis Potensi Industri Halal bagi Pelaku Usaha di Indonesia. *Applied Microbiology and Biotechnology*, 85(1), 2071–2079.
- Fathoni, M. A., & Syahputri, T. H. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428–435. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>
- Husain, S. A. (2021). Optimalisasi Peran Bank Syariah dalam Mengembangkan Industri Halal di Indonesia Melalui Sinergi Kelembagaan. *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(2), 172–186. <https://doi.org/10.30736/jesa.v6i2.149>
- 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. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/Tasharruf/article/view/2486/1948>
- Kamila, E. F. (2021). Peran Industri Halal dalam Mendongkrak Pertumbuhan Ekonomi Indonesia di Era New Normal. *Jurnal Likuid*, 1(1), 33–42.
- Muhamad, M. (2020). Tantangan dan Peluang Penerapan Kebijakan Mandatory Sertifikasi Halal (Studi Implementasi UU No. 33 Th. 2014 dan PP No. 31 Th. 2019). *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 1–26. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v2i2.29.1-26>



- Nasution, L. Z. (2020). Penguatan Industri Halal bagi Daya Saing Wilayah: Tantangan dan Agenda Kebijakan. *Journal of Regional Economics Indonesia*, 1(2), 33–57.
- Rachim, H. A., & Santoso, M. B. (2021). Mengarusutamakan *Halal lifestyle*: antara Peluang aan Tantangan Kapasitas Perlindungan Sosial dalam Trend Global. *AdBispreneur : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(2), 151–161.
- Razali, R., Syahputra, A., & Ulfah, A. K. (2021). Industri Halal di Aceh: Strategi dan Perkembangan. *Jurnal Al-Qardh*, 6(1), 17–29. <https://e-journal.iain-palangkaraya.ac.id/index.php/qardh/article/view/2733>
- Rozalinda, Nurhasnah, & Ramadhan, S. (2019). Industri Wisata Halal di Sumatera Barat: Potensi, Peluang dan Tantangan. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 4(1), 45–56. <https://doi.org/10.15548/maqdis.v4i1.210>
- Samsul, Muslimin, S., & Jafar, W. (2022). Peluang dan Tantangan Industri Halal Indonesia Menuju Pusat Industri Halal Dunia. *Journal of Islamic Economics*, 4(1), 12–24. <https://doi.org/10.37146/ajie>
- Satriana, E. D., & Faridah, H. D. (2018). Wisata Halal: Perkembangan, Peluang, dan Tantangan. *Journal of Halal Product and Research*, 1(2), 32–43. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.1-issue.2.32-43>
- Warto, & Arif, Z. (2020). Bisnis Produk Halal antara Peluang dan Tantangan, Problematika dan Solusinya. *Al-Ulum*, 20(1), 274–294. <https://doi.org/10.30603/au.v20i1.1170>
- Zahrah, A., & Fawaid, A. (2019). Halal Food di Era Revolusi Industri 4.0: Prospek dan Tantangan. *Hayula: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 3(2), 121–138. <https://doi.org/10.21009/hayula.003.2.01>

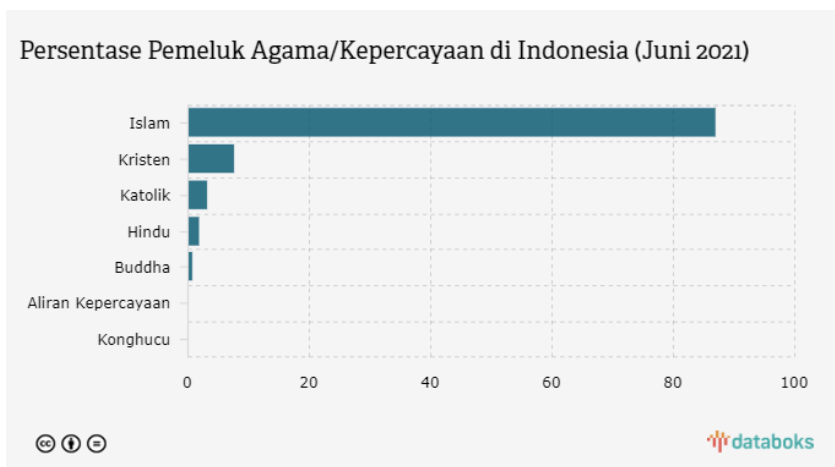
## Bab 3

# ROADMAP INDUSTRI HALAL DI INDONESIA

### A. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara dengan penganut agama Islam terbesar di dunia hal ini dikarenakan sejarah panjang penyebaran agama Islam di nusantara yang cukup aktif sejak ratusan tahun yang lalu oleh para tokoh-tokoh agama seperti wali songo. Sebagai Negara muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi besar dalam menjalankan tren industri halal. Dari data populasi dunia pada tahun 2020 Indonesia menyumbang 12,7% populasi muslim di dunia.(Saputri et al., 2020). Bila dilihat dari jumlahnya, pada tahun 2020 diperkirakan sebanyak 229 juta penduduk muslim tinggal di Indonesia. Total populasi di Indonesia diperkirakan mencapai 273 juta jiwa, sehingga jumlah penduduk muslim setara dengan 87,2% total populasi di Indonesia.

Gambar 1. Pertumbuhan Umat Beragama di Indonesia



Sumber : [www.databoks.co.id](http://www.databoks.co.id)

Permintaan terhadap produk halal di Indonesia semakin besar dikarenakan banyaknya masyarakat muslim di Indonesia sehingga dapat dikatakan perwujudan dari pasar halal industri dunia adalah Indonesia. Indonesia menghabiskan total USD 218,8 miliar pada tahun 2017 untuk belanja produk halal.

Permintaan produk halal tidak hanya untuk masyarakat muslim saja, namun masyarakat non-muslim juga bisa menikmatinya karena produk halal dipercaya memiliki kualitas yang baik dan boleh dikonsumsi oleh siapapun. Seiring waktu berjalan, pasar produk halal di Indonesia semakin luas karena kedepan masyarakat muslim semakin sadar akan pentingnya mengonsumsi produk halal yang serangkaian proses pembuatannya telah teruji kehalalannya sebagai jaminan kualitas produk sebagaimana yang dianjurkan dalam Al-Qur'an dan Hadist.

Namun sangat disayangkan bahwa potensi industri halal yang dimiliki Indonesia belum tergarap sepenuhnya. Data di lapangan menunjukkan masih sedikit sekali output industri halal yang ada di Indonesia. Berdasarkan penilaian yang tercantum pada State of The Global Islamic Report (Report, 2019).

Industri halal di Indonesia mengalami pertumbuhan positif karena masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim semakin sadar untuk menggunakan produk halal sebagai kebutuhan dalam kehidupan sehari-harinya. Kesadaran masyarakat inilah yang membuat pemerintah untuk mengatur atau mengelola ataupun membuat peta jalan industri halal di Indonesia agar semakin

berkembang secara konsisten dan berkelanjutan sehingga Indonesia bisa menjadi tokoh utama dalam industri halal dunia.

Ketentuan peredaran pangan halal sudah diatur dalam 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 harus ditempel dengan label babi dan bertuliskan mengandung babi.

## **B. ROADMAP INDUSTRI HALAL DI INDONESIA**

Perkembangan industri halal di Indonesia memerlukan kontribusi banyak pihak sehingga memunculkan berbagai lembaga dan kebijakan. Dengan berdirinya Lembaga Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS) yang selanjutnya berubah menjadi Komite Nasional Ekonomi Keuangan Syariah (KNEKS) telah menunjukkan kontribusi dalam mendukung perkembangan roadmap industri halal Indonesia. Bank Indonesia juga ikut berkontribusi dalam mendorong sistem keuangan syariah, serta beberapa lembaga konsultan seperti Indonesia Halal Lifestyle Center (IHLC) telah berkontribusi menguatkan roadmap industri halal Indonesia.

Dalam hal ini Bank Indonesia telah mengeluarkan cetak biru tentang pengembangan ekonomi dan keuangan syariah pada tahun 2017 yang memiliki visi mendukung terwujudnya Indonesia sebagai pusat ekonomi dan keuangan syariah dunia (Astuti, 2020) (Bank Indonesia, n.d.).

Yang terdiri dari 3 pilar utama yaitu :

- 1) Pilar 1 - Pemberdayaan Ekonomi Syariah
- 2) Pilar 2 - Pendalaman Pasar Keuangan Syariah
- 3) Pilar 3 - Penguatan Riset, Asesmen dan Edukasi

Dalam mencapai visi tersebut Bank Indonesia memerlukan beberapa tahapan dalam melaksanakan strategi pengembangan keuangan syariah sebagai berikut :

- 1) Tahap 1

Tahun 2015-2018 tahapan untuk memperkuat pondasi dan pengembangan nilai nilai syariah berupa penyusunan strategi pengembangan, pemetaan usaha syariah, pengembangan indikator dan inisiaisi program piloting serta kolaborasi stakeholder.

- 2) Tahap 2

Tahun 2019-2021 tahapan untuk memperkuat strategi dan program pengembangan melalui replikasiprogram piloting dan perluasan cakupan program.

- 3) Tahap 3

Tahun 2022-2024 tahapan implementasi nilai nilai syariah secara nasional.

Terkait roadmap industri halal yang termasuk dalam pilar 1 yaitu pemberdayaan ekonomi syariah tentang pemberdayaan ekonomi syariah dimana strategi pemberdayaan dilakukan dengan cara memperkuat ekosistem nilai halala; menjalin kerjasama dengan kementrian, lembaga, institusi dan organisasi lain yang terkait. Strategi ini telah melalui berbagai upaya penguatan dan dukungan seperti : 1) Penguatan Kelembagaan, 2) dukungan implementasi

melalui pendampingan dan pelatihan usaha syariah seperti penyediaan sumber daya, fasilitasi perluasan akses pasar melalui hubungan bisnis antara usaha syariah/UMKM syariah dan lainnya serta fasilitasi proses sertifikasi halal dan sertifikasi produk standar nasional.

Road map industri halal dari lembaga IHLC terbagi menjadi beberapa tahapan yang akan dilaksanakan dalam lima tahun yang akan berakhir tahun 2024, antara lain :

1) Tahapan formalisasi strategi

Pada tahapan ini strategi harus jelas dan diresmikan sebagai petunjuk dan pegangan resmi untuk melaksanakan seluruh rencana roadmap tersebut.

2) Tahapan pembentukan infrastruktur pemerintah

Pada tahapan ini bermaksud untuk mendukung dan mempermudah implementasi dari strategi yang telah diterapkan secara resmi.

3) Tahapan implementasi lengkap

Tahapan ini merupakan tahapan terakhir dalam pengimplementasikan roadmap industri halal di Indonesia. Pada tahap ini terdapat empat faktor yang mendukung pengimplementasian roadmap industri halal di Indonesia yaitu Konsumen, Industri, Pemerintah, dan Investor.

1) Konsumen

Dalam penyambutan produk produk halal faktor konsumen harus dipertimbangkan baik konsumen domestik maupun konsumen internasional. Tujuan dari faktor

konsumen ini akan tercapai dengan melakukan penyadaran akan pentingnya produk halal sebagai kebutuhan sehari-hari, penyediaan data terkait konsumen, penyediaan pasar domestik untuk produk halal.

## 2) Industri

Peran industri sangat penting dalam mendukung industri halal. Ada beberapa hal yang harus dilakukan oleh industri seperti :

- a. Menyusun roadmap perusahaan untuk konsumen domestik dan internasional
- b. Inovasi produk halal yang cocok dalam pasar syariah
- c. Bekerjasama dengan pemerintah dalam kegiatan ekspor dan mengedukasi dunia mengenai produk halal.
- d. Melakukan akses kerjasama dengan lembaga keuangan syariah.

## 3) Pemerintah

Pemerintah dalam hal ini berperan sebagai berikut :

- a. Mengkoordinasikan lembaga terkait halal sebagai kekuatan sekaligus tantangan pemerintah untuk menselaraskan lembaga-lembaga tersebut.
- b. Menselaraskan aktivitas dan bertanggung jawab antar lembaga halal di Indonesia.
- c. Mendorong dan mendukung kemajuan industri halal di Indonesia.

- d. Mengukur dan melakukan monitoring perkembangan industri halal untuk bahan evaluasi dan perbaikan strategi industri halal.

### **Berdirinya Komite Nasional Pengembangan Ekonomi dan Keuangan Syariah**

Dalam hal ini pemerintah berperan mendukung pengembangan ekonomi keuangan syariah termasuk industri halal melalui pembentukan Komite Nasional Keuangan Syariah yang langsung diketuai oleh presiden RI yang merupakan lembaga non-struktural berdasarkan Peraturan Presiden No. 28 Tahun 2020 yang kemudian menjadi Komite Nasional Ekonomi Keuangan Syariah. Pembentukan komite ini bertujuan untuk mendukung pengembangan ekonomi keuangan syariah guna memperkuat sinkronisasi, sinergi antar otoritas lembaga lembaga terkait disektor ekonomi dan keuangan syariah.

Dalam mendukung Industri halal di Indonesia, KNKS/KNEKS telah menyusun “Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024” (Kementerian Perencanaan Pembangunan nasional, 2019) yang berisi langkah-langkah strategis dalam pengembangan ekonomi dan keuangan syariah dan industri halal di Indonesia. Selain itu, juga merumuskan penguatan rantai nilai komponen-komponen dalam pengembangan industri halal. Dengan adanya masterplan ini, peluang pengembangan industri halal di Indonesia kian menjanjikan pertumbuhan ekonomi baru



berbasis produk halal kedepannya tidak kalah dengan negara-negara lain yang sudah terlebih dahulu mempunyai peta jalan dan kemudian mengimplementasikannya dalam rangka menjadi pusat ekonomi dan keuangan syariah dunia.

### **Berdirinya Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH)**

Lahirnya Badan lembaga ini diatur dalam Undang-undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Tugas dari badan ini yaitu menghasilkan peraturan yang menjelaskan tentang Jaminan Produk Halal sebagai landasan hukum dalam melaksanakan jaminan produk halal, maka hukum ini bersifat menikat semua pelaku usaha di Indonesia.

Dalam menjalankan kegiatannya, BPJPH memiliki kewenangan sebagaimana diatur dalam pasal 6, UU JPH yang meliputi:

- a. Merumuskan dan menetapkan kebijakan JPH;
- b. Menetapkan norma, standar, prosedur, dan kriteria JPH;
- c. Menerbitkan dan mencabut Sertifikat Halal dan Label Halal pada Produk;
- d. Melakukan registrasi Sertifikat Halal pada Produk luar negeri;
- e. Melakukan sosialisasi, edukasi, dan publikasi Produk Halal;
- f. Melakukan akreditasi terhadap LPH;
- g. Melakukan registrasi Auditor Halal;
- h. Melakukan pengawasan terhadap JPH;

- i. Melakukan pembinaan Auditor Halal;
- j. Melakukan kerjasama dengan lembaga dalam dan luar negeri di bidang penyelenggaraan JPH.

Dalam melaksanakan wewenangny BPJPH bekerjasama (Pasal 7, UU JPH) dengan:

- a. Kementerian dan/atau Lembaga terkait;
  - b. Lembaga Pemeriksa Halal (LPH)
  - c. MUI
- 4) Investor

Para investor memiliki peran dalam menciptakan peluang-peluang produk baru dalam industri halal. Sebagai faktor penting dalam penerapan roadmap industri halal di Indonesia, Investor diarahkan untuk :

- a. Menyediakan pendanaan yang terarah dan terencana untuk produk halal
- b. Menentukan level dukungan terhadap industri
- c. Memperbolehkan investor individu untuk berpartisipasi dalam industri halal.

### **C. PROYEKSI PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL DI INDONESIA**

Pengembangan roadmap (Organization of Islamic Corporation, 2018) industri halal secara makro membutuhkan penilaian unsur unsur pada skala mikro dan aktivitas nyata maka perkembangan tersebut sangat mempertimbangkan konsep penunjang pelaksanaan industri halal dalam bentuk proyeksi

pengembangan di beberapa area yang akan menunjang industri halal di Indonesia. Beberapa bidang yang harus diperhatikan dalam menunjang pelaksanaan industri halal di Indonesia seperti bidang produksi, baik sektor pangan, kosmetik, farmasi, dan produksi lainnya yang sama-sama mendukung upaya pelaksanaan roadmap industri halal di Indonesia. Proyeksi pengembangan tersebut memiliki tujuan akhir yang akan dicapai pada beberapa tahun mendatang yang sudah ditetapkan dalam strategi awal harus dilaksanakan secara bertahap, secara matang dan konsisten hingga berkelanjutan. Dalam Bidang produksi, produk yang halal untuk pasar syariah meliputi produk makanan halal, minuman halal, kosmetik dan farmasi halal.

### **1. Sektor Pangan**

Sektor pangan dalam industri halal untuk kebutuhan sehari-hari telah mendominasi pasar halal. Perkembangan pasar halal ditingkat global telah menyadarkan berbagai masyarakat tidak hanya muslim saja tetapi juga masyarakat non muslim akan jaminan keamanan dan kualitas produk halal dalam pasar halal sebagai pilihan gaya hidup. Indonesia sebagai negara yang mayoritas islam terbanyak di dunia mempunyai posisi yang strategis untuk memproduksi produk halal dan bergerak cepat dalam menyusun dan menumbuhkan ekosistem industri halal khususnya dibidang pangan yang menempati segmentasi pasar terbesar pada industri halal dunia. Dalam membuat produk makanan dan minuman halal nilai-nilai kehalalannya harus selalu terjaga dengan melalui proses panjang dari hulu ke hilir serta

membedakan antara produk halal dan non halal supaya konsumen percaya bahwa produk yang berlabel halal sebagai pilihan kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari. Selanjutnya proses pendistribusian produk halal juga harus dipertimbangkan dan diawasi secara serius agar kualitas terjamin baik dari bahan baku, proses pembuatan, pengepakan, serta ruang penyimpanan sehingga produk terjamin kehalalannya. Indonesia tidak hanya memiliki potensi pasar industri halal saja namun juga memiliki potensi besar untuk menjadi produsen dalam industri halal terbesar dengan kekayaan sumber daya alam yang ada, namun peluang tersebut kurang dimaksimalkan mengingat sumber daya manusia yang kurang memadai serta kesadaran para pelaku usaha yang kurang menanggapi secara serius persoalan industri halal sebagai peluang besar. Saat ini Indonesia hanya menjadi incaran beberapa negara sebagai pasar industri halal negara lain.

## **2. Farmasi dan Kosmetik**

Berdasarkan data kementerian perindustrian yang menyatakan bahwa bahan kosmetik saat ini telah menjadi kebutuhan primer bagi kaum wanita. Industri kosmetik nasional mencatat ada kenaikan sebesar 20 persen atau empat kali lipat dari pertumbuhan ekonomi nasional tahun 2017. Perusahaan kosmetik dalam negeri bertambah 153 perusahaan pada tahun 2017 sehingga saat ini jumlahnya 760 perusahaan. Langkah yang bisa pemerintah lakukan untuk menunjang industri ini yaitu bersinergi dengan lembaga lembaga terkait sebagai langkah menyadarkan masyarakat dalam pembiasaan gaya hidup halal. Kesadaran

masyarakat dalam menggunakan kosmetik dan farmasi halal harus selalu di sosialisasikan kepada seluruh lapisan masyarakat sehingga dapat menciptakan permintaan yang tinggi terhadap produksi kosmetik dan farmasi halal di Indonesia. Rencana pemberlakuan UU JPH tahun 2019 telah membuat beberapa pelaku industri farmasi mulai mendaftarkan industrinya agar mendapat sertifikasi halal dari badan terkait.

### **3. Harmonisasi Lembaga lembaga terkait Penjaminan Halal**

Beberapa lembaga Kementerian, Bank Indonesia, KNEKS, Kementerian Koperasi dan UMKM harus adanya harmonisasi, sinergi dan koordinasi dalam membuka roadmap industri halal di Indonesia. Selain itu lembaga non pemerintah seperti MUI sebagai lembaga pemberi sertifikasi halal juga diperlukan sinergi dan komunikasi yang jelas dalam rangka pengembangan industri halal di Indonesia.

Tugas harmonisasi ini menimbulkan banyak tantangan karena semenjak dikeluarkannya Undang-undang tentang Jaminan Produk Halal banyak lembaga atau yayasan Islam yang mendirikan lembaga pemeriksa halal (LPH).

### **4. Bidang Infrastruktur**

Dalam mendukung pengembangan industri halal di Indonesia, bidang struktur juga memiliki peranan yang penting bagi pengembangan industri halal, seperti :

#### **a. Kawasan Industri Halal**

Konsep dari Kawasan Industri Halal ini merupakan penyediaan kebutuhan lokasi industri halal yang mencakup bahan

baku, proses produksi, pengemasan, penyimpanan, dan pendistribusian. Hasil dari produksi kawasan industri halal merupakan produk yang bersertifikas halal. Kawasan industri halal ini dirancang untuk memproduksi produk produk halal yang bersertifikasi yang telah dilakukan beberapa ujian kehalalannya sesuai dengan standar jaminan halal. Adapun kriteria kawasan industri halal harus sesuai standar seperti 1) Manajemen Industri Halal 2) Laboratorium pemeriksaan dan pengujian produk halal 3) Sistem pengelolaan air bersih, air limbahsesuai persyaratan halal 4) Tenaga kerja terlatih dan semi terlatih dalam jaminan produk halal 5) Pembatas kawasan industri halal.

#### **b. Logistik Halal**

Logistik halal juga berperan dalam peningkatan permintaan kebutuhan produk halal. Sistem logistik halal harus terjamin kualitas halalnya selama proses logistik, baik digudang depo, terminal, alat angkut, dan pengemasan logistik halal merupakan serangkaian proses mengelola pengadaan, pergerakan, penyimpanan, dan penanganan material dan persediaan barang setengah jadi yang patuh terhadap prinsip prinsip umum syariah. *Indonesian Logistics Community* (ILC) berpendapat bahwa Indonesia memiliki potensi yang besar untuk menjadi pusat bisnis halal dunia pada sektor logistik.

#### **c. Bidang Jasa dan Layanan**

Pengembangan dalam bidang pariwisata merupakan salah satu termasuk kedalam bidang industri Jasa dan Layanan. Tersedianya pariwisata halal akan memudahkan pengunjung

muslim dalam mendapatkan produk yang bersertifikasi halal serta sarana dan prasarana yang sesuai dengan konsep syariah. Sebagai salah satu upaya dalam menembangkan wisata halal, Indonesia berusaha memperbanyak keberadaan hotel syariah sebagaimana yang telah diatur dalam UU 33 JPH tahun 2014. Selain itu Indonesia juga berusaha mempublikasikan *halal tourism* dikancah internasional dengan cara mengikuti *World Halal Tourism* yang dilaksanakan di Abu Dhabi pada tahun 2016. Namun Indonesia harus lebih mengencarkan wisata halal ini mengingat masih banyak tempat tempat yang digunakan untuk perjudian, diskotik, penjualan minuman keras dan protistusi. Oleh karena itu pemerintah dan lembaga terkait serta masyarakat harus saling berkolaborasi mendukung terwujudnya wisata halal yang hakiki sesuai dengan prinsip prinsip syariah.

#### **d. Sumber Daya Manusia**

Pembinaan dan pemberdayaan sumber daya manusia merupakan langkah awal menuju ekosistem halal Indonesia. Pembinaan tersebut bisa dilakukan melalui pelatihan sumber daya manusia dari sosialisasi dan *capacity building*. Selain itu pemerintah juga harus bekrjasama dengan Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia untuk dapat menyediakan penginapan halal dan makanan halal untuk para pengunjung. Serta bekerjasama dengan *Association of the Indonesia Tour and Travel* untuk membuat paket wisata halal bagi para pengunjung yang sesuai dengan prinsip prinsip syariah.

#### **e. Standarisasi dan Sertifikat halal**

Standarisasi Jaminan Produk Halal merupakan sistem kepengurusan yang terintegrasi, disusun diterapkan dan dipelihara untuk mengatur bahan, proses produksi, produk, sumber daya manusia, dan prosedur yang menjamin keberlangsungan proses produksi halal menurut persyaratan yang ada dalam Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal.

Pada dasarnya prinsip Standarisasi Jaminan Produk Halal ini berdasarkan atas komitmen, kebutuhan pelanggan, peningkatan mutu tanpa meningkatkan biaya, dan memproduksi barang dari waktu ke waktu tanpa adanya kecacatan produk serta tanpa ada yang didaur ulang.

#### **D. PENUTUP**

Indonesia menjadi pandangan utama dunia dalam pasar industri halal karena Indonesia merupakan negara yang memiliki penduduk muslim terbesar di dunia. Oleh karena itu Indonesia berusaha membuat roadmap yang jelas untuk diimplementasikan agar Indonesia menjadi tokoh utama dalam industri halal dunia. Dalam mengimplementasikan roadmap tersebut perlu adanya pengaturan pengelolaan yang matang dari pemerintah dan lembaga lembaga terkait serta kolaborasi, koordinasi, kerjasama, komunikasi yang sinergi bagi pemerintah Indonesia dengan lembaga lembaga kementerian dan lembaga lembaga terkait industri halal, serta para pelaku usaha, konsumen dan para investor sehingga Indonesia dapat mengimplentasikan roadmap tersebut dengan baik dan



tujuan Indonesia sebagai tokoh utama dalam industri halal dunia dapat terwujud.

## E. DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, M. (2020). Pengembangan Produk Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal (Halal Lifestyle). *IURIS STUDIA: Jurnal Kajian Hukum*, 1(1), 14–20.
- Bank Indonesia. (n.d.). Strategi, kebijakan dan program pengembangan Ekonomi dan keuangan syariah. *Jakarta*, 1.
- Kementerian Perencanaan Pembangunan nasional. (2019). Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024 Hasil Kajian Analisis Ekonomi Syariah Indonesia. *PT. Zahir Syariah Indonesia*.
- Organization of Islamic Corporation. (2018). Strategic Roadmap for Development of Islamic Tourism. *Statistical Economi and Social Research Istanbul Turkey*.
- Report, S. of G. I. E. (2019). State of Global Islamic Economy Report 2019. *Thomson Reuters*.
- Saputri, O. B., Indonesia, U., Halal, E., Halal, R. N., & Halal, G. H. (2020). *PEMETAAN POTENSI INDONESIA*. 5(2).
- Katadata. 2020. Jumlah presentase pemeluk agama di Indonesia Diakses tanggal tanggal 09 Maret 2022 <https://databoks.katadata.co.id>.

## **BAB 4**

# **SISTEM DAN SERTIFIKASI HALAL DI INDONESIA**

### **A. PENDAHULUAN**

Berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) jumlah penduduk muslim di Indonesia 237,53 juta jiwa per 31 Desember 2021. Jumlah tersebut setara dengan 86,9% dari populasi tanah air yang mencapai 273,32 juta jiwa (dikutip dari: <https://dukcapil.kemendagri.go.id>). Hal ini menyebabkan permintaan terhadap produk halal tergolong besar. Indonesia termasuk negara yang memerhatikan jaminan beragama dan beribadah bagi seluruh penduduknya. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 29 ayat 2 yang berbunyi bahwa *“Negara menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agama masing-masing dan untuk beribadat menurut agama dan kepercayaan itu.”* (Republik Indonesia, 1945). Jaminan kebebasan memeluk agama mengisyaratkan bahwa penduduk diberi kebebasan untuk menentukan keyakinan yang dipilihnya. Sedangkan jaminan beribadah adalah kebebasan untuk melaksanakan ibadah sesuai syariat. Bagi umat Islam memilih produk halal merupakan sebuah kewajiban yang bernilai ibadah. Pemerintah bertanggung jawab atas hal ini dengan memberikan perlindungan dan jaminan produk halal bagi masyarakat muslim. Kepastian produk halal dapat menentramkan batin bagi orang yang menggunakannya.

Islam sudah mengatur secara jelas dalam al-Qur'an dan hadis mengenai halal dan haram. Konsep halal sendiri mengacu pada boleh tidaknya produk tersebut digunakan berdasarkan al-Qur'an dan hadis. Halal menjadi poin yang sangat penting dalam Islam. Bagi umat Islam mengonsumsi produk halal dan menghindari yang haram merupakan bagian dari ibadah seorang muslim dan menunjukkan ketaatan atas agama atau keyakinan yang dianut. Ketenangan dan keamanan saat menggunakan produk makanan, kosmetik, dan obat-obatan sangat diinginkan oleh seluruh konsumen muslim.

Kebutuhan seorang muslim akan produk halal semestinya didukung oleh jaminan halal. Namun, pada kenyataannya tidak semua produk yang beredar di Indonesia adalah halal. Konsumen muslim termasuk pihak yang dirugikan dengan banyaknya produk tanpa label halal dan keterangan non halal. Dalam upaya memberikan kenyamanan dan ketentraman umat Islam khususnya ketika mengonsumsi sebuah produk maka produk tersebut perlu bersertifikasi halal sesuai syariat Islam. Sertifikasi halal pada sebuah produk memiliki tujuan agar dapat dikonsumsi dengan baik. Adanya sertifikasi halal pada sebuah produk dapat memberikan keadilan, kepastian hukum, perlindungan, transparansi, dan profesionalitas dalam mengeluarkan sebuah produk (Rahayuningsih & Ghozali, 2021).

Persoalan mengenai halal dan haram dalam Islam memiliki kedudukan yang sangat penting sebab hal tersebut meliputi hampir sebagian besar ajaran Islam (Farid & Basri, 2020). Untuk

memecahkan persoalan tersebut MUI mendirikan lembaga untuk studi tentang makanan dan obat-obatan yang dikenal dengan sebutan LPPOM-MUI. LPPOM-MUI dibentuk untuk meredakan kepanikan dan mengembalikan kepercayaan masyarakat. Tidak cukup di situ, untuk mengatasi kekhawatiran konsumen atas produk halal pemerintah mengesahkan UU No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (Mohammad, 2021). Tujuannya adalah untuk memberikan kepastian status kehalalan sehingga dapat menentramkan hati konsumen dalam mengonsumsinya. Sertifikasi halal merupakan suatu proses untuk memperoleh sertifikat halal melalui beberapa tahap untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi, dan sistem jaminan halal memenuhi standar Lembaga Pengkajian dan Pensertifikasian Halal di Indonesia, kemudian hasilnya produk para pelaku usaha mendapat label halal (Purnama Sariati, 2020). Pencantuman label ini dianggap sebagai sarana informasi produsen kepada konsumen mengenai produk yang dijualnya sehingga konsumen betul-betul mengetahui bahan-bahan apa saja yang digunakan termasuk bahan tambahan yang tertera pada kemasan.

Realitanya banyak produk yang beredar di masyarakat belum terjamin kehalalannya sehingga masyarakat merasa kesulitan untuk membedakan mana produk yang halal dan yang haram dikonsumsi bagi konsumen muslim. Untuk mengatasi hal tersebut pemerintah tidak tinggal diam, tepatnya pada bulan April tahun 2019 Peraturan Pemerintah No 31 Tahun 2019 tentang Peraturan Pelaksana UU No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal disahkan. Kemudian

diikuti dengan dikeluarkannya Peraturan Menteri Agama No 26 Tahun 2019 tentang Penyelenggara Jaminan Produk Halal. Dengan dikeluarkannya peraturan pelaksana, sesuai dengan amanat pasal 4 UU JPH maka seluruh produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Indonesia wajib bersertifikat halal (Republik Indonesia, 2014).

Jaminan produk halal menjadi penting mengingat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang pangan, obat-obatan, dan kosmetik berkembang pesat. Hal tersebut berpengaruh secara nyata pada pergeseran pengolahan dan pemanfaatan bahan baku untuk makanan, minuman, kosmetik, obat-obatan, serta produk lainnya dari yang semula bersifat sederhana dan alamiah menjadi pengolahan dan pemanfaatan bahan baku hasil rekayasa ilmu pengetahuan. Pengolahan produk dengan memanfaatkan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi memungkinkan percampuran antara yang halal dan yang haram (Mohammad, 2021).

## **B. SEJARAH DAN PERKEMBANGAN SERTIFIKASI HALAL DI INDONESIA**

Sertifikat halal di Indonesia tidak lahir tiba-tiba. Perjalanan sejarahnya dimulai dari labelisasi produk non halal oleh Departemen Kesehatan tahun 1976 (Faridah, 2019). Kebijakan yang dikeluarkan pemerintah saat itu tertuang dalam Surat Keputusan Menteri Kesehatan No 280 tanggal 10 November 1976 tentang Ketentuan Peredaran dan Penandaan pada Makanan yang

Mengandung Bahan Berasal dari Babi. Surat Keputusan yang ditanda-tangani Menteri Kesehatan Prof Dr GA Siwabessy mengharuskan semua makanan dan minuman yang mengandung unsur babi ditempel label bertuliskan “MENGANDUNG BABI” dan diberi gambar seekor babi utuh berwarna merah di atas dasar putih seperti pada gambar di bawah ini (Atiah & Fatoni, 2019):



Gambar: 1 Tanda peringatan produk berbahan babi (sumber: kompasiana.com)

Masalah halal dan haram bagi umat Islam adalah sesuatu yang sangat penting dan menjadi bagian dari keimanan dan ketakwaan. Perintah untuk mengonsumsi yang halal dan larangan menggunakan yang haram sangat jelas dalam tuntunan agama Islam. Oleh karena itu, tuntutan terhadap produk halal juga semakin gencar disuarakan konsumen muslim, baik di Indonesia maupun di negara-negara lain.

Dalam sejarah perkembangan kehalalan di Indonesia, ada kasus penting yang menjadi tonggak penjaminan halal di Indonesia. Pada tahun 1988 ditemukan banyak makanan yang beredar sebenarnya mengandung material yang tidak halal. Isu yang berawal dari kajian Prof. Dr. Ir. H. Tri Susanto, MApp.Sc, seorang

dosen di Jurusan Teknologi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang ini kemudian berkembang menjadi isu nasional yang berdampak besar kepada perekonomian nasional. Saat itu Prof. Tri Susanto bersama sejumlah mahasiswanya melakukan penelitian dan menemukan banyaknya makanan yang memakai bahan dari babi. Langsung saja umat Islam Indonesia tersentak atas hasil penelitian tersebut. Waktu itu Prof. Tri Susanto berkesimpulan bahwa banyak orang yang tidak tahu jika makanan yang dikonsumsinya memakai bahan dari babi atau barang yang diharamkan dalam Islam (Sukoso et al., 2020).

Selanjutnya Prof. Tri Susanto menindaklanjuti dengan melakukan penelitian produk-produk yang ada di pasar swalayan atau pasar tradisional, khususnya produk yang memakai gelatin, *shortening*, *lard* dan alkohol. Gelatin adalah protein yang diturunkan dari kulit, jaringan urat dan tulang binatang. Gelatin umumnya berasal dari babi, karena tulang babi lunak. Sedangkan *shortening* semacam *margarin* yang berasal dari lemak hewan, bisa dari minyak tumbuhan yang ditambahkan ke lemak babi. Sedangkan *lard* adalah minyak babi (Rahayuningsih & Ghozali, 2021). Dari penelitian tersebut didapatkan hasil yang mencengangkan, Prof. Tri Susanto menemukan 34 jenis makanan dan minuman yang mengandung barang haram dan dengan sendirinya meresahkan masyarakat muslim di Indonesia. Akibat yang muncul banyak produsen biskuit yang mengklaim bahwa produknya tidak haram, dan mengiklankan produknya di beberapa media massa, bahkan ada

yang harus mengeluarkan dana ratusan juta rupiah untuk mengiklankan produknya tidak haram.

Untuk meredam keresahan masyarakat muslim kala itu, Sekjen Departemen Agama (ketika itu) Tarmizi Taher bersama tim MUI secara demonstratif membuat acara minum susu di pabrik susu di Pasuruan, Jawa Timur. Menyadari tanggung jawabnya untuk melindungi masyarakat, maka Majelis Ulama Indonesia mendirikan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika atau lebih dikenal sebagai LPPOM MUI. Lembaga ini didirikan sebagai bagian dari upaya untuk memberikan ketenteraman batin umat, terutama dalam mengkonsumsi pangan, obat dan penggunaan kosmetika (Mubarok & Imam, 2020).

LPPOM MUI telah memberikan peranannya dalam menjaga kehalalannya atas produk-produk yang beredar di masyarakat. Pada awal-awal tahun kelahirannya LPPOM MUI berulang kali mengadakan seminar dan diskusi-diskusi dengan para pakar. Barulah pada awal tahun 1994 LPPOM MUI mengeluarkan sertifikat halal pertama untuk konsumen maupun produsen yang dapat dirasakan manfaatnya sekarang oleh masyarakat (Sukoso et al., 2020).

Terkait pelaksanaan setifikasi halal, LPPOM MUI menjalin kerja sama dengan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), Kementerian Agama, Institut Pertanian Bogor (IPB), Kementerian Pertanian, dan Kementerian Koperasi. Khusus dengan BPOM dan Kementerian Agama sertifikat halal MUI merupakan persyaratan dalam penentuan label pada kemasan.



Dalam perjalanannya LPPOM MUI telah mengalami 3 periode kepengurusan. Periode pertama dipimpin oleh Dr. Ir. M. Amin Aziz yang memegang kepemimpinan LPPOM MUI sejak berdiri hingga tahun 1993. Periode selanjutnya dipimpin oleh Prof. Dr. Aisjah Girindra, beliau memimpin dari tahun 1993 sampai tahun 2006. Kemudian periode kepengurusan tahun 2006 hingga tahun 2011 dipegang oleh Dr. Ir. H. M. Nadrattuzaman Hosen. Namun pada bulan Oktober 2009 terjadi pergantian kepengurusan dan Ir. Lukmanul Hakim M.Si diberi amanah sebagai pemimpin LPPOM MUI hingga tahun 2015. LPPOM MUI merupakan lembaga teknis dari Majelis Ulama Indonesia. Ruang lingkup usaha dari lembaga ini meliputi sertifikasi halal, pelatihan sistem jaminan halal, penelitian dan pengkajian ilmiah, sosialisasi dan promosi halal, dan pembinaan LPPOM daerah (Kamsari, 2020).

Pada perkembangan selanjutnya dibentuklah BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal). Hal ini tertuang dalam Peraturan Presiden No 83 Tahun 2015 tentang Kementerian Agama yang mengatur ketentuan mengenai tugas, fungsi, dan susunan organisasi BPJPH. Keberadaan BPJPH juga tertuang dalam Peraturan Menteri Agama (PMA) No 42 Tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Agama. PMA No 42 Tahun 2016 mengatur mengenai tugas dan fungsi dari masing-masing struktur BPJPH mulai dari eselon IV sampai dengan eselon I. Keputusan Menteri Agama RI No 270 Tahun 2016 tentang Peta Proses Bisnis Kementerian Agama yang di dalamnya ada *Subprocess Map* Penjaminan Produk Halal juga merupakan peraturan

pelaksanaan UU JPH yang terkait dengan BPJPH (Sukoso et al., 2020).

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) diresmikan oleh Menteri Agama Lukman Hakim Saifuddin pada 11 Oktober 2017. Landasan hukum pembentukan BPJPH adalah ketentuan Undang-Undang No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Kehadiran BPJPH memperkuat sertifikasi halal yang telah puluhan tahun ditangani oleh MUI. Sertifikasi halal ditransformasi dan ditingkatkan urgensinya dari bersifat *voluntary* (sukarela) menjadi *obligatory* (wajib), artinya sesuatu diwajibkan atas dasar undang-undang untuk kemaslahatan seluruh bangsa.

Peraturan Pemerintah RI No 31 Tahun 2019 tentang Peraturan Pelaksanaan UU No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, akhirnya disahkan pada tanggal 29 April 2019. Dalam melaksanakan wewenangnya, BPJPH bekerjasama dengan kementerian dan/atau lembaga terkait, Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), dan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Penetapan kehalalan dikeluarkan MUI dalam bentuk Keputusan Penetapan Halal Produk. Kedepannya apabila diperlukan, maka BPJPH dapat membentuk perwakilan di daerah. Hal ini dipertegas kembali dalam siaran pers Kementerian Agama RI tanggal 17 Oktober 2019 tentang pemerintah yang siap menyelenggarakan jaminan produk halal (Rahayuningsih & Ghozali, 2021).

BPJPH Kemenag sebagai *stakeholder* utama dalam penyelenggaraan jaminan produk halal tentu tidak dapat bekerja sendiri. Untuk itu diperlukan adanya sinergitas dan kerja sama

dengan berbagai pihak dalam menyelenggarakan jaminan produk halal. MoU ditandatangani oleh sebelas pimpinan kementerian dan instansi. Selain Menteri Agama, hadir Menteri Kesehatan, Menteri Pertanian, Menteri Luar Negeri, Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi, Menteri Keuangan, Menteri Komunikasi dan Informatika, Kapolri, Kepala BPOM, Kepala BSN, dan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Penandatanganan MoU tentang Penyelenggaraan Layanan Sertifikasi Halal (PLSH) bagi produk yang wajib bersertifikat halal.

Pemberlakuan kewajiban sertifikasi halal mulai 17 Oktober 2019 dilakukan secara bertahap. Tahap pertama, kewajiban ini akan diberlakukan terlebih dahulu kepada produk makanan dan minuman, serta produk jasa yang terkait dengan keduanya. Prosesnya akan berlangsung dari 17 Oktober 2019 sampai 17 Oktober 2024. Tahap kedua, kewajiban sertifikasi akan diberlakukan untuk obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, dan barang guna.

Tahap kedua ini dimulai 17 Oktober 2021 dalam rentang waktu yang berbeda. Ada yang 7 tahun, 10 tahun, ada juga 15 tahun. Perbedaan rentang waktu ini tergantung dari kompleksitas produk masing-masing. Penetapan itu sudah dibahas dan dikonsultasikan dengan kementerian dan lembaga terkait.

Dengan demikian dalam sejarah negara bangsa kita, kali pertama jaminan produk halal diselenggarakan oleh negara. Sebelumnya jaminan produk halal dilaksanakan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) berlaku secara voluntary. Lahirnya UU No 33

Tahun 2014 mengubah *voluntary* menjadi *mandatory* yang pelaksanaannya dilakukan oleh pemerintah (BPJPH). Mandatori halal memiliki implikasi yang tidak sederhana, salah satunya adalah keharusan melibatkan banyak pihak.

### **C. SERTIFIKASI DAN LABELISASI HALAL DI INDONESIA**

Produk yang beredar di Indonesia sangat beraneka ragam baik produk lokal maupun produk impor dari luar negeri. Pada setiap produk tersebut perlu adanya penanda halal untuk memudahkan konsumen dalam memilih produk halal. Oleh karena itu perlu adanya sertifikasi dan labelisasi produk dalam memberikan jaminan produk halal kepada masyarakat khususnya warga muslim. Sertifikasi dan labelisasi merupakan dua hal yang berbeda namun saling memiliki keterkaitan. Sertifikasi halal adalah proses untuk mendapatkan sertifikat halal dengan melalui beberapa tahapan pemeriksaan untuk membuktikan bahwa bahan baku, proses produksi, dan sistem jaminan halal produk pada suatu perusahaan sudah sesuai dengan standar yang ditetapkan. Sertifikasi dilakukan dengan melakukan serangkaian pemeriksaan yang dilakukan oleh auditor yang kompeten di bidangnya untuk kemudian ditetapkan status kehalalannya sehingga tercipta suatu fatwa tertulis yang menyatakan kehalalan produk dalam bentuk sertifikat halal (Atiah & Fatoni, 2019). Sertifikat halal berlaku selama kurun waktu empat tahun kemudian bisa dilakukan perpanjangan (Sukoso et al., 2020). Perusahaan harus memberikan jaminan halal dengan selalu menjaga konsistensi kehalalan produk. Secara

berkala setiap enam bulan sekali harus melaporkan pelaksanaan Sistem Jaminan Halal (SJH) pada perusahaannya.

Labelisasi halal adalah pencantuman label atau logo halal pada kemasan produk halal. Label ini berfungsi untuk menunjukkan kepada konsumen bahwa produk tersebut merupakan produk berstatus halal. Lembaga yang berwenang untuk memberikan izin pencantuman label halal adalah Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Sertifikasi dan labelisasi merupakan dua hal yang saling berkaitan. Sertifikat halal yang dikeluarkan oleh MUI menjadi syarat untuk mencantumkan logo atau label halal pada produk.

#### **D. SERTIFIKASI PASCA UU NOMOR 33 TAHUN 2014 TENTANG JAMINAN PRODUK HALAL**

Jaminan Produk Halal dianggap perlu diberlakukan di Indonesia untuk memberikan keamanan, kenyamanan, keselamatan, dan ketersediaan produk halal bagi seluruh masyarakat Indonesia khususnya warga muslim (Faridah, 2019). Adanya sertifikasi juga akan meningkatkan nilai tambah bagi perusahaan dalam menjual dan memproduksi produknya sesuai dengan Pasal 3 UU JPH. Dengan adanya Undang Undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) ini diharapkan semua produk yang diimpor maupun yang beredar di Indonesia memiliki sertifikat halal.

Diterbitkannya UU JPH membawa perubahan terutama terkait kelembagaan penyelenggara sertifikasi halal. BPJPH bekerja sama dengan beberapa kelembagaan seperti kementerian, LPH, dan

MUI dalam merealisasikan UU JPH. BPJPH bekerja sama dengan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) untuk melakukan audit terhadap produk. Sedangkan dalam penetapan fatwa, BPJPH bekerjasama dengan MUI dengan mengeluarkan keputusan penetapan halal produk melalui sidang fatwa halal (Kamsari, 2020).

LPH dapat didirikan oleh pemerintah maupun lembaga keagamaan Islam berbadan hukum. LPH yang didirikan oleh pemerintah misalnya adalah LPH yang berdiri dibawah Perguruan Tinggi Negeri (Pasal 12 UU JPH). LPH setidaknya memiliki paling sedikit tiga auditor halal yang bertugas untuk melakukan pemeriksaan terhadap bahan yang digunakan, proses pengolahan, proses penyembelihan, peralatan dan ruang produksi, penyajian, penyimpanan, distribusi, dan SJH perusahaan (Pasal 15 UU JPH) (Republik Indonesia, 2014). BPJPH memiliki beberapa tugas diantaranya mengawasi kehalalan produk, mengawasi LPH, keberadaan penyelia halal di perusahaan, pemasangan logo halal dan tidak halal, masa berlaku sertifikat halal, pemisahan antara produksi bahan halal dan tidak halal, pengemasan, penyimpanan, penyajian, pendistribusian, penjualan, dan kegiatan lain tentang jaminan produk halal (Atiah & Fatoni, 2019).

Pelaku usaha yang akan mengajukan permohonan sertifikasi halal terlebih dahulu harus memiliki penyelia halal. Penyelia bertugas mengawasi proses produk halal dan memastikan semua aspek dalam proses produksi tidak terkontaminasi dengan bahan non halal. Selain itu juga melaporkan adanya perubahan komposisi bahan jika terjadi perubahan. Perusahaan harus melampirkan

beberapa berkas kelengkapan yang memuat keterangan mengenai perusahaan tersebut seperti nama dan jenis produk, data pelaku usaha, daftar bahan, serta proses produksi (Pasal 24 UU JPH). BPJPH akan memeriksa kelengkapan dokumen tersebut. Selanjutnya dilakukan audit kehalalan oleh Lembaga Pemeriksa Halal yang telah ditunjuk oleh BPJPH. Apabila terdapat bahan yang diragukan kehalalannya maka dilakukan pengujian dalam laboratorium. Hasil pengujian ini disampaikan kepada BPJPH dan diteruskan kepada MUI untuk ditetapkan status kehalalannya melalui Sidang Fatwa Halal (Pasal 32 UU JPH). Hasil keputusan mengenai produk paling lama 30 (tiga puluh) hari kerja terhitung sejak hasil pemeriksaan diserahkan kepada MUI. Sidang ini tidak hanya dihadiri oleh anggota MUI, namun juga melibatkan pakar, instansi terkait, dan perwakilan kementerian atau kelembagaan.

Keputusan dalam Sidang Fatwa Halal ditandatangani MUI kemudian diserahkan kepada BPJPH untuk bisa dikeluarkan sertifikat halal (Pasal 33 UU JPH). Sertifikat dikeluarkan paling lama 7 (tujuh) hari kerja (Pasal 35 UU JPH). Sertifikat ini berlaku selama 4 (empat) tahun dan bisa dilakukan perpanjangan dengan mengajukan pembaharuan sertifikat halal selambat-lambatnya tiga bulan sebelum berakhirnya masa berlaku sertifikat (Pasal 42 UU JPH). Apabila pelaku usaha telah mendapatkan sertifikat halal maka diharuskan untuk memasang logo halal pada kemasan atau bagian dari produk (Pasal 25 UU JPH). Label harus mudah dilihat dan tidak cepat rusak atau lepas. Konsekuensi mendapatkan

sertifikat halal adalah harus selalu menjaga kehalalan produk (Sukoso et al., 2020).

Pelaku usaha berhak untuk mendapatkan 3 hal berikut ini:

- 1) Sosialisasi, edukasi, dan informasi tentang sistem jaminan produk halal,
- 2) Pembinaan dalam produksi produk halal, dan
- 3) Mendapatkan pelayanan untuk mendapatkan sertifikat halal dengan efisien, cepat, tidak diskriminatif, dan biaya terjangkau (Pasal 23 UU JPH).

Bagi pelaku usaha yang memang menghasilkan produk yang berasal dari bahan non halal tidak diwajibkan untuk mengajukan sertifikasi halal. Namun harus mencantumkan keterangan pada produknya bahwa tidak halal (Pasal 26 UU JPH). Jika tidak menaati peraturan ini maka akan dikenakan teguran atau peringatan secara lisan maupun tertulis serta denda administratif (Pasal 27 UU JPH). Penyelenggaraan jaminan produk halal tidak akan bisa dilaksanakan dengan maksimal tanpa adanya kerjasama dan dukungan dari masyarakat. Masyarakat dapat berperan aktif dengan melakukan pengawasan terhadap produk yang beredar. Memperhatikan masa berlaku sertifikat halal pada produk yang dibeli, pencantuman logo halal dan non halal pada kemasan. Selain itu juga dapat ikut serta untuk melakukan sosialisasi tentang jaminan produk halal di lingkungan sekitarnya, seperti keluarga maupun tempat kerja.

Undang-Undang No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal mengamanatkan pembentukan Badan Penyelenggara



Jaminan Produk Halal (BPJPH). Dalam melaksanakan tugasnya, BPJPH bertanggung jawab langsung kepada Menteri Agama. Berdasarkan UU tersebut, BPJPH memiliki beberapa tugas diantaranya:

- 1) Merumuskan dan menetapkan kebijakan JPH;
- 2) Menetapkan norma, standar, prosedur, dan kriteria JPH;
- 3) Menerbitkan dan mencabut sertifikat halal dan label halal pada produk;
- 4) Melakukan registrasi sertifikat halal pada produk luar negeri;
- 5) Melakukan sosialisasi, edukasi, dan publikasi produk halal;
- 6) Melakukan akreditasi terhadap LPH;
- 7) Melakukan registrasi auditor halal;
- 8) Melakukan pengawasan terhadap JPH;
- 9) Melakukan pembinaan auditor halal; dan
- 10) Melakukan kerja sama dengan lembaga dalam dan luar negeri di bidang penyelenggaraan JPH (Pasal 6 UU JPH).

BPJPH menetapkan logo atau label yang diberlakukan di seluruh Indonesia. Selain itu juga berwenang dalam penerbitan maupun pencabutan logo halal.

Dengan demikian maka terdapat perbedaan sertifikasi setelah dan sebelum UU JPH. Pada awalnya lembaga yang terlibat dalam sertifikasi halal terdiri dari:

- 1) MUI melalui Komisi Fatwa sebagai pemberi fatwa dan sertifikat halal,
- 2) LPPOM MUI sebagai pemeriksa kehalalan produk mulai dari bahan baku sampai proses produksi,

- 3) BPOM sebagai pemberi izin dalam pemasangan label halal,
- 4) Kementerian Agama sebagai pembuat kebijakan dan melakukan sosialisasi kepada masyarakat, dan
- 5) Kementerian terkait lainnya.

Sedangkan setelah adanya Undang-Undang Jaminan Produk Halal, maka terdapat beberapa perubahan terkait lembaga yang terlibat dalam sertifikasi, yaitu:

- 1) Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai lembaga utama yang berwenang dalam proses sertifikasi halal,
- 2) 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,
- 3) MUI tetap sebagai pemberi fatwa, namun tidak berwenang penuh dalam proses sertifikasi halal,
- 4) MUI dan BPJPH bersama-sama melakukan sertifikasi terhadap auditor halal dan akreditasi LPH.

Perbedaan sertifikasi ini lebih lengkap dijelaskan pada tabel di bawah ini:

Sebelum UU JPH	Sesudah UU JPH
Sertifikasi bersifat <i>voluntary</i>	Sertifikasi bersifat <i>mandatory</i>
Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai lembaga yang berwenang dalam proses sertifikasi halal	BPJPH sebagai lembaga utama yang berwenang dalam proses sertifikasi halal

Sertifikasi dilakukan oleh lembaga non pemerintah atau swadaya masyarakat	Sertifikasi dilakukan oleh lembaga pemerintah di bawah Kementerian Agama
LPPOM MUI sebagai lembaga yang melakukan audit atau pemeriksaan produk halal	Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) sebagai lembaga yang melakukan audit
Sertifikat berlaku dua tahun Belum memiliki legitimasi hukum yang kuat	Sertifikat berlaku selama 4 tahun Telah memiliki jaminan kepastian hukum yang kuat. Terdapat sanksi pidana maupun denda bagi pelaku usaha yang tidak menjaga kesehatan produk yang telah tersertifikasi halal.
Auditor halal dapat berasal dari latar belakang yang kurang sesuai dengan bidang audit	Auditor harus berasal dari latar belakang keilmuan yang sesuai yaitu biologi, farmasi, pangan, biokimia, teknik industri, dan kimia.
Alur sertifikasi singkat: pelaku usaha → LPPOM MUI → MUI	Alur sertifikasi lebih panjang: pelaku usaha → BPJPH → LPH → BPJPH → MUI

Sebelum adanya Undang-undang Jaminan Produk Halal, peran utama dalam sertifikasi dilakukan oleh MUI, melalui LPPOM (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, dan Kosmetikan MUI).

Sertifikasi dilakukan secara *voluntary* (sukarela) atas permintaan pelaku usaha yang ingin memiliki sertifikat halal. MUI juga melakukan pengawasan terhadap produk yang beredar. Namun ketika terjadi penyalahgunaan label halal MUI tidak bisa memberikan sanksi bagi pelaku usaha. MUI hanya bisa memberikan teguran dan peringatan. Seperti adanya kasus pemasangan label halal pada produk yang belum tersertifikasi atau pelaku usaha yang mengganti komposisi bahan dari yang diajukan dalam proses sertifikasi (Warto & Samsuri, 2020).

Dengan didirikannya BPJPH, diharapkan ada perlindungan dan kepastian hukum yang menjamin kehalalan produk yang beredar di Indonesia. Sertifikasi tidak lagi bersifat *voluntary* namun sudah menjadi *mandatory* dalam rangka mendukung upaya peningkatan produksi dan konsumsi produk halal (Faridah, 2019).

## **E. MEKANISME PENETAPAN SERTIFIKASI HALAL DI INDONESIA**

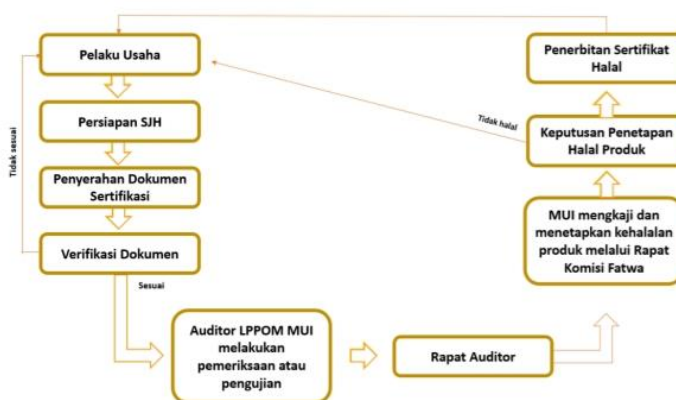
Alur mekanisme sertifikasi halal melalui BPJPH tidak jauh berbeda dengan alur sertifikasi halal yang dilakukan oleh MUI, yakni melalui lima tahapan utama. Adapun lima tahapan tersebut yakni:

- 1) Mendaftarkan diri dan melampirkan berkas persyaratan;
- 2) BPJPH akan meneliti persyaratan yang telah dilampirkan;
- 3) Melakukan audit dan pemeriksaan produk;
- 4) Menyerahkan hasil pemeriksaan kepada MUI untuk dikeluarkan fatwa;

5) Mengeluarkan sertifikat halal jika sudah lolos audit.

Untuk saat ini, produk yang belum melakukan sertifikasi tidak langsung terjerat oleh hukum. Namun akan diberi sosialisasi dan pembinaan serta diberi kesempatan mendaftarkan produknya untuk disertifikasi halal. Jadi, selama kurun waktu lima tahun ini akan dilakukan sertifikasi secara bertahap.

Pada awalnya sertifikasi dilakukan oleh MUI melalui LPPOM MUI. Alurnya seperti yang tertera pada gambar di bawah ini:

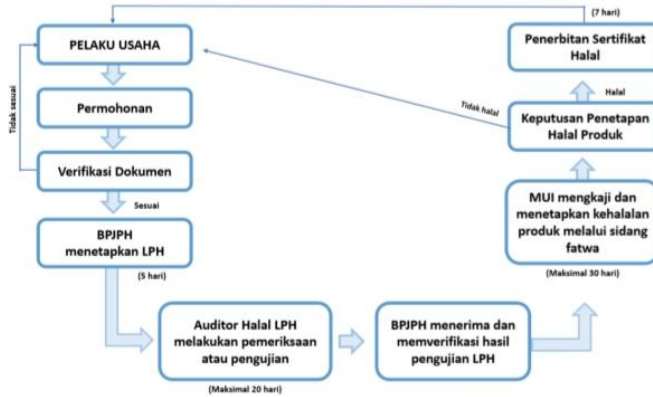


Gambar: 2 Mekanisme sertifikasi oleh MUI

Alur sertifikasi LPPOM MUI sebagai berikut:

- 1) Pelaku usaha mempersiapkan segala kelengkapan dokumen,
- 2) Verifikasi dokumen oleh LPPOM MUI,
- 3) Melakukan audit yang dilakukan oleh auditor LPPOM MUI,
- 4) MUI mengkaji dan menetapkan kehalalan produk, dan
- 5) Penerbitan sertifikat halal.

Setelah dibentuk BPJPH, alur sertifikasi sedikit mengalami perubahan seperti yang dipaparkan pada gambar berikut:



Alur sertifikasi BPJPH sebagai berikut:

Gambar: 3 Mekanisme sertifikasi oleh BPJPH

Penjelasan dari gambar di atas adalah sebagai berikut:

- 1) Pelaku usaha membuat permohonan untuk sertifikasi dan melampirkan berkas persyaratan,
- 2) BPJPH akan melakukan verifikasi dokumen persyaratan yang telah dilampirkan,
- 3) Melakukan audit dan pemeriksaan produk yang dilakukan oleh LPH,
- 4) Menyerahkan hasil pemeriksaan kepada MUI untuk dikeluarkan fatwa,
- 5) Mengeluarkan sertifikat halal jika sudah lolos audit.

## F. IMPLIKASI SERTIFIKASI PRODUK HALAL BAGI BISNIS HALAL DI INDONESIA

Pemberlakuan sertifikasi halal memberikan implikasi yang besar terhadap bisnis produk halal di Indonesia. Bisnis halal secara khusus di Indonesia menjadi obyek yang sangat menarik karena

Indonesia adalah negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Keadaan inilah yang menjadikan Indonesia mempunyai potensi yang sangat besar dalam industri pengembangan produk halal di dunia (Warto & Samsuri, 2020).

Sebagai negara mayoritas beragama muslim, Indonesia berpeluang menjadi pusat ekonomi halal terbesar di dunia. Publikasi yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik Indonesia menyatakan bahwa penduduk Indonesia tahun 2010 mencapai 237,6 juta jiwa, dengan jumlah penduduk muslim sebanyak 207.176.162 jiwa, atau 87,18% dari total keseluruhan penduduk Indonesia. Pada tahun 2017 jumlah penduduk Indonesia mencapai 261,9 juta jiwa. Jumlah ini bertambah ada tahun 2019 mencapai 269,6 juta jiwa. Angka tersebut menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat apabila dibandingkan dengan tahun 2010. Dengan demikian, dalam kurun waktu 7 tahun, rata-rata pertumbuhan penduduk muslim Indonesia dalam periode 2010 - 2017 mencapai 1,27% - 1.46% per tahun (dikutip dari: <https://www.bps.go.id/>). Pertumbuhan penduduk muslim yang pesat secara linier mempengaruhi pertumbuhan permintaan akan produk halal.

Besarnya penganut agama Islam wajar membuat 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 memiliki konsumen muslim terbesar di dunia. Sedikitnya, 87 persen dari sekitar 260 juta umat muslim ada di Indonesia yang

membutuhkan jaminan keamanan, kenyamanan, perlindungan, dan kepastian hukum mengenai kehalalan produk yang dikonsumsi maupun yang digunakan atau dimanfaatkan (Rahayuningsih & Ghozali, 2021). Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar, Indonesia tentu menyediakan pasar yang sangat besar untuk produk-produk halal.

Indonesia merupakan negara yang memiliki keunggulan komparatif sebagai negara agraris dan maritim yang menjadi potensi perekonomian yang sangat besar untuk dikembangkan menjadi kegiatan bernilai tambah. Produk-produk halal memiliki tingkat pertumbuhan rata-rata tujuh persen per tahun, serta tumbuhnya kesadaran konsumen muslim terhadap produk-produk halal dan meningkatnya jumlah penduduk muslim yang mencapai 1,8 miliar jiwa dari 6 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.

Selain itu berdasarkan laporan *The State of Global Islamic Economy 2020/2021*, Indonesia menduduki peringkat pertama sebagai negara konsumen makanan halal dunia dengan jumlah konsumsi mencapai US\$144 miliar dari total konsumsi makanan halal global US\$17 triliun. Tidak sampai di situ Indonesia menduduki peringkat kedua sebagai negara konsumen kosmetik halal dengan jumlah konsumsi US\$4 miliar dari total konsumsi farmasi global sebesar US\$66 miliar. Lalu, RI berada di posisi kelima sebagai negara pasar konsumen fashion muslim dunia dengan



jumlah konsumsi US\$16 miliar dari total US\$277 miliar konsumsi busana muslim global (Dinar Standard, 2020).

Berdasarkan data di atas Direktur Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka (IKMA) Kemenperin Gati Wibawaningsih menegaskan harus ada perubahan agar Indonesia tidak lagi menjadi konsumen semata produk halal, melainkan harus bisa menjadi pelaku industri terbesar produk halal dunia. Gati menuturkan lewat Indonesia Industrial Moslem Exhibition (ii-Motion) 2021 lalu secara virtual, diharapkan melalui acara tersebut dapat memperluas pemasaran produk halal Indonesia di mata dunia. Ia mendorong agar pelaku industri kecil menengah (IKM) terlibat dalam memproduksi produk halal yang berkualitas. Pasalnya, Kemenperin menyebut, jumlah belanja masyarakat muslim dunia diperkirakan akan meningkat hingga mencapai US\$3,2 triliun pada 2024.

Produk halal Indonesia memiliki peluang besar, untuk dapat bersaing dengan negara lain. Para pelaku usaha, baik produsen maupun eksportir Indonesia, yang telah mengantongi sertifikat halal maka produk-produk mereka akan lebih mudah diterima oleh konsumen produk halal di negara lain hanya dengan melihat label halal yang tercantum pada produk mereka (Purnama Sariati, 2020). Peluang besar bisnis halal ini tentu harus diimbangi dengan peningkatan jumlah produk tersertifikasi halal (Mubarok & Imam, 2020).

Kehalalan sebuah produk yang dipasarkan sedianya memiliki peluang secara ekonomis. Hadirnya UU No 33 Tahun 2014 tentang

Jaminan Produk Halal menjadi payung hukum bagi negara dalam penyelenggaraan jaminan produk halal. Jaminan produk halal diselenggarakan oleh negara memiliki implikasi tidak sederhana (Agus, 2017). Oleh karena itu, perlu disikapi secara serius oleh berbagai pihak terkait, khususnya kalangan muslim yang memerlukan kepastian hukum terhadap produk yang dikonsumsi (Kamsari, 2020). Umat Islam perlu kepastian hukum terhadap produk yang dikonsumsi. Ada kebutuhan jaminan atas kehalalan produk. Produsen wajib menyiapkan informasi yang benar soal halal dan negara wajib melayani.

Kebijakan sertifikasi halal memiliki manfaat ekonomis dan sangat strategis untuk mengoptimalkan *captive market* (Waharini & Purwantini, 2018). Penerapan kewajiban sertifikasi halal bagi pelaku usaha dengan mengantongi sertifikasi halal produk yang dijual tanpa disadari berdampak positif terhadap perkembangan perekonomian di Indonesia (Warto & Samsuri, 2020). Dalam perspektif makro, kehalalan sebuah produk tetap menjadi tren di banyak negara di dunia. Apalagi, dengan jumlah penduduk muslim di Indonesia yang mencapai 87% dari total penduduk, potensinya amatlah besar (Vizano et al., 2021). Harus ada kesadaran bersama tentang pentingnya mengoptimalkan *captive market* yang ada di depan mata, agar jangan sampai justru malah pihak luar yang memanfaatkan peluang ini sehingga produk halal bisa didorong ke arah sana (Purnama Sariati, 2020).

Implikasi positif lainnya dari mandatori halal adalah terbukanya lapangan kerja baru. Sebab, dengan kewajiban

bersertifikat halal, maka kebutuhan SDM pendukung terlaksananya jaminan produk halal (JPH) tentu jumlahnya besar. Di antaranya adalah kebutuhan auditor halal yang merupakan unsur penting dan harus ada dalam LPH (Lembaga Pemeriksa Halal). Auditor halal nantinya akan menjadi profesi yang cukup menarik. Hal ini tentu ini akan menjadi positif bagi perkembangan halal di Indonesia dan dunia. Sertifikasi halal juga bisa menaikkan pamor ekspor karena saat ini lembaga tersebut sudah terakreditasi ISO dan bekerja sama dengan negara-negara muslim lain. Hal ini bisa memudahkan produk yang mengantongi sertifikasi halal berperan di perdagangan global (Edi Wibowo & Diah Madusari, 2018). Target penjualan produk bersertifikat halal harus di ekspor ke luar negeri.

Potensi besar bisnis halal akan menjadi sebuah *step* untuk Indonesia memasarkan produk-produknya. Sehingga Indonesia tidak hanya menjadi negara konsumen terbesar produk halal global, tetapi juga menjadi produsen terbesar. Regulasi yang mewajibkan sertifikat halal akan mendukung ekspor produk Indonesia.

## **G. PENUTUP**

Dibentuknya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 2019, dan Peraturan Menteri Agama Nomor 26 Tahun 2019 Tentang Penyelenggara Jaminan Produk Halal semakin memperjelas bahwa betapa mendesaknya permasalahan halal dan haram di Indonesia. Peraturan tersebut menunjukkan bahwa terdapat tiga lembaga

urgent yang berwenang menjalankan sertifikasi halal di Indonesia, yakni ada BPJPH, LPH, dan MUI. BPJPH mempunyai kewenangan untuk bekerjasama salah satunya dengan kementerian dan/atau lembaga terkait, bentuk kerjasamanya harus sesuai dengan tugas dan fungsi tiap-tiap kementerian.

Kewajiban sertifikasi halal sesuai dengan UUJPH diberlakukan mulai pada tanggal 17 Oktober 2019 sampai dengan tanggal 17 Oktober 2024. Pelaksanaannya dilakukan secara bertahap dengan mempertimbangkan kesiapan pelaku usaha, kesiapan infrastruktur pelaksanaan jaminan produk halal, dan mempertimbangkan jenis produk sebagai kebutuhan primer dan dikonsumsi secara masif.

Kondisi tersebut membuat kita harus mampu menumbuhkembangkan potensi bisnis halal di Indonesia, dibutuhkan beberapa strategi sebagai upaya akselerasi optimalisasi, diantaranya adalah harus ada peran maksimal dan campur tangan pemerintah, Undang-Undang No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) harus bisa menjadi alat yang bisa meng-engineer perubahan, adanya pengembangan SDM dan industri halal yang kuat dan menjadikan sertifikasi halal sebagai bagian dari pelayanan prima.

## **H. 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.

- <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i1.2172>
- Atiah, I. N., & Fatoni, A. (2019). Sistem Jaminan Halal: Studi Komparatif Indonesia dan Malaysia. *Syî'ar Iqtishadi : Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(2), 37. <https://doi.org/10.35448/jiec.v3i2.6585>
- Dinar Standard. (2020). State of the Global Islamic Economy Report Thriving in Uncertainty. *DinarStandard*, 1-178. <https://cdn.salaamgateway.com/special-coverage/sgie19-20/full-report.pdf>
- Edi Wibowo, D., & Diah Madusari, B. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan. *Indonesia Journal of Halal*, 1(1), 73. <https://doi.org/10.14710/halal.v1i1.3400>
- Farid, M., & Basri, H. (2020). The Effects of Haram Food on Human Emotional and Spiritual Intelligence Levels. *Indonesian Journal of Halal Research*, 2(1), 21-26. <https://doi.org/10.15575/ijhar.v2i1.7711>
- Faridah, H. D. (2019). Halal certification in Indonesia; history, development, and implementation. *Journal of Halal Product and Research*, 2(2), 68. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.2-issue.2.68-78>
- Kamsari, D. H. A. (2020). *Mekanisme Pengajuan Sertifikasi Halal dan Fasilitasi Halal Bagi UMK*. 28. [http://halal.go.id/cms/assets/files/Materi\\_Pak\\_Amru\\_compressed.pdf](http://halal.go.id/cms/assets/files/Materi_Pak_Amru_compressed.pdf)
- Mohammad, M. F. M. (2021). The Pengaturan Sertifikasi Jaminan Produk Halal Di Indonesia. *Kertha Wicaksana*, 15(2), 149-157. <https://doi.org/10.22225/kw.15.2.2021.149-157>
- Mubarok, F. K., & Imam, M. K. (2020). Halal Industry in Indonesia; Challenges and Opportunities. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 2(1), 55. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2020.2.1.5856>
- Purnama Sariati, N. (2020). Lifestyle Generasi Millennial Dalam Kerangka Pasar Ekonomi Halal. *ISTITHMAR: Jurnal Pengembangan Ekonomi Islam*, 3(2), 193-210. <https://doi.org/10.30762/itr.v3i2.2051>
- Rahayuningsih, E., & Ghozali, M. L. (2021). Sertifikasi Produk Halal dalam Perspektif Mashlahah Mursalah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*

- Islam*, 7(1), 135. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1929>
- Republik Indonesia. (1945). *Undang-Undang Dasar 1945*. 4(1), 1-12.
- Republik Indonesia. (2014). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. *Undang - Undang Republik Indonesia*, 1, 1-40.
- Sukoso, Wiryawan, A., Kusnadi, J., & Sucipto. (2020). Ekosistem Industri Halal. In *Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah-Bank Indonesia Pusat Studi Halal Thoyyib-Universitas Brawijaya*.
- Vizano, N. A., Khamaludin, K., & Fahlevi, M. (2021). The Effect of Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food: A Case Study in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 441-453. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0441>
- Waharini, F. M., & Purwantini, A. H. (2018). Model Pengembangan Industri Halal Food di Indonesia. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 1. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v9i1.1-13>
- Warto, W., & Samsuri, S. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>

## **Bab 5**

# **SISTEM JAMINAN PRODUK HALAL DI INDONESIA**

### **A. PENDAHULUAN**

*Halal lifestyle* sedang melanda dunia, tidak hanya negara dengan penduduk mayoritas muslim, namun juga di negara dengan penduduk muslim minoritas. Doktrin *halalan thayyib* (halal dan baik) sangat perlu untuk diinformasikan secara efektif dan operasional kepada masyarakat disertai dengan tercukupinya sarana dan prasarana. Salah satu sarana penting untuk mengawal doktrin *halalan thayyib* adalah dengan hadirnya pranata hukum yang mapan, sentral, humanis, progresif, akomodatif dan tidak diskriminatif yakni dengan hadirnya Undang-Undang Jaminan Produk Halal (Charity, 2017).

Jaminan produk halal menjadi penting mengingat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang pangan, obat-obatan, dan kosmetik berkembang pesat. Hal ini berpengaruh secara nyata pada pergeseran pengolahan dan pemanfaatan bahan baku untuk makanan, minuman, kosmetik, obat-obatan, serta Produk lainnya dari yang semula bersifat sederhana dan alamiah menjadi pengolahan dan pemanfaatan bahan baku hasil rekayasa ilmu pengetahuan.

Pengolahan produk dengan pemanfaatan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi memungkinkan percampuran antara yang halal dan yang haram baik yang disengaja maupun tidak

disengaja. Oleh karena itu, untuk mengetahui kehalalan dan kesucian suatu produk, diperlukan suatu kajian khusus yang membutuhkan pengetahuan multidisiplin, seperti pengetahuan dibidang pangan, kimia, biokimia, teknik industri, biologi, farmasi dan pemahaman tentang syariat (Syafrida, 2015).

Seiring besarnya kuantitas konsumen muslim di Indonesia yang jumlahnya mencapai 204,8 juta jiwa penduduk Indonesia, dengan sendirinya pasar Indonesia menjadi pasar konsumen muslim yang sangat besar. Oleh karena itu, jaminan akan produk halal menjadi suatu hal yang penting untuk mendapatkan perhatian dari negara. Sebagaimana yang tercantum dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD 1945) bahwa Negara berkewajiban melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan mewujudkan kesejahteraan umum (Charity, 2017).

Masalah sertifikasi dan penandaan kehalalan produk dalam sistem perdagangan internasional mendapat perhatian baik dalam rangka memberikan perlindungan terhadap konsumen umat Islam di seluruh dunia, sekaligus sebagai strategi menghadapi tantangan globalisasi dengan berlakunya sistem pasar bebas dalam kerangka ASEAN-AFTA, NAFTA, Masyarakat Ekonomi Eropa dan Organisasi Perdagangan Internasional (*World Trade Organization*). Sistem perdagangan internasional sudah lama mengenal ketentuan halal dalam CODEX yang didukung oleh organisasi internasional berpengaruh antara lain WHO, FAO, dan WTO. Bahkan gaya hidup halal saat ini sedang melanda dunia. Tidak hanya menggejala



pada negara-negara yang mayoritas penduduknya muslim, tetapi juga negara berpenduduk mayoritas non muslim. Perusahaan berskala global juga saat ini telah menerapkan sistem halal. Sebut saja seperti Japan Airlines, Singapore Airlines, Qantas, America Airlines, yang menyediakan menu halal (*Moslem meal*). Gejala halal juga merambah negara Amerika, Australia, Jepang, Cina, India, dan negara-negara Amerika Latin (Charity, 2017).

Kebutuhan seorang muslim terhadap produk halal seharusnya didukung oleh jaminan halal. Namun produk yang beredar di Indonesia tidak semuanya telah terjamin kehalalannya. Konsumen muslim termasuk pihak yang dirugikan dengan banyaknya produk tanpa label halal maupun keterangan non-halal (Faridah, 2019). Berdasarkan data sertifikasi LPPOM MUI, selama kurun waktu delapan tahun terakhir (2011-2018) terdapat total sebanyak 59.951 perusahaan. Dari 727.617 produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut, terdapat 69.985 produk yang telah tersertifikasi halal (LPPOM MUI). Hal ini berarti hanya 9,6 persen produk telah tersertifikasi, sedangkan sisanya belum memiliki sertifikat halal. Bukan berarti haram, namun bisa jadi produk tersebut belum diajukan untuk sertifikasi halal. Halal sudah menjadi bagian dari hidup seorang muslim. Aspek halal sangat luas, seperti makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, dan lain lain (Faidah, 2017). Pada produk makanan, informasi mengenai halal bisa dilihat dari label atau logo yang dicantumkan pada kemasan. Jika produsen memasang logo halal, berarti produknya telah melalui proses audit yang panjang. Audit dilakukan

mencakup beberapa hal diantaranya; pemeriksaan data yang diajukan, pemeriksaan proses produksi, laboratorium, pengemasan, penyimpanan, transportasi, distribusi, pemasaran, penyajian hingga penetapan sertifikasi halal (Pasal 2 KMA RI No. 519 Th. 2001 tentang Lembaga Pelaksana Pemeriksa Pangan Halal). Jika saat diaudit ternyata terbebas dari bahan non-halal, maka akan diberikan sertifikat halal. Dengan ini berarti produsen telah memberikan jaminan bahwa produknya telah halal bagi konsumen (Faridah, 2019).

Penyelenggaraan jaminan produk halal di Indonesia saat ini telah diatur dalam Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (UUJPH). Pemberlakuan UUJPH ini nantinya akan membawa perubahan mendasar terkait penyelenggaraan sertifikasi halal di Indonesia. Dengan pemberlakuan UUJPH ini penyelenggaraan sertifikasi halal yang sebelumnya dilaksanakan oleh LPPOM-MUI akan diambil alih oleh BPJPH. BPJPH ini merupakan badan yang akan dibentuk oleh pemerintah untuk menyelenggarakan jaminan produk halal di Indonesia (Suparto et al., 2016).

## **B. REGULASI TERKAIT DENGAN SISTEM JAMINAN PRODUK HALAL DI INDONESIA**

### **1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen**

Terbitnya Undang-Undang ini dapat menguatkan isyarat bahwa tanggung jawab kehalalalalan produk makanan, minuman,

obat-obatan, kosmetik, dan produk lainnya tidak hanya menjadi tanggung jawab individu dan tokoh agama semata, tetapi juga menjadi tanggung jawab pemerintah. Menjadi niscaya dan *urgent* bahwa makanan yang dikonsumsi oleh umat Islam selaku konsumen besar dari satu produk harus mendapatkan kepastian status kehalalannya. Secara syariat, mengonsumsi produk halal bagi umat Islam merupakan kewajiban dan demi kualitas hidup dan kehidupan, merupakan hak warga negara yang dijamin oleh Undang-Undang Dasar 1945 (Farhan, 2018).

## **2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pangan**

UU Pangan No. 8 Tahun 2012 menyebutkan dalam Pasal 1 ayat (5), “Keamanan pangan adalah kondisi dan upaya yang diperlukan untuk mencegah pangan dari kemungkinan cemaran biologis, kimia, dan benda lain yang dapat mengganggu, merugikan, dan membahayakan kesehatan manusia serta tidak bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat sehingga aman untuk dikonsumsi” (Septiawan & Aji, 2016).

## **3. Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan**

Ketentuan label halal juga diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan, dimana dalam penjelasan Pasal 10 ayat (1) PP tersebut menyatakan bahwa pencantuman keterangan halal atau tulisan “halal” pada label pangan merupakan kewajiban apabila pihak yang memproduksi dan atau memasukkan pangan kedalam wilayah Indonesia

menyatakan produknya halal bagi umat Islam. Namun apabila dilihat lebih lanjut dari penjelasan Pasal 11 ayat (1) PP tersebut terdapat pertentangan, dimana pencantuman tulisan halal pada dasarnya bersifat sukarela. Jadi intinya keharusan untuk mencantumkan label halal pada saat itu belum menjadi sesuatu yang sifat urgensi, sehingga dapat dikatakan bahwa regulasi yang ada pada saat itu belum memberikan jaminan kepastian hukum terhadap produk pangan halal bagi konsumen muslim di Indonesia (Hartati, 2019).

#### **4. Keputusan Menteri dan Keputusan Bersama Menteri**

- a. Keputusan Bersama Menteri Kesehatan dan Menteri Agama RI Nomor: 427/Menkes/SKB/ VIII/1985, Nomor 68 Tahun 1985 tentang Pencantuman Tulisan “halal” Pada Label Makanan.
- b. 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 Nomor 82/Menkes/SK/1996.
- c. Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Kesehatan Nomor 472/MENKES/SKB/VIII/1985 dan Nomor 68/1985 tentang pengaturan tulisan “halal” pada label makanan. Berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri Kesehatan Nomor 472/MENKES/SKB/VIII/1985 dan Nomor 68/1985 tentang pengaturan

tulisan “halal” pada label makanan di atas, maka maka dibentuklah LPPOM MUI yang didirikan MUI sebagai Pihak yang menerbitkan sertifikat halal sebelum terbentuknya BPJH.

- d. Surat Keputusan Menteri Agama RI Nomor 518 tanggal 30 November 2001 tentang Tata Cara Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal, pemerintah kembali berusaha menerapkan labelisasi halal pada produk makanan dan minuman. Keputusan tersebut disusul dengan SK 519 Tahun 2001 yang menunjuk Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai lembaga pelaksana pemeriksaan pangan yang dinyatakan halal. Selain itu, melalui SK Nomor 525 Tahun 2001, Menteri Agama juga menunjuk peran Percetakan Uang Republik Indonesia (PERURI) untuk mencetak label halal yang nantinya akan diberikan kepada produk yang dinyatakan halal oleh MUI (Septiawan & Aji, 2016). Keputusan Menteri Agama ini dikeluarkan untuk mengakomodir peraturan perUndang-Undangan yang mengatur mengenai Sertifikasi Halal dan Label Halal. Untuk mendukung kebenaran pernyataan halal yang dikeluarkan oleh produsen atau importir pangan yang dikemas untuk diperdagangkan, terlebih dahulu dilakukan pemeriksaan terhadap pangan tersebut oleh Lembaga Pemeriksa yang ditunjuk (Karimah, 2015).
5. **Instruksi Presiden (Inpres) Tahun 1991 tentang Peningkatan Pembinaan dan Pengawasan Produksi dan Peredaran Makanan Olahan**

Melalui Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 2 Tahun 1991 yang terbit tanggal 12 Juni 1991, Presiden menginstruksikan kepada Menteri Koordinator Bidang Kesejahteraan Rakyat, Menteri Dalam Negeri, Menteri Kesehatan, Menteri Perindustrian, Menteri Pertanian, Menteri Perdagangan, Menteri Agama dan para Gubernur/Kepala Daerah Tingkat I, untuk meningkatkan pembinaan dan pengawasan produksi dan peredaran makanan olahan. Instruksi Presiden tersebut antara lain menyatakan bahwa masyarakat perlu dilindungi dari produk dan peredaran makanan yang tidak memenuhi syarat terutama dari segi mutu, kesehatan, keselamatan dan keyakinan agama. Agar pelaksanaan instruksi tersebut tercapai, perlu dilakukan peningkatan dan pengawasan kegiatan produksi, peredaran, dan/atau pemasaran makanan olahan yang dilakukan secara terus menerus dan terkoordinir (Charity, 2017).

## **6. Undang-Undang Jaminan Produk Halal**

DPR mengesahkan Undang-Undang Nomor 33 tentang Jaminan Produk Halal (UUJPH). Undang Undang tersebut digagas oleh DPR RI periode tahun 2004-2009 dan kemudian dibahas oleh DPR RI bersama pemerintah pada periode 2009-2014. Yang cukup menarik adalah semua fraksi di DPR yang merupakan perwakilan dan perpanjangan tangan dari partai politik secara aklamasi memberikan persetujuan terhadap UUJPH. RUU Jaminan Produk Halal (RUU-JPH) sempat mendapatkan penolakan dari Fraksi Partai Damai Sejahtera (PDS). Melalui anggotanya PDS menolak jaminan produk halal ini diatur Undang-Undang. Pemahaman

tentang halal tidaknya sebuah produk atau makanan menurut partai tersebut cukup diserahkan kepada agamanya sendiri untuk memberikan aturan (Charity, 2017).

UUJPH terlahir sebagai upaya pemerintah dalam memberikan perlindungan kepada konsumen dalam menggunakan dan mengkonsumsi produk halal sesuai dengan ajaran agama Islam. Bahwa dalam penyelenggaraan jaminan kehalalan dilaksanakan melalui proses yang panjang. Hal ini sesuai dengan Pasal 1 angka (3) UUJPH yang menentukan bahwa jaminan kehalalan suatu produk mencakup penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian dari produk tersebut. Sehingga dalam penyelenggaraan jaminan produk halal memerlukan kerjasama dan koordinasi dengan kementerian dan lembaga terkait. Kerjasama ini didasarkan kepada tugas, fungsi dan kewenangan yang dimiliki oleh kementerian dan lembaga terkait. Dengan adanya kerjasama dan koordinasi ini diharapkan penyelenggaraan jaminan produk halal dapat terlaksana (Suparto et al., 2016).

UUJPH memberikan mandat bahwa BPJPH harus dibentuk paling lambat 3 (tiga) tahun terhitung sejak Undang-Undang ini diundangkan. Peraturan pelaksanaan Undang-Undang ini harus ditetapkan paling lama 2 (dua) tahun terhitung sejak Undang-Undang ini diundangkan, namun sampai sekarang Peraturan Pelaksana UUJPH ini belum juga dibuat. Kewajiban bersertifikat halal bagi produk yang beredar dan diperdagangkan di wilayah

Indonesia mulai berlaku 5 (lima) tahun terhitung sejak Undang-Undang ini diundangkan. Sebelum kewajiban bersertifikat halal berlaku, jenis produk yang bersertifikat halal diatur secara bertahap (Charity, 2017).

Salah satu karakteristik yang paling menonjol dalam UUJPH adalah sifatnya yang *mandatory* atau wajib. Hal ini terlihat dari bunyi Pasal 4 “Produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal.” Dengan demikian dapat dipahami bahwa pengaturan sertifikasi dan labelisasi produk halal bersifat wajib. Sebab setiap produk yang diperdagangkan di Indonesia wajib bersertifikat halal. Namun ada pengecualian bagi ketentuan *mandatory* UUJPH. Hal ini bisa dilihat dari Pasal 26 ayat (1) yang menyebutkan “Pelaku usaha yang memproduksi produk dari bahan yang berasal dari bahan yang diharamkan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 dan Pasal 20 dikecualikan dari mengajukan permohonan sertifikat halal”. Bagi pelaku usaha sebagaimana disebutkan di atas wajib mencantumkan keterangan tidak halal pada produknya (Abduh, 2021).

### **C. PERKEMBANGAN SISTEM JAMINAN PRODUK HALAL DI INDONESIA**

Respon positif terhadap masalah kehalalan terutama terkait makanan, obat-obatan, dan kosmetik telah dilakukan oleh Pemerintah Republik Indonesia dengan diterbitkannya beberapa peraturan perUndang-Undangan. Namun peraturan-peraturan tersebut dibuat secara parsial, tidak konsisten, terkesan tumpang



tindih, dan tidak sistematis sehingga secara teknis belum dapat dijadikan payung hukum yang kuat dan secara spesifik dapat mengikat terhadap persoalan kehalalan produk kepada produsen (pelaku usaha) maupun jaminan kepada konsumen. Hal inilah yang menyebabkan belum ada jaminan kepastian hukum yang mengatur tentang produk halal, padahal kebutuhan akan jaminan produk halal menjadi keniscayaan dan sangat mendesak terutama dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen dan kancah perdagangan global (Charity, 2017).

Jaminan Produk Halal adalah kepastian hukum terhadap kehalalan suatu produk yang dibuktikan dengan sertifikat halal dan dinyatakan dengan label halal. Aspek penting dari Jaminan produk halal adalah adanya sertifikasi halal dan label halal. Sertifikasi halal dan labelisasi halal merupakan dua kegiatan yang berbeda tetapi mempunyai keterkaitan satu sama lain. Sertifikasi halal adalah suatu proses untuk memperoleh Sertifikat halal melalui beberapa tahapan untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi, dan Sistem Jaminan Halal produk suatu perusahaan memenuhi standar LPPOM MUI (Karimah, 2015).

Sebelum adanya sertifikasi halal yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tahun 1989, labelisasi halal terhadap produk pangan di Indonesia telah dimulai sejak akhir tahun 1976 oleh Kementerian Kesehatan. Tepatnya pada tanggal 10 November 1976 semua makanan dan minuman yang mengandung babi maupun turunannya harus memberikan identitas bahwa makanan tersebut mengandung babi. Hal ini diatur dalam Surat Keputusan

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 280/Men.Kes/Per/XI/76 mengenai Ketentuan Peredaran dan Penandaan pada Makanan yang Mengandung Bahan Berasal dari Babi. Bagi produsen makanan yang menggunakan babi maupun turunannya harus mencantumkan tanda peringatan pada wadah atau bungkus baik dicetak maupun direkatkan pada kemasan. Tanda peringatan harus memuat dua unsur yaitu adanya gambar babi serta tulisan “MENGANDUNG BABI” yang diberi warna merah dan berada Jaminan Produk Halal dianggap perlu diberlakukan di Indonesia untuk memberikan keamanan, kenyamanan, keselamatan, dan ketersediaan produk halal bagi seluruh masyarakat Indonesia khususnya warga muslim (Faridah, 2019).

Keberadaan makanan halal merupakan kebutuhan primer bagi umat Islam sehingga harus ada kebijakan negara yang mengaturnya. Pada saat itu keberadaan MUI yang merupakan organisasi non pemerintah yang terdiri dari para ulama, zuama, dan cendekiawan muslim melakukan musyawarah dan pendekatan dengan pemerintah (Faidah, 2017). MUI dalam sistem ketatanegaraan bukan merupakan badan, lembaga, komisi negara yang atas dasar Undang-Undang, atau Pemerintah atas perintah Undang-Undang sebagaimana diatur dalam UU 12 Tahun 2011. Meskipun MUI disebutkan dalam beberapa Pasal UU Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, namun itu tidak berarti MUI dibentuk ataupun diperintahkan pembentukannya dengan undangundang ataupun peraturan daerah. Dalam rangka meredam

kekhawatiran masyarakat tentang beredarnya lemak babi pada tahun 1988, maka dibentuklah Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Lembaga ini berdiri berdasarkan Surat Keputusan MUI Nomor Kep./18/MUI/I/1989 pada 6 Januari 1989 yang memiliki tugas utama untuk mengadakan pemeriksaan terhadap produk yang beredar dan melakukan sertifikasi halal. Dalam implementasinya, MUI baru bisa mengeluarkan sertifikat halal pada tahun 1994, lima tahun setelah terbentuknya LPPOM. Sertifikat ini dikeluarkan berdasarkan hasil pemeriksaan yang telah dilakukan LPPOM (Faridah, 2019).

Pelaku usaha sebelum mengajukan sertifikat halal harus mempersiapkan Sistem Jaminan Halal yang merujuk kepada Buku Panduan Penyusunan Sistem Jaminan Halal yang dikeluarkan oleh LP-POM MUI. LPPOM MUI mengangkat seorang atau tim auditor halal internal yang bertanggung jawab dalam menjamin pelaksanaan produk halal. Menandatangani kesediaan untuk diinspeksi secara mendadak tanpa pemberitahuan sebelumnya oleh LPPOM MUI. Membuat laporan berkala setiap 6 bulan tentang pelaksanaan Sistem Jaminan Halal (Syafrida, 2015). Sinkronisasi kebijakan antara Departemen Agama, Departemen Kesehatan, dan MUI diawali dengan penandatanganan Piagam Kerjasama pada 21 Juni 1996 Tentang pencantuman logo halal pada makanan. Depkes mengeluarkan Surat Keputusan Nomor 924/Menkes/SK/VIII/1996 sebagai perubahan atas Surat Keputusan Menkes Nomor 82/Menkes/SK/I/1996. Pada awalnya,

label halal diberikan berdasarkan keterangan sepihak dari perusahaan terkait komposisi bahan yang digunakan. Ketika perusahaan melaporkan bahwa produknya tidak mengandung bahan non-halal maka perusahaan tersebut sudah bisa memakai label halal. Kebijakan ini dinilai tidak efektif untuk menjamin kehalalan produk. Dengan dikeluarkannya SK Nomor 924/Menkes/SK/VIII/1996, maka terjadi perubahan alur pencantuman label. Sebelum perusahaan menuliskan label halal pada produknya, terlebih dahulu harus melalui persetujuan Direktorat Jenderal Pengawasan Obat dan Makanan (Dirjen POM) berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh Komisi Fatwa MUI (Faridah, 2019).

Dalam perkembangannya, pengaturan sertifikasi halal selama ini masih terkesan sektoral, parsial, inkonsistensi serta tidak sistematis dan sukarela (*voluntary*), yang mengakibatkan sertifikasi halal belum mempunyai legitimasi hukum yang kuat. Selain itu masih banyaknya produk yang beredar di masyarakat belum semua terjamin kehalalannya, sehingga memerlukan pengaturan yang komprehensif yang meliputi produk barang dan jasa. Berdasarkan alasan tersebut maka penyelenggaraan sertifikasi halal kemudian diatur secara khusus dalam Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (UUPJH) (Suparto et al., 2016).

Lahirnya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UUJPH) sesungguhnya semakin mempertegas betapa mendesaknya persoalan halal-haram dalam

rantai produksi dari pelaku usaha hingga sampai di tangan konsumen dan dikonsumsi oleh konsumen, dimana terdapat pula peran pihak perantara seperti distributor, subdistributor, grosir, maupun pengecer sebelum sampai ke tangan konsumen akhir. Pemberlakuan UUJPH bertujuan agar pihak konsumen (masyarakat luas) mendapatkan kepastian hukum terhadap produk makanan dan barang konsumsi lainnya. Sedangkan bagi pelaku usaha, hadirnya UUJPH memberikan panduan bagaimana mengolah, memproses, memproduksi, dan memasarkan produk kepada masyarakat konsumen, serta bagaimana membuat informasi produk halal kepada konsumen (Charity, 2017).

Indonesia telah memiliki teknologi pemindai kemasan produk halal. Regulasi halal hendaknya tidak merusak tatanan jaminan produk halal yang sudah ada di Indonesia sejak tahun 1989 telah membangun sistem yang diterima secara sains maupun syariah dan menjadi rujukan lembaga sertifikasi halal dunia. Peran MUI dalam masalah pangan adalah melakukan sertifikasi halal, meliputi penetapan standar, pemeriksaan, penetapan fatwa, dan penerbitan sertifikasi halal. Pada tahun 2014 telah disahkannya Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) tepatnya pada tanggal 25 September 2014 disahkannya UU No. 33 Tahun 2014 oleh pemerintah bersama DPR RI. Lahirnya Undang-Undang tersebut adalah sebagai payung hukum bagi MUI yang diharapkan dapat menjadi pegangan dan untuk melindungi umat terhadap ketersediaan produk halal. Namun demikian masih belum

bisa menyerap aspirasi ulama dan umat Islam Indonesia (Septiawan & Aji, 2016).

Setelah masa sosialisai lima tahun dari sejak Undang-Undang tersebut disahkan, maka tahun 2019 menjadi keharusan bahwa setiap produk makanan harus sudah bersertifikat halal yang akan dilakukan oleh Kemenag. Sertifikasi halal akan dilaksanakan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang didirikan pada tanggal 11 Oktober 2017, yang nanti akan bekerjasama dengan MUI sebagai auditor terhadap produk yang didaftarkan, dan Lembaga Pemeriksa Halal yang berwenang melakukan pemeriksaan dan/atau pengujian kehalalan. Semua lembaga ini berada dibawah kewenangan Kemeterian Agama (Hartati, 2019).

#### **D. LEMBAGA PENYELENGGARA SISTEM JAMINAN PRODUK HALAL DI INDONESIA**

##### **1. Majelis Ulama Indonesia (MUI)**

Majelis Ulama Indonesia berdiri pada tanggal, 7 Rajab 1395 H (Septiawan & Aji, 2016). MUI berdiri sebagai hasil dari pertemuan atau musyawarah para ulama, cendekiawan dan *zu'ama* yang datang dari berbagai penjuru tanah air, antara lain meliputi dua puluh enam orang ulama yang mewakili 26 Provinsi di Indonesia pada masa itu, 10 orang ulama yang merupakan unsur dari ormas-ormas Islam tingkat pusat, yaitu, NU, Muhammadiyah, Syarikat Islam, Perti. Al Washliyah, Math'laul Anwar, GUPPI, PTDI, DMI dan Al Ittihadiyyah, 4 orang ulama dari Dinas Rohani Islam,

Angkatan Darat, Angkatan Udara, Angkatan Laut dan POLRI serta 13 orang tokoh/cendekiawan yang merupakan tokoh perorangan (Fajrin & Mohammad, 2021).

Momentum berdirinya MUI bertepatan ketika bangsa Indonesia tengah berada pada fase kebangkitan kembali setelah 30 tahun merdeka, di mana energy bangsa telah banyak terserap dalam perjuangan politik kelompok dan kurang peduli terhadap masalah kesejahteraan rohani umat. Selain itu kemajuan dan keragaman umat Islam Indonesia dalam alam pikiran keagamaan, organisasi sosial dan kecenderungan aliran dan aspirasi politik, sering mendatangkan kelemahan dan bahkan dapat menjadi sumber pertentangan di kalangan umat Islam sendiri. Akibatnya umat Islam dapat terjebak dalam egoisme kelompok (*ananiyah hizbiyah*) yang berlebihan. Oleh karena itu kehadiran MUI, makin dirasakan kebutuhannya sebagai sebuah organisasi kepemimpinan umat Islam yang bersifat kolektif dalam rangka mewujudkan persaudaraan, demi terciptanya persatuan dan kesatuan serta kebersamaan umat Islam (Septiawan & Aji, 2016).

Menyadari tanggung jawabnya untuk melindungi masyarakat, maka MUI pada 6 Januari 1989 mendirikan LPPOM MUI sebagai bagian dari upaya untuk memberikan ketenteraman batin umat, terutama dalam mengkonsumsi pangan, obat-obatan, dan kosmetika. Sejak kehadirannya hingga kini, LPPOM MUI telah berulang kali mengadakan seminar, diskusi dengan para pakar, termasuk pakar ilmu syariah, dan kunjungan kunjungan yang bersifat studi perbandingan serta muzakarah. Semua dikerjakan

agar proses dan standar Sistem Sertifikasi Halal dan Sistem Jaminan Halal yang terus dikembangkan oleh LPPOM MUI senantiasa sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan kaidah agama. Berkaitan dengan itu, pada 24 Juni 2011, Menteri Koordinator Perekonomian Republik Indonesia, Dr. Ir. M. Hatta Rajasa telah mendeklarasikan Indonesia sebagai Pusat Halal Dunia. Deklarasi tersebut sejalan dengan berbagai langkah yang dilakukan oleh LPPOM MUI, antara lain dengan mendesain dan menyusun Sistem Sertifikasi Halal (SSH) dan Sistem Jaminan Halal (SJH) yang telah diadopsi lembaga-lembaga sertifikasi halal luar negeri. LPPOM MUI adalah pelopor dalam Sertifikasi Halal dan Sistem Jaminan Halal secara internasional (Septiawan & Aji, 2016).

Adapun wewenang LPPOM MUI berdasarkan Surat Keputusan tersebut sebagai berikut: (1) Bersama-sama dengan Dewan Pimpinan Majelis Ulama Indonesia melaksanakan pembentukan lembaga pengkajian pangan, obat-obatan dan kosmetika Majelis Ulama Indonesia Daerah; (2) Mengadakan rapat kerja nasional sekurang-kurangnya dua tahun sekali; (3) Mengadakan kegiatan-kegiatan dalam rangka memasyarakatkan pangan halal kepada umat Islam; (4) Mengundang para ahli untuk mendiskusikan suatu masalah yang berhubungan dengan pangan, obat-obatan, dan kosmetika; (5) Memberikan teguran, peringatan, baik lisan maupun tertulis kepada produsen yang menyalahgunakan Sertifikat Halal yang telah diberikan Majelis Ulama Indonesia, termasuk produsen yang sengaja mengganti



bahan produknya dari yang diajukan dalam proses sertifikasi (Karimah, 2015).

Dalam proses sertifikasi halal yang dilakukan oleh MUI untuk menentukan makanan mana yang dapat dan tidaknya dikonsumsi, maka makanan tersebut harus memenuhi syarat kehalalannya. Selain itu juga dalam sertifikasi halal ini MUI menerapkan tarif untuk setiap makanan yang akan diberikan sertifikat halal. Biaya tarif yang diterapkan oleh MUI dalam setiap sertifikasi produk berkisar antara 3 sampai 4 juta rupiah. Biaya ini dirasakan cukup mahal untuk dikeluarkan terutama bagi kalangan menengah ke bawah. Predikat halal yang pada dasarnya merupakan ketentuan hukum Islam yang memiliki tujuan untuk melindungi dan menjaga kemaslahatan umat dari perbuatan di luar hukum Islam. Namun sayangnya hal tersebut telah dijadikan peluang untuk meraih keuntungan dengan dijadikannya sebagai objek bisnis. Oleh karena itu kewenangan MUI ini telah menjadi bahan perbincangan yang serius di Parlemen (Septiawan & Aji, 2016).

Walaupun MUI dan LPPOM MUI bukan merupakan lembaga yang berada di bawah pemerintah, bukan berarti kedua lembaga ini tidak memiliki legalitas dalam menjalankan tugasnya. Pada Tahun 2001, Menteri Agama RI mengeluarkan Keputusan Menteri Agama Nomor 519 Tahun 2001 Tentang Lembaga Pelaksana Pemeriksaan Pangan Halal, yang menyatakan bahwa Majelis Ulama Indonesia ditunjuk sebagai lembaga pelaksana pemeriksaan pangan yang dinyatakan halal, yang dikemas untuk diperdagangkan di Indonesia.<sup>199</sup> Bahkan pada tingkat internasional, LPPOM MUI

sudah terkenal dan diakui oleh berbagai negara dalam kompetensinya di bidang kehalalan. LPPOM MUI sebagai perwakilan Indonesia dikenal sebagai inisiator terbentuknya Dewan Halal Dunia (*World Halal Food Council*). Dewan ini dibentuk untuk mendiskusikan standar kehalalan bersama antar lembaga-lembaga pemeriksa halal seperti LPPOM MUI yang ada di dunia. Pada dasarnya, Indonesia mengakui Sertifikat Halal dari negara lain yang Lembaga Halalnya memegang prinsip dan standar yang sama dengan yang dimiliki LPPOM MUI (Karimah, 2015).

## **2. Lembaga Pemeriksa Halal (LPH)**

LPH yaitu lembaga yang melakukan kegiatan pemeriksaan dan/atau pengujian terhadap kehalalan produk. Kaitannya dengan ini pemerintah memiliki tanggung jawab terhadap menyelenggarakan JPH. Penyelenggaraan JPH dilaksanakan oleh Menteri Agama. Untuk melaksanakan penyelenggaraan JPH, maka dibentuk BPJPH yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Menteri Agama (Abduh, 2021).

LPH yang dijelaskan pasal 12 UUJPH, pada pasal ini secara terang dijelaskan bahwa lembaga pemeriksa halal (LPH) dapat didirikan oleh masyarakat guna membantu kinerja BPJPH dalam pelaksanaan jaminan produk halal. Undang-Undang ini membatasi ruang gerak MUI yang selama ini sudah berjalan. Di sisi lain memberikan ruang untuk masyarakat dalam membantu pemerintah. Peran serta masyarakat dalam JPH ini adalah perwujudan dari demokrasi yang telah dijalankan. Selain itu, peran

serta masyarakat menegakkan nilai utama dari menjadikan negara ini bagian dari *good governance* (Septiawan & Aji, 2016).

LPH dapat didirikan oleh pemerintah (pusat maupun daerah, kementerian/lembaga, didirikan oleh perguruan tinggi negeri (PTN), BUMN maupun BUMD) dan/atau masyarakat (diajukan oleh lembaga keagamaan islam berbadan hukum terbatas pada yayasan/perkumpulan saja) dengan keharusan memenuhi 4 syarat, yakni: (1) memiliki kantor sendiri dan segala perlengkapannya; (2) memiliki akreditasi dari BPJPH; (3) memiliki auditor halal sedikitnya 3 (tiga) orang; (4) memiliki laboratorium/kesepakatan kejasama dengan lembaga lain yang memiliki laboratorium (Fajrin & Mohammad, 2021).

LPH memegang peranan yang penting dalam proses sertifikasi halal suatu produk. Sebagai lembaga yang didirikan oleh masyarakat, bertugas memeriksa/atau menguji produk itu sendiri, apakah suatu produk itu halal secara syariat (artinya tidak diharamkan oleh agama), dan disembelih sesuai dengan syariat dan memenuhi kaidah kesejahteraan hewan serta kesehatan masyarakat veteriner (untuk hewan), serta apakah tumbuhan yang dikelola tersebut memabukkan dan/atau membahayakan kesehatan bagi orang yang mengkonsumsinya dan/atau terkontaminasi dengan bahan yang diharamkan. Jadi terlihat peran LPH melalui penetapan menjadi dasar dikeluarkannya sertifikat halal produk (Hartati, 2019).

Jadi disinilah peran negara, yakni *memback-up* terbentuknya lembaga tersebut sehingga pelaksanaan sertifikasi halal atas suatu

produk yang diproduksi dan atau yang masuk ke dalam negara, sebagai perwujudan perlindungan terhadap penggunaan produk, sehingga terwujudnya peran negara yaitu melindungi setiap warga negara untuk mencapai keadilan sosial (Hartati, 2019).

Di Indonesia sendiri, baru terdapat dua perusahaan BUMN yang mendaftarkan diri sebagai LPH, yakni, PT. Surveyor Indonesia (SI) dan PT. Superintending Company of Indonesia atau Sucofindo (Fajrin & Mohammad, 2021).

### **3. Badan Penyelenggara Jaaminan Produk Halal (BPJPH)**

BPJPH dibentuk berdasarkan Pasal 5 ayat (2) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, BPJPH setidaknya dibentuk untuk melaksanakan ketentuan Pasal 11, Pasal 16, Pasal 21 ayat (3), Pasal 44 ayat (3), Pasal 46 ayat (3), Pasal 47 ayat (4), Pasal 52, dan Pasal 67 ayat (3) Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk perlu menetapkan Peraturan Pemerintah tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (Fajrin & Mohammad, 2021).

Sebelum terbentuknya Peraturan Presiden sebagaimana diamanatkan UU No.33 tahun 2014, dalam menjalankan tugas dan fungsinya tersebut BPJPH bersandar pada 2 (dua) regulasi turunan yang sudah memuat tentang BPJPH, yakni (Hartati, 2019):

- a. Perpres yang mengatur tentang BPJPH sudah terbit pada tahun 2015, yaitu perpres No. 83 tahun 2015 tentang Kementerian Agama, yg didalamnya juga memuat tentang BPJPH.

- b. Peraturan Menteri Agama (PMA) tentang Struktur Kementerian Agama yang didalamnya memuat BPJPH, yaitu: PMA No. 42/Tahun 2016.

BPJPH merupakan lembaga negara dibawah kementerian agama, Resmi di launching pada 11 Oktober 2017. BPJPH sebagai Lembaga Eselon 1/Dirjen, dipimpin oleh kepala badan JPH atau kepala BPJPH pada 02 Agustus 2017. Bertugas untuk mempersiapkan pelaksanaan atas amanat pasal 4 UUJPH, yakni produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal karena untuk sebelumnya sertifikat halal adalah sukarela. BPJPH juga mempunyai tugas lainnya, yakni (1) Merumuskan dan menetapkan kebijakan JPH (2) Menetapkan norma, standar, prosedur, dan kriteria JPH (3) Menerbitkan dan mencabut Sertifikat Halal dan Label Halal pada Produk (4) Melakukan registrasi Sertifikat Halal pada produk luar negeri (5) Melakukan sosialisasi, edukasi, dan publikasi Produk Halal (6) Melakukan akreditasi terhadap LPH (7) Melakukan registrasi Auditor Halal (8) Melakukan pengawasan terhadap JPH (9) Melakukan pembinaan Auditor Halal; dan (10) Melakukan kerja sama dengan lembaga dalam dan luar negeri di bidang penyelenggaraan JPH. BPJPH menetapkan logo atau label yang diberlakukan di seluruh Indonesia. Selain itu juga berwenang dalam penerbitan maupun pencabutan logo halal (Fajrin & Mohammad, 2021).

BPJPH dalam melaksanakan kewenangannya itu bekerjasama dengan kementerian dan/atau lembaga terkait, Majelis Ulama

Indonesia (MUI) dan Lembaga Pemeriksa Halal (Suparto et al., 2016). Kerja sama BPJPH dengan MUI sebagaimana dimaksud dalam pasal 7 huruf c dilakukan sebatas untuk sertifikasi auditor halal, penetapan kehalalan Produk; dan akreditasi LPH. Penetapan kehalalan Produk sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b dikeluarkan MUI dalam bentuk Keputusan Penetapan Halal Produk (Fajrin & Mohammad, 2021).

Bentuk kerjasama BPJPH dengan MUI dalam penyelenggaraan jaminan produk halal dilaksanakan dalam rangka sertifikasi Auditor Halal, penetapan fatwa halal, serta akreditasi terhadap LPH. MUI dalam menetapkan fatwa halal atas produk yang dimintakan sertifikasi halalnya kepada BPJPH, maka akan dilaksanakan sidang fatwa halal yang akan menghasilkan penetapan kehalalan suatu produk. Dalam sidang fatwa halal, MUI mengikutsertakan pakar, unsur kementerian dan lembaga terkait. Penetapan halal ini akan menjadi dasar BPJPH untuk penerbitan sertifikasi halal. Bentuk kerjasama BPJPH dengan LPH dilaksanakan dalam rangka pemeriksaan dan pengujian produk. LPH sebelum diberikan kewenangan untuk melaksanakan pemeriksaan dan pengujian produk terlebih dahulu harus dilakukan akreditasi oleh BPJPH. Dalam pemeriksaan dan pengujian produk oleh LPH, pemeriksaan dan pengujian dilaksanakan oleh auditor halal LPH (Suparto et al., 2016).

Hubungan koordinasi dan kerjasama antara BPJPH dengan kementerian dan lembaga terkait tugas, fungsi dan kewenangan yang dimiliki oleh kementerian dan lembaga terkait.

Dalam beberapa hal BPJPH dapat melaksanakan koordinasi dan kerjasama berkaitan dengan penyelenggaraan jaminan produk halal. Hal ini dapat dilaksanakan dengan cara mensinergikan tugas, fungsi dan kewenangan kementerian dan lembaga terkait dengan kewenangan yang dimiliki oleh BPJPH. Penyelenggaraan jaminan produk halal oleh BPJPH yang efektif dan efisien tentunya akan berimbas kepada meningkatnya perlindungan terhadap konsumen, terutama bagi konsumen muslim. Dengan demikian tujuan dari perlindungan konsumen dapat tercapai (Suparto et al., 2016).

## **E. PENUTUP**

*Trend halal lifestyle* yang tengah hangat dibicarakan oleh masyarakat juga terjadi di Indonesia. Hal ini mengingatkan bahwa Indonesia merupakan negara dengan populasi penduduk terbesar di dunia. Untuk itu, penting bagi pemerintah untuk menerapkan dan meningkatkan sistem pemeriksaan akan jaminan produk halal, baik dalam segi pangan, *fashion*, pariwisata, farmasi, industri, dan lainnya.

Peningkatan mutu akan sistem jaminan halal di Indonesia terus ditingkatkan. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan regulasi terkait dengan jaminan produk halal dan perkembangan sistem jaminan produk halal itu sendiri. Lembaga penjaminan produk halal di Indonesia diantaranya MUI & LPPOM MUI, LPH, dan BPJH. Ketiga lembaga ini melakukan koordinasi dan kerjasama berkaitan dengan penyelenggaraan jaminan produk halal. Serta

bekerja sama dengan lembaga pemerintahan dalam dan luar negeri di bidang penyelenggaraan Jaminan Produk Halal.

## F. DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, M. (2021). Implementasi Jaminan Produk Halal Bagi Pelaku Usaha Mikro. *JCIC-Jurnal CIC Lembaga Riset Dan Konsultan Sosial*, 46-52.
- Charity, M. L. (2017). Jaminan Produk Halal Di Indonesia (Halal Products Guarantee In Indonesia). *Jurnal Legislasi Indonesia*, 14(1), 99-108.
- Faidah, M. (2017). Sertifikasi Halal di Indonesia dari Civil Society menuju Relasi Kuasa antara Negara dan Agama. *ISLAMICA : Jurnal Studi Keislaman*, 11(2), 449-476.
- Fajrin, M., & Mohammad, M. (2021). Pengaturan Sertifikasi Jaminan Produk Halal Di Indonesia. *KERTHA WICAKSANA: Sarana Komunikasi Dosen Dan Mahasiswa*, 15(2), 149-157.
- Farhan, A. (2018). Pelaksanaan Sertifikasi Halal Lppom Mui Terhadap Produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi LPPOM MUI Provinsi Bengkulu). *MANHAJ: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1-16.
- Faridah, H. D. (2019). Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi. *Journal of Halal Product and Research*, 2(2), 68-78.
- Hartati, R. (2019). Peran Negara dalam Pelaksanaan Jaminan Produk Halal. *ADIL: Jurnal Hukum*, 10(1), 73-92.
- Karimah, I. (2015). Perubahan Kewenangan Lembaga-Lembaga yang Berwenang dalam Proses Sertifikasi Halal. *Jurnal Syariah*, 107-131.
- Septiawan, A., & Aji, A. M. (2016). Kewenangan LPPOM MUI Pasca Pemberlakuan. *SALAM: Jurnal Sosiasl & Budaya Syar-I*, 3(2), 167-196.
- <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v3i2.3676>
- Suparto, S., Yuanitasari, D., & Suwandono, A. (2016). Harmonisasi dan sinkronisasi pengaturan kelembagaan sertifikasi halal terkait perlindungan konsumen muslim indonesia. *MIMBAR HUKUM*, 28(3), 427-438.
- Syafrida. (2015). Sertifikat Halal pada Produk Makanan dan
- Perkembangan Industri Halal di Indonesia | 101



Minuman Memberi Perlindungan dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim. *ADIL: Jurnal Hukum*, 7(2), 160-174.

## **Bab 6**

# **SOSIALISASI DAN EDUKASI PRODUK HALAL**

### **A. PENDAHULUAN**

Industri halal saat ini telah menjadi industri yang sangat berkembang pesat di dunia. Dilihat menggunakan perspektif bisnis, pasar halal tidak diragukan lagi menawarkan berbagai peluang menarik. Nilai-nilai dan prinsip-prinsip yang dibawa dalam pasar halal membentuk adanya paradigma komersial yang baru. Saat ini industri halal tidak hanya berkembang dalam sektor makanan dan minuman, yang merupakan sektor utama, namun juga meluas ke sektor-sektor lainnya seperti sektor farmasi, kosmetik, dan perawatan pribadi. Hal ini didorong oleh adanya peningkatan kesadaran konsumen dan para pelaku bisnis terhadap peluang pasar halal (Akim et al., 2020)

Halal merupakan syarat utama bagi konsumen muslim dalam mengkonsumsi produk pangan. Kehalalan produk pangan ditentukan dari kesesuaian proses, bahan baku hingga transportasi dari tahap hulu ke hilir produk sampai ke tangan konsumen. Produk halal saat ini memiliki pangsa pasar yang besar dan terus berkembang. Hal itu disebabkan karena pertumbuhan populasi muslim sebanyak 1,8 miliar pada tahun 2015 dan Asia Pasifik mendominasi pasar dengan menyumbang USD 594 miliar pada tahun 2016, dengan basis konsumen yang besar di banyak negara seperti Pakistan, Indonesia, Bangladesh dan India dengan populasi Muslim yang tertinggi (Mirdhayati et al., 2020).

Melihat potensi pasar yang sangat besar dan Indonesia sebagai negara muslim terbesar di dunia saat ini maka pemerintah berusaha untuk mensyaratkan sertifikasi halal bagi setiap pelaku usaha. Karena Indonesia juga menjadi pasar besar produk impor baik pangan, obat, kosmetik dan barang gunaannya lainnya. Namun, saat ini banyak masyarakat yang belum memahami dengan baik sertifikasi halal tersebut sehingga sebagian besar pelaku usaha dan masyarakat belum memilikinya (Mirdhayati et al., 2020).

Sebagaimana diketahui bahwa Kehalalan suatu produk menjadi kebutuhan wajib bagi setiap konsumen, terutama konsumen muslim. Baik itu produk berupa makanan, obat-obatan maupun barang-barang konsumsi lainnya. Seiring besarnya kuantitas konsumen muslim di Indonesia yang jumlahnya mencapai 204,8 juta jiwa penduduk Indonesia, dengan sendirinya pasar Indonesia menjadi pasar konsumen muslim yang sangat besar. Oleh karena itu, jaminan akan produk halal menjadi suatu hal yang penting untuk mendapatkan perhatian dari negara. Dilihat dari perspektif Islam, konsep halal merupakan hal yang vital bagi seorang muslim. Halal berarti diperbolehkan atau diijinkan dalam agama Islam. Oleh sebab itu, muslim akan mencari produk untuk dikonsumsi sesuai dengan ajaran agama yang telah diterima. Hal ini ditandai dengan banyaknya permintaan produk halal yang sudah memiliki sertifikat Halal di dunia (Astuti et al., 2020).

Sertifikasi halal adalah suatu proses untuk memperoleh sertifikat halal melalui beberapa tahap pemeriksaan untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi, dan sistem jaminan

halal memenuhi standar Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Adapun tujuan sertifikasi halal yaitu untuk memberikan kepastian status kehalalan suatu produk sebagai bentuk pemenuhan hak konsumen. Keyakinan konsumen terhadap kehalalan suatu produk akan mempengaruhi jumlah pembelian konsumen terhadap produk tersebut. Isu sertifikat halal merupakan polemik yang sedang beredar di masyarakat sejak mulai diberlakukannya implementasi UU Jaminan Produk Halal nomor 33 Tahun 2014 pada tanggal 17 Oktober 2019 lalu. Pengurusan sertifikat halal sering dianggap mempersulit masyarakat dalam menjalankan usahanya. Oleh sebab itu perlu dilakukan kegiatan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat untuk menanamkan kesadaran penerapan halal yang tinggi dan memiliki pengetahuan serta pemahaman yang benar tentang penerapan sertifikasi halal menurut undang-undang yang telah ditetapkan (Mirdhayati et al., 2020).

Halal telah diterima sebagai standar kualitas yang diaplikasikan pada suplai dan proses produksi suatu produk. Standar halal mencakup produk makanan, kosmetik, farmasi dan medis. Dalam memelihara standar halal, supplier dan produsen halal harus tunduk pada ketentuan mutu halal yang diberlakukan oleh lembaga sertifikasi halal. Ketentuan pada tahap produksi terhitung dari proses penyembelihan, pencucian dan pembersihan, pengemasan, penyimpanan, transportasi, penjualan dan bahkan promosi. Bagi konsumen Muslim, membeli produk yang bersertifikat halal dapat menjamin kebersihan dan higienisitas,

dimana konsep tersebut seiring dengan keinginan untuk memenuhi kesadaran hidup sehat. Produsen dan pengecer produk makanan seharusnya memberikan penerangan ke konsumen dan penampilan yang memberikan informasi secara jelas dan dapat diakses oleh konsumen. Pengembangan pesan promosi dapat mendorong konsumen untuk memikirkan nilai mutu, emosi, moneter, dan sosial terkait logo halal (Orbayinah et al., 2014).

## **B. URGENSI SOSIALISASI DAN EDUKASI PRODUK HALAL**

Yusuf Qardhawi mendefinisikan istilah halal sebagai segala sesuatu yang boleh dikerjakan, syariat membenarkan dan orang yang melakukannya tidak dikenai sanksi dari Allah Swt. Haram berarti segala sesuatu atau perkara-perkara yang dilarang oleh syara' (hukum Islam), jika perkara tersebut dilakukan akan menimbulkan dosa dan jika ditinggalkan akan berpahala. Segala aktivitas tentunya dilandasi oleh pencarian yang halal ini, tidak hanya makanan tapi juga termasuk pekerjaan dan kehidupan sosial lainnya. Namun demikian, masalah halal-haram dalam pemilihan makanan akan berdampak pada pertumbuhan jasmani dan rohani seseorang dan keluarganya (Shaary & Harun, 2020).

Ada tiga kriteria dasar dalam menentukan suatu makanan yang diperbolehkan atau dilarang untuk dikonsumsi, yaitu halal, haram, dan syubhat. Agama Islam memberikan hukum yang sangat ketat dalam makanan, namun sejauhmana orang akan mengikuti hukum tersebut tentu saja akan sangat bervariasi. Kadar ke Islaman

seseorang akan mencerminkan identitas dirinya sebagai seorang Muslim. Oleh karena itu, sebagai seorang Muslim akan mempunyai sikap, norma subyektif, dan persepsi kontrol perilakunya dalam mempengaruhi niat (intention) seseorang untuk berperilaku dalam mengkonsumsi makanan halal. Namun demikian, seberapa jauh seseorang akan menampilkan perilakunya, juga tergantung pada beberapa faktor-faktor lain, seperti ketersediaan, kesempatan, pengetahuan (sertifikasi halal), dan sumber yang dimiliki (uang) (Supriyadi & Asih, 2021).

Produk halal adalah sangat penting sebagai hasil Dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Bahwa sangatlah penting bagi orang tua untuk memberikan arahan, nasehat atau bimbingan kepada anak-anak tentang makanan yang halal khususnya bagi umat muslim melalui komunikasi intraktif dengan menggunakan tiga pendekatan (Suyani et al., 2020):

Memberikan informasi produk halal dengan menerangkan kriteria berbagai produk halal, contohnya makanan. Dalam ajaran Islam, makanan merupakan tolok ukur dari segala cerminan penilain awal yang bisa mempengaruhi berbagai bentuk perilaku seseorang. Makanan bagi umat Islam tidak sekedar pemenuhan kebutuhan secara lahiriah, akan tetapi juga bagian dari kebutuhan spritual yang mutlak dilindungi. Untuk itu ajaran agama Islam memerintahkan umatnya agar memakan dan menggunakan bahan-bahan yang *halal thayyib*. Dengan demikian halal-haram bukanlah persoalan sederhana yang dapat diabaikan, melainkan masalah yang penting dan mendapat perhatian besar dalam ajaran Islam.

Mengonsumsi makanan yang halal dan *thayyib* merupakan aktualisasi kualitas pemahaman, penghayatan dan pengamalan ajaran agama yang notabene merupakan salah satu butir arah kebijakan pembangunan bidang agama.

Cara persuasif yaitu keterampilan mengolah pesan yang menarik baik verbal atau nonverbal sehingga anak senang berkomunikasi dengan orang.

Ada beberapa hambatan yang dapat mengganggu jalannya komunikasi tersebut. Menurut David R. Hampton yang dikutip oleh Moekijat. menggolongkan rintangan komunikasi menjadi:

- 1) Rintangan pada sumber, dapat disebabkan pengirim menyampaikan pesannya dengan tidak jelas sehingga penerima ragu-ragu menafsirkan.
- 2) Rintangan dalam penyampaian, dapat disebabkan karena pesan melalui perantara sehingga pesan yang disampaikan pengertiannya mungkin akan berubah.
- 3) Rintangan pada penerima, dapat disebabkan karena kurangnya perhatian, penilaian sebelum waktunya, lebih banyak memberikan tanggapan sifat-sifat atau perilaku yang tidak penting terhadap pokok pesannya.
- 4) Rintangan dalam umpan balik, adanya komunikasi satu arah yang tidak memungkinkan adanya umpan balik dari penerima (Rahman & Yasya, 2020).

Ada hambatan dalam berkomunikasi pasti ada pula jalan keluar untuk mengatasi hambatan tersebut. Menurut Gitosudarmo dan I Nyoman Sudita untuk mengatasi hambatan-hambatan dalam

komunikasi dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut (Laksono et al., 2020):

- 1) Meningkatkan umpan balik, untuk mengetahui apakah pesan atau informasi telah diterima, dipahami dan dilaksanakan atau tidak.
- 2) Empati, penyampaian pesan disesuaikan dengan keadaan penerima.
- 3) Pengulangan, untuk menjamin bahwa pesan dapat diterima.
- 4) Menggunakan bahasa yang sederhana agar setiap orang dapat memahami isi pesan yang disampaikan.
- 5) Penentuan waktu yang efektif, pesan disampaikan pada saat penerima siap menerima pesan.
- 6) Mendengarkan secara efektif sehingga komunikasi dapat berlangsung dengan baik.
- 7) Mengatur arus informasi, komunikasi harus diatur mutunya, jumlah dan cara penyampaiannya.

Kegiatan komunikasi tidak hanya informatif yaitu agar orang lain mengerti, tetapi juga persuasif yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu faham atau keyakinan untuk melakukan suatu perbuatan, kegiatan dan lain-lain. Hal ini ditegaskan yang mengatakan bahwa: Komunikasi persuasif ini tidak lain daripada suatu usaha untuk meyakinkan orang lain dengan tujuan publiknya berbuat dan bertingkah laku seperti yang diharapkan komunikator dengan membujuk tanpa memaksanya/tanpa kekerasan (Suryaningsih, 2020).



Pada dasarnya kegiatan persuasif memiliki tujuan untuk memberikan dorongan kepada komunikan agar berubah sikap, pendapat dan tingkah lakunya atas kehendak sendiri dan bukan karena keterpaksaan. Dengan komunikasi persuasif inilah orang akan melakukan apa yang dikehendaki komunikatornya, dan seolah-olah komunikan itu melakukan pesan komunikasi atas kehendaknya sendiri. Sehingga informasi tentang kehalalan suatu produk bisa dengan mudah kita sampaikan kepada anak dan keluarga. Ketiga adalah dengan koersif atau tindakan yang tegas. Bentuk komunikasi intraktif ini dianggap relevan untuk bisa diterapkan para orang tua kepada anaknya (Suryaningsih, 2020).

Metode koersif adalah mengandalkan kekuasaan seorang komunikator atau orang tua. Kekuasaan merupakan kemampuan seseorang untuk mempengaruhi orang lain agar dia suka atau tidak suka harus menerima semua pesan yang dikirimkan demi tercapainya maksud dan tujuan yang dikehendaki oleh komunikator (Zahrotunnimah, 2020).

### **C. STRATEGI SOSIALISASI DAN EDUKASI PRODUK HALAL**

Strategi dan Penyelesaian untuk menjadikan Indonesia sebagai pusat Halal global, kita harus memiliki kemampuan untuk memproduksi berbagai produk dan barang halal. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan jumlah produsen produk halal di kalangan UKM yang banyak tersedia di kabupaten atau kota. Sebagai langkah pertama menuju tujuan ini, Pemerintah Provinsi

melalui Dinas UMKM dan Dinas Koperasi telah mengalokasikan anggaran untuk mendampingi pelaku UMKM dengan memberikan edukasi, strategi pemasaran, strategi branding, hingga bagaimana kepengurusan sertifikat halal MUI, bahkan pemerintah terus mendorong peningkatan jumlah wisata halal di suatu daerah, untuk menstimulasi pelaku UKM agar tertarik memasarkan produknya, tentunya produk yang berlabel halal asli. Ketentuan ini untuk membangun infrastruktur dasar Halal (Solihin et al., 2020)

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia juga menyediakan dana untuk membantu mempercepat proses sertifikasi produk. Selain itu Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, ada provinsi yang sudah mengambil langkah pertama dalam pembangunan *Halal Park*. Saat ini, sebagian besar Halal Park yang sedang dibangun telah mengidentifikasi pengusaha potensial untuk beroperasi di dalamnya. Strategi pengembangan *Halal Park* adalah dengan membentuk wirausahawan yang berkualitas untuk menghasilkan produk halal dengan mengikuti proses produksi pangan sesuai standar internasional. Para pengusaha ini akan diberikan pelatihan dalam manajemen yang baik dan membantu untuk mendapatkan pasar global. Jenis produk dan kapasitas produksi sangat penting agar produk halal yang telah dihasilkan dapat dipasarkan di semua tingkatan (Solihin et al., 2020).

#### **D. REGULASI SOSIALISASI DAN EDUKASI PRODUK HALAL**

Aturan produk halal sudah diatur dalam *Halal-Codex GENERAL GUIDELINES FOR USE OF THE TERM "HALAL" CAC/GL 24-1997*. Sementara di Indonesia, jika dicermati, regulasi produk halal secara jelas telah diatur. Berikut ini sembilan peraturan terkait pangan halal di Indonesia sekaligus penjelasan aturan detailnya (Sari, 2019):

- 1) Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 280/Menkes/Per/XI/1976 tentang Ketentuan Peredaran dan Penandaan pada Makanan yang mengandung Bahan berasal dari Babi. Pasal 2 mengatur:
  - a) Pada wadah atau bungkus makanan yang diproduksi di dalam negeri maupun yang berasal dari impor yang mengandung bahan yang berasal dari babi harus dicantumkan tanda peringatan.
  - b) Tanda peringatan tersebut yang dimaksud pada ayat (1) harus berupa gambar babi dan tulisan yang berbunyi: "MENGANDUNG BAB I" dan harus ditulis dengan huruf besar berwarna merah dengan ukuran sekurang-kurangnya Universe Medium Corps 12, di dalam garis kotak persegi yang juga berwarna merah.
- 2) Permenkes RI No. 76/Menkes/Per/III/78 tentang label dan Periklanan Makanan, pasal 2 menyatakan bahwa: Kalimat, kata-kata, tanda lambang, logo, gambar dan sebagainya yang terdapat pada label atau iklan harus sesuai dengan asal, sifat, komposisi, mutu dan kegunaan makanan.

- 3) Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Kesehatan No. 427/Menkes/SKB/VIII/1985 dan No. 68/1985 tentang Pencantuman Tulisan “Halal” pada Label Makanan.
- 4) UU No. 23 tahun 1992 tentang Kesehatan, pasal 214 ayat (2) penjelasan butir (d): Ketentuan lainnya misalnya pencantuman kata atau tanda halal yang menjamin bahwa makanan dan minuman yang dimaksud diproduksi dan diproses sesuai dengan persyaratan makanan.<sup>13</sup>
- 5) UU No. 7 tahun 1996 tentang Pangan, pasal (34) ayat (1): Setiap orang yang menyatakan dalam label atau iklan bahwa pangan yang diperdagangkan adalah sesuai dengan persyaratan agama atau kepercayaan tertentu bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan berdasarkan persyaratan agama atau kepercayaan tersebut.
- 6) Keputusan Menkes RI No. 82/Menkes/SK/I/1996 tentang Pencantuman Tulisan Halal pada Label Makanan dan perubahannya berupa Keputusan Menteri Kesehatan RI No. 924/Menkes/SK/VII/1996, beserta peraturan pelaksanaannya berupa Keputusan Dirjen POM No. HK.00.06.3.00568 tentang Tata Cara Pencantuman Tulisan Ha-lal pada Label Makanan.
- 7) UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- 8) PP No. 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan
- 9) Penjelasan PP No. 69 tahun 1999 pasal 11 ayat 1 menyatakan Pencantuman tulisan halal pada dasarnya bersifat sukarela.

## **E. OPTIMALISASI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM SOSIALISASI DAN EDUKASI PRODUK HALAL**

Perkembangan teknologi informasi menjadikan pertumbuhan gadget makin beragam, canggih, dan murah, seiring dengan kondisi ini, media sosial juga ikut tumbuh dengan pesat. Kini, mengakses facebook, atau twitter, misalnya, bisa dilakukan dimana saja kapan saja hanya dengan menggunakan smartphone, handphone, atau tablet. Kemudahan mengakses media sosial melalui gadget, menjadikan fenomena besar dalam arus informasi yang hampir terjadi di seluruh dunia. Fenomena ini dimanfaatkan dengan baik oleh Komunitas Penggerak Halal yang memang memiliki misi menyebarluaskan gaya hidup halal kepada masyarakat. Melalui media sosial, orang dapat berinteraksi satu sama lain lebih nyaman dari sebelumnya. Memeriksa aktivitas pengguna serta mengamati jaringan interaksi yang berbeda antara set yang sama aktor. Interaksi sosial yang dapat menembus jarak dan waktu inilah yang menjadi keuntungan komunitas yang memang pada dasarnya dibentuk dari berkembangnya teknologi komunikasi (teknologi media online) (Hartanti & Oktiyani, 2020).

Optimalisasi pemanfaatan Media Sosial mengenai produk halal merupakan informasi yang penting diketahui oleh umat Muslim, sehingga tidak hanya BPOM Halal atau MUI saja yang menjadi penyebar informasi. Keberadaan komunitas-komunitas penggerak halal menjadi sebuah angin segar baik bagi masyarakat maupun bagi pemerintah. Bagi komunitas penggerak halal media sosial menjadi sarana yang baik agar informasi mengenai produk

halal dapat menyebar ke seluruh wilayah Indonesia. Berdasarkan data-data yang penulis peroleh melalui teknik wawancara, pengamatan, dan kajian literatur, bahwa seluruh objek penelitian ini memanfaatkan media sosial secara optimal dalam aktivitas-aktivitas mereka, kendati setiap komunitas punya kekhasan dalam informasi yang ditampilkan. Adapun pemanfaatan media sosial mengenai produk halal antara lain (Widyaningtyas, 2018):

1) Sosialisasi

Hal-hal yang disosialisasikan di media sosial adalah mengenai kehalalan produk terutama kepada kelompok *food industry*.

2) Media Informasi

Informasi dalam bentuk artikel, berita atau foto industri halal.

3) Edukasi

Mengedukasi masyarakat tentang pentingnya kesadaran akan produk yang halal dikonsumsi.

4) Advokasi (konsultasi)

Konsultasi online hingga pendampingan mendapatkan sertifikasi halal bagi industri

5) Media Koordinasi

## **F. STRATEGI PEMILIHAN MEDIA KOMUNIKASI LPPOM MUI DALAM SOSIALISASI DAN EDUKASI PRODUK HALAL**

Sosialisasi dapat diartikan sebagai suatu proses dimana seseorang dididik untuk mengenal, memahami, mentaati dan menghargai norma-norma dan nilai-nilai yang berlaku dalam

masyarakat. Secara khusus, sosialisasi mencakup suatu proses dimana seseorang mempelajari kebudayaannya, belajar mengendalikan diri serta mempelajari peranan-peranan dalam masyarakat (Prasetyo et al., 2020)

Proses sosialisasi dapat berlangsung melalui beberapa agen sosialisasi, seperti keluarga, kelompok bermain, media massa dan sistem pendidikan. Media massa yang terdiri atas media cetak dan elektronik diidentifikasi sebagai agen sosialisasi yang berpengaruh terhadap perilaku khalayaknya. Selain media massa, kini penggunaan media baru seperti internet, facebook dan twitter semakin banyak diminati orang sebagai media sosial yang mampu menciptakan komunikasi dua arah yang seimbang (Prasetyo et al., 2020).

Promosi adalah salah satu komponen dari empat komponen dalam pemasaran yang dikenal dengan 4P. Empat komponen tersebut adalah Product, Price, Placement, and Promotion. Promosi merupakan hubungan komunikasi antara penjual dan pembeli. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Salah satu tujuan dari promosi adalah meningkatkan penjualan. Kegiatan promosi membuat konsumen mengenal suatu produk, bukan hanya mengenal tapi mengetahui secara detil produk tersebut, kelebihan dan kekurangan, harga, dan keuntungan jika membeli atau memakai dan setelah itu memutuskan untuk membeli atau memakai produk tersebut.

Dengan adanya promosi maka informasi tentang suatu produk dapat sampai kepada konsumen. Semakin banyak konsumen mengetahui tentang produk tersebut maka akan berpotensi semakin banyak pula konsumen yang membeli atau memakai produk tersebut yang akan meningkatkan penjualan dan menambah profit. Dua tipe promosi yang umum dalam mempromosikan suatu produk, yaitu *above the line promotion*: bentuk promosi di media massa seperti misalnya di media televisi, radio, koran, internet. Dan *below the line promotion*: bentuk promosi yang menggunakan ajang khusus, seperti: pameran dan program promosi untuk konsumen (Falaah, 2020).

## **G. PENUTUP**

Upaya edukasi produk halal, sehat dan berkualitas di masyarakat sebagai upaya penguatan hak-hak konsumen. Gagasan perlindungan konsumen dapat disampaikan secara luas kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan advokasi konsumen, seperti Pendidikan, penelitian, pengujian, pengaduan, dan publikasi media konsumen. Selain itu, upaya sosialisasi dapat menggunakan media social seiring pesatnya pertumbuhan teknologi yang pesat.

Penting umat muslim melalui komunikasi intraktif dengan menggunakan tiga pendekatan, yang pertama memberikan informasi produk halal, yang kedua dengan cara persuasif yaitu keterampilan mengolah pesan yang menarik baik verbal atau non verbal sehingga anak senang berkomunikasi dengan orang tua, dan yang ketiga adalah dengan koarsif atau tindakan yang tegas. Bentuk



komunikasi intraktif ini dianggap relevan untuk bisa di terapkan para orang tua kepada anaknya, dan pentingnya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Pangan Yang Tidak Bersertifikat Halal dan bagaimana bentuk perlindungan bagi konsumen atas produk yang cacat atau tidak halal.

## H. DAFTAR PUSTAKA

- Akim, A., Purnama, C., Konety, N., & Shalihah, F. A. (2020). Evaluasi Kegiatan Sosialisasi Produk Impor Halal dan Nonhalal bagi Siswa Madrasah Aliyah Persis 24 Rancaekek Bandung. *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 181-194. <https://doi.org/10.29244/agrokreatif.6.2.186-199>
- Astuti, D., Bakhri, B. S., Zulfa, M., & Wahyuni, S. (2020). Sosialisasi Standarisasi & Sertifikasi Produk Halal di Kota Pekanbaru. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 23-32. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v2i1.171>
- Falaah, A. (2020). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wardah Exclusive Matte Lip Cream (Studi Kasus pada Konsumen Toko Agung Supplier Purwokerto). *Skripsi*.
- Hartanti, H., & Oktiyani, R. (2020). Pengembangan Strategi Pemasaran Ayam Barokah Melalui Digital Marketing. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 4(2). <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v4i2.8791>
- Laksono, N. F., Chawa, A. F., & Yuliati, Y. (2020). Pengelolaan Pariwisata Berbasis Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus Desa Sawentar). *Briliant: Jurnal Riset Dan Konseptual*, 5(4). <https://doi.org/10.28926/briliant.v5i4.539>
- Mirdhayati, I., H. Zain, W. N., Prianto, E., & Fauzi, M. (2020). Sosialisasi peranan sertifikat halal bagi masyarakat Kelurahan Kampung Baru, Kecamatan Senapelan, Kota Pekanbaru. *Unri Conference Series: Community Engagement*, 2, 117-122. <https://doi.org/10.31258/unricsce.2.117-122>
- Orbayinah, S., Pramono, A., & Yogyakarta, U. M. (2014). *Sosialisasi dan edukasi jaminan produk halal di rumah sakit pku muhammadiyah gamping dan asri medical center yogyakarta*. 399-405.
- Prasetyo, A. D., Taufik, M., & Yahya, I. (2020). Sosialisasi Kriteria Sistem Jaminan Halal Pada Pedagang Warung Makan Sekitar Kampus lain

- Surakarta. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 7(2), 143–148. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v7i2.893>
- Rahman, D., & Yasya, W. (2020). Komunikasi Persuasif Dalam Penghimpunan Dana Zakat Di Lembaga Amil Zakat Darussalam Kota Wisata Cibubur. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 4(1).
- Sari, D. I. (2019). Perlindungan Hukum Atas Label Halal Produk Pangan Menurut Undang-Undang. *Repertorium: Jurnal Ilmiah Hukum Kenotariatan*, 7(1). <https://doi.org/10.28946/rpt.v7i1.264>
- Shaary, K., & Harun, M. A. W. (2020). Amalan Rukhsah Sembelihan Ahli Kitab Menurut Yusuf al-Qaradawi dalam Kitab al-Halal wa al-Haram fi al-Islam. ... *Studies and Human Sciences (e-ISSN ...)*, 3(1).
- Solihin, D., Susanto, N., Setiawan, R., Ahyani, & Darmadi. (2020). Penerapan Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Kelurahan Paninggilan Utara Ciledug. *Abdi Laksana Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1 No. 3(September).
- Supriyadi, E. I., & Asih, D. B. (2021). Regulasi Kebijakan Produk Makanan Halal Di Indonesia. *Jurnal RASI*, 2(1). <https://doi.org/10.52496/rasi.v2i1.52>
- Suryaningsih, A. (2020). Peningkatan Motivasi Belajar Siswa Secara Online pada Pelajaran Animasi 2D melalui Strategi Komunikasi Persuasif. *Ideguru: Jurnal Karya Ilmiah Guru*, 5(1). <https://doi.org/10.51169/ideguru.v5i1.143>
- Suyani, E., Zuliah, A., & Nurafiah, C. A. (2020). Sosialisasi Pada Orang Tua Tentang Pentingnya Produk Halal Melalui Pendekatan Komunikasi Interaktif di Desa Kolam, Kec.Perc. Sei Tuan, Kab. Deli Serdang. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1). <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v1i1.530>
- Widyaningtyas, M. D. (2018). Optimalisasi Media Sosial oleh Komunitas Penggerak Halal dalam Mensosialisasikan Gaya Hidup Halal kepada Masyarakat. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2). <https://doi.org/10.35760/mkm.2018.v2i2.1898>
- Zahrotunnimah, Z. (2020). Langkah Taktis Pemerintah Daerah Dalam Pencegahan Penyebaran Virus Corona Covid-19 di Indonesia. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(3). <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i3.15103>

## **BAB 7**

# **INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN HALAL DI INDONESIA**

### **A. PENDAHULUAN**

Industri halal pada saat ini telah berkembang pesat sehingga dilirik oleh banyak negara di dunia. Industri halal dianggap menjadi salah satu faktor pendorong ekonomi di sektor industri pada sebuah negara. Negara Indonesia merupakan Negara yang memiliki penduduk mayoritas beragama Islam terbesar di dunia, menurut sensus penduduk tahun 2020 sebanyak 86,88% dari 270.203.917 penduduk Indonesia adalah pemeluk agama Islam (Sensus Penduduk Indonesia, 2020). Indonesia merupakan negara dengan jumlah Umat Islam terbesar di Dunia. Umat Islam yang besar menjadi pasar yang potensial untuk menjual produk yang memenuhi syarat-syarat yang diperlukan konsumen muslim.

Menurut Hana Khairunnisa dalam Mullen Ketersediaan produk halal di Indonesia adalah hak konsumen Muslim yang harus dipenuhi oleh negaranya. Permintaan terhadap kebutuhan pangan dipengaruhi oleh agama/kepercayaan seseorang (Mullen, 2000). Menurut *State of the Global Islamic Economy Report (2019)*, pada tahun 2018 penduduk Muslim di Indonesia secara global mengeluarkan biaya sebanyak US\$ 1.4 triliun pada sektor makanan dan minuman, serta berpotensi mencapai US\$ 2.2 triliun pada tahun 2024. Besarnya angka tersebut dapat dipengaruhi berdasarkan pengetahuan konsumen terhadap produk halal dan

Perkembangan Industri Halal di Indonesia | 120

norma religius yang dimiliki konsumen (Rochmanto & Widiyanto, 2015). Oleh karena itu, sangat penting untuk adanya ketersediaan produk pada sektor makanan dan minuman halal di Indonesia. Melalui Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) yang dibentuk oleh pemerintah sebagai upaya untuk merealisasikan pengembangan ekonomi syariah di Indonesia, maka perlu disusun sebuah perencanaan sistematis dan terukur untuk mencapai tujuan tersebut. Pada tahun 2018, KNEKS meluncurkan master plan ekonomi syariah 2019-2024. Tujuannya untuk mencapai target pengembangan ekonomi syariah ditataran domestik dan global, dan menjadikan Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah dunia (Fachrudin Fiqri Affandy, 2020).

Salah satu sektor menjanjikan yang perlu dioptimalkan adalah industri halal, meliputi pariwisata halal, fashion muslim, digital marketing, farmasi dan kosmetik halal, serta yang paling adalah industri makanan dan minuman halal. Industri halal mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa tahun ini. Gaya hidup halal yang identik dengan umat Muslim tersebar hingga ke berbagai negara, bahkan ke negara-negara dengan penduduk muslim minoritas. Halal menjadi indikator universal untuk jaminan kualitas produk dan standar hidup (Gillani, Ijaz, & Khan, 2016).

Konsumsi makanan halal saat ini telah menjadi perhatian utama masyarakat muslim, khususnya yang tinggal di negara-negara mayoritas nonmuslim ataupun para wisatawan muslim. Jepang dan Korea menjadi contoh negara Asia yang memiliki hubungan dan kerja sama dengan negara Islam atau negara

mayoritas muslim seperti Indonesia, Malaysia, dan Uni Emirat Arab, dalam hubungan ekonomi maupun perdagangan. Banyaknya wisatawan muslim yang sering berkunjung, menyebabkan kedua negara berupaya meningkatkan kerja sama termasuk dalam sektor industri makanan halal. Tren produksi makanan halal terjadi karena permintaan konsumen dan tuntutan pasar dari populasi muslim akan produk makanan dan sertifikasi halal produk. Produksi makanan halal tidak hanya ditujukan untuk perdagangan internasional dalam arti ekspor, tetapi juga sebagai layanan bagi wisatawan yang datang, serta untuk mendapatkan predikat negara yang ramah terhadap muslim (Deniar & Effendi, 2019).

Begitu pula yang terjadi di negara-negara Eropa. Umat Islam di sana umumnya merupakan minoritas, akan tetapi industri makanan halal mengalami perkembangan pesat, ditandai adanya peningkatan permintaan produk halal di pasar Eropa dengan rata-rata sebesar 15% per tahun sejak 2003 (Ardiani Aniqoh & Hanastiana, 2020). Oleh karena itu, mengetahui potensi bisnis makanan halal di Asia dan Eropa dengan mayoritas penduduk nonmuslim menjadi hal yang cukup penting untuk ditelusuri. Dengan mengetahui potensi yang ada, maka terdapat peluang untuk menjalankan bisnis makanan halal di negara-negara Asia dan Eropa. Teknologi yang makin berkembang pesat juga berdampak terhadap globalisasi yang menyamakan batasan dan kompetisi internasional. Sehingga makanan halal lebih mudah didapat baik oleh konsumen maupun produsen dengan menggunakan mesin yang praktis (Zahrah & Fawaid, 2019). Terlebih lagi, saat ini sedang

terjadi tren produksi makanan halal sehingga besar kemungkinan makanan halal menjadi peluang bisnis yang cukup menguntungkan. Teknologi yang mempermudah penyebaran informasi mengenai produk dan tempat yang menyediakan makanan halal akan menunjang industri makanan halal sehingga makin mudah dijangkau dan berpotensi dapat bertahan serta bersaing secara global.

## **B. PERKEMBANGAN INDUSTRI HALAL**

Keterkaitan istilah industri halal sering dikaitkan dengan upaya untuk menghasilkan suatu barang atau jasa yang sesuai dengan ajaran Islam (syariah). Seiring berkembangnya zaman, definisi industri halal menjadi kian populer, dikarenakan banyaknya permintaan produk dan jasa halal di dunia. Industri halal adalah kumpulan perusahaan yang melakukan aktivitas produksi untuk mengolah bahan baku untuk produk, atau mengolah jasa, yang proses input dan outputnya berlandaskan pada prinsip syariah (Fachrudin Fiqri Affandy, 2020).

Industri menurut KBBI ialah kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan, misalnya mesin. Industri halal merupakan kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan yang diizinkan oleh syariah Islam. Fungsi dan tujuan adanya industri halal diantaranya sebagai bentuk perwujudan dari UU No 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Adanya UU diantaranya untuk menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk

untuk memeluk agama masing-masing, dimana negara berkewajiban untuk memberikan perlindungan dan jaminan tentang kehalalan produk. Akan tetapi, produk yang beredar di masyarakat belum semua terjamin kehalalannya sehingga perlu kepastian hukum perundang-undangan sehingga terbentuklah UU tentang Jaminan Produk Halal. Pada Pasal 1 UU No 33 Tahun 2014 menjelaskan bahwa produk adalah barang dan atau jasa terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang guna yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat.

Sedangkan pengertian produk halal yaitu produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam (UU No 33 tahun 2014). Industri produk halal, saat ini mengalami perkembangan tidak hanya sekedar produk halal tapi juga gaya hidup halal dimana didalamnya terdapat enam sektor menurut Indonesia Halal Lifestyle Center (IHLC) yang harus diprioritaskan pemerintah. Keenam sektor tersebut industri halal yaitu makanan dan minuman, pakaian, wisata halal, hiburan dan media, farmasi serta kosmetik. Hal ini memerlukan definisi lebih mendalam terkait sektor-sektor tersebut, dimana industri halal tidak hanya sebatas produk halal, tapi juga gaya hidup halal (*State of the Global Islamic Economy*, 2018).

### **C. KAJIAN HALAL**

Halal artinya ialah diizinkan (tidak dilarang oleh syarak) (KBBI, 2019). Halal artinya dibenarkan. Lawannya haram berarti

dilarang, atau tidak dibenarkan menurut hukum Islam. Semua produk halal harus diproses sesuai dengan syariah dan juga *thayyib*. Sehingga produk tersebut harus aman (tidak beracun), terjamin, tidak berbahaya, higienis, diizinkan secara sah, dan sehat langsung dari asalnya sampai konsumsi akhir (Haleem & Khan, 2017). Halal merupakan segala kebutuhan dalam penggunaan benda-benda seperti makanan, minuman dan obat-obatan yang tidak mengandung/tercampur dengan sesuatu yang diharamkan (Sucipto, 2012). Halal adalah istilah yang berasal dari bahasa Arab yang artinya diperbolehkan atau legal menurut hukum Islam. Apabila dikaitkan dengan produk farmasi, minuman, dan makanan, halal dapat diartikan sebagai produk farmasi, minuman atau makanan yang boleh dikonsumsi oleh seorang muslim (Ardiani Aniqoh & Hanastiana, 2020).

Konsep halal tidak hanya berkaitan dengan bidang farmasi, minuman, dan makanan saja tetapi juga berkaitan dengan bidang industri. Karena sebagian besar minuman dan makanan halal diproduksi oleh produsen nonmuslim, terdapat kekhawatiran di kalangan konsumen tentang kehalalan produknya. Oleh karena itu, pemahaman halal dan haram sebenarnya tidak hanya terkait dengan masalah makanan dan minuman saja, tetapi juga menyangkut tindakannya juga (Ahmed et al., 2018).

Secara sederhana, makanan halal adalah makanan yang dapat dikonsumsi oleh manusia yang dibenarkan oleh syariat Islam, sehingga makanan yang diharamkan oleh Islam tidak boleh dikonsumsi oleh manusia. Bila mengacu pada definisi oleh



Departemen Agama, makanan halal adalah suatu barang yang dimaksudkan untuk dimakan atau diminum manusia dan serta bahan yang digunakannya adalah halal. Memperhatikan halal haram suatu makanan merupakan salah satu bentuk ketaatan hamba kepada Allah.

#### **D. STRATEGI PENGEMBANGAN MAKANAN DAN MINUMAN HALAL**

Pertama, peran strategis Majelis Ulama Indonesia sebagai mitra pemerintah dalam mensosialisasikan UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) telah berlangsung baik berupa sosialisasi dan edukasi, namun masih kurang berkelanjutan dan terprogram sehingga masih ada pelaku usaha yang belum mengetahui prosedur sertifikasi halal. Kedua, peran lembaga keuangan syariah menjadi sangat penting dalam mendukung pengembangan ekosistem industri makanan halal. Peran lembaga keuangan dalam mengembangkan industri makanan halal masih sebatas pemberi modal kepada pelaku usaha, tanpa ada pendampingan secara menyeluruh. Industri halal saat ini telah menjadi isu dunia yang terus berkembang dipenjuru dunia.

Menurut data yang dirilis oleh *Global Islamic Economy*, Malaysia menempati urutan pertama negara dengan pengembangan ekonomi Islam terbaik di dunia, disusul Uni Emirat Arab, Bahrain, Saudi Arabia, dan Indonesia berada di urutan lima dunia. Indonesia masih berpotensi untuk menjadi negara dengan pengembangan ekonomi Islam terbaik di dunia apabila mampu

untuk mendongkrak posisi melalui kebijakan industri halal seperti pariwisata halal, fashion halal, keuangan halal, obat-obatan halal, dan, salah satunya melalui UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) yang dimulai dari hulu hingga hilir. Halal bukan hanya sebagai simbol dibolehkannya suatu produk untuk dikonsumsi, melainkan menjadi sebuah jaminan terhadap suatu produk dan dapat meningkatkan nilai dari suatu produk. Dalam mengembangkan industri makanan halal di daerah memiliki tantangan yang bermacam-macam, terlebih daerah minoritas muslim. Strategi yang dapat dilakukan adalah membentuk perwakilan BPJPH agar pelaku usaha mudah untuk melakukan sertifikasi halal pada produknya. Penguatan rantai industri halal menjadi langkah berikut untuk mengembang industri makanan halal, dimulai dari sosialisasi hingga implementasi sertifikasi sesuai prosedur. Semuanya dilakukan oleh LPPOM MUI bekerja sama dengan MUI dan Pemerintah melalui dinas terkait agar terus mendorong proses sertifikasi halal sebagai bentuk upaya mengembangkan industri halal.

Menurut Peneliti Bidang Ekonomi Islam, optimalisasi pengelolaan industri halal di dalam negeri mampu meningkatkan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Berdasarkan data yang ada, industri makanan halal memiliki pasar yang sangat besar. Berdasarkan data BPS, Indonesia memiliki penduduk muslim terbesar di dunia. Hal ini merupakan potensi ekonomi yang sangat besar. Sektor industri makanan halal merupakan potensi yang besar untuk dikembangkan. Rata-rata sektor industri diproyeksikan

tumbuh sekitar delapan persen dalam kurun waktu hingga 2021. Dianalogikan jika Indonesia dapat menguasai 10 persen dari potensi industri makanan halal dunia yang mencapai Rp 25.270 triliun, dipastikan penerimaan hanya dari industri makanan halal mencapai Rp 2.527 triliun. Dengan demikian peningkatan sumber penerimaan negara akan semakin tinggi (Akbar, 2017).

Agroindustri halal akan mampu menjadi lokomotif ekonomi Indonesia di masa yang akan datang jika pembangunan di bidang produk halal terus ditingkatkan mengikuti standar global. Terkait dengan hal tersebut, di bidang akademik pun perlu ada upaya untuk mengembangkan kelimuan yang berbasis halal science, salah satunya dengan mendirikan *Halal Centre*, sebagai pusat penelitian dan pengembangan industri produk halal. Berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang produk halal berperan besar dalam proses produksi yang cepat dan efisien menggunakan teknologi modern dengan alat, metode dan bahan campuran tertentu sehingga menghasilkan produk dengan kualitas dan kuantitas tertentu. Dalam hal ini untuk mengetahui kehalalan produk tersebut tentu tidak lagi sulit ditentukan secara manual dan sederhana. Oleh karena itu dalam mengimbangi kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang produksi produk halal, maka proses pengujian kehalalan produk juga harus menggunakan ilmu pengetahuan dan teknologi modern pula, diantaranya diperlukan laboratorium sebagai sarannya.

Pertumbuhan pasar produk halal, akan memicu pertumbuhan dan perkembangan dibidang lain yang

mendukung industri produk halal, terutama yang terkait dengan teknologi. Bagi pelaku produk halal, diberlakukannya Masyarakat Ekonomi ASEAN dan perdagangan bebas, dapat dipandang dari dua sisi yang berbeda; sebagai peluang dan ancaman. Namun, secara umum pengusaha produk halal di Indonesia lebih memandangnya sebagai ancaman. Dengan kualitas lebih rendah dibawah produk-produk negara competitor, terutama Malaysia, Singapura dan Thailand, membuat mereka memandang pasar bebas lebih sebagai ancaman ketimbang peluang.

Gabungan Asosiasi Pengusaha Makanan dan Minuman Seluruh Indonesia (GAPMMI) mengklaim belum siap menghadapi masyarakat ekonomi ASEAN (MEA). Pasalnya, industri kecil makanan dan minuman Indonesia masih jauh di bawah Singapura dan Malaysia sehingga persaingannya akan sangat berat. Belum terciptanya jembatan bisnis untuk berkompetisi pada market global bagi pengusaha kecil pada pasar bebas, juga merupakan suatu ancaman bagi kelangsungan bisnis pangan halal UMKM. Dalam hal ini, perlu peran aktif pemerintah menjalin kerja sama dengan negara lain, sehingga dapat menciptakan kemudahan distribusi produk domestik pada pasar bebas. 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 dibidang 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; dengan 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) Memperkuat 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.

## **E. PERMASALAHAN MAKANAN DAN MINUMAN MASA KINI**

Saat ini kita berada pada masa dimana teknologi dan industri berkembang sangat pesat tidak terkecuali pada industri makanan yang merupakan kebutuhan primer manusia yang ada di muka bumi. Bagi umat muslim di industri makanan menimbulkan kekhawatiran tersendiri karena dengan adanya kemajuan teknologi dan industri kita dihadapkan pada permasalahan dan pertanyaan mengenai makanan yang kita peroleh dan konsumsi, apakah telah terpenuhi kriteria kehalalannya? Kekhawatiran ini muncul karena beberapa permasalahan di antaranya :

1. Produk yang beredar belum terjamin kehalalannya terutama produk makanan yang diproduksi secara massal di pabrik modern.
2. Minimnya pengetahuan konsumen terhadap istilah-istilah yang tercantum dalam ingredients kemasan sebuah produk.
3. Munculnya brand-brand makanan ternama yang booming namun belum tersertifikasi kehalalannya.
4. Munculnya beragam kasus penemuan bahan-bahan makanan yang seharusnya tidak boleh digunakan di industri rumahan.

## **F. PENUTUP**

Perkembangan industri halal di tingkat global relatif terus meningkat, baik dari sisi permintaan maupun penawaran. Berbagai negara yang mayoritas non-muslim juga menyadari pentingnya menangkap peluang pasar industri halal sebagai bagian dari perubahan konstelasi perdagangan dunia. Indonesia mempunyai peluang besar dalam menangkap potensi industri halal. Secara demografis, mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim dengan tingkat kesadaran konsumsi status halal yang sangat tinggi, baik dari sektor makanan minuman, fashion, destinasi wisata, dan beragam produk barang dan jasa yang dikonsumsi. Akan tetapi, Indonesia juga masih dihadapkan dengan beragam tantangan, khususnya dalam meningkatkan daya saing pelaku industri halal. Penekanan daya saing terutama ditujukan kepada UMKM sebagai sasaran utama dari kebijakan pemerintah. Bagaimanapun, dari total pelaku usaha di Indonesia, rata-rata sebesar 93 persen merupakan pelaku UMKM, sehingga UMKM harus menjadi pemain utama dalam perkembangan industri halal nasional. Sayangnya, mayoritas UMKM masih mempunyai kapasitas usaha yang rendah, seperti kapasitas keuangan, sumberdaya manusia, kemitraan, dan jaringan pemasaran. Selain itu, masih dibutuhkan keterjaminan produk yang dihasilkan benar-benar memenuhi standar halal. Kualitas rantai pasok industri halal selama ini masih rendah, disamping kurangnya pengetahuan para pelaku industri terkait menjaga keterjaminan proses halal dari hulu hingga hilir.

## G. DAFTAR PUSTAKA

- Fachrudin Fiqri Affandy *Strategi Pengembangan Industri Makanan Halal Di Kota Jayapura* Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Fattahul Muluk Papua
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Statistik Indonesia 2020*. Jakarta (ID), Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Abu Bakar, Arifa Pratami, Aji Pribadi Sukma *Analisis Fiqih Industri Halal* Jurnal Taushiah FAI UISU Vol. 11 No. 1 Januari-Juli 2021
- Azis Sali Husin, Nevi Hasnita, Evriyenni *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Makanan Berlabel Halal Dikalangan Masyarakat Kecamatan Syiah Kuala Banda Aceh* Ekobis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah Vol. 3, No. 1 , 2019
- Dinda Khabibatul Fuadah, Karseno, Haznah Munna Firdausi, Mohammad Arief Bagus Prabowo, Ni'mah Izati Atiko Putri, Syifa Uhusna *The Potential of Halal Food Business in Asia and Europe with Majority of Nonmuslim Communities* Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah Volume 4 No 1 (2022) 1-15
- Endang Irawan Supriyadi, Dianing Banyu Asih *Regulasi Kebijakan Produk Makanan Halal Di Indonesia* Jurnal Sosial Dan Humaniora Universitas Muhammadiyah Bandung Vol. 2, No. 1, April 2020. Hal 18 – 28
- Faqiatul Mariya Waharini, Anissa Hakim Purwantini *Model Pengembangan Industri Halal Food di Indonesia* Jurnal Muqtasid, 9(1) 2018: 1-12
- Hana Khairunnisa, Deni Lubis, Qoriatul Hasanah *Kenaikan Omzet UMKM Makanan dan Minuman di Kota Bogor Pasca Sertifikasi Halal* AL-MUZARA'AH Vol. 8 No. 2, 2020
- Hanna Indi Dian Yunita *Studi Tentang Peluang Dan Tantangan Industri Pangan Halal Terhadap Perekonomian Di Indonesia* Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya
- Hisam Ahyani, Muntaha Mahfud, Rohmat Waluyo, Widadatul Ulya, Muharir *The Potential of Halal Food as A Driver of the Economic Development in Regional Community* Jurnal Pariwisata Terapan Vol. 4, No. 2, 2020
- Lokot Zein Nasution *Penguatan Industri Halal bagi Daya Saing Wilayah: Tantangan dan Agenda Kebijakan* Journal of Regional Economics Indonesia



Muhammad Tony Nawawi *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Halal Di Jakarta* Fakultas Ekonomi, Universitas Tarumanagara Jakarta *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis* Vol. 2, No. 1, April 2018: hlm 72-80  
State of the Global Islamic Economy Report 2019/20', in Dubai International Financial Centre (Thomson Reuters, 2019)

## Bab 8

# INDUSTRI FARMASI HALAL DI INDONESIA

### A. PENDAHULUAN

Bagi seorang Muslim status halal suatu produk obat dan eksipien sebagai bahan zat yang digunakan dalam farmasi untuk mencampur obat supaya memperoleh bentuk yang lebih mudah digunakan adalah hal mutlak yang harus dipenuhi. Produk obat halal tersebut harus bebas dari kandungan babi dan alkohol baik dari bahan dasarnya maupun proses pembuatannya. Menurut Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal pasal 1 ayat (1), mengatakan bahwa produk halal yang dijamin oleh Undang-undang ini adalah barang dan/atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang guna yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat. Lebih lanjut pada ayat (2) disebutkan bahwa produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syari'at Islam.

Obat yang merupakan hal yang penting dalam kehidupan manusia dapat dikategorikan sebagai tahsiniyyat yang sejajar dengan sandang, pangan, dan papan. Tujuan sertifikasi halal pada obat merupakan untuk menjaga kemaslahatan umat Islam sesuai dengan maqashid syar'iah yaitu menjaga agama, akal, keturunan, dan harta. Namun sampai pada terbitnya UU ini, masih adanya pertanyaan besar tentang apakah perlu sertifikasi halal pada obat-

obatan, seperti yang disampaikan oleh Mantan Menteri Kesehatan Nafsiah Mboi pada laman Tempo (yang dimuat pada 10 Desember 2013) pada saat UU JPH dalam bentuk RUU, bahwa hampir semua obat dan vaksin mengandung babi, oleh karenanya pemberian syarat obat harus halal justru akan menyebabkan terhambatnya penanganan pasien yang sakit atau kritis. Seperti diketahui bahwa penggunaan label (halal) pada produk baik itu barang dan/atau jasa menjadi wajib dilakukan oleh setiap produsen di Indonesia. Karenanya urgensi penggunaan obat halal diperkirakan dapat meningkatkan penerimaan konsumen terhadap produk tersebut, dan berdampak pada peningkatan penjualan. Perlu ketegasan dari pemerintah untuk memberikan suatu perlindungan kepada masyarakat (Muslim) agar aman dan nyaman serta memberi ketenangan batin dalam mengkonsumsi setiap produk pangan yang berserifikat halal. Meskipun dari sisi regulasi tersebut telah mendorong perlindungan kepada masyarakat yang diwujudkan dengan Undang-undang Kesehatan, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Pangan, dan Undang-Undang Jaminan Produk Halal, namun tanpa kebijakan yang serius sebagai *politic will*, maka undang-undang tersebut akan menjadi angan-angan belaka.

## **B. URGENSI PELAKSANAAN SERTIFIKASI HALAL PADA OBAT-OBATAN**

Pentingnya pelaksanaan sertifikasi halal sebagai bentuk perlindungan hukum terhadap masyarakat muslim disadari betul

oleh pemerintah maupun pihak perusahaan. Sebagaimana data sertifikasi Halal LPPOM MUI Periode 2012-2019 dimana setiap tahun nya selalu mengalami peningkatan jumlah sertifikat Halal, Hal ini terlihat dari jumlah perusahaan yang melakukan sertifikasi halal bertambah 11,249 perusahaan pada tahun 2018, menjadi 13,951 perusahaan, 15.495 sertifikat halal, dan 274.796 jumlah produk sehingga jumlah total sampai tahun 2019 sertifikasi halal MUI telah mencapai jumlah 73.902 perusahaan, 85.480 jumlah sertifikat halal dan jumlah produk 1.002.413. Adanya amanat UU No.3 Tahun "2014 tentang Jaminan Produk Halal" Pasal 4 yaitu ""Produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal"", dalam hal ini termasuk obat-obatan. Terdapat hubungan yang erat antara perlindungan konsumen dengan kesehatan karena obat-obatan merupakan salah satu jenis barang sebagaimana diatur dalam undang-undang perlindungan konsumen.

### **C. STRUKTUR INDUSTRI FARMASI DI INDONESIA**

Yang dinilai belum begitu optimal dikarenakan hampir 90% "bahan baku yang digunakan" pada Industri "farmasi adalah impor". Sebagaimana berdasarkan Data Kementerian Kesehatan RI tahun 2017, sekitar 90% bahan baku industri farmasi di Indonesia berasal dari impor. Bahkan dikatakan oleh "Dirjen Bina Kefarmasian dan Alat Kesehatan, Kementerian Kesehatan, Maura Linda Sitanggang", 7 bahan baku farmasi dengan impor terbesar saat ini adalah dari China sekitar 60%. Sisanya dari India sekitar

25%, dan 5% dari Eropa dan Amerika. Negara yang mengekspor ke Indonesia kebanyakan adalah negara non-muslim” yang dapat dinilai kurang peduli akan status kehalalan obat. Hal esensial mengenai urgensi sertifikasi obat bahwa konsumen muslim khususnya memerlukan perlindungan atas apa yang menjadi kebutuhannya ini serta fakta yang menyebutkan bahwa 90% bahan baku obat adalah impor dari negara-negara yang notabene bukan muslim juga terbukti ditemukan salah satu produk kesehatan yang sudah lama beredar di Indonesia terdapat kandungan bahan yang haram sehingga menjadi hal yang sangat urgen sertifikasi obat-obatan perlu dilakukan.

Namun karena ini menyangkut kesehatan dimana obat digunakan sebagai bagian dari pengobatan sehingga sebagaimana dalam Islam yang mensyariatkan pengobatan karena merupakan “bagian dari perlindungan juga sebagai perawatan kesehatan dan menjadi Al-Dharuriyat Al-Kham, Terdapat Fatwa MUI Nomor 30 Tahun 2013 tentang Obat dan Pengobatan dimana dalam ketentuan hukum dalam fatwa tersebut disebutkan penggunaan bahan najis atau haram dalam obat-obatan hukumnya adalah haram namun penggunaan obat yang berbahan najis atau haram untuk pengobatan hukumnya haram kecuali memenuhi beberapa syarat sebagai berikut:

- 1) Digunakan dalam kondisi keterpaksaan (al-dlarurat) yaitu kondisi keterpaksaan yang apabila tidak dilakukan dapat mengancam jiwa manusia, atau kondisi keterdesakan yang setara dengan kondisi darurat (al-hajat allati tanzilu manzilah

al-dlarurat), yaitu kondisi keterdesakan yang apabila tidak dilakukan maka akan dapat mengancam eksistensi jiwa manusia di kemudian hari

- 2) Belum ditemukan bahan yang halal dan suci; dan
- 3) Adanya rekomendasi paramedis kompeten dan terpercaya bahwa tidak ada obat yang halal.

Tentu penggunaan obat non halal tersebut bersifat sementara dan kondisional. Perlu juga diperhatikan bahwa keharaman suatu produk secara konseptual dibagi menjadi 3 (tiga) macam, salah satunya adalah haram karena zatnya (haramli dzzatihi) yang merupakan keharamannya langsung sejak semula ditentukan oleh Syariat Islam.

Suatu produk dapat dikatakan halal apabila dapat dibuktikan bebas dari titik kritis kehalalan obat. Oleh karena itu perlu diperhatikan titik kritis kehalalan obat, sebagai berikut:

- 1) Memastikan kehalalan bahan aktif, bahan eksipien dan bahan penolong yang digunakan
- 2) Memastikan fasilitas produksi yang digunakan spesifik untuk produk halal saja
- 3) Memastikan tidak ada peluang tercampur dan terkontaminasi dengan bahan yang haram dari bahan tambahan maupun bahan penolong atau dari fasilitas yang digunakan
- 4) Memastikan kehalalan bahan pengemas yang digunakan
- 5) Harus melakukan proses pencucian serta pensucian peralatan sesuai syariat

- 6) Harus Mempersilahkan untuk Auditor halal melakukan proses auditnya langsung dan menetapkan kehalalannya.

Titik kritis kehalalan produk obat diatas dapat menjadi suatu acuan dalam memproduksi produk obat-obatan sebelum mengajukan proses sertifikasi halal produk ke BPJPH. Jika industri farmasi mengatakan bahwa selama zat haram itu adalah obat Yang baik dan penggunaannya masih bisa ditoleransi, dikutip dari Dr. Yusuf Qordhowi dalam bukunya Halal Haram fil Islam, hal itu tidak dapat dibetulkan, karena selama ada zat yang memiliki khasiat yang sama dengan zat haram itu maka tetap dikatakan bahwasat tersebut dinyatakan haram. Jumlah sertifikasi halal pada obat-obatan yang sempat meningkat pada tahun 2019, pada 2020 terjadi penurunan dari 1.891 produk obat pada 2019, dan menjadi 830 produk pada 2020,8 dapat dimungkinkan terjadi karena dengan dikelurkannya regulasi turunan dari Undang-Undang Jaminan Produk Halal disingkat UUJPH yaitu Pasal 141 ayat (1) Peraturan Pemerintah No.39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal yakni menjelaskan terdapat penahapan kewajiban bersertifikat halal bagi obat dengan kurun waktu terlama sampai tahun 2034 untuk obat keras, hingga 2026 untuk obat tradisional, obat kuasi, dan suplemen kesehatan dan hinggal 2029 untuk obat bebas dan obat bebas terbatas.

Tentunya karena adanya pasal tersebut memperlonggar para pelaku usaha farmasi untuk sesegera melakukan sertifikasi halal. Hingga saat ini tercatat terdapat 500 Rumah sakit yang merupakan anggota Majelis Upaya Kesehatan Islam Seluruh Indonesia

(MUKISI) dari jumlah tersebut 22 Rumah Sakit telah”mengantongi sertifikat syariah (18 Rumah Sakit Islam dan 4 Rumah Sakit Pemerintah ) dan ada 65 Rumah Sakit sedang dalam proses pendampingan untuk mendapatkan sertifikasi Rumah Sakit Syariah. Hal ini tentu menjadi perkembangan yang baik untuk industri halal di Indonesia Namun juga menambah tantangan, bagaimana tidak setiap Rumah Sakit Syariah dalam sistemnya harus sesuai dengan kaidah syariah Sebagaimana dijelaskan dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No: 107/DSN-MUI/X/2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Rumah Sakit “berdasarkan prinsip syariah”bahwa dalam ketentuan keenam fatwa tersebut disebutkan yakni terkait Penggunaan Obat-obatan wajib halal dan telah tersertifikasi Halal dari MUI, namun bilamana belum mendapat sertifikat Halal dari MUI, maka boleh menggunakan obat yang tidak mengandung unsur”haram, dan bila dalam kondisi terpaksa (dharurat), penggunaa obat yang mengandung unsur yang haram wajib melakukan prosedur informed consent, yang diartikan menurut Peraturan Menteri Kesehatan (PerMenKes) Nomor 290/MenKes/Per/III/2008 merupakan persetujuan tindakan kedokteran yang diberikan oleh pasien atau keluarga terdekatnya setelah mendapatkan penjelasan secara lengkap mengenai tindakan kedokteran yang akan dilakukan terhadap pasien tersebut.”Dengan demikian alangkah baiknya setiap produsen obat segera untuk mensertifikasi halal produknya, meskipun dalam peraturan pemerintah terdapat kurun waktu paling lama hingga 2034. Namun demikian dalam proses



tahapan sertifikasi halal obat-obatan sangatlah panjang. BPJPH bekerjasama dengan “Kementerian atau lembaga terkait,” LPH dan MUI. Kerjasama BPJPH dan LPH dilakukan untuk dan/atau pengujian produk sedangkan dengan MUI kerjasama dilakukan dalam sertifikasi Auditor Halal, penetapan kehalalan Produk dan akreditasi LPH. Ketentuan Lembaga Pemeriksa Halal ini yang diatur dalam Pasal 12 UUJPH bahwa “pemerintah dan/atau masyarakat dapat mendirikan LPH yang mempunyai kesempatan dalam membantu BPJPH melakukan pemeriksaan dan/atau pengujian kehalalan Produk.” Beberapa syarat untuk mendirikan LPH yang harus dipenuhi yakni:

- 1) Memiliki kantor sendiri serta perlengkapannya;
- 2) Memiliki akreditasi dari BPJPH
- 3) Memiliki Auditor Halal paling sedikit 3 (tiga) orang
- 4) Memiliki laboratorium atau kesepakatan kerja sama dengan lembaga lain yang memiliki laboratorium.

LPH wajib diajukan oleh lembaga keagamaan Islam yang berbadan hukum. Lebih dalam dijelaskan dalam Peraturan Pemerintah No.39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan “JPH bahwa LPH” bersifat mandiri, independen, kompeten dan bebas dari konflik kepentingan secara perorangan atau kelembagaan dalam penyelenggaraan sertifikasi halal. Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) pun dalam peraturan ini ditekankan atau secara jelas yang masuk pada kategori LPH yang termasuk oleh pemerintah disebutkan yaitu:

- 1) Kementrian/lembaga merupakan fungsi unit kerja atau unit pelaksana teknis kementerian/lembaga
- 2) Pemerintah daerah merupakan fungsi unit kerja, unit pelaksana teknis, atau perangkat daerah
- 3) Perguruan tinggi negeri yang dibentuk oleh rector
- 4) Badan usaha milik negara/badan usaha milik daerah yang termasuk bagian dari unit usaha/jasa badan usaha milik negara/badan usaha milik daerah; atau anak perusahaan badan usaha milik negara/badan usaha milik daerah.

Adapun yang masuk kategori LPH yang didirikan oleh masyarakat yaitu harus diajukan oleh lembaga keagamaan Islam yang berbadan hukum, dan perguruan tinggi swasta yang berada di bawah naungan lembaga keagamaan Islam berbadan hukum atau yayasan Islam yang berbadan hukum, dan jika suatu daerah tidak ada LPH yang didirikan oleh masyarakat sebagaimana diatas, maka dari itu suatu lembaga keagamaan Islam yang berbadan hukum dan perguruan tinggi swasta yang berada dibawah naungan lembaga keagamaan Islam berbadan hukum atau yayasan Islam berbadan hukum dapat bekerja sama dengan badan usaha milik negara atau lembaga pemerintah nonkementerian yang menyelenggarakan tugas pemerintahan dibidang pengawasan obat dan makanan.

#### **D. KEBIJAKAN INDUSTRI FARMASI PADA MASA PANDEMI COVID-19**

Sebelum masa pandemi COVID-19, penyebab utama terjadinya kekurangan pasokan obat berkaitan dengan bahan baku yang sulit didapat, masalah terkait manufaktur, harga obat yang cenderung mahal, fragmentasi pasar, masalah bisnis serta adanya dampak dari teknologi baru (WHO, 2016). Selain itu, penyebab kekurangan pasokan obat dikelompokkan menjadi tiga yaitu:

- 1) Alasan ekonomi dan peraturan
- 2) Terkait masalah bisnis
- 3) Masalah manufaktur dan rantai pasok

Pertama, masalah ekonomi dan peraturan. Faktor ekonomi dan peraturan dapat menyebabkan kekurangan pasokan obat meliputi kebijakan fiskal yang ketat, perubahan kebijakan pemerintah, bertambahnya peraturan terkait persyaratan dan perubahan permintaan obat karena adanya aplikasi pengobatan baru. Kedua, alasan terkait bisnis. Masalah bisnis yang menyebabkan terjadinya kekurangan pasokan obat yaitu meningkatnya harga, menurunnya margin, meningkatnya dominasi oleh sejumlah produsen, sistem tender yang mendukung produsen besar, dll. Yang ketiga yaitu masalah yang berkaitan dengan manufaktur dan rantai pasok. Beberapa masalah utama terkait manufaktur yaitu masalah adaptasi dengan kebijakan pemerintah yang semakin ketat, waktu tunggu produksi yang panjang, meningkatnya bottleneck bahan baku, serta kegagalan produksi yang terkait mutu (Beck, 2019).

Kekurangan pasokan obat juga dapat disebabkan oleh peristiwa geopolitik yang luar biasa seperti COVID-19. Jumlah

kekurangan obat-obatan telah meningkat dalam beberapa tahun terakhir dan masalah ini semakin buruk pada masa pandemi ini disebabkan banyaknya penutupan pabrik karena karantina, masalah logistik yang disebabkan oleh penutupan perbatasan, larangan ekspor, karantina Negara-negara pemasok bahan baku dan obat-obatan, peningkatan permintaan obat-obatan karena perawatan pasien COVID-19, penimbunan di rumah sakit tertentu, maupun penimbunan individu oleh warga. Namun untuk menghindari masalah kekurangan pasokan obat karena penimbunan, beberapa Negara Eropa telah memberlakukan peraturan mengenai batasan pada jumlah paket yang dapat diresepkan untuk pasien atau dibeli oleh warga negara. (EMA, 2020). Adanya pandemi mengakibatkan terganggunya rantai pasok bahan baku farmasi karena dua Negara penyedia bahan baku farmasi yaitu Cina dan India sedang melakukan karantina wilayah sehingga transportasi maupun logistik akan terhambat akibat pembatasan akses jalan. Selain itu, saat karantina wilayah banyak industri yang tidak beroperasi. Terjadi juga kelangkaan terhadap obat-obatan yang dilaporkan memiliki aktivitas terhadap COVID-19 seperti hydroxychloroquine karena banyak dilakukan peresepan secara off-label dan adanya penimbunan, akibatnya hydroxychloroquine saat ini sulit diperoleh untuk pasien non-covid yang membutuhkan obat ini seperti pasien rheumatoid arthritis dan penyakit autoimun lain. Yang lebih mengkhawatirkan adalah kelangkaan obat sedatif seperti midazolam dan propofol yang dibutuhkan pasien untuk intubasi (Esther dan Vincent, 2020).

## E. INDUSTRI FARMASI DAN JAMINAN PRODUK HALAL

Pada Januari 2018, masyarakat Indonesia dihebohkan dengan suplemen makanan Viostin Ds dan Enzyplex yang telah mendapat izin edar BPOM RI dan telah lama dikonsumsi oleh masyarakat ternyata mengandung Deoxyribonucleic acid (DNA) babi. Adanya produk yang lolos BPOM tanpa keterangan kandungan produk babi memunculkan pertanyaan “bagaimana sebenarnya kebijakan pemerintah Indonesia dalam mengatur sertifikasi halal?” “Apa masalah dalam implementasi kebijakan tersebut?” Serta “bagaimana seharusnya kebijakan pemerintah dalam mendukung berkembangnya industri makanan halal melalui sertifikasi?”.

Sertifikasi halal bagi produk farmasi memiliki hambatan seperti kurangnya pemasok bahan baku yang telah tersertifikasi halal dan kurangnya manajemen halal di industri farmasi Indonesia. Namun kaum Muslimin dan Muslimat diwajibkan oleh Syariat Islam untuk menggunakan dan mengonsumsi produk halal tidak terkecuali obat. Apabila semua bahan baku harus memiliki sertifikat halal, maka setiap industri farmasi harus melakukan banyak penelitian untuk analisis apakah bahan tersebut halal atau tidak. Masalah berikutnya adalah belum adanya sertifikat halal yang berlaku secara universal. Industri Farmasi harus siap memasuki era paradigma baru yaitu industri halal, kemudian menyiapkan sertifikasi halal untuk obat seperti:

- 1) Standar/persyaratan obat halal (Sistem Manajemen Halal) oleh pihak yang berwenang (BP JPH bekerja sama dengan pihak lain yang berkepentingan).
- 2) Menerapkan konsep Halal by Design bagi Industri farmasi.
- 3) Melatih Penyelia Halal di Industri Farmasi.
- 4) Menyediakan Buku Indeks Bahan Aktif dan Eksipien Halal.

#### **F. POTENSI INDUSTRI FARMASI HALAL BAGI PEREKONOMIAN NASIONAL.**

Mengkonsumsi produk halal bukan hanya sekedar sebagai pemenuhan kewajiban seorang muslim , tapi mengkonsumsi produk halal sekarang telah menjadi tren. Bukan hanya muslim saja yang harus mengkonsumsi produk yang berstatus halal tapi seluruh umat manusia saat ini lebih memilih produk konsumsi yang sudah berstatus halal dibandingkan dengan yang belum jelas kehalalannya. Termasuk dalam mengkonsumsi obat-obatan. Dalam mengetahui produk tersebut halal atau tidak, di Indonesia dapat dilihat dari adanya labelisasi atau standarisasi halal pada suatu produk, yang di keluarkan Badan Standarisasi Nasional Indonesia (SNI). Dengan No SNI. 99001, menjadi acuan dan prinsip dalam menerapkan sistem manajemen mutu halal untuk memberikan jaminan produk/jasa yang dihasilkan oleh suatu organisasi agar terjamin kehalalannya. Yang berlaku secara umum, termasuk didalamnya obat-obatan dan kosmetika.

Pangsa pasar obat halal di Indonesia sangat tinggi, apalagi sejak pandemi corona industri farmasi menjadi salah satu sektor

ekonomi yang mampu mencatatkan pertumbuhan positif, meski secara umum pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami guncangan pada kuartal II tahun 2020. Pertumbuhan ini terlihat dari beberapa perusahaan farmasi yang mampu membukukan kenaikan laba pada semester I 2020. Perekonomian Indonesia pada kuartal I 2020 mengalami Guncangan atau pertumbuhan negative sebesar 5,32% secara tahunan, atau secara keseluruhan pertumbuhan ekonomi semester I 2020 kontraksi sebesar 1.62% jika di bandingkan dengan periode yang sama tahun lalu.

Efek dari pandemi banyak sector melemah bahkan mengalami kebangkrutan. Namun kementerian perindustrian mencatat beberapa industri manufaktur yang tumbuh positif pada saat pandemi, meliputi industri kimia, farmasi dan obat tradisional dengan pertumbuhan sekitar 8,65%, lebih tinggi dibanding kuartal I 2020 yang tumbuh sebesar 5,59%.

## **G. PENUTUP**

Di Indonesia bahan baku obat menurut data hampir 90% berasal dari impor, tersedianya Rumah Sakit Syariah yang dimana keberhasilannya akan terdukung dengan obat-obatan yang telah tersertifikasi halal, terdapat peluang industri farmasi, dan JPH itulah mejadi mandatori demikian yang mendorong urgensi sertifikasi halal obat-obatan. Jadi perlu adanya sertifikasi industri farmasi halal di indonesia dengan adanya seperti itu maka masyarakat umum tidak akan takut lagi apakah obat obatan tersebut halal atau haram. sebelum masa pandemi covid 19 faktor

penyebab utamanya adalah terjadinya kekurangan pasokan obat berkaitan dengan bahan baku yang sulit didapat, masalah terkait manufaktur, harga obat yang cenderung mahal, fragmentasi pasar, masalah bisnis serta adanya dampak dari teknologi baru (WHO, 2016)

## H. DAFTAR PUSTAKA

- Ali Mahrus, Dasar-dasar Hukum Pidana, Sinar Grafika, 2012.
- Yumarni, A., Suhartini, E., & Mulyadi (2019). Legal Entity/Institutional Nazhir and the Concept of Maslahah in Indonesi Waqf Regulation. *Journal of Islamic, Social, Economic and Development (JISED)*, 4(23), 9 - 22.
- Harahap., Tinjauan Yuridis Dalam Bukti Hukum Konsumen Dalam Makanan Halal, *Jurnal Ilmiah Living Law e-ISSN 2550-1208 Volume 12 Nomor 1, Januari 2020*, hlm. 29
- Martin Roestamy, et all, Metode, Penelitian, Laporan, dan Penulisan Karya Ilmiah Hukum Pada Fakultas Hukum, Universitas Djuanda, Bogor, 2015
- Patihul Husni, Norisca Aliza Putriana, Imam Adi Wicaksono, "Metode Kandungan Babi dan Alkohol dalam Eksiipien Farmasi dan Produk Obat untuk Menjamin Kehalalan Sediaan Obat" Departemen Farmasetika dan Teknologi Farmasi, Fakultas Farmasi Universitas Padjadjaran. *Majalah Farmasetika*, Vol. 2 No.1, 2017.
- Asrorun Ni'Am Sholeh, Jaminan Halal Pada Obat-Obatan: Kajian Fatwa Mui Dan Penyerapannya Dalam Uu Jaminan Produk Halal, 2015, *Jurnal Syari'Ah*
- <https://www.merdeka.com/uang/startup-pelayanan-kesehatan-siap-bantu-pemerintah-wujudkan-rumah-sakit-syariah.html>, diakses pada tanggal 14 Mei 2021
- <https://www.halalmui.org/mui14/main/detail/kondisi-dan-tantangan-industri-farmasi-dalam-sertifikasi-halal> diakses pada tanggal 14 Mei 2021



<https://yonulis.com/2020/10/25/kewajiban-cap-halal-khusus-obat-obatan-dan-suplemen-di-indonesia/> diakses pada tanggal 1 januari 2021

Chatterjee, Patralekha. 2020. Indian Pharma Threatened by COVID-19 Shutdowns in China. Available online at [www.thelancet.com](http://www.thelancet.com) Vol. 395 February 29.

<https://fikes.almaata.ac.id/industri-farmasi-dan-jaminan-produk-halal/>

<https://retizen.republika.co.id/posts/11547/potensi-industri-halal-farmasi-bagi-perekonomian-nasional>

## Bab 9

# INDUSTRI PARIWISATA HALAL DI INDONESIA

### A. PENDAHULUAN

Keberadaan sektor pariwisata sebagai salah satu sektor andalan dalam pembangunan perekonomian nasional. Banyaknya wisatawan yang berkunjung baik wisata lokal maupun mancanegara pada suatu daerah tujuan wisata telah memberikan kesejahteraan bagi masyarakat setempat dimana wilayah wisata itu telah dikembangkan. Sektor pariwisata juga berfungsi sebagai agen pembangunan (*Agent Of Development*) selain itu sektor pariwisata sekaligus akan mempercepat proses pembangunan itu sendiri, diantaranya yaitu berperan dalam peningkatan perolehan devisa negara, memperluas dan mempercepat proses kesempatan berwirausaha, membuka lapangan pekerjaan, mempercepat pemerataan pendapatan, serta meningkatkan pendapatan nasional (Machmud Syahrizal, 2020).

Saat ini banyak negara berbondong-bondong untuk menyelenggarakan wisata ramah muslim atau *Halal Tourism*. Wisata halal ini dibuat untuk memenuhi kebutuhan pasar muslim akan tersedianya fasilitas wisata yang sesuai dengan syariat Islam. Saat ini seluruh negara yang menjadi tujuan para wisatawan muslim mulai menyiapkan strategi dalam menghadapi kebutuhan para wisatawan tersebut. Hal ini dilihat dari laporan *Mastercard*

*Travel Index* (GMTI) tahun 2019 yang memprediksi akan ada 230 juta wisatawan muslim secara global pada tahun 2026 mendatang. Hal ini sesuai dengan prediksi *Global Islamic Economy Report* yang menyebutkan bahwa perputaran uang dari sektor wisata halal dunia diprediksi akan meningkat dari 177 miliar dollar di tahun 2017 menjadi 274 miliar dollar pada tahun 2023 mendatang (Kemenpar, 2021).

Peluncuran pariwisata halal di Indonesia bertepatan dengan kegiatan Indonesia Halal Expo (Indhex) dan Global Halal Forum yang digelar pada 30 Oktober- 2 November 2013. Peluncuran ini dilakukan oleh Bapak Esthy Reko Astuti, Dirijen Pemasaran Pariwisata Kemenparekraf. Bapak Esthy Reko Astuti menetapkan bahwa ada sembilan destinasi wisata halal di Indonesia yaitu Sumatera Barat, Riau, Lampung, Jakarta, Banten, Jawa Barat, Jawa Timur, Lombok serta Makassar. Dengan ditetapkannya daerah wisata halal tersebut diharapkan dapat menjadikan Indonesia sebagai wilayah destinasi wisata yang ramah bagi turis Muslim. Hal ini dapat menjadi alternatif tambahan dalam sektor pariwisata Indonesia dengan jumlah masyarakat yang mayoritas muslim dapat dengan mudah untuk mengembangkan wisata halal (M. Rhiadhussyah, 2020).

Indonesia merupakan salah satu negara yang mempunyai potensi besar untuk mengembangkan industri halal. Potensi besar ini merupakan implikasi dari banyaknya jumlah penduduk muslim yang ada di Indonesia dengan menyumbang 12,7% populasi muslim didunia. Pada tahun 2020 diperkirakan sebanyak 229 juta

penduduk muslim yang tinggal di Indonesia. Total populasi di Indonesia diperkirakan mencapai 273 juta jiwa, sehingga jumlah penduduk muslim setara dengan 87,2% dari total populasi di Indonesia (Fathoni & Syahputri, 2020). Peningkatan *Halal Tourism* ini tentu saja membawa pengaruh terhadap peningkatan perekonomian di Indonesia. Hal ini dikarenakan sektor pariwisata memegang peranan penting dalam perekonomian dunia, dimana sektor pariwisata dianggap sebagai salah satu penyumbang pertumbuhan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi. Sehingga, sektor pariwisata juga dapat dilihat sebagai salah satu sumber Produk Domestik Bruto terpenting. Peningkatan wisatawan muslim merupakan peluang sekaligus tantangan untuk meningkatkan sektor pariwisata yang ada di Indonesia dengan memanfaatkan keindahan alam yang dimiliki (Felia Maghfira, Muhammad Iqbal Fasa, 2022).

## **B. KONSEP INDUSTRI PARIWISATA HALAL**

Islam merupakan salah satu agama yang kini berkembang pesat didunia. Islam bukan hanya agama ritual tetapi juga aturan cara hidup. Dalam islam terdapat aturan dan kewajiban moral yang mengatur kehidupan sehari-hari seorang muslim. Dalam Islam aturan dan kewajiban ini digambarkan sebagai konsep halal dan haram didalam menjalankan ibadah kepada Tuhan maupun aktivitas seharusnya seperti, makan, bekerja, tidur, hubungan antar manusia bahkan interaksi antara manusia dengan lingkungan. Istilah halal berarti sesuatu yang diperbolehkan untuk dilakukan,

digunakan serta diusahakan berdasarkan syariat islam (Alwafi Ridho Subarkah, 2020).

Berdasarkan *Global Islamic Economy Report* menjelaskan wisata halal merupakan upaya menjalankan nilai-nilai islam tanpa mengurangi unsur hiburan yang diinginkan wisatawan Muslim. Adapun kriteria utama dari wisata halal yaitu dengan melihat lingkungan, akses serta layanan dengan indikator tersedianya fasilitas seperti makanan halal, tempat sholat yang memadai, tersedia air bersih dit toilet, tidak ada isu *islamophobia*, serta terpisahnya laki-laki dan perempuan pada fasilitas umum seperti kolam renang, tempat olahraga, dan tidak terdapat aktivitas non-halal. Organisasi Kerjasama Islam (OKI) memperkenalkan istilah wisata halal lainnya seperti *Islamic Tourism*, *Muslim Friendly Tourism*, *Halal Travel*, *Halal Hospitality* dan *Islamic Tourism* dengan memiliki komponen seperti hotel, makanan, paket wisata serta keuangan yang harus sesuai dengan syariat Islam. Hal ini bertujuan untuk memberikan kenyamanan bagi wisatawan Muslim yang berkunjung ke tempat wisata tujuan (Alwafi Ridho Subarkah, 2020).

Namun beberapa prinsip diatas dapat bersebrangan dengan kepentingan yang lain khususnya pada negara-negara non-Islam yang mengembangkan wisata halal. Sehingga perlu dilakukannya diskusi dan kajian mengenai hal tersebut oleh para peneliti, praktisi, termasuk para ulama yang paham mengenai hal ini. Namun syarat utama dari wisata halal yaitu tersedianya makanan halal, produk yang tidak mengandung babi, tidak ada minuman keras, fasilitas ruang ibadah, terpisahnya fasilitas umum antara laki-laki dan

perempuan seperti kolam renang maupun tempat olahraga, hal ini merupakan pelayanan penting bagi wisatawan muslim yang nantinya berkunjung (Eka Dewi Satriana dan Hayyun Durrotul Faridah, 2018).

### C. PERKEMBANGAN PARIWISATA HALAL DI INDONESIA

Indonesia merupakan negara yang memiliki penduduk mayoritas beragama Islam, hal ini dimanfaatkan Indonesia untuk terus berupaya mengembangkan pariwisata halal atau *Halal Tourism* untuk pelayanan pariwisata bagi wisatawan Muslim yang berkunjung. Dengan potensi alam serta iklim tropis yang dimiliki Indonesia menjadikan negara ini memiliki berbagai kekayaan flora maupun fauna. Dengan konsep Islam yang saat ini tengah menjadi tren dalam perekonomian global, mulai dari produk makanan dan minuman, *fashion*, hingga sektor pariwisata. Hal ini membuat banyak negara yang mulai memperkenalkan produk wisata dengan konsep halal atau orientasi Islam (Amir Abdullah, 2020).

Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam memiliki keistimewaan untuk mengembangkan industri pariwisata halal. Hal ini karena sebagian besar orang Indonesia sudah memiliki pengetahuan yang baik dan memahami kebutuhan wisatawan muslim. Dengan tingginya jumlah penduduk muslim di Indonesia menunjukkan jumlah wisatawan muslim domestik yang berkunjung ke tempat wisata yang ada di Indonesia. Selain itu, produk dan layanan yang ditawarkan oleh negara-negara Muslim

tidak hanya terbatas untuk umat Islam saja tetapi juga wisatawan no-Muslim. Serta adanya branding dari jasa pariwisata dengan istilah halal memberikan ide yang inovatif untuk saat ini, guna menarik para wisatawan Muslim dari seluruh dunia (M Battour, 2021). Adanya industri halal pada sektor pariwisata, hal ini diharapkan dapat menjadi penggerak ekonomi nasional. Karena itu, industri pariwisata halal memiliki pasar yang potensial baik dipasar internasional maupun domestik (Meirezaldi, 2020).

Industri pariwisata telah memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Pariwisata halal telah lama berkembang di Indonesia dalam bentuk ziarah yang dilakukan oleh orang-orang dengan motivasi keagamaan. Seiring dengan perkembangan ekonomi islam global, maka jenis pariwisata ini mengalami perubahan modern, mulai dari hotel hingga transportasi yang berorientasi islami (Amir Abdullah, 2020). Pariwisata sebagai *care economy* Indonesia yang memiliki banyak keunggulan kompetitif dan komparatif, yaitu

Sektor pariwisata merupakan penghasil devisa terbesar. Industri pariwisata diproyeksikan menyumbang devisa terbesar di Indonesia sebesar 20 miliar dollar pada tahun 2019. Pada tahun 2017, sektor pariwisata menghasilkan 12,5 miliar dollar devisa, dari 15,2 miliar dollar total devisa yang dihasilkan Indonesia. Selain itu, pariwisata Indonesia ditargetkan menjadi yang terbaik dikawasan regional bahkan melampaui ASEAN dengan pesaing utama Thailand yang memiliki devisa pariwisata lebih dari 40 miliar

dollar. Indonesia juga menempati rangking 47 di dunia mengalahkan *country branding* “*Truly Asia*” yaitu Malaysia dan *country branding* “*Amazing*” atau Thailand. Hal ini dibuktikan dengan diterimanya 46 penghargaan pada berbagai *event* di 22 negara selama tahun 2016, 27 penghargaan pada berbagai *event* di 13 negara selama tahun 2017 dan 66 penghargaan pada berbagai *event* di 15 negara hingga November 2018 (Nidya Waras Sayekti, 2019).

Pariwisata halal mampu mendukung pengembangan ekonomi Indonesia khususnya ekonomi syariah. berdasarkan data kemenpar, rata-rata pertumbuhan jumlah wisatawan muslim mancanegara dari tahun 2015 hingga tahun 2017 di Indonesia sebesar 18%. Kemenpar mencatat terdapat 13 provinsi yang siap menjadi destinasi wisata halal yaitu Aceh, Bnaten, Sumatera Barat, Riau, Lampung, DKI Jakarta, Jawa Barat, Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, Jawa Tengah, dan Nusa Tenggara Barat merupakan provinsi yang telah mengembangkan wisata halal untuk wisatawan muslim mancanegara yang cukup baik (Eka Dewi Satriana dan Hayyun Durrotul Faridah, 2018). Melihat perkembangan prestasi Indonesia dibidang pariwisata halal yang terus meningkat, pemerintah melalui kementerian kemenpar secara serius untuk terus melakukan peningkatan pariwisata halal yang ada di Indonesia.

#### **D. PELUANG DAN TANTANGAN PARIWISATA HALAL DI INDONESIA**



Indonesia merupakan negara yang memiliki keragaman budaya serta kaya akan sejarah dan tradisi-tradisi keagamaan. Selain itu, indahnya panorama alam yang dimiliki negara Indonesia dengan masyarakatnya yang ramah menjadi daya tarik Indonesia dalam bidang pariwisata. Bila dikaitkan dengan wisata halal, potensi yang dimiliki Indonesia sangat besar. Ada banyak objek wisata yang bisa dikunjungi oleh wisatawan muslim, diantaranya yaitu masjid, keraton, makam, benda-benda pusaka, hingga kuliner halal (Ahmad Jaelani, 2017).

Terdapat beberapa faktor yang membuat potensi wisata halal di Indonesia begitu menarik yaitu, pertumbuhan populasi muslim yang relatif cepat, pertumbuhan *middle-class income* penduduk muslim yang juga cukup besar, banyaknya populasi muslim yang masih muda dan gemar melakukan *travelling*, akses informasi pariwisata yang berkembang pesat, fasilitas dan layanan yang ramah serta memuaskan, adanya *Ramadhan travel* yang menarik minat para wisatawan, dan bisnis travel yang semakin berkembang cepat serta tanggap terhadap kebutuhan wisatawan Muslim (Alwafi Ridho Subarkah, 2020).

Dalam mengembangkan potensi industri halal di Indonesia tentunya memiliki beberapa tantangan, baik itu yang bersifat internal maupun eksternal. Dari segi eksternal tantangan yang dihadapi Indonesia yaitu, banyaknya negara-negara pesaing diantaranya Malaysia, Brunei Darussalam, Turki, Pakistan, Qatar, serta Uni Emirat Arab (Ahmad Permana, 2019). Bahkan ada negara-negara pesaing yang termasuk negara non-Muslim diantaranya

yaitu, Australia, Thailand, Singapura, United Kingdom, dan Italia. Agar tidak tertinggal, Indonesia harus bisa memanfaatkan dengan baik potensi yang dimilikinya.

Tantangan yang berasal dari eksternal berpengaruh terhadap konsumsi produk dalam negeri. Jika ada banyak produk asing masuk ke Indonesia, maka konsumsi produk Indonesia akan berkurang. Hal ini berdampak pada neraca perdagangan yang akan mengalami defisit karena lebih banyak impor yang masuk ketimbang ekspor. Untuk itu perlu adanya proteksi untuk melindungi produk lokal, dengan adanya kebijakan ini diharapkan bisa menekan angka impor, namun tidak membuat negara pengimpor merasa tersingung. Hal ini bertujuan agar produk lokal berproteksi sekaligus tetap menjaga hubungan internasional (Alwafi Ridho Subarkah, 2020).

Kemudian tantangan eksternal yang lain yaitu, belum adanya sertifikat halal yang berlaku secara global. Hal ini disebabkan belum adanya konsesnsus yang dilakukan oleh negara-negara didunia mengenai standarisasi sertifikat halal internasional. Setiap negara memiliki kriteria tersendiri dalam penetapan sertifikasi halal, kriteria ini belum tentu nantinya akan diterima oleh negara lain. Maka, hal ini menciptakan ketidakteraturan dalam sertifikasi halal. Hal ini juga berdampak pada kepercayaan para konsumen saat produk tersebut di ekspor kenegara lain (Kasim Randeree, 2019). Sementara itu, tantangan internal yang dialami Indonesia yaitu, kurangnya *halal awareness* pada masyarakat Indonesia. Selain itu, pemahaman masyarakat Indonesia yang menganggap bahwa

semua produk dipasar merupakan produk halal. Serta banyaknya tempat yang belum memiliki verifikasi halal yang jelas. Hal ini perlu diperhatikan oleh pemerintah agar potensi yang dimiliki Indonesia dapat dimaksimalkan dengan baik untuk kemajuan negara serta masyarakatnya. Selain itu adanya sertifikasi halal yang jelas dapat meyakinkan para wisatawan muslim yang berkunjung serta hal ini dapat meningkatkan kualitas layanan pariwisata di negara Indonesia.

#### **E. STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL DI INDONESIA**

Pengembangan pariwisata merupakan salah satu cara untuk mempromosikan objek destinasi wisata agar menjadi lebih berkembang sebagaimana visi dan misi yang telah disepakati. Berkembangnya suatu kawasan wisata tidak lepas dari usaha yang telah dilakukan melalui kerjasama kepariwisataan, masyarakat serta pemerintah (Laila Ainul Jannah, Arivatu Ni'mati Rahmatika, 2021). Pengembangan pariwisata halal di Indonesia tersebut telah membuahkan hasil dengan diraihnya Indonesia sebagai peringkat pertama bersama Malaysia dalam GMTI 2019. Namun demikian, masih banyak strategi yang perlu dilakukan oleh pemerintah dan pelaku industri pariwisata halal untuk memberikan kenyamanan kepada para wisatawan baik domestik maupun mancanegara dalam berwisata halal di Indonesia. Beberapa strategi kedepan yang harus dilakukan yaitu

Dengan memasarkan atau menjual 10 destinasi pariwisata halal Indonesia kepada wisatawan mancanegara sehingga meningkatkan jumlah kunjungan dan lamanya tinggal, melakukan pembinaan untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat yang mendukung sektor pariwisata halal, seperti transportasi, UMKM kerajinan tangan (souvenir oleh-oleh) dan sektor ekonomi lainnya yang mendukung pelaksanaan pariwisata halal di Indonesia. Adanya kebijakan pemerintah yang memberikan kemudahan dan keringanan biaya pengurusan sertifikasi halal sehingga dapat mendorong pengembangan pariwisata halal di Indonesia serta pembinaan untuk pengembangan destinasi wisata halal Indonesia ke wilayah lain diluar 10 daerah yang ditetapkan (Nidya Waras Sayekti, 2019).

#### **F. PENGARUH PARIWISATA HALAL TERHADAP PERTUMBUHAN PEREKONOMIAN DI INDONESIA**

Sektor pariwisata memiliki peranan penting dalam perekonomian dunia, karena dianggap sebagai salah satu kontributor pertumbuhan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi dinegara manapun. Sehingga pariwisata dapat juga dipandang sebagai salah satu sumber paling penting bagi Produk Domestik Bruto (PDB). Adanya peningkatan wisatawan muslim merupakan peluang dan tantangan untuk meningkatkan sektor pariwisata. Dampak pariwisata bagi perekonomian dikelompokkan menjadi tujuh kelompok besar yaitu, dapat menjadi sumber devisa negara, dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar

pariwisata, terciptanya lapangan kerja, memberikan pengaruh terhadap harga dan tarif, pengaruh terhadap distribusi manfaat atau keuntungan, dapat berpengaruh terhadap pengelolaan maupun kepemilikan, berpengaruh terhadap pembangunan daerah pariwisata (Asri Noer Rahmi, 2020).

Dimana tujuh dampak ekonomi dari adanya industri pariwisata diatas dapat membantu masyarakat sekitar tempat pariwisata untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi, mulai dari berkurangnya jumlah warga yang menganggur dan tersedianya fasilitas desa yang lebih baik. Ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi penghasilan terkait pariwisata, diantaranya tingkat konsumsi dan pengeluaran, jarak dari tempat wisata, masa kerja serta jumlah wisatawan yang berkunjung (Asri Noer Rahmi, 2020). Pariwisata dan ekonomi memiliki keterkaitan yang kuat, seiring berkembangnya pariwisata suatu negara sangat memungkinkan untuk berkembangnya perekonomian negara tersebut. Hubungan keduanya saling melengkapi, ekonomi akan tumbuh jika ditopang oleh perkembangan wisata yang semakin maju, terutama bagi pelaku usaha sekitar destinasi tempat wisata, baik pelaku usaha kecil, menengah, maupun yang besar (Nouvanda Hamdan Saputram, 2019).

Secara garis besar, pariwisata memiliki peran penting dalam meningkatkan sektor ekonomi, usaha lokal akan tumbuh, pekerjaan dapat tercipta, pendapatan juga beragam. Hal ini menjadikan bahwa pariwisata sangat berdampak terhadap perekonomian suatu negara. Sektor pariwisata dapat dijadikan penggerak ekonomi

suatu negara yang tahan terhadap krisis ekonomi, mudah dan murah untuk dikembangkan, serta ekonomi menjadi unsur dalam membantu pengembangan wisata terutama wisata halal.

## **G. PENUTUP**

Pariwisata halal di Indonesia memiliki prospek ekonomi yang baik sebagai bagian dari industri pariwisata nasional. Industri pariwisata ini bertujuan bukan hanya memberikan aspek material dan psikologis bagi wisatawan itu sendiri, melainkan juga memiliki kontribusi dalam peningkatan pendapatan pemerintahan. Pariwisata halal ini tidak bersifat eksklusif, namun inklusif bagi semua wisatawan baik Muslim maupun non-Muslim. Inti dari pariwisata halal yaitu menekankan prinsip-prinsip syariah didalam pengelolaan pariwisata dan pelayanan yang ramah bagi wisatawan dan juga lingkungan sekitarnya. Karena itu, untuk mewujudkan Indonesia sebagai kiblat wisata halal dunia, maka strategi pengembangannya diarahkan pada pemenuhan indeks daya saing pariwisata sebagai indikator-indikator utamanya, antara lain melakukan pembenahan infrastruktur, promosi, penyiapan sumber daya manusia, khususnya peningkatan kapasitas pelaku usaha pariwisata. Dengan strategi ini industri pariwisata di Indonesia akan semakin berkembang terutama industri pariwisata halal.

## **H. DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmad Jaelani. (2017). Halal Tourism Industry In Indonesia: Potential and Propects. *SSRN Electronic Journal*, 7, 1-8.
- Ahmad Permana. (2019). Tantangan dan Peluang Industri Halal di

- Indonesia dan Dunia. *Institut Teknologi Bandung*, 5–6.
- Alwafi Ridho Subarkah, J. B. R. dan A. (2020). Destination Branding Indonesia sebagai Destinasi Wisata Halal. *Jurnal Kepariwisataaan: Destinasi, Hospitalisasi Dan Perjalanan*, 4, 1–14.
- Amir Abdullah, A. D. dan A. (2020). *Islamic Tourism: The Characteristics, Concept and Principles*. 196–215. <https://doi.org/https://doi.org/10.18502/kss.v4i9.7326>
- Asri Noer Rahmi. (2020). Perkembangan Pariwisata Halal dan Pengaruhnya terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Islam*, 11, 1–22.
- Fathoni, M. A., & Syahputri, T. H. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428–435. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>
- Felia Maghfira, Muhammad Iqbal Fasa, S. (2022). Analisis Pengaruh Halal Tourism terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia: Strategi dan Tantangan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15, 76–86.
- Kasim Randeree. (2019). Demography, Demand and Devation: Driving The Islamic Economy. *Journal of Islamic Marketing*, 1–8.
- Kemenpar. (2021). *Kemenpar Luncurkan 10 Destinasi Wisata Halal Unggulan Indonesia*. PT. Kompas Media Nusantara.
- Laila Ainul Jannah, Arivatu Ni'mati Rahmatika, A. N. I. dan K. F. (2021). Manajemen Strategi Pengembangan Halal Tourism di Jombang (Studi kasus pada Makam KH. Abdul Wahab Hasbullah). *Jurnal Ekonomi Pembangunan Dan Ekonomi Syariah*, 14–23.
- M. Rhiadhussyah, A. R. S. (2020). Pengembangan Sumber Daya Manusia di Bidang Wisata Halal dalam Menghadap Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Aparatur (MSDA)*, 8, 1–13.
- M Battour, R. dan R. (2021). Halal Tourism: Concept, Practises, Challenges and Future In Tourism Mnagement Prespectives. *Journal of Islamic Marketing*, 11, 1517–1538. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2019-0058>
- Machmud Syahrizal. (2020). Halal Tourism In Banten:Development, Opportunity and Challenge. *Dynamic Management Journal*, 5, 43–57.
- Meirezaldi. (2020). *Halal Tourism Industry in Indonesia*. 126–129. <https://doi.org/https://doi.org/10.2991/aebmr.k.201116.027>
- Nidya Waras Sayekti. (2019). Strategi Pengembangan Pariwisata

- Halal di Indonesia. *Pusat Penelitian, Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 1-14.
- Nouvanda Hamdan Saputram, L. K. dan E. N. (2019). Potensi dan Prospek Wisata Syariah dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi kasus Kota Bandung). *Journal of Business Dan Entrepreneurship*, 1, 93-103.
- Satriana, E. D., & Faridah, H. D. (2018). Wisata Halal: Perkembangan, Peluang, dan Tantangan. *Journal of Halal Product and Research*, 1(2), 32-43.  
<https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.1-issue.2.32-43>



## **Bab 10**

### **INDUSTRI RUMAH SAKIT HALAL DI INDONESIA**

#### **A. PENDAHULUAN**

Indonesia adalah Negara yang penduduknya bermayoritas Muslim terbanyak di dunia. Dimana sebuah Negara demokratis dengan pengaruh nilai-nilai Islam yang kuat meskipun tidak menerapkan konstitusi dan undang-undang yang berlandaskan Islam. Pemahaman yang keluar di masyarakat dunia dan Indonesia pada khususnya akan perlunya mengaplikasikan nilai Islam di semua aspek kehidupan dalam dekade, sudah membawa sebagian umat Islam mengenal bagaimana pentingnya mengikuti syariah. Dengan berkembangnya zaman kelas menengah muslim di Indonesia sudah mengalami perubahan dikarenakan adanya perilaku yang sangat mendasar kearah sadar syariah, yang pada akhirnya melahirkan produsen produk bersaing untuk mengambil pasar dengan semata-mata untuk mendapatkan keuntungan. Perubahan tersebut didasarkan terhadap wanita berhijab, bank syariah, hotel syariah, rumah sakit halal sampai memperdebatkan label halal sebuah produk. (Hayati & Sulistiadi, 2018).

Prinsip esensial syariat Islam dalam mencapai maqasid syariah menjelaskan bagaimana seharusnya diterapkan dalam semua kehidupan kita sebagai umat Islam. Salah satunya dalam hal pelayanan kesehatan di Rumah Sakit. Semangat dan kemauan umat Islam untuk mendirikan Rumah Sakit Islam tergolong cukup tinggi.

Namun belum ada rumusan yang kongkrit dan seragam tentang identitas dan citra khas pelayanan kesehatan menurut ajaran Islam (Firdaus & Nafik H. R., 2019).

Kebutuhan sebagian masyarakat Indonesia akan produk-produk yang halal semakin meningkat, salah satunya pada pelayanan publik seperti rumah sakit syariah. Istilah rumah sakit syariah (RSS) muncul pertama kali melalui suatu acara International Islamic Healthcare Conference and Expo (IHEX) yang diadakan oleh MUKISI. Rumah sakit syariah berperan pada aspek kegiatan bisnis, kontribusi sosial, aktivitas penyebaran nilai agama, dan good foundation governance dengan bertujuan untuk menghapus diskriminasi (Mulawarman dkk., 2018). Pada pelaksanaannya RSS berdasarkan pada fatwa yang telah ditetapkan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI) No.107/DSN-MUI/X/2016, tentang pedoman penyelenggaraan rumah sakit berdasarkan prinsip syariah. Standar sertifikasi RSS dalam penerapannya ada 12 bab, 62 standar dan 201 elemen penilaian. Enam bab terkait dengan standar pelayanan, dan enam standar lainnya terkait dengan standar manajemen (Mahmudah & Hafni, 2022).

Berlandaskan pada UU No. 44 tahun 2019 tentang rumah sakit, yang dimaksudkan dengan rumah sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara maksimum dengan menyediakan rawat inap, rawat jalan, serta gawat darurat. Dalam waktu ini sekitar 300 rumah sakit Islam yang terdaftar pada keanggotaan MUKISI (Majelis Upaya

Kesehatan Islam Seluruh Indonesia). Ratusan rumah sakit berlabel Islam sudah banyak berdiri serta pendirian rumah sakit rumah sakit berlabel Islam berasal dari organisasi-organisasi kemasyarakatan Islam. Dan sampai sekarang belum ada perumusan yang baik terkait pelayanan kesehatan yang Islami dirumah sakit-ruamh sakit yang berlabel Islam, sehingga sampai sekarang pelayanan kesehatan yang Islami masih turun (*Riset Preferensi Pasar, 2021*).

Kepercayaan publik terhadap pelayanan syariah saat sudah semakin meningkat. Bahkan telah mengarah kepada gaya hidup (lifestyle). Euforia ini terjadi tak hanya pada pemilihan produk jasa perbankan, akan tetapi di hampir semua sisi kehidupan masyarakat, termasuk dalam penggunaan jasa pelayanan kesehatan. Munculnya rumah sakit syariah pertama kali, ditandai dengan terbitnya fatwa DSN-MUI (Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia) nomor 107/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Rumah Sakit Syariah (selanjutnya disebut Fatwa Rumah Sakit Syariah) pada tanggal 1 Oktober 2016. Selanjutnya, ditetapkannya Rumah Sakit Islam Sultan Agung, menjadi momentum penting dalam sejarah syariah perumahsakit. Penetapan tersebut telah melalui serangkaian penilaian standar syariah berupa Standar Akreditasi Rumah Sakit Syariah yang diterbitkan oleh Majelis Upaya Kesehatan Islam Indonesia (MUKISI) (Anggraeni, 2020).

Rumah sakit yang memilih untuk menggunakan konsep syariah ditinjau dari aspek marketing sesungguhnya sudah melakukan segmentasi terhadap pasarnya, sebagaimana yang

dituturkan Kasali dalam bukunya, *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting & Positioning* (2005), untuk memasarkan sebuah produk layanan diperlukan formulasi strategi pemasaran yang jitu, antara lain dengan melakukan analisis segmentasi pasar sehingga dapat diketahui bagian pasar potensial yang hendak dibidik berikut kebutuhannya. Dengan segmentasi pasar dipilih bagian tertentu dari pasar yang sangat luas, sehingga rumah sakit dapat berkonsentrasi memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan pasar (Hayati & Sulistiadi, 2018).

## **B. KONSEP INDUSTRI RUMAH SAKIT HALAL**

### **1. Pengertian Rumah Sakit Syariah**

Rumah Sakit didefinisikan sebagai suatu fasilitas pelayanan kesehatan perorangan yang menyediakan rawat inap dan rawat jalan yang memberikan pelayanan kesehatan jangka pendek dan jangka panjang yang terdiri dari observasi, diagnostik, terapeutik dan rehabilitatif untuk orang-orang yang menderita sakit, cedera, dan melahirkan (Peraturan Menkes RI Nomor 1045/Menkes/Per/XI/2006). Rumah Sakit adalah suatu fasilitas umum (public facility) yang berfungsi sebagai pusat pelayanan kesehatan meliputi pencegahan dan penyembuhan penyakit, serta pemeliharaan, peningkatan dan pemulihan kesehatan secara Rusmin 36 paripurna (Rusmin, 2020).

Rumah sakit dalam undang-undang Republik Indonesia nomer 44 tahun 2009 tentang rumah sakit adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan perorangan secara

maksimum yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan serta gawat darurat. Sedangkan yang terkait rumah sakit syariah adalah rumah sakit yang pengelolanya yang berdasarkan terhadap maqashid syariah yaitu penjagaan agama, jiwa, keturunan, serta penjagaan harta. Dengan kata lain yang dimaksud dengan rumah sakit syariah adalah sebuah institusi pelayanan kesehatan yang menyediakan pelayanan kesehatan perorangan secara maksimum dengan tata kelolaannya menggunakan prinsip syariah (Sultan & Semarang, 2018).

## **2. Karakteristik Rumah Sakit Halal**

Saleh Bazed dan M. Jamaluddin Ahmad menyebutkan bahwa setidaknya ada 4 konsep atau karakteristik utama dalam pelayanan yang Islami yaitu: Rabbaniyyah, akhlaqiyyah, waqi'iyyah dan insaniyyah. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut: Rabbaniyyah Menurut etimologi, kata rabbun dalam al-Muhit fi al Lughah disebutkan semua orang yang memiliki sesuatu maka dia rabb / pemiliknya. Dan al-Rabb juga berarti tuan. Apabila dikatakan al-Rabbaniyyun berarti dinisbahkan kepada Tuhan Yang Maha Suci dan Maha Tinggi. Sesungguhnya Allah adalah Tuhan yang menciptakan, memelihara, mengatur, menguasai, dan memiliki. Manusia adalah makhluk ciptaan-Nya yang senantiasa tergantung kepada-Nya dalam memenuhi kebutuhan fisik jasmaninya maupun kebutuhan psikis-rohaninya, dan dalam memecahkan masalah-masalah hidup yang dihadapinya. Islam sebagai Din' yang diterjemahkan sebagai agama, perbuatan-perbuatan yang dilakukan dengan niat ibadah tidak boleh

menghalangi kewajiban-kewajiban agama. Karakteristik yang paling mendasar dan menjadi pembeda antara pelayanan Rumah Sakit yang bernafaskan Islam dengan Rumah Sakit umum terletak pada karakter rabbaniyah-nya (keyakinan dan penyerahan segala sesuatunya hanya kepada Allah swt). Akhlaqiyah Kata “akhlak” (akhlaq) berasal dari bahasa Arab, merupakan bentuk jamak dari “khuluq” yang menurut bahasa berarti budi pekerti, perangai, tingkah laku, atau tabiat. Kata tersebut mengandung segi persesuaian dengan kata “khalq” yang berarti kejadian. Ibnu ‘Athir menjelaskan bahwa khuluq itu adalah gambaran batin manusia yang sebenarnya (yaitu jiwa dan sifat-sifat batiniah), sedang khalq merupakan gambaran bentuk jasmaninya (raut muka, warna kulit, tinggi rendah badan, dan lain sebagainya). Secara terminologis, terdapat beberapa definisi akhlak yang dikemukakan oleh para ahli yang dikutip oleh Supadie, Didiek Ahmad dkk adalah sebagai berikut : “Ahmad Amin mendefinisikan akhlak sebagai kehendak yang dibiasakan. Imam Al-Ghazali menyebutkan bahwa akhlak adalah sifat yang ter-tanam dalam jiwa yang menimbulkan perbuatan-perbuatan dengan mudah tanpa memerlukan pemikiran dan pertimbangan”. Maka dapat disimpulkan bahwa akhlak adalah tabiat atau sifat seseorang, yakni keadaan jiwa yang telah terlatih, sehingga dalam jiwa tersebut benar benar telah melekat sifat-sifat yang melahirkan perbuatan-perbuatan dengan mudah dan spontan, tanpa dipikirkan dan diangan-angankan terlebih dahulu. Adapun yang termasuk dalam kategori akhlak yang patut untuk diaplikasikan jumlahnya cukup banyak, di antaranya adalah sidq

(benar/jujur), amanah (dapat dipercaya), 'adl (adil), syaja'ah (berani), rahmah (kasih sayang), dan lain sebagainya. Waqi'iyah Kebenaran waqi'iy muncul dari ketepatan memformulasikan penginderaan atas fakta-fakta yang ada. Sifat realistis ini diantaranya dapat mengikuti perubahan yang terjadi dalam masyarakat, baik yang disebabkan oleh kehancuran zaman, perkembangan masyarakat maupun kondisi-kondisi darurat. Insaniyyah Hakikatnya adalah agama yang fitrah insaniyyah (sejalan dengan fitrah manusia), sebagaimana pernyataan Allah Swt, sendiri yaitu: Terjemahnya: Maka hadapkanlah wajahmu dengan lurus kepada agama Allah: (tetaplah atas) fitrah Allah yang telah menciptakan manusia menurut fitrah itu. Tidak ada perubahan pada fitrah Allah. (Itulah) agama yang lurus: tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui. (QS. ArRum/30:30) Karakter akhlaqiyah, waqi'yah (luwes dan tidak kaku) dan insaniyah, kesemuanya merupakan unsur-unsur yang melekat pada pelayanan jasa sehingga Rumah Sakit yang dikelola kalangan non Islam pun menjadikannya sebagai bagian dari orientasi pelayanannya, meskipun diantara para pengelola Rumah Sakit terdapat perbedaan cara penerapan dan cakupan pengembangannya (Rusmin, 2020).

## **C. PERSYARATAN DAN TATA CARA PENGAJUAN SERTIFIKASI RUMAH SAKIT SYARIAH**

### **1. Persyaratan Visitasi**

Rumah Sakit yang akan mengajukan sertifikasi rumah syariah harus memenuhi persyaratan wajib yang ada dalam daftar Periksa Persyaratan, yaitu persyaratan yang wajib dipenuhi rumah sakit sebelum mengajukan permohonan visitasi. Apabila rumah sakit belum memenuhi persyaratan tersebut, maka visitasi tidak dapat dilaksanakan. Adapun persyaratan wajib Sertifikasi Rumah Sakit Syariah adalah: Rumah Sakit telah terakreditasi oleh Komisi Akreditasi Rumah Sakit (KARS), Rumah Sakit telah mendapatkan rekomendasi dari MUKISI, Rumah Sakit telah memiliki Sertifikat Halal untuk Gizi Rumah Sakit, dan Rumah Sakit telah memiliki calon Dewan Pengawas Syariah yang telah mendapatkan rekomendasi dari Majelis Ulama Wilayah setempat.

## **2. Tata Cara Pengajuan Visitasi**

- a. Rumah Sakit yang telah memenuhi persyaratan Visitasi dapat mengajukan permohonan Visitasi Sertifikasi Rumah Sakit Syariah ke Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI).
- b. Visitasi dilaksanakan selama 1 (satu) hari oleh 3 orang Asesor, yang terdiri 2 (dua) orang Asesor dari DSN-MUI dan 1 (satu) orang Asesor dari MUKISI.
- c. DSN- MUI memberitahukan jadwal dan nama Asesor yang akan melakukan Visitasi.
- d. Rumah Sakit membayar biaya visitasi ke DSN
- e. Rumah Sakit menyediakan sarana dan prasarana selama visitasi



#### D. PERKEMBANGAN RUMAH SAKIT SYARIAH

Perkembangan berdirinya rumah sakit dimulai sejak masa Rasulullah SAW di Madinah. Saat itu mirip seperti klinik berjalan dengan gambaran bahwa dalam berbagai peperangan, Rasulullah selalu membawa pasukan khusus yang berperan sebagai tim medis dengan berbagai peralatan dan perbekalan medis yang diangkut oleh beberapa unta mirip klinik berjalan, tim medis ini bertugas merawat dan mengobati tentara muslim yang terluka dalam peperangan. Rumah sakit pertama dalam sejarah Islam berdiri di Kota Damaskus Syiria pada masa pemerintahan Khalifah al-Walid (706 M) dari Dinasti Umayyah dengan nama RS An-Nuri (Hidayatullah.com). Pada saat itu rumah sakit sudah mempunyai peran ganda tidak saja berfungsi sebagai tempat merawat dan mengobati pasien sakit tapi juga sebagai media para dokter muslim untuk saling bertukar wawasan dan menimba ilmu pengetahuan terutama tentang ilmu kedokteran. Sederet ilmuwan ternama menjadi alumni dari almamater an-Nuri. Diantaranya adalah Ibn an-Nafis (1208-1288 M) ilmuwan muslim penemu teori sirkulasi paru-paru dan salah satu karyanya yang sangat terkenal adalah Mujaz al-Qanun. Rumah sakit an-Nuri ini merupakan sebuah bangunan termegah dan terlengkap peralatannya pada masanya (Syariah & Hospital, 2020).

Semakin meningkatnya populasi Muslim di seluruh dunia, merupakan pasar yang sangat menjanjikan bagi industri halal dari hulu hingga hilir. Perekonomian halal yang berkelanjutan dapat dikembangkan melalui sektor pemenuhan kebutuhan sehari-hari

seperti kuliner, fashion, farmasi, media, kosmetik, pariwisata, pendidikan, ibadah umroh, zakat/ sedekah, sehingga preferensi keuangan syariah bahkan rumah sakit serta kegiatan sehari-hari lainnya. Pengusaha Muslim dapat mengembangkan usahanya sesuai syariat Islam, dan konsumen muslim akan mendapatkan kemudahan dalam mendapatkan berbagai produk dan jasa tersebut. Perkembangan ini menciptakan sebuah gaya hidup yang spesifik yaitu halal lifestyle. Hal ini perlu diapresiasi karena tidak hanya membawa keuntungan dunia tapi juga akhirat, untuk itu halal lifestyle bukan sekedar gaya hidup. Kesadaran umat Islam untuk memiliki gaya hidup halal harus diikuti dengan kesadaran untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sesuai syariat Islam, sehingga memberi peluang bisnis dan kehidupan yang baik bagi Muslim dan menguatkan perekonomian muslim. Di Indonesia, potensi halal lifestyle memiliki peluang yang sangat besar untuk berkembang. Tren halal lifestyle dunia juga merupakan salah satu bentuk ketaqwaan, karena menunjukkan bagaimana orang hidup, bekerja, bertingkah laku, memilih makanan untuk dikonsumsi, menyalurkan minat dan bagaimana membelanjakan uang serta mengalokasikan waktunya. (Pasuruan, 2021)

Kesimpulannya Perkembangan rumah sakit syariah di Indonesia dengan berkembangnya zaman mengalami perubahan yang signifikan dengan bertambahnya rumah sakit yang bersertifikat halal (Bab et al., n.d.).

## **E. STRATEGI PEMASARAN RUMAH SAKIT SYARIAH**

Hal - hal yang menjadi standar pelayanan syariah adalah sesuatu di era sekarang menjadi semacam kebutuhan bagi konsumen Muslim yang mulai sadar syariah. Menjadi tantangan bagi Mukisi dan divisi marketing masing-masing rumah sakit syariah untuk bagaimana hal tersebut bisa tersosialisasi dikalangan masyarakat Islam yang mulai mencari layanan syariah untuk kebutuhan pelayanan kesehatannya sekaligus menjadi syiar Islam. Ajaran Islam yang universal dan komprehensif adalah ajaran yang rahmatan lil alamin, yang menyentuh ke seluruh sendi kehidupan manusia. Sebagaimana Rasulullah Saw, menggunakan berbagai strategi termasuk strategi marketing dalam menyebarkan Islam hingga ajaran Islam menyebar ke seluruh dunia. Memasarkan Rumah Sakit Syariah pada dasarnya memasarkan konsep Islam dalam organisasi pelayanan kesehatan. Etika pemasaran harus sudah menunjukkan syariat itu sendiri. Pada hakekatnya rumah sakit adalah salah satu jenis industri jasa kesehatan, yang harus patuh pada kaidah-kaidah bisnis dengan berbagai peran fungsi manajerialnya. Harus diakui pula bahwa rumah sakit mempunyai ciri khas yang membedakan dengan industri jasa lainnya, sehingga diperlukan pendekatan pendekatan yang berbeda pula. Sebagai industri jasa, rumah sakit harus menggunakan analisis pemasaran agar bisa mempertahankan eksistensinya di lingkungan yang sangat kompetitif. Usaha pemasaran terdiri dari usaha internal dan usaha eksternal rumah sakit. Usaha internal ditujukan kepada

semua elemen yang bekerja di internal rumah sakit, mulai dari pimpinan rumah sakit, tenaga medis seperti dokter mitra, sampai petugas keamanan dan petugas kebersihan (Islam, 2018). Hal ini dapat diartikan bahwa semua yang bekerja di rumah sakit haruslah menjaga citra rumah sakit. Terkait dengan rumah sakit syariah, segala sesuatu yang harus ada di sebuah rumah sakit dengan pelayanan berkualitas tentu juga harus ada di Rumah Sakit Syariah termasuk aspek tangible yang memberikan kesan pertama karena pada dasarnya pelayanan kesehatan adalah pelayanan jasa dengan salah satu karakteristik intangibility sehingga penting untuk menonjolkan tangible clues seperti disain tempat, sumber daya manusia yang rapi, ramah dan responsif, peralatan pelengkap, simbol, logo dan harga. Usaha internal juga mencakup tampilan fisik yang tidak hanya terbatas pada bangunan, tetapi juga meliputi segala sesuatu yang berdaya tarik visual dan dapat terlihat langsung oleh pasien atau pengunjung rumah sakit (Hayati & Sulistiadi, 2018).

#### **F. PREFERENSI MASYARAKAT TERHADAP INDUSTRI RUMAH SAKIT HALAL**

Preferensi mempunyai makna pilihan atau memilih. Istilah preferensi digunakan untuk mengganti kata preference dengan arti yang sama atau minat terhadap sesuatu. Preferensi merupakan suatu sifat atau keinginan untuk memilih (Journal Planit: 2001), sedangkan menurut Kotler (2000), preferensi digambarkan sebagai sikap konsumen terhadap produk dan jasa sebagai evaluasi dari

sifat kognitif seseorang, perasaan emo-sional dan kecenderungan bertindak melalui objek atau ide. Sementara Schiffman dan Kanuk. (2008:8) menyatakan “sikap adalah ekspresi perasaan (inner feeling) yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang, suka atau tidak suka, dan setuju atau tidak setuju terhadap suatu objek”. Dalam psikolog, preferensi bisa dipahami sebagai sikap individu terhadap suatu objek, biasanya tercermin dalam proses pengambilan keputusan eksplisit (Lichtenstein dan Slovic, 2006). Preferensi terhadap layanan rumah sakit islam yang menerapkan maqasid syariah islamiyah atau cukup disingkat rumah sakit berbasis syariah adalah keinginan atau kecenderungan seseorang untuk memilih atau tidak memilih suatu rumah sakit dikarenakan suka atau tidak suka dan sesuai atau tidak sesuai. Preferensi masyarakat dalam memilih rumah sakit sangat bervariasi, karena setiap individu mempunyai pandangan, cara berfikir, tingkat pendidikan, dan keinginan yang berbeda beda dalam pilihannya (Firdaus & Nafik H. R., 2019).

Tingkat preferensi masyarakat terhadap keberadaan rumah sakit halal atau rumah sakit syariah bila dilihat dari faktor usia, jenis kelamin, pendidikan, pengetahuan, dan sikap:

- a. Berpengaruh Tidak signifikan, yaitu usia dan jenis kelamin, tingkat preferensi masyarakat tidak dipengaruhi oleh usia dan jenis kelamin, preferensi tertinggi terhadap keberadaan rumah sakit syariah ada pada Wabita dan pada usia kurang dari 25 tahun.

- b. Berpengaruh signifikan, yaitu sikap, pendidikan dan pengetahuan. Sikap, sangat mendukung sekali dengan keberadaan rumah sakit syariah. Pendidikan, semakin tinggi pendidikan masyarakat semakin tinggi pula tingkat preferensinya tentang keberadaan rumah sakit syariah. Pengetahuan, semakin baik tingkat pengetahuan masyarakat maka semakin tinggi tingkat preferensinya terhadap keberadaan rumah sakit syariah (Syariah & Hospital, 2020).

## **G. PENUTUP**

Berdasarkan pemaparan dan penjelasan terkait industri rumah sakit halal. Bahwasannya terkait rumah sakit syariah adalah rumah sakit yang pengelolanya yang berdasarkan terhadap maqashid syariah yaitu penjagaan agama, jiwa, keturunan, serta penjagaan harta. Dengan kata lain yang dimaksud dengan rumah sakit syariah adalah sebuah institusi pelayanan kesehatan yang menyediakan pelayanan kesehatan perorangan secara maksimum dengan tata kelolaannya menggunakan prinsip syariah. Kesimpulannya Perkembangan rumah sakit syariah di Indonesia dengan berkembangnya zaman mengalami perubahan yang signifikan dengan bertambahnya rumah sakit yang bersertifikat halal. Preferensi terhadap layanan rumah sakit islam yang menerapkan maqasid syariah islamiyah atau cukup disingkat rumah sakit berbasis syariah adalah keiginan atau kecenderungan seseorang untuk memilih atau tidak memilih suatu rumah sakit dikarenakan suka atau tidak suka dan sesuai atau tidak sesuai.

Preferensi masyarakat dalam memilih rumah sakit sangat bervariasi, karena setiap individu mempunyai pandangan, cara berfikir, tingkat pendidikan, dan keinginan yang berbedabeda dalam pilihannya. Tingkat preferensi masyarakat terhadap keberadaan rumah sakit halal atau rumah sakit syariah bila dilihat dari faktor usia, jenis kelamin, pendidikan, pengetahuan, dan sikap, yaitu Berpengaruh Tidak signifikan, yaitu usia dan jenis kelamin, tingkat preferensi masyarakat tidak dipengaruhi oleh usia dan jenis kelamin, preferensi tertinggi terhadap keberadaan rumah sakit syariah ada pada Wabita dan pada usia kurang dari 25 tahun.

## H. DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, F. S. (2020). Kinerja keuangan rumah sakit syariah: pendekatan Maqashid Syariah Concordance (MSC). *Imanensi: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Islam*, 5(2), 104–115. <https://doi.org/10.34202/imanensi.5.2.2020.104-115>
- Bab, P. T., Dan, S., Penilaian, E., Rumah, S., Syariah, S., & Bab, N. (n.d.). *Nomer standar Singkatan nama bab standar*. 1–134.
- Firdaus, F. A., & Nafik H. R., M. (2019). Analisis Preferensi Masyarakat Terhadap Maqasid Syariah Islamiyah Yang Diterapkan Pada Rumah Sakit Islam Di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 5(3), 169. <https://doi.org/10.20473/vol5iss20183pp169-183>
- Hayati, M., & Sulistiadi, W. (2018). *Rumah Sakit Syariah Strategi Pemasaran Vs Syiar Syariah Hospital Marketing Strategy Vs Syiar Indonesia merupakan negara dengan penduduk Muslim terbanyak di dunia adalah sebuah negara demokratis muslim di Indonesia telah mengalami revolusi karena ke berbag*. 5, 30–36.
- Mahmudah, Z. N., & Hafni, D. A. (2022). Penerapan Standar Rumah Sakit Syariah di Bidang Akuntansi dan Keuangan pada RS. Muhammadiyah Lamongan. *NCAF: Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*, 4(2019), 536–542. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol4.art67>

- Pasuruan, U. Y. (2021). *Potensi Ekonomi Syariah Dengan Tren Halal Lifestyle Di Indonesia Dalam Perspektif State The Global*. 33-44.
- Riset preferensi pasar. (2021).
- Rusmin, R. (2020). *Manajemen Strategi Marketing Rumah Sakit Islam*.  
<https://repositori.uin-alauddin.ac.id/19732/>
- Sultan, I., & Semarang, A. (2018). "*Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Dalam Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang*" Skripsi Diajukan Kepada Fakultas Syariah Dan Hukum Untuk Memenuhi Pernyataan Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H).
- Syariah, R. S., & Hospital, H. (2020). *Syariah (Studi Kasus Terhadap Masyarakat Surabaya)*. 7(1), 31-45.



## **BAB 11**

### **MEDIA DAN REKREASI HALAL DI INDONESIA**

#### **A. PENDAHULUAN**

Jumlah penduduk muslim di dunia yang telah mencapai 1,84 miliar orang pada 2017 dan diperkirakan akan terus meningkat hingga 27,5% dari total populasi dunia pada 2023 (Wuryandani, 2019). Sedangkan Indonesia sendiri merupakan negara dengan mayoritas penduduknya adalah muslim, bahkan masih yang terbesar di dunia saat ini. Dengan modal tersebut Indonesia sangat berpeluang untuk menjadi produsen dan pusat bagi produk halal di pasar internasional. Halal adalah indikator yang sangat penting bagi masyarakat dalam aktivitas konsumsi mereka. Halal sendiri merupakan istilah dari Arab yang menunjukkan sebuah produk diperbolehkan untuk dikonsumsi atau digunakan oleh muslim, singkatnya produk tersebut haruslah sesuai dengan syariat Islam (Fadahunsi & Kargwell, 2015). Jumlah penduduk muslim di dunia yang telah mencapai 1,84 miliar orang pada 2017 dan diperkirakan akan terus meningkat hingga 27,5% dari total populasi dunia pada 2023 (Wuryandani, 2019).

Dalam upaya mencapai Indonesia sebagai pusat ekonomi dan keuangan syariah terbesar di dunia, pemerintah melalui Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) telah menyiapkan program-program untuk merealisasikan tujuan tersebut, yakni melalui Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia (MEKSI) dimana Pengembangan Industri Produk Halal menjadi

salah satunya (KNEKS, 2019). Terdapat tiga instrumen penting MEKSI lainnya yakni Pengembangan Industri Keuangan Syariah, Pengembangan Dana Sosial Syariah, serta Pengembangan dan Perluasan Kegiatan Usaha Syariah (Kominfo, 2021).

Industri halal merupakan kegiatan mengolah dan menciptakan sebuah produk halal dengan memanfaatkan sarana prasarana yang tentunya diperbolehkan oleh syariah Islam itu sendiri (Fathoni & Syahputri, 2020). Dengan potensi dan pasar yang besar industri halal dalam negeri merupakan salah satu instrumen penting bagi perekonomian domestik saat ini dan di masa mendatang. Pengembangan ekonomi syariah harus melibatkan berbagai sektor lainnya sebagai suatu integrasi sistem ekonomi berlandaskan syariah agar pertumbuhan yang berlangsung pada sektor keuangan syariah memiliki dampak langsung dan signifikan pada pertumbuhan di sektor riil. Pengembangan sektor riil yang secara fundamental menjadi fokus utama dalam sistem ekonomi Islam.

Pengembangan industri halal telah menjadi agenda utama bagi perencanaan strategi pembangunan negara-negara di dunia termasuk Indonesia. Tidak hanya negara mayoritas muslim, bahkan beberapa negara dimana muslim menjadi minoritas pun juga mempunyai tingkat kesadaran dan kepedulian yang tinggi terhadap integritas status halal. Seiring perkembangannya, sektor industri halal pun telah merambah ke berbagai sektor industri mulai dari sektor halal food, and finance hingga sektor halal lifestyle

seperti pariwisata, cosmetics, fesyen halal, farmasi, serta media dan rekreasi halal.

Terkait pengembangan industri produk halal terdapat beberapa fokus dimana media dan rekreasi halal menjadi salah satunya. Tidak heran karena zaman sekarang semua orang sangat mudah mengakses media dan rekreasi dari gadget mereka. Keterbukaan informasi sudah menjadi makanan publik dan seakan menjadi kebutuhan pokok. Namun, faktanya Indonesia belum mampu memaksimalkan potensi industri dan media halal ini. Media dan hiburan di Indonesia saat ini masih dipenuhi oleh konten-konten yang berbau negatif, seperti hoax, hate speech, SARA, bahkan konten yang berbau zina. Hanya sedikit konten berisi moral yang ditampilkan dalam media dan hiburan di Indonesia. Tentu, hal ini harus menjadi perhatian kita bersama. Mengingat media dan hiburan halal merupakan salah satu komponen penting dalam menjalankan halal lifestyle.

## **B. URGENSI MEDIA DAN REKREASI HALAL**

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat di era 4.0 ini membuat media sosial menjadi agen sosialisasi yang utama. Media massa mempunyai kekuatan yang besar dalam memberikan informasi yang mengarahkan pola berfikir dan perilaku seseorang (Khasanah, 2020). Media dan rekreasi menjadi unsur penting dalam proses globalisasi. Berbagai perkembangan telah dicapai dan terus menerus mengupgrade dirinya. Selain media massa, kini penggunaan media dan rekreasi

baru seperti internet, facebook dan twitter semakin banyak diminati orang sebagai media sosial yang mampu menciptakan komunikasi dua arah yang seimbang (Atmadi & Riris Wahyu Widati, 2013).

Media dan hiburan merupakan suatu objek yang tidak bisa dilepaskan dari aktivitas setiap manusia dalam menjalankan kegiatan sehari-hari. Media menjadi sumber bagi manusia untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan. Sedangkan, rekreasi atau hiburan menjadi sumber bagi manusia untuk menjernihkan pikiran sesaat dari berbagai problem dan kesibukannya. Dengan semakin meningkatnya konsumsi media dan hiburan ini sejalan dengan meningkatnya pasar industri media dan hiburan halal.

Media dapat dikatakan sebagai sarana untuk menyampaikan, menginformasikan, atau mengajak masyarakat umum sesuai pesan yang dimaksudkan oleh pembuat. Oleh karena itu, cara dan bahasa yang digunakan harus mudah dipahami publik agar pesan yang termuat benar-benar dapat tersampaikan (Putra et al., 2021). Namun tidak semua layanan media dan rekreasi tidak semuanya bernada positif, ada kalanya hanya memberi mudharat dibanding manfaatnya. Oleh karena itu diperlukan media dan rekreasi yang kompeten dan kredibel terlebih melihat mayoritas penduduk Indonesia yang merupakan pemeluk agama Islam. Dari peluang dan masalah tersebut dapat dikatakan media dan rekreasi halal dinilai sebagai jawaban yang tepat.

### C. MEDIA DAN REKREASI HALAL DI INDONESIA

Sampai bulan Maret 2020, total keseluruhan nilai industri halal global diperkirakan mencapai USD 2,3 triliun dimana untuk industri media dan rekreasi nilainya pada tahun 2021 diestimasi sebesar USD 189 Miliar. Sedangkan untuk pasar domestik kontribusi industri media dan rekreasi halal terhadap total pasar syariah di Indonesia rata-rata per tahun hanya mencapai USD 9,3 Miliar masih kalah jauh dibawah industri makanan dan minuman halal yang mencapai USD 169,95 Miliar (Nasution et al., 2020).

Berdasarkan data Indonesia Halal Markets Report 2021/2022 media dan rekreasi halal memiliki Market opportunity pada pasar global sebesar 216 miliar dollar pada tahun 2020 dan diproyeksikan akan mengalami peningkatan pada 2025 menjadi USD 308 miliar. Sedangkan untuk pasar dalam negeri Market opportunity sektor ini sebesar USD 20,73 miliar pada tahun 2020 dan diproyeksikan akan meningkat menjadi USD 31,82 miliar pada 2025 (Indonesia Sharia Economic Festival., 2021).

Sementara itu, menurut survei Kearney berjudul “Unlocking the next wave of digital growth: beyond metropolitan Indonesia”, sebanyak 75 persen populasi Indonesia terhubung dengan internet. Dapat dilihat bahwa masyarakat sudah terbiasa dengan aktivitas digital dan melibatkan teknologi. Di sini media dan rekreasi halal sangat mungkin menjadi konsumsi masyarakat setiap harinya (Indonesia Sharia Economic Festival, 2021).

Rahmawati dkk (2021) dalam penelitiannya secara tidak langsung memaparkan hal yang membedakan media dan rekreasi

halal dengan media pada umumnya, dimana siaran atau konten yang dibahas biasanya berisi dakwah baik tentang sejarah islam, motivasi berhijrah dan lain sebagainya. Berita-berita yang dimuat juga merupakan berita islami khususnya mengandung unsur pendidikan bagi masyarakat. Selanjutnya ilmu parenting, yaitu ilmu untuk membentuk polah asuh yang benar untuk mendidik tumbuh kembang anak-anak. Terakhir iklan yang dimuat bukan hanya sekedar menampilkan sebuah produk atau jasa namun juga berisi pesan kebajikan yang ingin disampaikan. Artinya halal bukan hanya sekedar berbicara tentang label syariah namun semua unsur dalam media tersebutlah yang harus syariah.

Dalam Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019- 2024, strategi yang dapat dilakukan terkait sektor industri media dan rekreasi halal diantaranya ialah:

- 1) Peningkatan kuantitas dan kompetensi sumber daya manusia kreatif di sepanjang rantai nilai industri media dan rekreasi halal dengan memaksimalkan peran universitas, bisnis dan sosial.
- 2) Industri media dan rekreasi halal nasional yang menjadi andalan di pasar ekspor, dan menjadi tuan rumah di Indonesia, serta kemampuan dalam inovasi dan diversifikasi produk.
- 3) Terbentuknya pusat media dan rekreasi, proses produksi, saluran distribusi atau pemasaran (media dan e-commerce) dengan memanfaatkan teknologi 4.0.

- 4) Terjadinya forward and backward linkage dalam rantai nilai industri media dan rekreasi untuk menghasilkan nilai tambah yang tinggi.
- 5) Terbentuknya ekosistem bisnis dan ekosistem kebutuhan konsumen melalui co-branding dan co-marketing, serta jaminan kemudahan dalam memulai usaha dan iklim investasi yang pro bisnis.
- 6) Kemudahan akses dan pembiayaan dari lembaga keuangan bank, bukan bank, serta kemudahan berinvestasi.

#### **D. PENUTUP**

Zaman sekarang semua individu sudah dapat dengan sangat mudah mengakses media dan rekreasi hanya dengan gadget mereka. Informasi dan rekreasi seakan menjadi hal yang tidak dapat dipisahkan dan seakan menjadi kebutuhan utama dalam beraktivitas. Dengan melihat penduduk mayoritas Indonesia sebagai pemeluk agama Islam ditambah perkembangan zaman yang sangat signifikan dimana teknologi dan digital sudah semakin maju, dapat dikatakan bahwa media dan rekreasi halal memiliki potensi yang besar untuk berkembang. Tinggal bagaimana pemerintah dapat menemukan formula yang dirasa tepat dan melaksanakannya sesuai pada jalurnya.

Dengan berbagai kebijakan dan solusi yang telah dibuat, tentunya perlu proses dan waktu yang panjang untuk mewujudkan target Indonesia sebagai pusat produk halal di dunia termasuk Industri media dan rekreasi halal di dalamnya. Dengan

kerjasama dan koordinasi yang bagus antara pemerintah dengan instansi dan pihak-pihak terkait, tidak khayal industri media dan rekreasi halal akan menjadi yang terbesar bersama instrumen lainnya dan menyumbangkan manfaat ekonomi bagi masyarakat dan pasar domestik.

Melihat potensi dan manfaat yang sangat besar bagi gaya hidup dan perekonomian, sudah selayaknya pemerintah Indonesia tidak memandang sebelah mata media dan hiburan halal. Pemerintah Indonesia harus dapat menyajikan konten-konten yang positif di dalam industri media dan hiburan. Hal ini sebagai upaya untuk meningkatkan penanaman nilai moral bagi masyarakat. Di sisi lain, kita sebagai umat muslim juga harus selektif dalam mengonsumsi media dan hiburan yang terdapat di berbagai tempat.

## E. DAFTAR PUSTAKA

- Atmadi, G., & Riris Wahyu Widati, S. (2013). *Strategi Pemilihan Media Komunikasi LPPOM MUI Dalam Sosialisasi & Promosi Produk Halal di Indonesia* (Vol. 2, Issue 2).
- Fadahunsi, P. A., & Kargwell, Dr. S. (2015). Social Media, Consumer Behavior and Marketing Strategy: Implications of “Halal” on Islamic Marketing Operations. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Development*, 3(1). <https://doi.org/10.15640/jsbed.v3n1a4>
- Fathoni, M. A. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>
- Indonesia Sharia Economic Festival. (2021). *Menilik Masa Depan Produk Halal*. <https://isef.co.id/id/blog-id/menilik-masa-depan-produk-halal/>
- Indonesia Sharia Economic Festival. (2021). *Indonesia Halal Markets Report*. <https://isef.co.id/indonesia-halal-market-report/>



- Khasanah, M. (2020). Peranan Media Sosial Sebagai Agen Sosialisasi Halal dalam Membangun Kesadaran Halal: Studi Netnografi. *Al-Tijary*, 5(2), 139-157. <https://doi.org/10.21093/at.v5i2.2116>
- KNEKS. (2019). *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2020-2024*. [https://knks.go.id/storage/upload/1573459280-Masterplan%20Eksyar\\_Preview.pdf](https://knks.go.id/storage/upload/1573459280-Masterplan%20Eksyar_Preview.pdf)
- Kominfo. (2021). *Wujudkan Indonesia Jadi Produsen dan Eksportir Produk Halal Terbesar Dunia*. [https://kominfo.go.id/content/detail/34870/wujudkan-indonesia-jadi-produsen-dan-eksportir-produk-halal-terbesar-dunia/0/artikel\\_gpr](https://kominfo.go.id/content/detail/34870/wujudkan-indonesia-jadi-produsen-dan-eksportir-produk-halal-terbesar-dunia/0/artikel_gpr)
- Putra, R. P., Rachmawati, I., & Cholifah, Y. W. (2021). Digital Information Media of the Salman ITB Halal Center in improving Marketing Performance of Halal Lecture Program. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 14(1), 42-53. <https://doi.org/10.29313/mediator.v14i1.6992>
- Rahmawati, R., Julaicha, S., Komala, S., Sopiha, S., Syariah, J. E., Ekonomi, F., & Islam, B. (n.d.). *ANALISIS HALAL MEDIA TERHADAP PERUSAHAAN SIARAN MQFM*.
- Wuryandani, D. (2019). *KAJIAN SINGKAT TERHADAP ISU AKTUAL DAN STRATEGIS STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI MELALUI MASTERPLAN EKONOMI SYARIAH INDONESIA*. [www.salaamgateway.com](http://www.salaamgateway.com)
- Zein, L., Halal, I., Pasokan, R., Saing Wilayah, D., & Kelembagaan, E. (1071). Penguatan Industri Halal bagi Daya Saing Wilayah: Tantangan dan Agenda Kebijakan Lokot Zein Nasution. In *Jl. DR. Wahidin* (Issue 1). <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jrei/>

## CV PENULIS



Hendri Hermawan Adinugraha adalah dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Pekalongan (sekarang UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan). Pria kelahiran Serang pada tahun 1987 ini menamatkan jenjang pendidikan menengah di MTs dan MA Subulussalam. Adapun jenjang pendidikan S1 (Ekonomi Islam) dan S2 (Studi Islam) ia tamatkan di Universitas Islam Indonesia. Selanjutnya ia berhasil menyelesaikan jenjang pendidikan S3 (Studi Islam-Manajemen Halal) di UIN Walisongo Semarang pada tahun 2020. Sebagai seorang akademisi sekaligus peneliti, telah banyak karya tulis yang ia hasilkan. Di antaranya adalah artikel jurnal Desa Wisata Halal: Konsep dan Implementasinya di Indonesia; serta buku Halal Lifestyle: Theory and Practice in Indonesia.



Rizky Andrian adalah pemuda asal Kajen, Pekalongan, Jawa Tengah. Jenjang pendidikan SLTA ia tempuh di Kota Semarang. Adapun jenjang pendidikan S1 ia tempuh di tanah kelahirannya di IAIN Pekalongan dengan mengambil jurusan Ekonomi Syariah pada tahun 2019. Di jurusan tersebut, ia mengambil konsentrasi peminatan Ekonomi Pembangunan Islam. Ia juga pernah mengenyam pendidikan informal di Asrama An-Nur Pekalongan. Ia merupakan mahasiswa penerima beasiswa. Selama menempuh kuliah, ia aktif menjadi pengurus di beberapa organisasi mahasiswa seperti Ikatan Mahasiswa Bidikmisi, Himpunan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah, Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, hingga Forum Silaturahmi Studi Ekonomi Islam. Selain itu ia tercatat mengikuti beberapa kegiatan forum ilmiah dan telah menulis beberapa artikel ilmiah. Ia juga pernah memenangkan beberapa kejuaraan desain grafis, karya tulis ilmiah, dan *business plan*.



Wahyudin Ali Ikhrom merupakan seorang pemuda yang lahir pada tanggal 5 Desember 1999 di Denasri Kulon, Kecamatan Batang, Kabupaten Batang. Ia menempuh jenjang pendidikan S1 di IAIN Pekalongan dengan mengambil jurusan Ekonomi Syariah pada tahun 2019. Di jurusan tersebut, ia mengambil konsentrasi peminatan Ekonomi Pembangunan Islam. Selama menjadi mahasiswa, ia memiliki antusiasme terhadap karya ilmiah dan juga wirausaha.



Restu Aurora Gita Setyani adalah pemudi kelahiran Pekalongan, 10 Agustus 2001. Ia menyelesaikan pendidikan SLTA di SMA Negeri 4 Pekalongan. Jenjang pendidikan S1 ia tempuh di IAIN Pekalongan dengan mengambil jurusan Ekonomi Syariah pada tahun 2019 dimana ia tertarik mengambil konsentrasi peminatan Ekonomi Pembangunan Islam. Selama menempuh kuliah, ia aktif menjadi pengurus Himpunan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah selama periode 2020 dan 2021. Selain itu ia juga pernah menjadi *volunteer* pada acara Konsolidasi Nasional Forum Nasional Mahasiswa Ekonomi Syariah pada tahun 2021.



Hidayatul Sibyani adalah pemudi kelahiran Kota Pekalongan, Jawa Tengah. Ia menyelesaikan pendidikannya dari jenjang pendidikan dasar hingga menengah di kota kelahirannya. Jenjang pendidikan S1 ia tempuh di IAIN Pekalongan dengan mengambil jurusan Ekonomi Syariah pada tahun 2019. Di jurusan tersebut, ia mengambil konsentrasi peminatan Ekonomi Pembangunan Islam. Selama kuliah, ia berdomisili dan menuntut ilmu di Pondok Pesantren Al-Qutub Banat yang terletak di Kecamatan Wonopringgo, Kabupaten Pekalongan. Ia merupakan mahasiswi penerima beasiswa. Sejak kecil, ia menyukai kegiatan membaca dan menulis. Hobinya ini ia kembangkan dengan menulis beberapa cerpen dan karya tulis ilmiah.



Fitri Mukarromah adalah pemudi asal Taman, Pematang, Jawa Tengah. Jenjang pendidikan SLTA ia tempuh di tanah kelahirannya. Adapun jenjang pendidikan S1 ia tempuh di IAIN Pekalongan dengan mengambil jurusan Ekonomi Syariah pada tahun 2019. Di jurusan tersebut, ia mengambil konsentrasi peminatan Ekonomi Pembangunan Islam. Ia merupakan mahasiswa penerima beasiswa. Selama menempuh kuliah, ia bermukim di pondok pesantren. Selain itu, ia pernah mengikuti beberapa kegiatan forum ilmiah dan telah menulis beberapa artikel ilmiah. Ia juga pernah memenangkan beberapa kejuaraan MTQ di berbagai *event* baik di luar maupun di dalam kampus.



Ummu Hani Fauzi adalah pemudi asal Petarukan, Pemalang, Jawa Tengah. Jenjang pendidikan SLTA ia tempuh di Kota Pemalang. Adapun jenjang pendidikan S1 ia tempuh di IAIN Pekalongan dengan mengambil jurusan Ekonomi Syariah pada tahun 2018. Di jurusan tersebut, ia mengambil konsentrasi peminatan Ekonomi Pembangunan Islam. Selain sebagai mahasiswi ia juga merupakan seorang santriwati salah satu pondok pesantren salaf di Pemalang.





Ali Ifiandri merupakan pemuda kelahiran Banjarnegara, 15 Februari 2000. Ia menyelesaikan pendidikan SLTA di MAN 1 Kota Pekalongan. Ia melanjutkan jenjang pendidikan S1 di IAIN Pekalongan dengan mengambil Jurusan Ekonomi Syariah pada tahun 2019. Di jurusan tersebut, ia mengambil konsentrasi peminatan Ekonomi Pembangunan Islam. Selama menempuh kuliah, ia aktif menjadi pengurus Himpunan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah periode 2020 dan Pengurus Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam periode 2022. Ia menyukai kegiatan alam terbuka dan pernah masuk 5 besar Lomba Orienteering Tingkat Nasional di IAIN Salatiga Tahun 2019 dan masuk 5 besar. Ia juga mengikuti berbagai komunitas masyarakat.



Ika Masruroh saat ini tinggal di Batang, Jawa Tengah bersama kedua orang tuanya. Ia merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Pemuda yang kini berusia 20 tahun sudah tertarik dengan dunia menulis sejak dibangku SMP. Selain menulis,


Tentunya ia juga memiliki hobi membacabuku. Saat ini ia tengah menempuh jenjang pendidikan S1 di IAIN Pekalongan dengan mengambil jurusan Ekonomi Syariah pada tahun 2019. Selama menempuh kuliah, ia tergabung dalam organisasi Kelompok Studi Pasar Modal Syariah. Di luar kampus ia juga tergabung dalam komunitas *Class Writerpreneur* yang diadakan oleh MDP Grup dan juga aktif tergabung dalam komunitas Suka Baca.



Anis Safitri adalah pemudi asal Paguyangan, Brebes, Jawa Tengah. Jenjang pendidikan dasar hingga menengah ia selesaikan di Brebes (SDN Wanareja 01 Sirampog, SMP Negeri 2 Paguyangan, MA Al-Hikmah 2 Benda). Adapun jenjang pendidikan S1 ia tempuh di IAIN Pekalongan dengan mengambil jurusan Ekonomi Syariah pada tahun 2019. Di jurusan tersebut, ia mengambil konsentrasi peminatan Ekonomi Pembangunan Islam.



Sah Ikhlas yang kerap dipanggil Ikhlas adalah seorang pemuda yang lahir di Wonopringgo, Pekalongan, Jawa Tengah pada 16 Juni tahun 2000 silam. Ia menamatkan pendidikan jenjang SLTA di SMAN 1 Kedungwuni. Ia merupakan salah satu mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan tahun angkatan 2019. Di Jurusan ini, ia mengambil konsentrasi peminatan Ekonomi Pembangunan Islam. Selama menempuh kuliah, ia sempat menjadi pengurus Himpunan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah.



Perkembangan industri halal di Indonesia diyakini menjadi modal penting dalam pembangunan ekosistem ekonomi dan keuangan syariah nasional. Industri halal berkontribusi untuk menciptakan iklim usaha yang positif dan inovatif serta berpedoman dengan nilai-nilai syariah. Kontribusi tersebut diharapkan tidak hanya berdampak positif dalam pertumbuhan ekonomi tetapi juga akan memperkuat citra perekonomian syariah Indonesia di mata dunia. Buku ini akan menjelaskan perkembangan industri halal di Indonesia.

# PERKEMBANGAN INDUSTRI HALAL DI INDONESIA