Jurnal
Mas Mansyur

PENGUATAN HALAL VALUE CHAIN "Pengembangan Halal Indutri : Sertifikasi, Peluang dan Tantangan"

Fadhilatul Ula'M
Universitas Muhammadiyah Surabaya
fadhilaulla80@gmail.com

Wahyu Hasmi
Universitas Muhammadiyah Surabaya
wahyuhasmi@gmail.com

Andik Bone Putri
Universitas Muhammadiyah Surabaya
putri@gmail.com

Arin Setiyowati
Universitas Muhammadiyah Surabaya
arin.st@fai.um-surabaya.ac.id

Abstrak

Gaya hidup halal (halal lifestyle) belakangan ini memang tengah melanda dunia, tidak hanya menggejala pada negara-negara yang mayoritas berpenduduk muslim tetapi juga di negara berpenduduk mayoritas nonmuslim. Meningkatnya gaya hidup halal masyarakat dunia berpengaruh pada permintaan produk halal. Banyak negara berkonsentrasi pada bisnis penyediaan produk halal, yang mana pengaturan kehalalan produk disesuaikan dengan syari'ah Islam. Selain produk halal memberikan kebaikan bagi yang mengonsumsinya, juga memberikan nilai ekonomi bagi pelaku bisnis produk halal. Indonesia dengan jumlah masyarakat muslim terbesar, berpeluang dominan mengambil peran dalam bisnis produk halal global. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan yang menggunakan data sekunder yang didapatkan melalui artikel ilmiah maupun dokumen lainnya yang relevan.

Kata Kunci: *Bisnis Halal, Halal Lifestyle, Halal Industri, Produk*

Pendahuluan

Gaya hidup halal (halal *lifestyle*) belakangan ini memang tengah melanda dunia, tidak hanya menggejala pada negara-negara yang mayoritas berpenduduk muslim tetapi juga di negara berpenduduk mayoritas nonmuslim. Kesadaran pemenuhan pangan halal meningkat di kancah global beriringan dengan menggeliatnya wisata halal global yang tidak melulu terbatas pada sektor destinasi wisata yang berkait situs keislaman (religi) tetapi menyangkut pemenuhan kebutuhan- kebutuhan wisata itu sendiri.

Kehalalan suatu produk menjadi kebutuhan wajib bagi setiap konsumen, terutama konsumen muslim. Dalam sistem perdagangan internasional masalah sertifikasi dan penandaan kehalalan produk mendapat perhatian baik dalam rangka memberikan perlindungan terhadap konsumen umat Islam di seluruh dunia sekaligus sebagai strategi menghadapi tantangan globalisasi. Di Indonesia, sudah dibentuk peraturan perundang-undangan jauh sebelum lahirnya Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UUJPH). Dengan adanya pengaturan tersebut, semakin mempertegas betapa mendesaknya persoalan halal-haram dalam rantai produksi dari pelaku usaha hingga sampai dan dikonsumsi oleh konsumen dan merupakan wujud nyata negara dalam melindungi konsumen.
Mengonsumsi pangan dan produk lain yang halal adalah hak dasar setiap muslim. Hal ini bukan saja terkait dengan keyakinan beragama, namun ada dimensi kesehatan, ekonomi dan keamanan. Maka dengan penduduk yang mayoritas muslim, tanpa diminta sudah semestinya negara hadir melindungi warganya dalam pemenuhan hak-hak mendasar warganya. Selaras dengan itu pelaku usaha (produsen) juga sudah seharusnya memberikan perlindungan kepada konsumen.

Meningkatnya gaya hidup halal masyarakat dunia berpengaruh pada permintaan produk halal. Banyak negara berkonsentrasi pada bisnis penyediaan produk halal, yang mana pengaturan kehalalan produk disesuaikan dengan syari'ah Islam. Perkembangan industri produk halal di negara-negara maju, meskipun umat Islam minoritas seperti Amerika Serikat, namun pola belanja dan konsumsi pangan disesuaikan dengan ketentuan standar halal, begitu juga dengan negara-negara lainnya. Tumbuhnya angka perdagangan, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi serta berbagai inisiatif untuk memperbaiki kualitas hidup masyarakat, merupakan *signal*penting bahwa konsep halal dipahami sepenuhnya oleh pelaku industri. Konsep halal akan mempengaruhi transformasi masyarakat menuju tercapainya kualitas hidup yang baik, keselamatan publik, penciptaan kembali dan tempat tinggal yang nyaman.
Bisnis produk halal dalam negeri saat ini sebagian besar masih didominasi oleh impor. Dalam hal ini perlu adanya upaya optimal dari semua pihak terkait,

baik pemerintah maupun swasta untuk membuat iklim segar bagi pengembangan produk halal dalam negeri.Agar industri produk halal di negara kita dapat tumbuh dan berkembang pesat sehingga mampu mengimbangi perdagangan produk halal global, maka perlu kerja keras mendorong bangkitnya industri produk halal Indonesia. Produk halal yang dapat diterima dan diminati masyarakat sehingga mampu menggerakkan sektor riil dan menumbuhkan perekonomian nasional. Dalam hal ini, perlu strategi yang tepat untuk pengembangan industri produk halal Indonesia.
Pertumbuhan dan perkembangan bisnis produk halal dipengaruhi oleh daya saing yang unggul dan produk yang kompetitif. Dalam membangun iklim industri yang sehat, jika pengembangan kekuatan industri produk halal dalam negeri baik dan m ampu memanfaatkan peluang yang ada, tentunya akan mampu menjawab tantangan industri produk halal dalam negeri.

Kajian Pustaka

1.1 Deskripsi Industri Halal

Industri halal merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan kegiatan industri yang dimulai dari perolehan bahan baku, pengolahan, hingga menghasilkan produk halal harus menggunakan sumber daya maupun cara yang diizinkan oleh syariat islam.

Perkembangan industri halal tersebut terangkum dalam istilah Halal Lifestyle, yakni merupakan suatu istilah yang terdiri dari beberapa unsur komoditi halal yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan manusia yang serba halal. Saat ini, istilah halal lifestyle atau gaya hidup halal semakin populer di masyarakat. Gaya hidup ini merujuk pada salah satu bagian dari syariat Islam, yakni kewajiban bagi umat muslim untuk mengkonsumsi dan menggunakan segala sesuatu yang sudah terbukti halal.

1.2 Perkembangan Industri Halal

Besarnya pasar produk halal di dalam dan luar negeri merupakan potensi besar yang dapat mendorong berkembangnya industri produk halal dalam negeri.Indonesia dengan mayoritas penduduk muslim merupakan kekuatan tersendiri dalam membangkitkan industri produk halal. Besarnya potensi pasar domestikakan menjadi dorongan kuat yang dapat menggerakkan industri produk halal. Apalagi didukung dengan kehidupan beragama yang moderat dan kerukunan umat beragama yang baik, menjadikan pergerakan perdagangan produk di Indonesia akan saling menguatkan.

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

dikonsumsi oleh masyarakat tersebut perlu dijamin oleh undang-undang.

Jaminan produk halal bagi masyarakat muslim Indonesia juga termasuk bagian hak konstitusional yang dijamin oleh Undang-Undang Dasar 1945. Oleh karena itu, lahirnya Undang-Undang Jaminan Produk Halal pada tahun 2014 merupakan perangkat yang mengatur tentang itu. Dengan adanya peraturan yang mengatur tentang penyelenggaraan jaminan produk halal di negara kita, maka akan menjadikan kekuatan yang dapat menumbuhkembangkan industri produk halal dalam negeri. Mendapatkan jaminan produk halal bagi masyarakat muslim merupakan suatu kekuatan dalam pembangunan industri produk halal.

Undang-Undang Jaminan Produk Halal merupakan perangkat yang menguatkan penyelenggaraan jaminan produk halal bagi masyarakat muslim.Pemerintah memandang bahwa Undang-Undang tentang Jaminan Produk Halal merupakan jawaban terhadap kebutuhan masyarakat untuk memperoleh jaminan ketersediaan produk halal demi kesejahteraan lahir dan batin. Dengan ketersediaan produk halal tersebut pula masyarakat sekaligus akan terlindungi dari produk-produk yang berbahaya bagi kesehatan.

Jika melihat data yang ada, produk yang telah memiliki sertifikat halal persentasenya masih sangat kecil dibandingkan dengan seluruh produk yang beredar di Indonesia. Dengan demikian, jumlah produk yang belum dijamin kehalalannya masih jauh lebih banyak beredar di masyarakat dari pada produk yang telah dijamin kehalalannya. Perumusan strategi yang tepat dapat mengatasi kelemahan industri produk halal dalam negeri dan menjadi langkah solusi dalam pemecahan permasalahan-permasalahannya.

Oleh karena itu kurangnya tenaga ahli di bidang produk halal, minimnya pengetahuan masyarakat tentang produk halal, dan sarana prasarana serta perangkat teknologi yang belum mendukung,harus segera teratasi. Dalam sosialisasi dan edukasi produk halal misalnya, Pemerintah bersama dan semua Orgaisasi

Untuk peningkatkan sosialisasi dan edukasi sertifikasi halal agar para pengusaha mampu memanfaatkan peluang pasar pangan halal, perlu upaya instansi dan lembaga terkait terjun langsung mendatangi lokasi usaha atau asosiasi pengusaha dalam menyampaikan informasi dan edukasi sertifikasi halal. Hal ini akan dapat menjadi solusi keterbatasan waktu pengusaha dalam mencari informasi dan tentu akan memberikan pengaruh yang besar terhadap sikap pengusaha dalam melakukan sertifikasi halal. Dalam hal ini pengusaha harus disadarkan bahwa mencantumkan label halal akan memberikan efek positif terhadap kinerja perusahaan dan juga akan membuat masyarakat lebih percaya kepada produk yang dihasilkannya. Sebagian besar konsumen percaya bahwa produk dengan merk halal memiliki standar kualitas dan keamanan yang lebih tinggi daripada barang-barang non-halal.

Berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang produk halal berperan besar dalam proses produksi yang cepat dan efisien menggunakan teknologi modern dengan alat, mertode 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 sarananya.

Pertumbuhan pasar produk halal, akan memicu pertumbuhan dan perkembangan dibidang lain yang mendukung industri produk halal, terutama yang terkait dengan teknologi. Bagi palaku 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.Pengusaha pangan lebih merasa tidak siap menghadapi pasar bebas. 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.

Dari penjelasan diatas, bahwa kebutuhan akan produk halal yang terus meningkat telah mendorong pelaku periklanan untuk berpartisipasi sebagai peluang bisnis. Seperti diberitakan, perusahaan perusahaan produk halal di Eropa menggandeng beberapa majalah untuk mempromosikan produk-produknya, dan terus mengembangkan merk halal dengan metode baru. Di sisi lain, perkembangan produk halal juga telah membuka pintu secara luas bagi perusahaan dan lembaga pemeriksa produk halal menyediakan layanan informasi dan komunikasi bagi konsumen melalui media radio, televisi dan internet. Di sini kita melihat bahwa pesatnya perkembangan pasar produk halal didukung oleh ekonomi modern yang dinamis, ditandi salah satunya dengan gencarnya promosi dibidang produk halal.

Kepercayaan telah meningkatkan komitmen konsumen terhadap merek. Berdasarkan teori pemasaran, kepercayaan adalah bagian penting dari hubungan yang telah dipelajari dan dibuktikan oleh psikolog, sosiolog, dan ekonom dari perspektif manajemen dan prinsip pemasaran. Hal ini menjadi peluang besar bagi produsen produk halal, baik bagi negara muslim maupun non-muslim, untuk berupaya mengembangkan dan meningkatkan produksi produk halal sehingga mampu berkompetisisi di pasar dunia.Pada saat bersamaan, besarnya potensi sertifikasi halal, telah mendorong perusahaan pangan untuk memenuhi persyaratan bisnis dari pemberi order. Dalam kata lain, para produsen terus meningkatkan kapasitas dan kompetensi bidang halal sesuai dengan permintaan pasar umat Islam.Bagi produsen halal dalam negeri, menyediakan produk halal dengan kualitas terbaik merupakan amanat perundang-undangan.

Menyajikan produk halal menjadi bagian tak terpisahkan dari pelayanan dan perlindungan masyarakat dari produk-produk yang berbahaya bagi kesehatan. Berkaca dari realitas tersebut, maka lahirnya Undang-Undang Jaminan Produk Halal sangat dinanti kehadirannya oleh masyarakat, khususnya masyarakat muslim yang merupakan bagian terbesar dari penduduk Indonesia. Karena kini masyarakat muslim semakin memiliki kesadaran untuk mengkonsumsi produk halal dan pemerintah berkewajiban untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut.

Perlindungan dan jaminan kehalalan merupakan kebutuhan hak konstitusional warga negara yang termasuk dijamin oleh UUD 1945. Di samping itu mengingat pangan merupakan kebutuhan dasar manusia yang pemenuhannya menjadi hak dasar manusia, pemerintah berkewajiban memenuhi hak asasi masyarakat terhadap kepastian dan kenyamanan ataupun perlindungan dalam hal memproduksi, mengkonsumsi dan peredaran produk halal baik makanan, minuman, obat dan kosmetika serta produk gunaan lainnya yang dibutuhkan baik oleh pelaku usaha, maupun masyarakat Indonesia khususnya umat Islam. Jelas, promosi produk halal merupakan hal yang saling sejalan dengan perkembangan sertifikasi halal. Tanpa mentalitas yang tangguh, materi yang memadai dan substansi yang terpenuhi, maka segala potensi, sumber energi, komoditi dan sumberdaya yang kita miliki akan sulit bersaing pada era globalisasi ini. Ini akan menjadi kebutuhan akan terwujudnya kesiapan yang handal, tangguh serta ungggul dalam pengembangan industri produk halal.

1.3 Ragam Halal Industri

Besarnya jumlah konsumen produk halal di Indonesia dapat menumbuhkan potensi pengembangan industri halal untuk memasok permintaan konsumen baik dalam negeri bahkan luar negeri. Besarnya jumlah konsumen produk halal di Indonesia dapat menumbuhkan potensi pengembangan industri halal untuk

memasok permintaan konsumen baik dalam negeri bahkan luar negeri.

Secara demografi, Indonesia merupakan negara dengan persentase penduduk beragama Islam terbesar di dunia. Berdasarkan sensus penduduk yang dilakukan pada tahun 2012, sebanyak 87,18% dari 237.641.326 jiwa penduduk Indonesia merupakan pemeluk agama Islam. Hal tersebut tentunya berpeluang menjadikan Indonesia sebagai negara dengan konsumen produk halal terbesar di dunia.

Namun saat ini, pengembangan industri halal di Indonesia masih didominasi oleh sektor pangan dan kosmetik. Padahal masih ada beberapa potensi sektor industri halal yang memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut. Berikut peluang potensi sektor industri halal yang bisa dikembangkan.

a. Makanan dan Minuman

Sektor industri ini merupakan sektor industri halal dengan pendapatan terbesar setiap tahunnya dan diprediksi akan terus berkembang karena masyarakat semakin peduli dengan kehalalan dari produk-produk yang dikonsumsi.

b. Kosmetik

Sektor industri kosmetik halal berkembang pesat di Indonesia selama satu dekade terakhir. Sertifikat halal yang disematkan pada berbagai produk kosmetik memberikan rasa aman pada pengguna kosmetik tersebut dikarenakan adanya sertifikat tersebut dapat memberikan jaminan bahwa kosmetik tersebut menggunakan bahan baku yang aman digunakan.

c. Farmasi

Sektor industri ini memiliki peluang yang strategis di Indonesia bahkan dunia, tetapi masih memiliki tantangan pada proses sertifikasi halal pada produknya yang disebabkan oleh ketidak stabilan proses pemerolehan bahan baku.

d. Travel atau Pariwisata

Industri pariwisata halal yang dapat dikembangkan berupa penginapan halal serta makanan halal selama perjalanan wisata. Industri pariwisata halal tidak hanya diminati oleh masyarakat muslim tetapi juga nonmuslim, hal tersebut dikarenakan paket wisata halal dapat memberikan jaminan kebersihan, keamanan, dan serta kualitas secara keseluruhan proses pemenuhan jasa wisata.

e. Fashion

Industri fashion halal dikembangkan dengan membuat pakaian yang sesuai dengan kaidah busana muslim seperti tidak transparan dan tidak memperlihatkan lekuk tubuh. Saat ini, brand halal fashion telah banyak berkembang di Indonesia dan dapat terus dikembangkan lagi mengingat besarnya share market yang ada.

1.4 Halal Lifetsyle

Perkembangan produk halal telah membuka pintu secara luas bagi perusahaan dan lembaga pemeriksa produk halal menyediakan layanan informasi dan komunikasi melalui media radio, televisi dan internet bagi konsumen. Pesatnya perkembangan pasar produk halal sangat didukung oleh ekonomi modern dan dinamis, sehingga berdampak pada gencarnya promosi dibidang produk halal. Akibatnya, *halal lifestyle* makin meningkat dan semakin saling mempengaruhi dalam bisnis produk halal.

Meningkatnya taraf perekonomian masyarakat, artinya terjadi peningkatan pendapatan masyarakat. Dalam hal ini, peningkatan pendapatan akan mempengaruhi gaya hidup masyarakat dalam mengonsumsi pangan, pangan berkualitas tinggi akan menjadi pilihan. Dalam hal ini, produk bersertifikat halal, akan menjadi alternatif pilihan bagi masyarakat. Komunikasi dan periklanan produk halal merupakan dua hal yang berkembang beriringan akibat meningkatnya pertumbuhan pasar produk halal. Hal yang sama berlaku pada perusahaan-perusahaan produk halal di Eropa.

Beberapa majalah mempromosikan produk-produk mereka, dan terus mengembangkan merk halal dengan metode baru. Pertumbuhan pasar produk halal terus meningkat seiring dengan dinamika 5 (lima) hal yang meningkatkan laju market pangan halal global, yaitu: pertumbuhan penduduk muslim, pasar utama untuk makanan halal; meningkatnya pendapatan di pasar utama untuk makanan halal, peningkatan permintaan untuk keamanan pangan, dan produk berkualitas tinggi di pasar primer.

Saat ini produk halal menjadi belanja tertingggi berbagai negara pada beberapa wilayah tertentu, termasuk bagi lima atau tujuh juta masyarakat Prancis dan Jerman. Di Inggris, penduduk muslim 4% dari total penduduk, sedangkan ketersediaan produk daging halal mencapai 15% dari seluruh daging yang dijual. Ketertarikan masyarakat nonmuslim mengkonsumsi daging berlabel halal didorong oleh faktor kualitas daging yang dinilai kaya rasa, lebih lembut, dan diyakini lebih aman, sehat dan lebih higienis.

Hal ini menjadi peluang besar bagi produsen produk halal, baik di negara muslim maupun non-muslim, untuk berupaya mengembangkan dan meningkatkan produksi produk halal sehingga mampu berkompetisi di pasar dunia. Untuk dapat mengambil peran dominan pada market produk halal dunia, tentunya produk halal Indonesia harus mampu meyakinkan market halal dengan produk yang berkualitas, salah satunya sertifikat halal yang melekat sebagai salah satu indikator kualitas produk dapat memberikan jaminan kualitas halal atas produk dimaksud. Menggiatkan gaya hidup halal dapat dimulai dengan memastikan produk yang dipilih dijamin halal dengan

melihat ada tidaknya label halal pada kemasan atau yang ditunjukkan. Label halal pada suatu produk dapat digunakan sebagai panduan bagi konsumen dalam membeli yang akan dikonsumsi. Ini akan menjadi kebutuhan akan terwujudnya kesiapan yang handal, tangguh serta ungggul dalam pembangunan dibidang produk halal domestik. Dengan menjadikan halal sebagai gaya hidup, untuk menyongsong kesuksesan pembangunan dibidang produk halal dalam negeri.

Metode Penelitian

Metode penelitian meliputi data Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan yang menggunakan data sekunder yang didapatkan melalui artikel ilmiah maupun dokumen lainnya yang relevan. Data yang didapatkan tersebut kemudian dianalisis dengan menghasilkan penjelasan deskriptif berupa kata-kata, gambar maupun simbol yang dihubungkan dengan objek penelitian ini.

Hasil dan Pembahasan

1.5 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. Karena jumlah penduduk Muslim terbesar dunia, maka pasar utama Indonesia adalah negeri sendiri.

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 milliar jiwa dari 6 milliar 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.

Peluang besar bisnis halal ini tentu harus diimbangi dengan peningkatan jumlah produk tersertifikasi halal. Mengutip data Badan Standardisasi Nasional (BSN), sertifikasi halal di Indonesia baru mencapai kurang dari 20 persen. Hal ini sedikit berbeda dengan data yang dirilis oleh Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam yang menyebutkan bahwa total persentase produk bersertifikat halal sejak tahun 2011 sampai dengan 2014 adalah 26,11% sehingga produk pangan, kosmetika, dan obat-obatan yang

beredar dan belum bersertifikat halal tahun 2011-2014 sebesar 73,89%. Jumlah produk tersetifikasi mengalami peningkatan signifikan sejak tahun 2012 -2019, dari jumlah 5.829 perusahaan meningkat tajam menjadi 13.951 perusahaan sehingga jumlah total perusahaan tersertifikasi halal sebanyak 73.902 perusahaan. Kenaikan jumlah sertifikasi halal tertinggi terjadi antara tahun 2017-2018. Pada tahun 2017, LPPOM MUI menerbitkan sertifikat halal sebanyak 8.157 unit dengan total 127.286 jenis produk. Sedangkan pada tahun 2018, LPPOM MUI menerbitkan sertifikat halal sebanyak 17.398 dari 204.222 jenis produk. Sehingga antara tahun 2017-2018 telah terjadi peningkatan penerbitan sertifikasi halal sebesar 114%, angka tersebut menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan yang menjual produknya di Indonesia merasa bahwa pelabelan halal merupakan nilai tambah tersendiri untuk mendorong daya serap produk mereka di pasar. Jumlah ini terus bertambah di tahun 2019. Hal ini terlihat dari jumlah perusahaan yang melakukan sertifikasi halal bertambah dari 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 1.002.413 jumlah produk.

Kebijakan sertifikasi halal memiliki manfaat ekonomis dan sangat strategis untuk mengoptimalkan *captive market*. Penerapan kewajiban sertifikasi halal bagi pelaku usaha dengan mengantongi sertifikasi halal produk yang dijajakan tanpa disadari berdampak positif terhadap perkembangan perekonomian di Indonesia. 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. 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. Dan produk halal bisa didorong ke arah sana.

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. Target penjualan produk

bersertifikat halal harus di ekspor ke luar negeri. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara memperbanyak akses dan kerja sama dengan negara OKI dan Timur Tengah. Satu keuntungan bagi para pengusaha Indonesia adalah bahwa Sistem Jaminan Halal MUI telah diadopsi oleh hampir seluruh Lembaga Halal di dunia, mulai dari Asia, Australia, Eropa, hingga Amerika dan Afrika. Jadi sertifikasi halal Indonesia sudah bisa diterima di banyak Negara.

1.6 Peluang Halal Industri

a. Banyaknya Populasi Umat Muslim dan Jumlahnya Akan Meningkat

Populasi Muslim menduduki peringkat kedua dengan angka 1,8 milyar atau setara 24% dari populasi global pada tahun 2010, angka ini di perkirakan meningkat 27% dari penduduk dunia. Banyaknya populasi Muslim dan meningkatnya jumlah populasi Muslim akan meningkatkan permintaan terhadap produk/jasa halal sehingga dapat memberikan peluang yang besar bagi industri halal.

Gaya hidup mayoritas masyarakat yang berdasarkan aturan Islam menciptakan tempat tersendiri bagi industri halal untuk berkembang. Potensi besar dari industri halal tersebut harus dimanfaatkan dengan baik untuk mendorong perekonomian, salah satunya perekonomian Indonesia. Keberadaan industri halal Indonesia sangat mungkin untuk dikembangkan menjadi pasar global dengan mengingat bahwa muslim dunia mencapai 1,8 miliar.

Permintaan (demand) produk/jasa bersertifikasi halal secara global juga akan terus mengalami kenaikkan. Kebutuhan akan produk halal, tidak hanya di negara Arab atau dengan penduduk muslim mayoritas semata, namun seolah sudah menjadi gaya hidup dan kebutuhan masyarakat dunia.

b. Industri Halal Diminati Berbagai Negara

Konsumen produk/jasa industri halal sekarang ini sudah bervariasi. Industri halal memiliki konsumen secara global, tidak hanya di Asia dan Timur Tengah, tetapi juga di Eropa. Misalnya, Rusia yang penduduknya bukan mayoritas umat Muslim, bahkan menempati posisi ke 9 negara makanan halal di dunia dengan capaian $37 milyar pada tahun 2015

c. Jenis Industri Halal yang Dapat Dikembangkan Bervariasi

Banyaknya jumlah penduduk serta meningkatnya pendapatan masyarakat Muslim menyebabkan tingginya akan variasi dari produk halal. Indsutri halal sekarang ini tidak hanya dalam bentuk makanan halal, namun dalam bentuk-bentuk yang lain dan sama-sama sedang mengalami peningkatan, yaitu seperti e-commerce, travel, finance, fashion, kosmetik, obat-obatan, media, healthcare, dan pendidikan.

Sektor makanan dam minuman merupakan sektor yang

paling umum dalam industri halal. Sektor makanan dan minuman ini memiliki potensi yang besar dalam industri halal. Masyarakat saat ini semakin peduli dengan kehalalan makanan dan minuman yang mereka beli.

1.7 Tantangan Halal Industri

a. Kesulitan Mengontrol dan Menjamin Produk Halal

Karena halal berupa proses yang terkait dengan keyakinan agama dan karena itu sulit dikontrol dan dijamin. Dari sudut pandang konsumen juga masih terdapat kendala untuk mengevaluasi dan memverifikasi apakah suatu produk halal atau tidak bahkan setelah mengkonsumsi produk tersebut. Oleh karena itu, sebagian besar konsumen harus bergantung pada penjual dan/atau mempercayai informasi yang tertera pada label produk sehingga menjadi panduan pada saat pembelian. Dalam kasus halal, dituntut kepercayaan pada label produk terhadap semua proses halal termasuk penanganan dan keselamatan. Dan yang terakhir dikaitkan dengan efektivitas proses penyembelihan hewan dimana semua darahnya harus dipastikan keluar semua, terhindar dari potensi sumber kontaminasi bakteri, sehingga dihasilkan daging yang sehat.

b. Kurangnya Sertifikasi Menjadi Tantangan Pertumbuhan Produk Halal

Pasar halal memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi. Namun, sebagian besar negara-negara Muslim tidak menerapkan sertifikasi halal sebagai persyaratan wajib. Kurangnya sertifikasi halal oleh badan yang diakui dan dihormati bisa menimbulkan tantangan untuk pengembangan di masa depan. Karena sampai saat ini sebagian besar negara-negara mayoritas Muslim belum mempersyaratkan sertifikasi halal, karena mereka sering tidak mampu menyediakan produk bersertifikat halal untuk pasar internasional. Penyertifikasian halal yang kompeten menguji aditif, alat bantu pengolahan, pelumas, kemasan, dan bahan kimia sanitasi.

c. Perusahaan Halal Kesulitan Mencari Dukungan Pembiayaan dan Investasi

Tantangan utama yang menghambat perkembangan pasar halal adalah kurangnya dukungan di jasa keuangan dan investasi. Meskipun pasar halal cukup besar, banyak perusahaan dalam rantai pasokan halal, terutama di segmen makanan, merupakan perusahaan kecil dan terpisah-pisah, berjuang untuk mencapai skala ekonomi dan beroperasi secara efisien.

d. Larangan Terhadap Produk Halal

Pertumbuhan pasar halal, terutama di negara-negara Barat ditantang oleh reaksi negatif terhadap produk halal, karena iklim politik negatif yang terkait dengan umat Islam. Reaksi ini sekarang memperluas ke tingkat regulasi halal pemerintah, karena beberapa negara membatasi atau melarang daging halal.

e. Keterbatasan Sumberdaya dan Substitusi Bahan Baku

Dalam memeproleh sumber bahan baku halal menghadapi permasalahan bagi pelaku usaha di pasar halal. Biaya, kualitas, konsistensi dan ketersediaan bahan baku, serta kemungkinan terbatas substitusi adalah masalah besar di sini. Misalnya, bahan yang paling umum dari produk makanan, gelatin halal, telah dikembangkan. Hal ini sudah mendapatkan perhatian besar tetapi penerapan dalam skala lebih luas dan masih perlu diperhatikan. Substitusi kandungan halal terhadap kandungan bahan non-halal yang biasa digunakan secara umum merupakan kesempatan yang besar untuk pemasok global terutama untuk produsen khusus dalam rantai nilai farmasi dan kosmetik. Misalnya, karena mayoritas lapisan gelatin digunakan dalam pengobatan dan vitamin di pasar berasal dari sumber-sumber non-halal, ada peluang besar bagi perusahaan yang menghasilkan alternatif dengan bahan yang halal.

f. Rendahnya Kesadaran akan Produk Halal di Luar Segmen Non-Makanan

Saat ini kesadaran akan produk halal berkembang di kalangan konsumen Muslim, masih dalam masa pertumbuhan, terutama terhadap segmen produk makanan. Selain itu, terdapat perbedaan dalam kesadaran dalam memanfaatkan barang dan jasa halal dalam basis pelanggan Muslim secara global. Misalnya, di negara-negara mayoritas Muslim, kebanyakan konsumen akan menganggap semuanya kredibel halal sementara di pasar yang mayoritas masyarakatnya non-Muslim, konsumen akan mencari verifikasi halal. Sejumlah besar konsumen terutama di pasar mayoritas Muslim yang ambivalen atau tidak menyadari bahan yang tidak diperbolehkan dalam obat atau kosmetik, karena mereka mengasumsikan bahwa pemerintah mengelola hal itu.

Kesimpulan dan Saran

Industri halal merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan kegiatan industri yang dimulai dari perolehan bahan baku, pengolahan, hingga menghasilkan produk halal harus menggunakan sumber daya maupun cara yang diizinkan oleh syariat islam.

Perkembangan industri halal tersebut terangkum dalam istilah Halal Lifestyle, yakni merupakan suatu istilah yang terdiri dari beberapa unsur komoditi halal yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan manusia yang serba halal. Saat ini, istilah halal lifestyle atau gaya hidup halal semakin populer di masyarakat. Gaya hidup ini merujuk pada salah satu bagian dari syariat Islam, yakni kewajiban bagi umat muslim untuk mengkonsumsi dan menggunakan segala sesuatu yang sudah terbukti halal.

Ragam industri halal dibagi menjadi beberapa sektor seperti makanan dan inuman, kosmetik, farmasi, travel atau pariwisata dan fashion. Dari sektor-

sektor tersebut diperlukan sertifikasi yang nantinya dapat mendorong perkembangan industri 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. Karena jumlah penduduk Muslim terbesar dunia, maka pasar utama Indonesia adalah negeri sendiri.

Adapun peluang dan tantangan yang dihadapi oleh industri halal meliputi : kesulitan mengontrol dan menjamin produk halal, kurangnya sertifikasi menjadi tantangan pertumbuhan produk halal, perusahaan halal kesulitan mencari dukungan pembiayaan dan investasi, larangan terhadap produk halal, keterbatasan sumber daya dan substitusi bahan baku serta rendahnya kesadaran akan produk halal di luar segmen non-makanan.

Daftar Pustaka

Mirsa Astuti, "Pengembangan Produk Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal (Halal Lifestyle)," *IURIS STUDIA: Jurnal Kajian Hukum* 1, no. 1 (2020): 14–20, http://jurnal.bundamediagrup.co.id/index.php/iuris/article/view/16.

Lady Yulia, "Halal Products Industry Development Strategy Strategi Pengembangan Industri Produk Halal," *Jurnal Bisnis Islam* 8, no. 1 (2015): 121–62, https://jurnalbimasislam.kemenag.go.id/jbi/article/view/171/118.

Muhammad Anwar Fathoni, "Potret Industri Halal Indonesia: Peluang Dan Tantangan," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 428, https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146.

Warto Warto and Samsuri Samsuri, "Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia," *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2, no. 1 (2020): 98, https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803.