

Analisis Potensi Industri Halal Bagi Pelaku Usaha Di Indonesia

Oleh,
Aan Nasrullah
Email: nasrullah.aljalil07@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the potential of industrial halal products for business actors in Indonesia, this is considering to halal products experience rapid development in the midst of increasing religious tendency of Indonesian society and on the other side of the Muslim population in the middle class have increased revenue, resulting in demand for products halal is also increasing. The data used in this study is secondary data sourced from several publications of government agencies with the analytical tools used are qualitative descriptive. This study found the potential of halal industry for business actors in Indonesia, among others: First, the need for Halal Products (goods and services). Second, Halal Product Diversity. Third, the completeness of the Legal Framework. Fourth, Many Business Executors in Halal Product Market. Fifth, Halal Product Export Needs.

Keywords: industrial potential, halal product, business actor

A. Pendahuluan

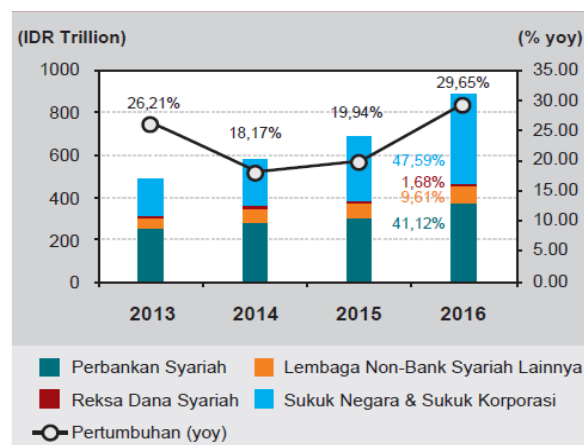
Beberapa tahun terakhir pemerintah Indonesia secara aktif mengembangkan ekonomi syariah, yang ditandai dengan upaya pemerintah menggalakkan pertumbuhan industri syariah di dalam negeri, dimulai dari sektor keuangan dan berlanjut pada pengembangan sektor riil. Secara umum industri keuangan syariah Indonesia yang dimotori oleh sektor perbankan, baru berkembang pada akhir tahun 1980-an atau awal 1990-an. Berdirinya bank umum syariah pertama di Indonesia pada tahun 1992, menjadi tonggak perkembangan aplikasi ekonomi dan keuangan syariah secara luas khususnya dalam sistem keuangan nasional¹. Perkembangan keuangan syariah di Indonesia tidak hanya terjadi pada sektor perbankan, namun juga pada sistem keuangan nasional secara

¹ Darsono dkk. *Dinamika produk dan akad keuangan syariah di Indonesia*. Jakarta: Departemen Riset Kebanksentralan Bank Indonesia. Hal, 20. 2016.

umum yang meliputi pasar modal, reksadana, asuransi, koperasi, BMT dan lembaga keuangan mikro lainnya.

Peran aktif dari pemerintah serta respon positif dari masyarakat pada umumnya, menjadikan industri keuangan nasional tumbuh dan berkembang secara signifikan, meski belum menyamai negara-negara yang sudah lebih dulu mengembangkan industri keuangan syariah. Pemahaman masyarakat akan sistem keuangan syariah yang semakin mendalam, memunculkan diskursus tentang aplikasi keuangan syariah, yang dianggap sebagai alternatif keluar dari “hegemoni kolonial” ekonomi, dan dampak selanjutnya adalah semakin bervariasi dan beragam aplikasi sistem keuangan syariah, baik jenis lembaga yang tersedia, produk dan akad maupun penggunaannya². Secara umum, data kuantitatif menunjukkan bahwa dari tahun 2013 hingga tahun 2016 total aset keuangan syariah meningkat, meskipun pertumbuhannya sempat mengalami penurunan di tahun 2014, yaitu pertumbuhannya sebesar 18,17% jika dibanding tahun 2013 yang tumbuh sebesar 26,21% dari tahun sebelumnya, namun meningkat pada dua tahun berikutnya yakni tahun 2015 dan 2016 masing-masing 19,94% dan 29,65%. Sebagaimana Grafik 1.1 berikut;

Grafik 1.1 Lanscape Keuangan Syariah Indonesia



Sumber: OJK, 2016

² Aan Nasrullah, *Upaya Peningkatan Partisipasi Masyarakat Dalam Penggunaan Produk dan Jasa Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Sebagai Salah Satu Pilar Sistem Keuangan Nasional*. PROSIDING: Seminar Nasional dan Temu Ilmiah Jaringan Peneliti. IAI DARUSSALAM Banyuwangi. 21-22 Januari 2017. Hal, 15

Perkembangan keuangan syariah tidak begitu saja terjadi, namun memerlukan waktu yang panjang dan usaha yang keras dari berbagai pihak, perkembangan industri keuangan syariah dimulai dari hasil lokakarya MUI (Majelis Ulama Indonesia) pada tahun 1990 yang merekomendasikan berdirinya perbankan syariah. Dan pada tahun 1992 berdirilah bank Muallamat, bank dengan sistem syariah, dari industri perbankan merembet ke sektor keuangan lainnya, yakni Pasar Modal Syariah dengan yang mengembangkan Saham Syariah, Reksa Dana Syariah, Sukuk Korporasi dan Sukuk Negara. Kemudian Industri Keuangan Non-Bank (IKNB) Syariah yang mengembangkan Perusahaan Perasuransian Syariah Lembaga Pembiayaan Syariah, Lembaga Jasa Keuangan Syariah Khusus LKM Syariah. Terhitung Indonesia sudah dua dekade mengembangkan industri keuangan syariah.

Sehingga tidak berlebihan jika pada tanggal 30 September 2016, Presiden Republik Indonesia (RI), Joko Widodo menerima penghargaan *Global Islamic Finance Leadership Award 2016* dari *Global Islamic Finance Awards* (GIFA) atas perannya mempromosikan keuangan syariah di Indonesia³. Yang sebelumnya juga beberapa lembaga atau badan hukum atas nama Indonesia juga mendapat penghargaan dari lembaga internasional atas partisipasi dalam pengembangan industri keuangan di Indonesia. Dan kedepan salah satu misi pemerintah Indonesia adalah menjadikan Indonesia sebagai pusat keuangan syariah dunia.

Perkembangan keuangan syariah global serta dorongan dari kesadaran masyarakat Indonesia akan penerapan prinsip-prinsip sistem ekonomi syariah secara umum, menjadikan pasar keuangan syariah domestik turut mengalami perkembangan. Dan kedepan pemerintah dalam hal ini lembaga-lembaga pemangku tanggung jawab industri keuangan, telah berkomitmen untuk menjadikan keuangan syariah Indonesia tumbuh dan berkelanjutan, berkeadilan, serta memberikan kontribusi bagi perekonomian nasional dan stabilitas sistem keuangan.

³ OJK (Otoritas Jasa Keuangan), *Roadmap Pengembangan Keuangan Syariah Indonesia 2017-2019*. Hal, 4

Namun yang perlu dipahami adalah bahwa pengembangan ekonomi syariah tidak hanya cukup pengembangan sektor industri keuangan syariah semata, seperti perbankan, pasar modal atau industri keuangan non-bank syariah, tetapi juga diperlukan pengembangan di sektor riil dalam hal ini adalah produksi barang dan jasa halal. Hal ini mengingat bahwa keseimbangan antara sektor riil dan sektor moneter harus selalu terjaga, karena keterkaitan dari kedua sektor utama inilah sudah seharusnya keduanya dikembangkan secara berkesinambungan, apabila hanya sektor moneter yang dikembangkan, maka jumlah uang beredar (JUB) akan melebihi dari jumlah produksi barang dan jasa, dan dampak selanjutnya adalah inflasi, tentu ini akan mengganggu perekonomian nasional secara umum.

Pengembangan sektor riil dalam hal ini adalah industri produk halal sudah menjadi perhatian tersendiri oleh pemerintah, hal ini terlihat dari upaya-upaya pemerintah dalam mengeluarkan kerangka hukum untuk pengembangan industri produk halal dalam negeri, salah satunya adalah Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. UU tersebut mencakup, perlindungan, keadilan, kepastian hukum, akuntabilitas dan transparansi, efektivitas dan efisiensi serta profesional. Dijelaskannya bahwa dengan adanya jaminan produk halal maka pelaku usaha dapat meningkatkan nilai tambah untuk memproduksi dan menjual produk halalnya. Selain itu, JPH juga meningkatkan daya saing produk di global market, sehingga dapat memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi bangsa⁴. Selain kerangka hukum, pemerintah juga mendirikan otoritas tertentu yang bertanggung jawab pada industri produk halal di dalam negeri, salah satunya adalah BPJPH (Badan Penyelenggara Penjaminan Produk Halal).

Disisi lain, permintaan akan produk halal baik dalam dan luar negeri juga meningkat dari tahun ke tahun. Permintaan produk makanan halal dikawasan ASIA seperti di Jepang juga meningkat⁵, begitu juga dengan produk halal lainnya seperti misalnya, permintaan produk kosmetik di kalangan wanita Muslim meningkat

⁴ BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal), *Kepala BPJPH Sosialisasikan UU JPH pada Pelaku Usaha*. www.kemenag.go.id

⁵ Kementerian Perdagangan RI. *Market Intelligence: Produk Makanan Halal, Kerajinan dan Furnitur Indonesia di Pasar Jepang*, Atase Perdagangan Tokyo.2015. Hal, 9

dengan signifikan. Pada tahun 2014 permintaan produk kosmetik halal dunia adalah sebanyak USD54 billion dan dijangka meningkat kepada USD80 *billion* pada tahun 2020⁶. Demikian halnya juga di EROPA, misalnya di Prancis Pertumbuhan penduduk muslim yang pesat secara linier mempengaruhi pertumbuhan permintaan akan produk halal. Ini dapat dilihat dari permintaan produk halal di pasar Eropa yang meningkat 15% per tahun sejak 2003, yang saat itu nilainya mencapai 15 milyar euro⁷.

Potensi pasar produk halal dalam negeri sangat besar. Apalagi saat ini industri berbasis syariah termasuk di dalamnya produk halal mengalami perkembangan pesat di tengah kecenderungan keagamaan masyarakat Indonesia yang semakin meningkat. Akibatnya, *demand* produk halal juga akan semakin meningkat di pasar domestik di masa mendatang⁸. Indonesia merupakan pasar potensial bagi tumbuh kembangnya ekonomi syariah. Saat ini kondisi perekonomian Indonesia dinilai bagus. Gross Domestic Product (GDP) Indonesia diproyeksikan masuk lima besar dunia dalam beberapa tahun ke depan. Sumber Daya Alam di Indonesia masih sangat potensial untuk terus dikembangkan. Penduduk Indonesia yang berjumlah kurang lebih 150 juta dan sekitar 87 persennya memeluk agama Islam, dilihat dari pendapatan pada umumnya masyarakat muslim Indonesia berada pada *midlle class*, di mana kelas menengah ini dari waktu ke waktu mengalami peningkatan⁹.

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

⁶ Ariffin, Adilah. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Produk Kosmetik Halal*. Prosiding Seminar Kebangsaan Tamadun & Warisan Islam (TAWIS). 2016. 18-30.

⁷ Warta Ekspor *Peluang Bisnis Produk Halal di Perancis Besar Berkat Pertumbuhan Penduduk Muslim* Edisi: Ditjen PEN/MJL/004/4/2013. April 2013

⁸ Ali Rama, "POTENSI PASAR PRODUK HALAL DUNIA," *Fajar*, 2014, https://www.academia.edu/10449487/Potensi_Pasar_Produk_Halal_Dunia.

⁹ Ma'ruf Amin, *Solusi Hukum Islam (Makharij Fiqhiyah) Sebagai Pendorong Arus Baru Ekonomi Syariah di Indonesia (Kontribusi Fatwa DSN-MUI dalam Peraturan Perundang-undangan RI)*. ORASI ILMIAH Disampaikan dalam Pengukuhan Guru Besar Bidang Ilmu Ekonomi Muamalat Syariah. Kementerian Agama UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. 2017

B. Kajian Teori

1. Teori Pembangunan

Industrialisasi pada suatu negara merupakan tahapan dari proses pembangunan, sebagaimana kajian dari beberapa teori pembangunan yang ada. Dalam kajian ini menggunakan beberapa teori pembangunan sebagai alat analisisnya antara lain;

a. Model Pertumbuhan Solow (*Solow Growth Model*)

Model Pertumbuhan Solow untuk menunjukkan bagaimana perkembangan persediaan modal, perkembangan angkatan kerja dan kemajuan teknologi berinteraksi dalam suatu perekonomian, serta bagaimana pengaruhnya terhadap output barang dan jasa suatu negara secara keseluruhan. Dalam analisis model pertumbuhan solow menunjukkan¹⁰, (1) Dalam jangka panjang, tingkat tabungan dalam perekonomian menunjukkan ukuran persediaan modal dan tingkat produksinya, semakin tinggi tingkat tabungan, semakin tinggi persediaan modal dan semakin tinggi output. (2) kenaikan tingkat tabungan memunculkan periode pertumbuhan yang cepat, tetapi akhirnya pertumbuhan itu melambat ketika kondisi mapan (*steady state*) baru dicapai. Jadi meskipun tingkat tabungan yang tinggi menghasilkan tingkat output kondisi mapan yang tinggi, tabungan itu sendiri tidak dapat menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang berkesinambungan.

(3) Tingkat modal yang memaksimalkan konsumsi pada kondisi mapan disebut tingkat kaidah Emas (*Golden Rule Level Of Capital*). Jika perekonomian memiliki lebih banyak modal daripada dalam kondisi mapan kaidah emas, maka mengurangi tabungan akan meningkatkan konsumsi di seluruh titik waktu. Sebaliknya, jika perekonomian memiliki lebih sedikit modal dalam kondisi mapan kaidah emas, maka untuk mencapai kaidah emas investasi perlu ditingkatkan, dan dengan demikian konsumsi yang lebih rendah untuk generasi sekarang. (4) Model pertumbuhan solow menunjukkan bahwa tingkat pertumbuhan populasi dalam perekonomian adalah determinan jangka panjang lain dari standar kehidupan.

¹⁰ N Gregory Mankiw. *Terj. Teori Makroekonomi Edisi Kelima*. Jakarta: Penerbit ERLANGGA. Hal, 199

Semakin tinggi tingkat pertumbuhan populasi, semakin rendah tingkat output per pekerja.

b. Teori Pembangunan Arthur Lewis

Teori ini pada dasarnya mengemukakan tentang proses pembangunan yang terjadi antara daerah kota dan desa, yang mengikutsertakan proses urbanisasi yang terjadi diantara kedua daerah tersebut. Lewis mengasumsikan bahwa pada dasarnya perekonomian suatu negara terbagi menjadi dua, yaitu: Perekonomian Tradisional dan Perekonomian Industri. Dimana perekonomian tradisional terletak di daerah perdesaan, di mana perekonomian masih bersifat subsisten dan perekonomian industri terletak di daerah perkotaan, di mana sektor yang berperan paling penting adalah sektor industri (perekonomian modern).

Perbedaan tenaga kerja dari desa ke kota dan pertumbuhan pekerja di sektor modern (industri) akan mampu meningkatkan ekspansi output yang dihasilkan di sektor modern tersebut. percepatan ekspansi output sangat ditentukan oleh tingkat investasi di sektor industri dan akumulasi modal yang terjadi di sektor modern. Akumulasi modal yang nantinya digunakan untuk investasi hanya akan terjadi jika terdapat akses keuntungan pada sektor modern, dengan asumsi bahwa pemilik modal akan menginvestasikan kembali modal yang ada ke industri tersebut¹¹.

c. Hollis B. Chenery

Ia memperkenalkan mengenai “Pola-Pola Pembangunan”. Mengemukakan mengenai proses perubahan struktur ekonomi, industri dan kelembagaan yang dalam langkahnya menuju industri baru yang menjadikannya transformasi ke struktural ekonominya. Kelemahannya adalah akses yang dimiliki oleh negara berkembang yang sedang menerapkannya mengalami hambatan karena kurangnya *supplies and equipments* yang dimiliki untuk mengakses baik dalam negara maupun di internasionalnya. Dibandingkan dengan negara maju yang telah memiliki akses yang lebih sempurna dibandingkan dengan negara berkembang.

¹¹ Mudrajad Kuncoro, 2006. *Ekonomika Pembangunan Teori, Masalah dan Kebijakan Edisi Keempat*. Yogyakarta: UPP STIM YKPM. Hal, 59

Teori Pola Pembangunan Chenery memfokuskan terhadap perubahan struktur dalam tahapan proses perubahan ekonomi, industri dan struktur institusi dari perekonomian negara yang sedang berkembang, yang mengalami transformasi dari pertanian tradisional beralih ke sektor industri sebagai mesin utama pertumbuhanekonominya. Menurut Chenery, sejalan dengan peningkatan pendapatan per kapita, perekonomian suatu negara akan bergeser dari yang semula mengandalkan sektor pertanian menuju ke sektor industri.

d. Teori Perdagangan Baru (*New Trade Theory/ NTT*)

Teori ini termasuk teori pembangunan yang baru, keluarnya teori ini satu periode dengan teori *New Growth Theory* (NGT) dan *New Economic Geography* (NEG). NTT menawarkan perspektif yang berbeda dengan yang ditawarkan oleh NEG. NTT percaya bahwa sifat dasar dan karakter transaksi internasional telah sangat berubah dewasa ini di mana aliran barang, jasa dan aset yang menembus batas wilayah antarnegara tidak begitu dipahami oleh teori-teori perdagangan tradisional. Para pendukung NTT berpendapat bahwa ukuran pasar ditentukan secara fundamental oleh besar kecilnya angkatan kerja pada suatu negara, dan tenaga kerja pada dasarnya tidak mudah berpindah (*immobile*) lintas negara. Mereka percaya bahwa penentu utama lokasi adalah derajat tingkat pendapatan yang meningkat dari suatu pabrik, tingkat substitusi antar produk yang berbeda, dan ukuran pasar domestik. Dengan berkurangnya hambatan-hambatan perdagangan secara substansial, diperkirakan bahwa hasil industri yang meningkat akan terkonsentrasi dalam pasar yang besar¹².

Dari paparan beberapa teori pembangunan di atas dapat disarikan bahwa sektor industri merupakan komponen utama dalam pembangunan ekonomi nasional. Sektor ini tidak saja berpotensi mampu memberikan kontribusi ekonomi yang besar melalui nilai tambah, lapangan pekerjaan dan devisa, tetapi juga mampu memberikan kontribusi yang besar dalam transformasi struktural bangsa ke arah modernisasi kehidupan masyarakat yang menunjang pembentukan daya saing nasional. Selama dua dasawarsa sebelum krisis ekonomi, peran sektor industri terhadap perekonomian nasional hampir mencapai 24%.

¹² *Ibid*, Hal, 73-77

2. Industri Produk Halal

a. Deskripsi Industri Produk Halal

Dalam kajian ini deskripsi tentang produk halal mengacu pada Undang-Undang RI Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. Dalam Pasal 1 disebutkan produk adalah barang dan/atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat. Produk Halal adalah Produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam.

b. Lembaga-lembaga yang Memiliki Kepentingan

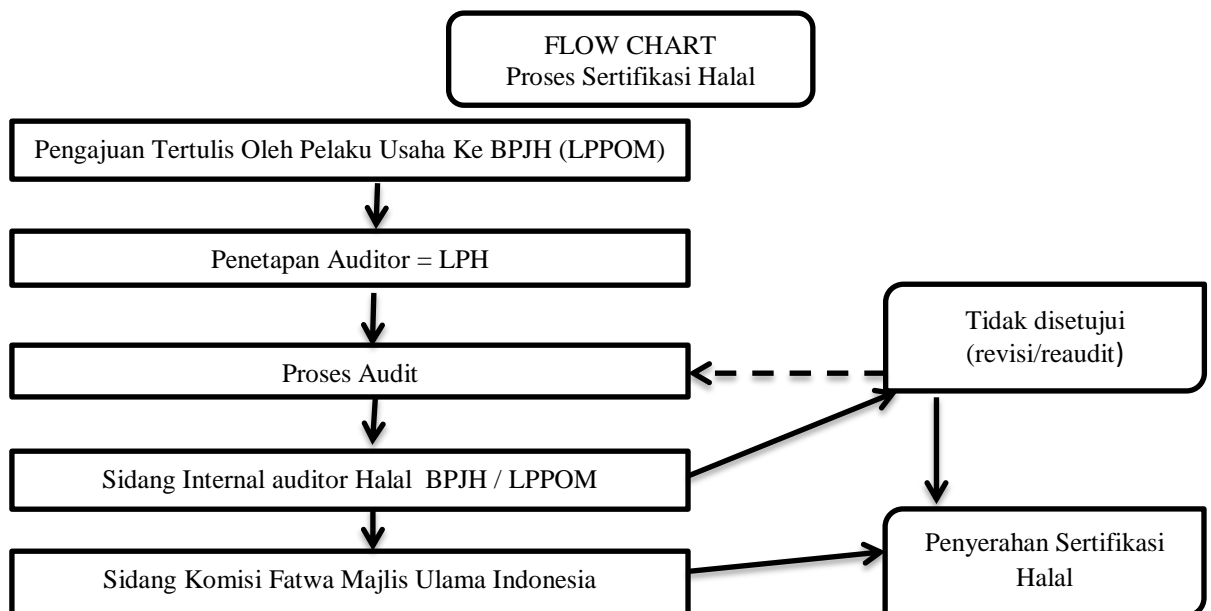
Untuk menjamin terealisasinya jaminan produk halal, pemerintah membentuk suatu badan yang bertanggung jawab atas terselenggaranya jaminan produk halal, yakni Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). BPJPH yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Menteri Agama. Dalam hal diperlukan, BPJPH dapat membentuk perwakilan di daerah. Dalam melaksanakan wewenangnya BPJPH bekerja sama dengan kementerian dan/atau lembaga terkait, LPH (Lembaga Pemeriksa Halal) dan MUI (Majlis Ulama Indonesia). Kementerian dan/atau lembaga terkait antara lain kementerian dan/atau lembaga yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang perindustrian, perdagangan, kesehatan, pertanian, standardisasi dan akreditasi, koperasi dan usaha mikro, kecil dan menengah, serta pengawasan obat dan makanan.

Selain BPJH pemerintah juga membentuk badan yang bertugas untuk memeriksa kehalalan suatu produk. Lembaga tersebut adalah LPH (lembaga Pemeriksa Halal), dimana LPH adalah lembaga yang melakukan kegiatan pemeriksaan dan/atau pengujian terhadap kehalalan Produk. Sedangkan penetapan kehalalan produk sebagaimana dikeluarkan oleh MUI dalam bentuk Keputusan Penetapan Halal Produk. Pemerintah dan/atau masyarakat dapat mendirikan LPH. LPH mempunyai kesempatan yang sama dalam membantu BPJPH melakukan pemeriksaan dan/atau pengujian kehalalan Produk.

Dalam praktiknya pemerintah akan berkoordinasi dengan MUI, dalam penyelenggaraan dan penjaminan produk halal, sebagaimana yang disebutkan dalam pasal 10, Kerja sama BPJPH dengan MUI sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 huruf c dilakukan dalam bentuk: a. sertifikasi Auditor Halal; b. penetapan kehalalan Produk; dan c. akreditasi LPH.

c. Mekanisme Pengajuan dan Penetapan Kehalalan Produk

Setiap pelaku usaha yang memproduksi produk dan hendak memasarkan atau memperdagangkan produknya di pasaran, dapat mengajukan permohonan secara tertulis untuk mendapatkan sertifikasi halal dari MUI. Adapun mekanismenya adalah diawali dari pelaku usaha secara tertulis mengajukan Sertifikat Halal kepada BPJPH atau LPPOM, jika belum terbentuk BPJH daerah. Kemudian BPJPH menetapkan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) yang sudah memiliki auditor untuk melakukan audit (pemeriksaan) Selanjutnya, LPH menyerahkan hasil pemeriksaan dan/atau pengujian kehalalal produk kepada BPJPH untuk disidangkan internal. Hasil sidang internal disampaikan kepada Majelis Ulama Indonesia (MUI) guna mendapatkan penetapan kehalalan produk. Jika sidang internal auditor tidak menemukan hal yang menyebabkan produk tidak memenuhi standar kehalalan produk, maka akan ditolak dan selanjutnya pelaku usaha dapat kembali mengajukan setelah semua dirasa cukup. Sebagaimana flow chart proses sertifikasi halal berikut.



Sumber: diolah

Jika UU No. 34 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (JPH) diberlakukan, maka produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Untuk itu, Pemerintah bertanggung jawab dalam menyelenggarakan JPH (Jaminan Produk Halal).

C. Data dan Metode Penelitian

Data yang digunakan dalam kajian ini merupakan data sekunder yang bersumber dari beberapa publikasi institusi formal, yakni Badan Pusat Statistik (BPS), Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, Bank Indonesia (BI), Kementerian Agama, kementerian perindustrian serta sumber lain terkait. Sementara alat analisis yang digunakan bersifat deskriptif. Studi kepustakaan, baik yang bersumber dari buku teks, jurnal ilmiah atau laporan resmi dari institusi formal serta *Forum Group Discussion* (FGD) dengan sesama akademisi maupun pelaku bisnis, untuk mempertajam analisis.

D. Pembahasan dan Analisis

1. Potensi Industri Produk Halal di Indonesia

Sebagai negara yang besar dengan penduduk yang mayoritas adalah beragama Islam, tentu merupakan hal yang ironi jika kebutuhan untuk konsumsi masyarakat Indonesia belum sepenuhnya terjamin kehalalannya, serta tidak ada pihak yang dapat benar-benar memastikan bahwa bahan baku atau produk jadi yang beredar dan diperdagangkan dipasaran terjamin kehalalannya. Sedangkan di satu sisi umat muslim dituntut untuk mengkonsumsi produk yang halal secara kaffah, mulai dari bahan baku, proses sampai produk siap konsumsi. Oleh karena itu umat Islam dituntut untuk mencari solusi atas permasalahan tersebut.

Perkembangan ekonomi syariah selama dua dekade ini menjadi angin segar bagi umat Islam, karena perlahan tapi pasti, tuntutan akan perilaku ekonomi sesuai dengan hukum Islam sudah mulai dirasakan oleh umat Islam, meski belum secara totalitas. Peran aktif dari pemerintah serta respon positif dari masyarakat pada umumnya akan perkembangan ekonomi syariah, termasuk didalamnya adalah industri produk halal menjadi potensi tersendiri bagi pelaku bisnis di dalam

negeri. lalu seberapa besar kah potensi akan industri halal bagi pelaku bisnis, akan dicoba dikaji sebagaimana berikut;

a. Kebutuhan akan Produk (barang dan jasa) Halal

Perilaku ekonomi, baik konsumsi maupun produksi Makanan halal, selain untuk memenuhi tuntutan syariat agama, juga telah menjadi budaya bagi masyarakat muslim di berbagai belahan dunia. Salah satu alasan mengkonsumsi produk halal, selain karena aspek higienitas adalah pemenuhan syariat Islam¹³. Berdasarkan data Sensus Penduduk Indonesia tahun 2010, penduduk Indonesia yang memeluk agama Islam tercatat sekitar 87 persen dari total penduduk Indonesia. Jumlah dan proporsi ini di prediksi akan terus meningkat dalam beberapa tahun ke depan. Dan mayoritas penduduk muslim secara ekonomi berada pada level *middle class*, yang pada akhir-akhir ini sedang meningkat daya belinya.

Kalangan menengah inilah yang diyakini akan membawa perubahan besar di negeri ini. Mereka telah selesai dan terpenuhi kebutuhan primernya. Namun akan terus mencari cara untuk memenuhi kebutuhan lainnya, yakni kebutuhan berekspresi dan kebutuhan pemenuhan spiritualitas. Ekonomi syariah dapat menjadi jawaban atas kebutuhan tersebut. Ekonomi syariah yang dibangun di atas sistem ekonomi yang bersumber dari ajaran Islam, diyakini lebih membawa keadilan ekonomi. Ia dapat menjadi pilihan kelas menengah tersebut karena diyakini dapat menjawab kebutuhan berekspresi dalam berekonomi juga dapat menjawab sisi kebutuhan spiritualnya¹⁴. Dan salah satunya adalah konsumsi produk halal, sehingga diyakini akan meningkatkan industri produk halal.

Sedangkan untuk tataran global, *Pew Research Center's Forum on Religion & Public Life* memproyeksikan total penduduk muslim dunia akan meningkat dari 1,6 milyar jiwa di tahun 2010 menjadi 2,2 jiwa di tahun 2030. Hal ini tentu akan menjadi mesin pendorong tersendiri bagi industri produk halal

¹³ Nor Aini Haji Idris dan Modh Ali Mohd Noor. *Analisis Keprihatinan Pengguna Muslim Terhadap Isu Halal-Haram Produk Melalui Pembentukan Indeks*. PROSIDING PERKEM VIII, JILID 3 (2013) 1245 - 12 ISSN: 2231-962X. Persidangan Kebangsaan Ekonomi Malaysia ke VIII (PERKEM VIII) "Dasar Awam Dalam Era Transformasi Ekonomi: Cabaran dan Halatuju" Johor Bahru, 7 – 9 Jun 2013. Hal, 1249

¹⁴ Ma'ruf Amin, *Ibid*.

dunia, karena permintaan produk halal akan berbanding lurus dengan peningkatan jumlah penduduk muslim. Permintaan akan produk halal pada faktanya tidak hanya datang dari kalangan muslim semata, tetapi juga non muslim, hal ini disebabkan karena meningkatnya preferensi masyarakat non muslim untuk mengkonsumsi produk-produk berlabel halal.

Peningkatan preferensi masyarakat non muslim terhadap produk halal terlihat juga diberbagai negara dengan penduduk muslim minoritas, seperti terlihat di Filiphina, negara dengan penduduk muslim minoritas (hanya 10 persen dari total penduduk sebanyak 84 juta jiwa), di Jepang juga demikian. Fenomena ini juga terjadi di Prancis dan negara-negara Eropa lainnya¹⁵. Preferensi akan produk-produk halal ini salah satunya terkait dengan masalah kualitas yang lebih terjamin dan higienitas produk-produk halal. Produk halal tentu sesuai dengan syariat Islam, yakni halal dan *toyiban* (baik), karena produk halal dan baik adalah aturan dalam Islam sebagaimana yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadits dalam perilaku ekonomi.

Hal ini tentu menunjukkan bahwa potensi akan perkembangan industri halal akan semakin besar. Tidak hanya di dalam negeri namun juga di negara-negara yang penduduk muslimnya minoritas, tidak hanya masyarakat muslim, namun juga non muslim. Sebagaimana pengguna produk dan jasa lembaga keuangan syariah baik bank maupun non-bank, tidak hanya berkembang di negara muslim, tapi juga negara dengan penduduk muslim minoritas, tidak hanya muslim tetapi juga non muslim. Hal serupa juga akan berlaku untuk industri (sektor riil) produk halal.

b. Keragaman Produk Halal

Meningkatnya preferensi masyarakat secara umum terhadap produk halal, menjadikan keragaman produk halal yang beredar di pasaran juga semakin beragam, demikian dengan derivatif produknya. Keragaman produk halal tidak lain untuk memenuhi permintaan akan produk yang semakin hari semakin tinggi, sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa dua faktor utama

¹⁵ Warta Ekspor *Peluang Bisnis Produk Halal di Perancis Besar Berkat Pertumbuhan Penduduk Muslim* Edisi: Ditjen PEN/MJL/004/4/2013. April 2013

pendorong akan permintaan produk halal adalah kebutuhan akan pemenuhan syariat Islam dalam perilaku ekonomi dan peningkatan pendapatan masyarakat muslim.

Indonesia dengan penduduk mayoritas adalah muslim, tentu kebutuhan akan keragaman produk halal terbilang tinggi. Begitu juga dengan penduduk muslim dunia, bila dilihat dari kuantitas yang ada, menunjukkan bahwa penduduk Islam diseluruh dunia saat ini diperkirakan berjumlah dua triliun. Tersebar keseluruh benua seperti Asia, 805 juta, Timur Tengah, 210 juta, Afrika, 300 juta, Eropa 18 juta dan Amerika Utara, 8 juta orang. Dan diperkirakan akan terus tumbuh 3.5% per tahunnya. Industri makanan halal mampu memberi keuntungan yang luar biasa¹⁶.

Besarnya jumlah penduduk serta meningkatnya pendapatan masyarakat muslim menyebabkan tingginya akan variatif dari produk halal, produk halal tersebut adalah produk yang telah dinyatakan sesuai syariat Islam, meliputi barangdan/atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan masyarakat. Selain itu industri life style lainnya juga akan dibutuhkan, seperti pariwisata, fashion, pendidikan, finansial, media dan rekreasional, layanan kesehatan dan kebugaran serta seni dan budaya. Dari masing-masing produk tersebut akan memunculkan produk derivatifnya. Misalnya dalam produk makanan halal daging, maka ada daging mentah dan siap konsumsi.

Keragaman produk halal ini menjadikan nilai pasar produk halal di beberapa negara selalu mengalami pertumbuhan setiap tahunnya. Menurut Irfan Sungkar, Direktur *Global Food Research and Advisory* di Kuala Lumpur yang dilansir dalam situs website [halalguide.com](http://www.halalguide.com), mengatakan bahwa pasar produk halal di negara-negara besar di Asia, seperti Indonesia, China, Pakistan dan India, rata-rata tumbuh sekitar tujuh persen pertahun dan diperkirakan mencapai dua kali

¹⁶ Yaakob & Mariam, 2002 dalam Bakar, Norlaila Abu Idris, dan Nor Aini Haji. *Keupayaan Mengeksport Produk Makanan Halal Di Kalangan Pengusaha PKS di Malaysia* <http://www.ukm.my/hairun/kertas%20kerja%20iCEPs/Keupayaan%20Mengeksport%20Produk%20Makanan%20Halal.pdf>

lipat dalam 10 tahun ke depan. Begitu halnya juga di beberapa negara di Eropa, meskipun penduduk muslim menjadi minoritas, tetapi karena daya beli mereka tinggi dan meningkatnya preferensi produk halal, menyebabkan nilai pasar produk halal di negara-negara tersebut juga mengalami pertumbuhan yang signifikan.

c. Kelengkapan Kerangka Hukum

Pemerintah telah mulai menunjukkan kesungguhannya dalam upaya percepatan pertumbuhan dan perkembangan sektor ekonomi syariah ini. Pemerintah telah intensif membenahi beberapa peraturan perundangan yang dinilai menjadi faktor penghambat kebijakan percepatan tersebut¹⁷. Pemerintah sebagai penguasa legal yang memiliki kekuatan untuk membuat dan menjalankan sebuah aturan negara memiliki tanggung jawab dalam pengembangan ekonomi syariah, termasuk dalam pengembangan industri produk halal di dalam negeri.

Setelah dua dekade turut aktif mengembangkan sektor keuangan syariah di dalam negeri, beberapa tahun terakhir pemerintah juga giat dalam mengembangkan ekonomi syariah di sektor riil. Pada tahun 2014 pemerintah telah mengesahkan UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Dalam UU yang terdiri atas 68 pasal itu ditegaskan, bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Adapun tujuan dari UU tersebut sebagaimana yang terdapat dalam Pasal 3, bahwa Penyelenggaraan JPH bertujuan, *Pertama*, memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan Produk Halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan Produk. *Kedua*, meningkatkan nilai tambah bagi Pelaku Usaha untuk memproduksi dan menjual Produk Halal.

Setidak-tidaknya ada dua pihak yang akan diuntungkan dengan adanya UU tersebut, yakni konsumen sebagai pengguna produk halal dan produsen sebagai penyedia produk halal. Selanjutnya bila permintaan dibarengi dengan penawaran, maka akan meningkatkan kegiatan ekonomi secara nasional. Bagi konsumen dengan diberlakukannya UU tentang JPH, akan memberikan rasa kenyamanan dalam mengonsumsi dan memanfaatkan barang dan jasa yang beredar dipasaran.

¹⁷ Amin, Ma'ruf. *Ibid.* Hal, 7

Sehingga bagi masyarakat muslim tidak perlu lagi merasa was-was dalam kegiatan konsumsi.

Selain itu, dengan disahkannya Rancangan Undang-Undang Jaminan Produk Halal (RUU JPH) pada tanggal 25 september 2014 juga menjadi dorongan untuk para pengusaha dan produsen untuk ikut berkecimpung dalam gerakan industri halal nasional. Hal ini mengingatkan bahwa peraturan dan perundang-undangan merupakan salah satu syarat bagi produsen dan pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya. Di Indonesia telah mengeluarkan beberapa peraturan yang secara implisit mengerakkan produk yang sesuai dengan prinsip agama, terutama untuk produk makanan yang beredar di masyarakat.

Adapun peraturan perundang-undangan yang sudah ada, yakni Peraturan perundang-undangan bertujuan melindungi masyarakat dari produksi dan peredaran produk yang tidak memenuhi syarat, terutama dari segi mutu, kesehatan, dan keyakinan agama, antara lain;

- a. Peraturan Menteri Kesehatan RI, No. 280/Menkes/Per/XI/76 tentang *ketentuan Peredaran dan penandaan pada makanan yang mengandung bahan berasal dari babi.*
- b. Keputusan Bersama Menteri Kesehatan dan Menteri Agama No. 427/Menkes/S K B/85 tentang *pencantuman tulisan halal pada label makanan.*
- c. Intruksi Presiden No. 2 tahun 1991 tentang *“peningkatan pembinaan dan pengawasan produksi dan peredaran makanan olahan”.*
- d. Keputusan Menteri Pertanian No. 41 3Kpts/TM/3 I0/7/T 992 tentang *pemotongan hewan potong dan penanganan daging serta hasil ikutannya.*
- e. Surat Keputusan Menteri Kesehatan No. 924/Menkes/SWVEII/1996 (SK ini merupakan keputusan bersama antara Departemen Kesehatan, Departemen Agama dan MUI).

Dan dengan lahirnya UU tentang JPH, serta respon positif dari masyarakat, tidak menutup kemungkinan akan melahirkan peraturan-peraturan lainnya untuk mendukung UU tentang JPH. Serta aturan-aturan baru berkaitan dengan industri

produk halal di Indonesia, sehingga potensi akan industri produk halal dapat dikembangkan secara optimal, baik bagi para pelaku usaha maupun masyarakat pada umumnya, atau bahkan dapat mendatangkan perusahaan besar dunia untuk investasi di industri produk halal di Indonesia.

d. Banyak Pelaku Usaha dalam Pasar Produk Halal

Indonesia memiliki potensi dan peluang yang sangat besar dalam pengembangan industri keuangan syariah mengingat Indonesia adalah negara dengan populasi muslim terbesar di dunia. Jumlah populasi yang besar memberikan potensi bagi Indonesia, yaitu berupa kecukupan sumber daya yang menjadi pelaku maupun pengguna produk dan layanan keuangan syariah. Perkembangan sektor ini telah memberikan dampak atau efek *multiplier* pada sektor lain. Tidak lain adalah sektor riil, yang ditandai dengan perkembangan produk halal

Negara-negara Islam akan menjadi target pasar yang potensial dengan *market size* yang besar bagi berbagai sektor industri non keuangan khususnya pada *consumer goods*, *fashion* dan pariwisata, sebagaimana dalam teori pasar, bahwa keuntungan yang besar akan menarik pelaku usaha untuk masuk dalam pasar tersebut, sampai keuntungan mencapai titik nol. Sehingga tidak heran jika sudah banyak negara-negara yang mengembangkan produk halal, baik untuk kebutuhan domestik, atau untuk ekspor ke negara-negara dengan penduduk muslim mayoritas.

Diantara negara-negara yang berorientasi untuk mengembangkan dan menjadi produsen produk halal antara lain, Malaysia Malaysia adalah salah satu negara yang cukup serius dalam mengembangkan produk-produk halal di dunia. Beberapa usaha yang dilakukan dalam mengembangkan produk halal ini antara lain pendirian *Halal Industry Development Corporation* (HDC) dan pembangunan zona industri halal, pemerintah Malaysia juga turut serta berperan aktif dalam mengembangkan produk halal dengan cara memanfaatkan teknologi serta bekerjasama baik dengan pelaku usaha atau akademisi. Selain Malaysia negara-negara Asia Tenggara lainnya adalah Philippina, Thailand dan Vietnam. Philippina merespon secara baik, atas fenomena perkembangan industri halal

dunia, setidaknya sekitar 50 perusahaan di Philippina telah mendapatkan sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh Dewan Dakwah Islam Filipina (IDCP). Thailand dan Vietnam demikian halnya, bahkan Thailand merupakan salah satu produsen besar barang halal dunia.

Sedangkan China sebagai negara dengan nilai perdagangan yang paling besar di dunia, juga menjadi produsen untuk industri produk halal, hal ini dapat dilihat dari jenis dan nilai ekspor produk halal produksi China, bahkan lebih jauh produsen utama baju muslim di Indonesia adalah China. Negara Asia lainnya yang mengembangkan produk halal adalah Australia, yang menjadi eksportir makanan halal terbesar ke Malaysia, dengan mengekspor daging sapi. Selain itu Australia juga mengekspor daging sapi halal ke berbagai negara salah satunya adalah Jepang. Meski Jepang juga berusaha menjadi produsen makanan halal, hal ini terlihat dari semakin banyak perusahaan-perusahaan Jepang yang mengembangkan dan memproduksi produk-produk halal buatan Jepang. (market intllijence)

Dan diantara negara-negara Eropa yang juga mengembangkan produk halal adalah Inggris, Prancis dan Selandia Baru. Inggris telah mengembangkan industri kosmetika dan toko daging (*butcher*) halal. Sekarang hampir di seluruh kawasan belanja di Inggris mudah ditemukan *butcher* halal. Selandia Baru, sebagai negara yang terkenal akan pengeksport daging ke berbagai penjuru dunia, telah menggiatkan sertifikasi halal sejak lama. Hampir 80 persen dari perusahaan daging yang ada di Selandia Baru sudah mendapat sertifikasi halal.

Indonesia dalam hal ini memiliki potensi yang besar dalam pemanfaatan peluang industri produk halal, di mana salah satu faktor utamanya adalah populasi penduduk muslim Indonesia yang cukup besar, selain itu SDA (Sumber Daya Alam) yang masih dapat dimaksimalkan untuk memenuhi permintaan produk halal. Oleh karena itu pemerintah Indonesia selalu berupaya untuk mendorong pelaku usaha dalam Negeri untuk berkecimpung dalam industri produk halal, demi perebutan pasar produk halal. salah satu upayanya pemerintah Indonesia adalah Pemerintah akan menggunakan sebagian dana dari APBN untuk membantu pelaku IKM (industri kecil menengah) mendapatkan sertifikat

halal. Total anggarannya mencapai Rp 5 miliar¹⁸. Selain itu pemerintah juga membuat kawasan industri, sebagai antisipasi masuknya barang halal dari luar, data Kemenperin menunjukkan, saat ini ada 74 kawasan industri di Indonesia dengan total luas mencapai 36,29 ribu hektare. Dari angka tersebut, 50 di antaranya berada di pulau Jawa dengan luas 26,12 ribu hektar, atau sekitar 71,9 persen dari total lahan kawasan industri tersebut¹⁹.

Semakin banyaknya negara-negara dunia yang mendedikasikan dirinya sebagai produsen produk halal, menyebabkan banyaknya pelaku usaha yang merebutkan *market share* dari sektor ini. Saat ini, pasar halal dunia bernilai lebih dari USD 2 triliun per tahun yang mencakup segmen industri, makanan, obat-obatan, dan kosmetik²⁰. Dan nilai tersebut diproyeksikan akan selalu mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan pertambahan jumlah penduduk muslim dunia, diproyeksikan pada 2025, penduduk muslim 30% dari populasi dunia. Ini pasar potensial yang diperebutkan produsen dalam perdagangan antar negara.

Sebagai gambaran akan potensi dari industri produk halal, dapat digambarkan dengan data perdagangan global, yang volumenya selalu mengalami pertumbuhan positif setiap tahunnya, diangka 2 sampai dengan 3,6 persen sebagaimana gambar 4.1. begitu juga dengan industri produk halal, dengan asumsi populasi muslim dunia meningkat dan kepatuhan syariah dijalankan, perdagangan produk halal juga akan mengalami peningkatan volume setiap tahunnya.

¹⁸ <http://www.kemenperin.go.id/artikel/11012/UU-Jaminan-Produk-Halal-Harus-Direvisi>. diakses 25 Maret 2018

¹⁹ <http://www.kemenperin.go.id/artikel/14913/Kemenperin-Bikin-Kawasan-Industri-Halal>. diakses 25 Maret 2018

²⁰ Kemendag RI. *World Halal Day 2016: Produk Halal Kini Jadi Gaya Hidup Konsumen Dunia*. <http://www.kemendag.go.id/files/pdf/2016/11/10/world-halal-day-2016-produk-halal-kini-jadi-gaya-hidup-konsumen-dunia-id0-1478745817.pdf>. diakses 25 pebruari 2018

Gambar 4.1 Perkembangan Perdagangan Global (WTO)

	2012	2013	2014	2015	2016P	2017P
Volume of world merchandise trade	2.2	2.4	2.8	2.8	2.8	3.6
Exports						
Developed economies	1.1	1.7	2.4	2.6	2.9	3.8
Developing and emerging economies	3.8	3.8	3.1	3.3	2.8	3.3
North America	4.5	2.8	4.1	0.8	3.1	4.0
South and Central America	0.9	1.2	-1.8	1.3	1.9	1.9
Europe	0.8	1.7	2.0	3.7	3.1	4.1
Asia	2.7	5.0	4.8	3.1	3.4	4.0
Other regions ^b	3.9	0.7	0.0	3.9	0.4	0.4
Imports						
Developed economies	-0.1	-0.2	3.5	4.5	3.3	4.1
Developing and emerging economies	4.9	5.0	2.1	0.2	1.8	3.1
North America	3.2	1.2	4.7	6.5	4.1	5.3
South and Central America	0.7	3.6	-2.2	-5.8	-4.5	5.1
Europe	-1.8	-0.3	3.2	4.3	3.2	3.7
Asia	3.7	4.8	3.3	1.8	3.2	3.3
Other regions ^b	9.9	3.7	-0.5	-3.7	-1.0	1.0
Real GDP at market exchange rates (2005)	2.2	2.2	2.5	2.4	2.4	2.7
Developed economies	1.1	1.0	1.7	1.9	1.8	2.0
Developing and emerging economies	4.7	4.5	4.2	3.4	3.5	4.2
North America	2.3	1.5	2.4	2.3	2.3	2.5
South and Central America	2.8	3.3	1.0	-1.0	-1.7	1.1
Europe	-0.2	0.4	1.5	1.9	1.8	2.0
Asia	4.4	4.4	4.0	4.0	4.0	3.9
Other regions ^b	3.8	2.6	2.5	0.9	1.7	2.9

Sumber: Kemenperin, 2016

e. Kebutuhan Ekspor

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa selain populasi muslim dunia meningkat, preferensi masyarakat dunia akan produk halal juga meningkat, perdagangan dunia selalu positif, hal-hal demikian menjadikan kebutuhan ekspor akan produk halal juga mengalami peningkatan. Tentu hal ini menjadi peluang bagi pelaku usaha dalam negeri. Saat ini, permintaan akan produk-produk halal secara global terus mengalami peningkatan. Untuk Pasar Asia Tenggara, ekspor produk halal mencapai 100 juta dollar. Jumlah ini mengalami peningkatan 100% dibandingkan tahun sebelumnya, yang hanya mencapai 50 juta dolar. Sementara itu, pertumbuhan nilai ekspor produk halal dari Indonesia di 2011 hingga 2014 sebesar 11,17%²¹.

²¹ <http://www.kemenperin.go.id/artikel/14913/Kemenperin-Bikin-Kawasan-Industri-Halal>. Diakses tanggal 27 Maret 2018

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. Pasar produk pangan halal yang menjadi porsi bisnis utama di dunia terdapat di negara-negara berpenduduk mayoritas muslim seperti Aljazair, Bahrain, Mesir, Indonesia, Iran, Irak, Yordania, Kuwait, Libanon, Yaman, Malaysia, Maroko, Oman, Qatar, Siria, Arab Saudi, Tunisia, Turki, dan Uni Emirat Arab. Pada negara-negara non-muslim, pasar utama pangan halal dunia terdapat di India (dengan populasi penduduk muslim sekitar 140 juta jiwa), Perancis (6 juta penduduk muslim), Republik Rakyat Cina (RRC) (40 juta penduduk muslim), Jerman (3 juta penduduk muslim), Amerika Serikat (8 juta penduduk muslim), Inggris (1,5 juta penduduk muslim), Filipina (6 juta penduduk muslim), dan Kanada (0,8 juta penduduk muslim)²². Adapun jumlah penduduk atau populasi muslim dunia pada tahun 2012, sebagaimana yang ditunjukkan oleh Gambar 4.2 berikut.

Gambar 4.2 Populasi Muslim Dunia, 2012.

<i>Continent Population</i> <i>(in million)</i>	<i>Total Population</i> <i>(in million)</i>	<i>Muslim</i> <i>(%)</i>	<i>Muslim Population</i> <i>(in million)</i>
Africa	1051,4	52,39%	550,83
Asia	4239,1	32%	1 356,51
Europe	740,01	7,60%	56,24
North America	346,2	2,20%	7,62
South America	595,9	0,41%	2,44
Oceania	37,14	1,50%	0,56
Total	7009,75	28,73%	2 013,90

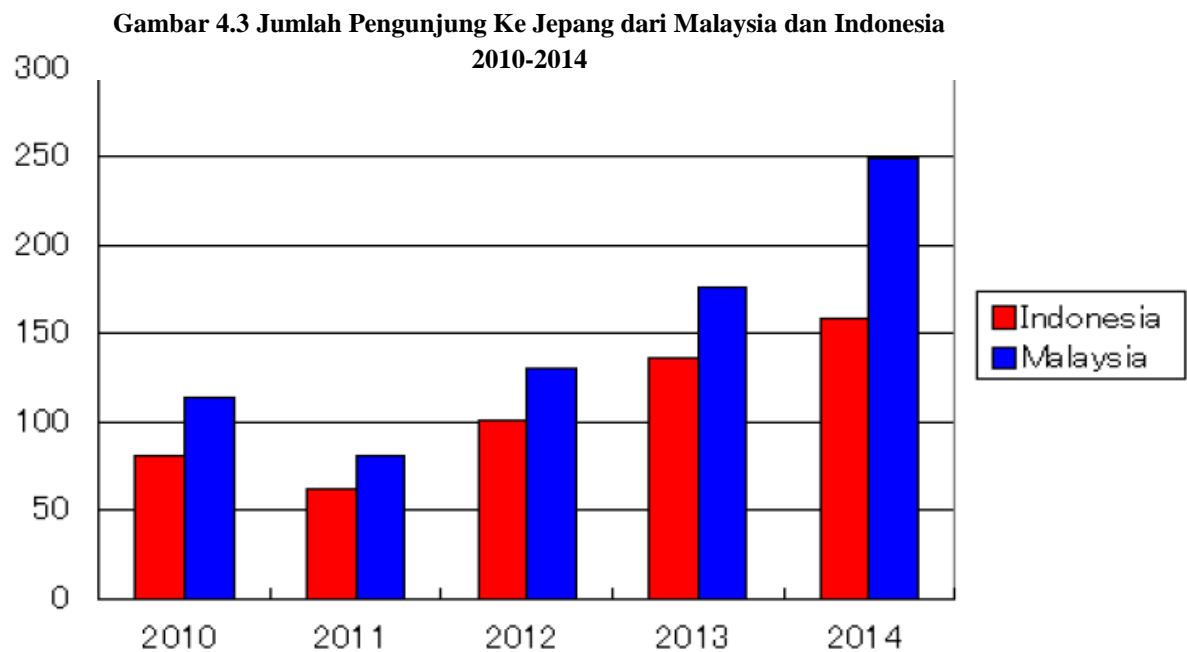
Sumber: dilansir di situs <http://www.muslimpopulaton.com/world> dikutip Kemenperin, 2013

Beberapa modal untuk merebut pasar produk halal dunia, pada prinsipnya sudah dimiliki oleh pelaku usaha dalam negeri, salah satunya adalah legal formal (sertifikat halal) untuk memproduksi dan mengedarkan produk halal, yang tidak terbatas pada produk makanan dan minuman saja, dalam hal ini Indonesia memiliki MUI yang fatwa dan setifikat halalnya sudah diakui oleh dunia. Ditambah lagi dengan telah disahkannya Undang-Undang Jaminan Produk Halal

²² *Market Brief Halal Product. ITPC Osaka 2013. Kementerian Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia. Hal, 11-12*

pada September 2014. Beberapa kebutuhan ekspor produk halal dapat dideskripsikan berikut.

Menurut data dari *Brand Research Institute, Inc.*, besar market produk halal di Jepang secara keseluruhan adalah sekitar US\$ 919 juta. Jumlah penduduk muslim di Jepang diperkirakan sekitar 185 ribu orang, dengan komposisi 50 ribu orang Jepang, dan selebihnya adalah orang asing yang tinggal di Jepang. Market produk makanan halal di Jepang sangat dipengaruhi oleh jumlah pendatang asing ke Jepang, dan market produk makanan halal di Jepang ini diperkirakan akan terus meningkat dengan bertambahnya wisatawan asing yang berkunjung. Dua negara dengan penduduk muslim mayoritas yang sering berkunjung ke Jepang adalah warga Indonesia dan Malaysia, sebagaimana Gambar 4.3 berikut.



Sumber: Kemenperin, 2015

Negara di Asia lain yang berpotensi besar untuk menjadi tujuan ekspor produk pangan halal Indonesia adalah Malaysia. Namun sayangnya sampai dengan sekarang Indonesia masih menduduki peringkat keempat setelah Australia, Tiongkok dan Selandia Baru dalam hal ekspor produk makanan dan minuman halal ke Malaysia. Padahal Indonesia sangat berpeluang besar untuk

memasarkan produk makanan dan minuman halal di Malaysia karena sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) sudah diakui oleh otoritas halal di Malaysia. Negara-negara lain yang dibidik untuk menjadi tujuan ekspor Indonesia adalah Negara-negara OIC. Dalam sektor makanan khususnya komoditas meat and live animal, Negara-negara OIC setiap tahunnya mengimpor komoditas tersebut sebesar 15,4 Milyar US Dollar setiap tahunnya dan 91% dari impor tersebut datang dari Negara yang bukan tergabung dalam OIC²³.

Sementara di Uni Eropa, meski jumlah penduduk muslimnya minoritas dan jumlahnya sedikit, pertumbuhan akan permintaan produk halal, khususnya makanan dan minuman cukup besar karena daya beli yang tinggi, seperti di Perancis dan Belanda. Di Perancis penduduknya membelanjakan 30% penghasilannya untuk makanan halal. Kuantitas konsumsi makanan daging sekitar 400 ribu metrik ton setahunnya. *Diversity Baby-Boomers Du Halal*” atau era kelahiran variasi produk halal dimulai tahun 2009 yang ditandai dengan maraknya produk makanan halal yang diluncurkan, tidak hanya oleh para pengusaha kecil, seperti penjual daging, tapi juga perusahaan nasional Perancis, misalnya Fleury Michon, Herta, Knorr, Labeyrie, Liebig, dan Maggi. Perusahaan tersebut berinvestasi pada produk halal dengan meluncurkan berbagai produk²⁴. Sedangkan di Belanda, sebagaimana yang dilansir oleh situs halalguide.com yang dikutip oleh warta ekspor kementerian perdagangan Indonesia, makanan halal tidak hanya dikonsumsi Muslim, tetapi juga non Muslim, sehingga total permintaan pasar halal mampu mencapai 2,8 miliar dolar per tahun. Untuk Indonesia sendiri diperkirakan akan terjadi penambahan permintaan produk makanan daging halal mencapai 1,3 juta metrik ton setahunnya.

Besarnya potensi industri produk halal dunia, menjadi peluang sekaligus tantangan bagi negara Indonesia, menjadi peluang karena Indonesia memiliki modal baik SDM (sumber daya manusia), SDA (sumber daya alam) dan lembaga pendukung produk halal dalam hal ini MUI (Majlis Ulama Indonesai) serta

²³ Rahmawati, Rahmi. *Perkembangan Dan Outlook Industri Halal*.

²⁴ Warta Ekspor *Peluang Bisnis Produk Halal di Perancis Besar Berkat Pertumbuhan Penduduk Muslim* Edisi: Ditjen PEN/MJL/004/4/2013. April 2013

beberapa aturan legal formal yang sudah ada, sehingga pelaku usaha dalam negeri dapat memanfaatkan itu semua untuk menangkap peluang industri produk halal, menjadi tantangan karena seiring dengan besarnya *share market* di dalam industri produk halal, negara lain juga mendedikasikan dan menyiapkan diri untuk menjadi produsen produk halal dunia. Jika Indonesia tidak mampu mengembangkan produk halal, maka Indonesia selamanya akan menjadi pasar produk halal negara-negara eksportir produk halal.

Oleh karena itu diperlukan kerjasama antar stake holder industri produk halal, mulai dari pemerintah, lembaga-lembaga terkait dengan produk halal, pelaku usaha serta masyarakat pada umumnya. Dibutuhkan kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi produk halal dalam negeri, dengan sendirinya akan memproteksi dari produk halal impor. Sehingga Indonesia mampu menjadi produsen produk halal dunia, dan pengembangan ekonomi syariah di Indonesia baik sektor keuangan (moneter) dan sektor industri produk halal (sektor riil) dapat berkembang secara optimal.

E. Kesimpulan

Dari deskripsi tentang potensi industri produk halal bagi pelaku usaha di Indonesia di atas, maka dapat diambil beberapa kesimpulan, sebagai berikut;

Pertama, Kebutuhan akan Produk (barang dan jasa) Halal. Perilaku ekonomi, baik konsumsi maupun produksi Makanan halal, selain untuk memenuhi tuntutan prinsip agama Islam, juga telah menjadi budaya bagi masyarakat muslim di berbagai belahan dunia. Sedangkan untuk tataran global, diproyeksikan total penduduk muslim dunia akan meningkat dari 1,6 milyar jiwa di tahun 2010 menjadi 2,2 jiwa di tahun 2030. Hal ini tentu akan menjadi mesin pendorong tersendiri bagi industri produk halal dunia, karena permintaan produk halal akan berbanding lurus dengan peningkatan jumlah penduduk muslim. Permintaan akan produk halal pada faktanya tidak hanya datang dari kalangan muslim semata, tetapi juga non muslim, hal ini disebabkan karena meningkatnya preferensi masyarakat non muslim untuk mengkonsumsi produk-produk berlabel halal.

Kedua, Keragaman Produk Halal. Keragaman produk halal tidak lain untuk memenuhi permintaan akan produk yang semakin hari semakin tinggi, besarnya jumlah penduduk serta meningkatnya pendapatan masyarakat muslim menyebabkan tingginya akan variatif dari produk halal, produk halal tersebut adalah produk yang telah dinyatakan sesuai syariat Islam, meliputi barangdan/atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan masyarakat. Selain itu industri *life style* lainnya juga akan dibutuhkan, seperti pariwisata, fashion, pendidikan, finansial, media dan rekreasional, layanan kesehatan dan kebugaran serta seni dan budaya

Ketiga, Kelengkapan Kerangka Hukum. Peran aktif dari pemerintah dalam pengembangan ekonomi syariah di Indonesia, telah berjalan dua dekade, baik pengembangan sektor keuangan syariah maupun sektor riil. Pada tahun 2014 pemerintah telah mengesahkan UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Yang bertujuan memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan Produk Halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan Produk, serta meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan memperdagangkan produk halal. pemerintah Indonesia telah mengeluarkan beberapa peraturan yang secara implisit mengerakkan produk yang sesuai dengan prinsip agama Islam, terutama untuk produk makanan yang beredar di masyarakat. Dan dengan lahirnya UU tentang JPH, serta respon positif dari masyarakat, tidak menutup kemungkinan akan melahirkan peraturan-peraturan lainnya untuk mendukung industri produk halal.

Keempat, Banyak Pelaku Usaha dalam Pasar Produk Halal. Diantara negara-negara yang berorientasi untuk mengembangkan dan menjadi produsen produk halal antara lain, Malaysia Malaysia adalah salah satu negara yang cukup serius dalam mengembangkan produk-produk halal di dunia. Selain Malaysia negara-negara Asia Tenggara lainnya adalah Philippina, Thailand dan Vietnam. Sedangkan China sebagai negara dengan nilai perdagangan yang paling besar di dunia, juga menjadi produsen untuk industri produk halal, Negara Asia lainnya

yang mengembangkan produk halal adalah Australia, yang menjadi eksportir makanan halal. Dan diantara negara-negara Eropa yang juga mengembangkan produk halal adalah Inggris, Prancis dan Selandia Baru. Inggris telah mengembangkan industri kosmetika dan toko daging (*butcher*) halal. Demikian halnya Indonesia dalam pemanfaatan peluang industri produk halal, pemerintah Indonesia selalu berupaya untuk mendorong pelaku usaha dalam Negeri untuk berkecimpung dalam industri produk halal, demi perebutan pasar produk halal.

Kelima, Kebutuhan Ekspor. Permintaan akan produk-produk halal secara global terus mengalami peningkatan. 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. Negara-negara Asia yang memiliki kebutuhan ekspor produk halal antara lain, Malaysia, Jepang dan India. Sementara di Uni Eropa, meski jumlah penduduk muslimnya minoritas dan jumlahnya sedikit, pertumbuhan akan permintaan produk halal, khususnya makanan dan minuman cukup besar karena daya beli yang tinggi, seperti di Perancis dan Belanda.

F. Rekomendasi

Dari hasil kajian tentang potensi industri produk halal bagi pelaku usaha di Indonesia, ada dua rekomendasi utama yang dapat direkomendasikan oleh penulis sebagaimana berikut,

1. Kajian Lebih Lanjut

Mengingat bahwa masih banyaknya kelemahan dan kekurangan dalam kajian ini, serta masih minimnya kajian tentang industri produk halal, maka peneliti merekomendasikan bagi akademisi untuk melakukan kajian lebih lanjut tentang industri produk halal di Indonesia, yang bertujuan antara lain untuk mengembangkan produk halal khususnya di Indonesia, serta menambah khazanah keilmuan terkait dengan industri produk halal.

2. Data Khusus Tentang Produk Halal

Salah satu kendala yang ditemukan oleh penulis selama melakukan kajian tentang industri produk halal, adalah kesulitan dalam mencari sumber data produk

halal, mulai dari ragam dan jenis produk, jumlah pelaku usaha sampai dengan nilai produksi dan nilai pasar produk halal. Sehingga diharapkan pemerintah dalam hal ini adalah BPS (Badan Pusat Statistik) untuk memerhatikan dan menerbitkan data-data sekunder berkaitan dengan industri produk halal.

DAFTAR PUSTAKA

- Afroniyati, Lies. *Analisis Ekonomi Politik Sertifikasi Halal Oleh Majelis Ulama Indonesia*. Jurnal Kebijakan & Administrasi Publik (JKAP) Vol. 18, No. 1, Mei 2014
- Amin, Ma'ruf . *Solusi Hukum Islam (Makharij Fiqhiyah) Sebagai Pendorong Arus Baru Ekonomi Syariah di Indonesia (Kontribusi Fatwa DSN-MUI dalam Peraturan Perundang-undangan RI)*. ORASI ILMIAH Disampaikan dalam Pengukuhan Guru Besar Bidang Ilmu Ekonomi Muamalat Syariah. Kementerian Agama UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. 2017
- Bakar, Norlaila Abu Idris, dan Nor Aini Haji. *Keupayaan Mengeksport Produk Makanan Halal Di Kalangan Pengusaha PKS di Malaysia* <http://www.ukm.my/hairun/kertas%20kerja%20iCEPs/Keupayaan%20Mengeksport%20Produk%20Makanan%20Halal.pdf>
- Darsono dkk. *Dinamika produk dan akad keuangan syariah di Indonesia*. Jakarta: Departemen Riset Kebanksentralan Bank Indonesia. Hal, 20. 2016.
- <http://www.kemenperin.go.id/artikel/14913/Kemenperin-Bikin-Kawasan-Industri-Halal>
- Idris, Nor Aini Haji dan Noor, Modh Ali Mohd. *Analisis Keprihatinan Pengguna Muslim Terhadap Isu Halal-Haram Produk Melalui Pembentukan Indeks*. PROSIDING PERKEM VIII, JILID 3 (2013) 1245 - 12 ISSN: 2231-962X. Persidangan Kebangsaan Ekonomi Malaysia ke VIII (PERKEM VIII) "Dasar Awam Dalam Era Transformasi Ekonomi: Cabaran dan Halatuju" Johor Bahru, 7 – 9 Jun 2013
- Kementerian Perdagangan RI. *Market Intelligence: Produk Makanan Halal, Kerajinan dan Furnitur Indonesia di Pasar Jepang*, Atase Perdagangan Tokyo.2015.
- Mudrajad Kuncoro, 2006. *Ekonomika Pembangunan Teori, Masalah dan Kebijakan Edisi Keempat*. Yogyakarta: UPP STIM YKPM
- N Gregory Mankiw. *Terj. Teori Makroekonomi Edisi Kelima*. Jakarta: Penerbit ERLANGGA.
- Nasrullah, Aan. *Upaya Peningkatan Partisipasi Masyarakat Dalam Penggunaan Produk dan Jasa Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Sebagai Salah Satu Pilar Sistem Keuangan Nasional*. PROSIDING: Seminar Nasional dan Temu Ilmiah Jaringan Peneliti. IAI DARUSSALAM Banyuwangi. 21-22 Januari 2017

OJK (Otoritas Jasa Keuangan), *Roadmap Pengembangan Keuangan Syariah Indonesia 2017-2019*.

Rama, Ali. “*POTENSI PASAR PRODUK HALAL DUNIA*.” *Fajar*, 2014.
https://www.academia.edu/10449487/Potensi_Pasar_Produk_Halal_Dunia.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor. 34 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (JPH).

Warta Ekspor *Peluang Bisnis Produk Halal di Perancis Besar Berkat Pertumbuhan Penduduk Muslim* Edisi: Ditjen PEN/MJL/004/4/2013. April 2013