



Penguatan Industri Halal bagi Daya Saing Wilayah: Tantangan dan Agenda Kebijakan

Lokot Zein Nasution

Lokot Zein Nasution; Pusat Kebijakan Sektor Keuangan (PKSK), Badan Kebijakan Fiskal (BKF), Kementerian Keuangan RI, Gedung R.M Notohamiprodjo, Jl. DR. Wahidin No. 1 Jakarta 10710.

ARTICLE INFO

Article history:

Received 2020-06-15

Received in revised form 2020-07-17

Accepted 2020-08-01

Kata kunci:

Industri Halal, Rantai Pasokan, Daya Saing Wilayah, Efektivitas Kelembagaan.

Keywords:

Halal Industry, Supply Chain, Regional Competitiveness, Institutional Effectiveness.

How to cite item:

Lokot Zein Nasution. (2020). Penguatan Industri Halal bagi Daya Saing Wilayah: Tantangan dan Agenda Kebijakan. *Journal of Regional Economics Indonesia*, 1(2).

Abstrak

Industri halal di tingkat global terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, tidak hanya di negara-negara mayoritas muslim, namun juga nonmuslim. Industri halal menawarkan konsep kebaikan untuk dikonsumsi, sehingga menjadi jaminan bahwa produk atau jasa yang dihasilkan mempunyai kualitas terbaik. Indonesia sebenarnya mempunyai potensi yang tinggi dalam menangkap peluang pasar industri halal global, namun masih diperlukan penguatan kebijakan. Tantangan paling besar terletak pada: (i) keberagaman sosial yang mempengaruhi pola konsumsi industri halal; (ii) relatif masih rendahnya kapasitas pelaku industri khususnya UMKM dalam memahami rantai pasokan halal; (iii) belum adanya integritas hulu hilir dalam industri halal; (iv) belum kuatnya integritas produk industri halal akibat regulasi yang masih parsial; dan (v) masih rendahnya tingkat literasi produk industri halal. Agenda kebijakan yang dianggap penting untuk meminimalisir tantangan tersebut adalah melalui efektivitas kelembagaan dalam menjamin integritas rantai pasok industri halal. Efektivitas kelembagaan mengacu pada integrasi ekosistem industri halal yang mencakup regulasi, kebijakan, proses, prosedur, peraturan dan hukum yang mengarahkan pemangku kepentingan, khususnya pelaku industri halal menuju kepatuhan syariah. Proses tersebut sangat penting bagi peningkatan daya saing wilayah karena melibatkan seluruh proses produksi dan layanan, yang terhubung dalam rantai pasokan. Usulan tersebut sangat penting dalam mengembangkan literatur industri halal sebagai bagian integral dari konsep pengembangan ekonomi syariah relevansinya dengan penguatan regional.

Abstract

The halal industry at the global level continues to experience significant growth, not only in Muslim-majority countries, but also non-Muslim countries. Halal industry offers the concept of goodness for consumption, so it is a guarantee that the product or service produced has the best quality. Indonesia actually has high potential in capturing market opportunities for the global halal industry, but policy strengthening is still needed. The biggest challenges lie in: (i) social diversity that affects the consumption patterns of the halal industry; (ii) the relatively low capacity of industry players, especially MSMEs, in understanding the halal supply chain; (iii) there is no upstream downstream integrity in the halal industry; (iv) the lack of integrity of halal industrial products due to partial regulations; and (v) the low level of literacy of halal industrial products. The policy agenda that is considered important to minimize these challenges is through institutional effectiveness in ensuring the integrity of the halal industry supply chain. Institutional effectiveness refers to the integration of the halal industry ecosystem which includes regulations, policies, processes, procedures, regulations and laws that direct stakeholders, especially halal industry players, towards sharia compliance. This process is very important for increasing regional competitiveness because it involves all production and service processes, which are connected in the supply chain. This proposal is very important in developing the halal industry literature as an integral part of the concept of sharia economic development in relation to regional strengthening.

* Lokot Zein Nasution.

© 2020 University of Merdeka Malang All rights reserved.

Peer review under responsibility of University of Merdeka Malang All rights reserved.

1. Latar Belakang

Pengembangan industri halal telah menjadi agenda utama bagi perencanaan strategi pembangunan negara-negara di dunia. Bahkan, beberapa negara yang mayoritas bukan sebagai negara muslim mempunyai tingkat kesadaran dan kepedulian yang tinggi terhadap integritas status halal yang melibatkan semua aktivitas di sepanjang rantai pasokan (Zulfakar, et.al, 2014). Definisi halal mengacu pada kebaikan (*toyyib*), dan segala sesuatu yang diperbolehkan dalam Islam dan baik bagi manusia. Keunggulan industri halal terletak pada pilihan gaya hidup yang berprinsip pada nilai-nilai kebaikan (*syariah*), seperti pemerataan kesejahteraan, tanggung jawab sosial, ramah lingkungan, keadilan, menghindari ribawi, dan investasi yang beretika. Keunggulan tersebut menyiratkan terdapat integrasi nilai-nilai etika bersamaan dengan nilai-nilai agama dan membuka potensi industri halal dari 2,8 miliar konsumen muslim hingga konsumen non muslim di seluruh dunia (Azam & Abdullah, 2020). Kesadaran dan potensi pasar terhadap industri halal mencakup beragam sektor, seperti makanan minuman, kesehatan, pariwisata, kimiawi, logistik, pemasaran, media cetak dan elektronik, pembiayaan, dan beragam sektor strategis lainnya.

Data sampai bulan Maret 2020, total keseluruhan nilai industri halal global diperkirakan mencapai USD 2,3 triliun (belum termasuk sektor keuangan syariah) (Azam & Abdullah, 2020). Setidaknya terdapat delapan sektor dengan nilai tertinggi penghasil industri halal, dimana nilainya pada tahun 2021 diestimasi masing-masing (Azam & Abdullah, 2020) adalah: (i) industri keuangan diperkirakan USD 2 triliun; (ii) industri makanan halal diperkirakan USD 1,17 triliun; (iii) industri *healthcare* diperkirakan USD 436 miliar; (iv) industri pendidikan diperkirakan USD 402 miliar; (v) industri busana diperkirakan USD 243 miliar; (vi) industri media dan hiburan diperkirakan USD 189 miliar; (vii) industri travel diperkirakan USD 151 miliar; dan (v) industri obat dan kosmetik yang diperkirakan sebesar USD 78 miliar.

Ukuran konsumen muslim juga terus berkembang, dimana ukuran pasar industri halal setiap tahun selalu mengalami peningkatan (sebesar 20 persen dengan nilai mencapai USD 560 miliar per tahun (Azam & Abdullah, 2020). Selain itu, PDB per kapita rata-rata muslim telah meningkat dari USD 1.763 pada tahun 1993 menjadi USD 10.728 pada

tahun 2015. Dari total 57 negara anggota *Organisation of Islamic Cooperation* (OIC), memiliki PDB gabungan mencapai USD 27,9 trilliun. Potensi pasar halal yang paling menjanjikan dan tumbuh cepat dapat dilihat dari rasio penduduk muslim, diantaranya adalah Asia Pasifik (61,9 persen), Timur Tengah dan Afrika Utara (20,1 persen), Sub-Sahara Afrika (15,3 persen), Eropa (2,4 persen), dan Amerika (0,3 persen) (Mubarok & Imam, 2020). Potensi tersebut mampu ditangkap oleh negara-negara produsen industri halal nonmuslim, seperti Brazil, Argentina, Australia, Selandia Baru, dan Singapura sebagai negara dengan skor *Global Islamic Economy Indicator* (GIEI) tertinggi (tahun 2017-2018) di pasar makanan halal. Dengan basis konsumen yang semakin berkembang, dan pertumbuhan yang meningkat di banyak kawasan global, industri halal telah menjadi kekuatan kompetitif dalam konstelasi perdagangan internasional (Elasrag & Hussein, 2016).

Indonesia mempunyai potensi sangat besar dalam menangkap peluang industri halal, baik di tingkat nasional, regional, maupun global. Laporan terakhir dari *State of The Global Islamic Economy* pada tahun 2018, sebagaimana disampaikan Mubarok & Imam (2020), menempatkan Indonesia sebagai urutan pertama untuk konsumen produk makanan halal di dunia. Indonesia merupakan negara berpenduduk muslim terbesar, yakni mencapai 209,1 juta jiwa atau 87,2 persen dari total penduduk Indonesia (Mubarok & Imam, 2020). Angka tersebut mewakili 13,1 persen total populasi muslim di dunia. Pada skala global, potensi pasar industri halal juga tercermin dari jumlah penduduk muslim yang akan meningkat menjadi 2,2 miliar jiwa pada tahun 2030, padahal tahun 2010 masih sebesar 1,6 miliar (Mubarok & Imam, 2020). Selain itu, pada tahun 2017, Indonesia merupakan negara yang mampu menghabiskan USD 218,8 miliar untuk perekonomian syariah. Data tersebut menjadi cerminan bahwa Indonesia berpotensi sebagai negara dengan pangsa pasar produk halal terluas di dunia.

Meski demikian, strategi kebijakan di Indonesia sejauh ini masih perlu ditingkatkan agar bisa mengoptimalkan potensi pasar industri halal di tingkat global. Indonesia masih belum masuk dalam peringkat 10 besar global untuk kategori produsen makanan halal sebagaimana dipublikasi oleh *State of The Global Islamic Economy* tahun 2018 (Mubarok & Imam, 2020). Penguatan industri halal sangat dibutuhkan bagi

peningkatan perekonomian, sehingga dibutuhkan penguatan sektor-sektor industri halal. Selain sektor makanan, Indonesia masih belum mempunyai indeks terbaik untuk jenis sektor industri halal lainnya, khususnya berhubungan dengan industri gaya hidup (*life style*). Selain itu, masih terdapat tendensi bahwa masyarakat dan pemangku kepentingan belum memiliki kesadaran yang tinggi tentang urgensi pengembangan industri halal yang notabene mempunyai prospek yang sangat baik.

Salah satu yang ditekankan pengaruh industri halal terhadap perekonomian adalah dampak terhadap daya saing wilayah. Penguatan industri halal akan mengembangkan sektor industri yang ditekankan pada jenis industri halal, sehingga multiplier yang dimunculkan bisa lebih ditonjolkan. Pemerintah sebenarnya sudah mengupayakan pengembangan industri halal melalui penyusunan regulasi, salah satunya adalah penerbitan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Selain itu juga telah dibentuk lembaga Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), yang fungsinya adalah (Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014): (i) menetapkan kebijakan jaminan produk halal; (ii) menetapkan norma; (iii) menetapkan standar, prosedur, dan kriteria jaminan produk halal; (iv) menerbitkan dan mencabut sertifikat halal pada produk luar negeri; dan (v) melakukan registrasi sertifikat halal pada produk luar negeri yang dijelaskan dalam undang-undang jaminan produk halal. Selain itu, sebelum bulan Juni tahun 2020, sudah terdapat lebih dari 2.000 perusahaan bersertifikat halal yang tercatat dalam Lembaga Pengkajian Pangan Obat dan Kosmetik (LPPOM) Majelis Ulama Indonesia (MUI) (Katadata.co.id, 2020). Kondisi tersebut mencerminkan bahwa pemerintah sudah mempunyai upaya dalam pengembangan industri halal.

Berdasarkan kondisi di atas, maka diperlukan strategi percepatan pengembangan industri halal di Indonesia, mengingat potensinya sangat besar terhadap perekonomian, khususnya bagi peningkatan daya saing wilayah, namun dengan langkah kebijakan yang perlu diperkuat. Orientasi kebijakan harus mampu meminimalisir tantangan dan menangkap peluang. Kesadaran tentang peluang industri halal harus dilakukan ke semua tingkatan pemangku kepentingan, termasuk

pemerintah, akademisi, pelaku usaha, industri, dan di tingkat konsumen. Masalah dan tantangan yang dihadapi oleh industri halal harus diidentifikasi dan ditangani agar mampu menjadi input bagi percepatan pembuatan kebijakan. Makalah ini bertujuan untuk menjawab persoalan tersebut, yang mencakup: (i) identifikasi tantangan pengembangan industri halal di Indonesia; dan (ii) langkah agenda kebijakan yang harus dilakukan terutama relevansinya dengan kepentingan daya saing wilayah. Secara akademis, kedua tujuan tersebut mempunyai peran penting kontribusinya bagi konstruksi pengembangan industri halal sebagai bagian penting dari teori ekonomi syariah. Harus diakui, teori industri halal sampai saat ini dipandang belum mampu berkontribusi signifikan terhadap literatur ekonomi industri sekaligus ekonomi syariah, padahal empirisme membuktikan perkembangannya mampu mempengaruhi struktur perekonomian, khususnya bagi daya saing wilayah.

2. Konsep Industri Halal

Makna halal berasal dari kata Arab, yaitu halla, hillan, yahillu, dan wahalalan yang artinya diperbolehkan atau dibolehkan oleh hukum syariah. Dengan makna tersebut, maka industri halal mempunyai konsep produksi hasil industri yang harus sesuai dengan hukum syariah (dibolehkan dalam Islam). Berdasarkan konsep syariah, apapun yang dikonsumsi oleh muslim, baik makanan maupun nonmakanan harus berasal dari sumber yang halal. Tujuan industri halal menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal adalah Negara harus memberikan perlindungan dan jaminan tentang status kehalalan suatu produk (Mohammad & Backhouse, 2014). Pelabelan halal dari hasil industri mempunyai peran penting dalam melihat kualitas suatu produk, karena halal mencerminkan kebaikan dari nilai instrinsik, baik dari prosesnya maupun hasil akhir barang atau jasa yang diproduksi.

Konteks halal bukan hanya terbatas pada konsumsi, namun juga seluruh proses produksi dan layanan, yang terhubung dalam rantai pasokan (Mohamad & Backhouse, 2014). Industri halal harus mencakup semua lini kegiatan operasi, baik pengemasan, pemasaran, manufaktur, logistik, pasokan, pemeliharaan, penyembelihan, dan beragam kegiatan

mulai dari hulu hingga hilir . Konsep tersebut salah satunya telah diakui *Food and Agriculture Organization* (FAO) dalam menyusun pedoman penggunaan istilah halal agar diadopsi oleh negara anggotanya. Untuk kasus di Indonesia, legitimasi produk halal dilakukan melalui proses penelitian yang dilakukan oleh LPPOM dan MUI (Ahyar & Wibowo, 2019).

Dalam perkembangannya, produksi industri halal juga mencakup dimensi yang lebih luas, seperti orientasi pada kelestarian lingkungan dan sosial. Sertifikasi halal berfokus pada aspek higienitas, kualitas, dan keamanan produksi dan persiapannya. Sedangkan orientasi kelestarian lingkungan berfokus pada pengurangan dampak negatif dari aktivitas industri terhadap lingkungan. *Green management* atau dikenal dengan *Environmental Management System* (EMS) merupakan salah satu bagian integral dari industri halal. Tujuannya untuk memberikan jaminan kepada para pemangku kepentingan bahwa operasi bisnis halal sesuai dengan kepatuhan lingkungan, yakni dikelola dan dikendalikan sesuai dengan pedoman EMS. Proses tersebut mampu mengurangi biaya pengelolaan limbah, penghematan konsumsi energi, biaya distribusi yang rendah, dan peningkatan citra perusahaan (Nisha & Iqbal, 2017). Dengan proses tersebut, pelabelan halal dapat membantu perusahaan dalam membangun kepercayaan dan menarik konsumen untuk membeli produk halal.

Saat ini, industri dengan pelabelan halal dari suatu produk bukan hanya terkait dengan pelabelan syariah, namun konsep halal telah menjadi model keunggulan produk secara komprehensif. Ini terbukti dengan partisipasi dan keterlibatan negara dan organisasi nonmuslim dimana halal dengan cepat muncul sebagai standar pilihan konsumen. Banyak negara Barat (Eropa dan Amerika) telah mengenali tren global yang muncul dalam konsumerisme terhadap produk dan layanan halal, dan sekarang berlomba untuk mendapatkan pijakan dalam industri halal. Syarat utama untuk menguatkan industri halal adalah komitmen dari level manajemen puncak melalui kebijakan halal yang menjadi dasar bagi penguatan organisasi rantai pasok (Saad, et.al, 2016). Rangkaian tersebut menegaskan bahwa industri halal telah diakui atas kelebihan yang ditawarkan, namun pengembangannya harus didasarkan pada penguatan regulasi dan dukungan dari beragam pemangku kepentingan.

3. Ekosistem Pendukung Industri Halal

Ekosistem merupakan tatanan kesatuan secara menyeluruh dan utuh yang saling mempengaruhi antar segenap unsur lingkungan hidup (Annisa, 2019). Ekosistem industri halal dapat diartikan sebagai kondisi lingkungan yang mempengaruhi dinamika perkembangan dan tingkat pertumbuhan industri halal, yakni mencakup pedoman, kontrol, pengaturan, prosedur tata kelola, karakter pemangku kepentingan, dan regulasi. Ekosistem industri halal juga dimaknai sebagai seperangkat pengaturan kelembagaan dan organisasi, kebijakan, proses, prosedur, peraturan dan hukum yang mengarahkan organisasi atau perusahaan pelaku industri halal menuju kepatuhan syariah (Annisa, 2019). Selain beberapa komponen tersebut, ekosistem industri halal dipengaruhi oleh (Fauzi et.al, 2017) : (i) perkembangan demografi umat muslim; (ii) gaya hidup masyarakat yang terdorong pada prinsip syariah yang mengedepankan kebaikan dan menghindari keburukan; (iii) pertumbuhan perdagangan berbasis syariah; (iv) perkembangan pelaku industri halal; (v) perkembangan regulasi yang mampu memberikan peluang kuat untuk pertumbuhan penawaran dan permintaan industri halal; dan (vi) perkembangan teknologi informasi, termasuk *Financial Technology* atau Fintech.

Ekosistem industri halal dikatakan sebagai instrumen logistik agar lingkungan penentu keberhasilan industri halal dapat meningkatkan daya kompetisinya. Ekosistem yang baik harus mampu merubah keunggulan komparatif menuju keunggulan kompetitif. Keunggulan komparatif adalah keunggulan yang hanya didasarkan pada kepemilikan sumberdaya (contoh bonus demografi muslim dan kekayaan SDA), namun minim inovasi dan peningkatan nilai tambah (*value added*). Sementara keunggulan kompetitif adalah keunggulan yang mampu meningkatkan nilai tambah berbasis inovasi dan teknologi, serta keunggulan sumberdaya manusia. Dalam konteks tersebut, ekosistem industri halal dikatakan sebagai pengaturan kelembagaan dan pengaturan hierarkis untuk memastikan bahwa terdapat pengawasan otonom yang layak atas konsistensi prinsip kepatuhan syariah berorientasi keunggulan kompetitif (Rachman & Syamsuddin, 2019).

Ekosistem industri halal mencakup semua aspek, namun terdapat dua aspek yang paling penting untuk diperhatikan (Rachman & Syamsuddin, 2019), yaitu: (i) ekosistem di lingkungan pembiayaan atau pendanaan; (ii) ekosistem di lingkungan proses produksi; dan (iii) ekosistem di lingkungan regulasi. Dalam menciptakan industri halal, dibutuhkan ekosistem halal, dimana kriteria halal tidak hanya diukur dari segi bahan baku dan produksi, tetapi juga termasuk segi finansial, yang di dalamnya mencakup kekuatan regulasi, sehingga keuangan syariah mempunyai peranan krusial dalam membentuk ekosistem industri halal. Dari proses pembuatan, dibutuhkan legitimasi halal yang ditandai dengan sertifikasi. Sertifikasi halal menggambarkan konvensi industri, yakni salah satu mekanisme untuk melihat kualitas dan koordinasi yang dapat digunakan sebagai indikator kualitas hasil industri. Konvensi industri mengacu pada kepatuhan terhadap standar, yang menunjukkan bahwa produk bersertifikat halal telah sesuai dengan standar syariah (Yunos, et.al, 2014). Selain itu juga ditekankan pada struktur administrasi perusahaan yang kokoh, akuntabilitas, transparansi, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Mekanisme ini dapat digunakan untuk menentukan dan mengenali kualitas produk dan untuk memecahkan masalah dengan ketidakpastian kualitas produk dan jasa hasil industri.

4. Konsep Daya Saing Wilayah

Pengembangan industri halal tidak bisa dilepaskan dari upaya penguatan daya saing wilayah. Pengertian daya saing adalah berbagai upaya untuk menciptakan daerah yang mempunyai kekuatan kompetisi sebagai bagian dari pengembangan inovasi dalam rangka untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Tujuan tersebut menyiratkan pentingnya inovasi sebagai bagian penting dari sebuah pelaksanaan pembangunan.

Penguatan industri (termasuk industri halal) tidak bisa dilepaskan dari pendekatan regional, salah satunya adalah *leading sector approach*, yaitu sektor pengungkit sebagai bagian penting pembentuk daya saing regional. Hal ini dilandasi oleh pendekatan kewilayahan, dimana daya saing suatu daerah dilandasi oleh faktor *endowment* sebagai kekuatan internal pembentuk daya saing spasial. Industri adalah salah satu jenis *endowment* yang diharapkan menciptakan multiplier bagi perekonomian

daerah. *Leading sector approach* merupakan konsep yang mendasari pembangunan ekonomi pada *multiplier effect* pembangunan *key sector* (unggulan) terhadap sektor-sektor yang lain. *Key sector* menjadi suatu obyek yang penting atau diutamakan untuk dibangun, yang kemudian dari hasil pembangunan tersebut diharapkan dapat menggerakkan pertumbuhan sektor-sektor lainnya. Dalam kasus tersebut, industri halal diharapkan mampu menjadi *key sector* dan berimplikasi pada sektor-sektor lain, seperti perdagangan, jasa, dan industri pendukung. Alasan dasar implementasi *leading sector* adalah adanya keterbatasan sumber daya dan biaya pembangunan yang tersedia, disinilah kelebihan dari pada *leading sector approach*.

Konsep dasar pembentuk *leading sector approach* kaitannya dengan pengembangan industri halal sangat dipengaruhi oleh model *economic base*, yaitu konsep yang menjadi rujukan untuk mengetahui potensi ekonomi suatu daerah, yang dalam banyak kasus sangat dipengaruhi oleh industri. Model basis ekonomi merupakan salah satu alat untuk mendeteksi mengenai potensi basis ekonomi suatu daerah. Teori basis ekonomi menyatakan bahwa faktor penentu utama pertumbuhan ekonomi suatu daerah berhubungan langsung dengan permintaan akan barang dan jasa dari luar daerah. Pada intinya, teori basis ekonomi ini merupakan teori *multiplier regional* yang berusaha menjelaskan perubahan-perubahan struktur ekonomi regional dengan menekankan hubungan antara struktur yang terdapat dalam perekonomian regional dan penambahan kekuatan-kekuatan pendorong yang berasal dari salah satu sektor ke sektor lainnya baik secara langsung maupun tidak langsung. Konsep *economic base* sangat berguna bagi peningkatan daya saing suatu daerah melalui pemetaan sektor basis sebagai salah satu kekuatan internal.

5. Kondisi Industri Halal

Perkembangan industri halal harus disertai dengan ekosistem yang mendukung, baik dari sisi regulasi, kondisi makro ekonomi, pelaku industri, pertumbuhan pasar, pembiayaan, dan beragam aspek pendukung lainnya. Salah satu ekosistem pendukung percepatan industri halal adalah perkembangan sektor industri kontribusinya bagi Produk

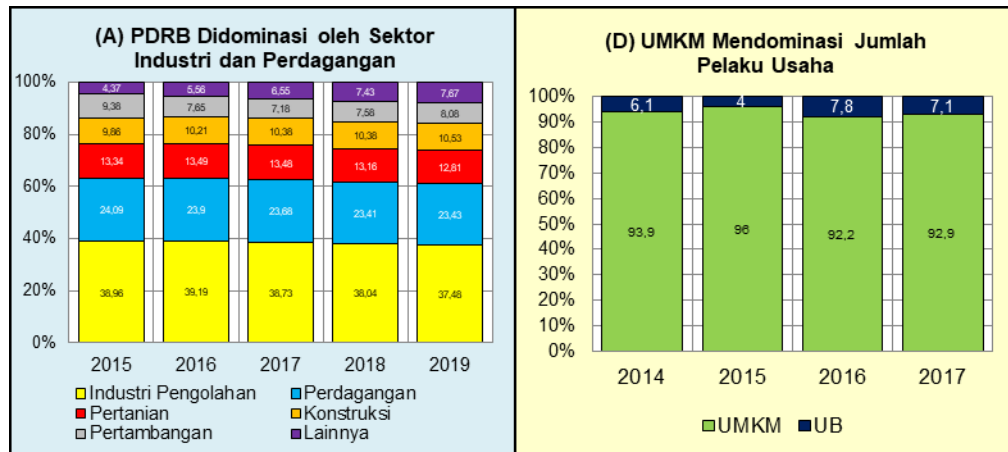
Domestik Regional Bruto (PDRB) sebagai representasi kondisi makro ekonomi. Industri halal merupakan bagian integral dari perkembangan sektor industri, yang berfungsi untuk meningkatkan nilai tambah (*value added*) dari sektor primer maupun sekunder. Secara agregat, struktur PDRB dapat menjadi salah satu indikator untuk melihat seberapa jauh peranan sektor industri terhadap perekonomian nasional. Ketika peranan sektor industri tinggi, maka terdapat probabilitas yang juga tinggi dalam menghasilkan jenis-jenis industri halal, begitu sebaliknya.

Gambar 01 Panel A memperlihatkan bahwa peranan sektor industri pengolahan terhadap PDRB selama lima tahun terakhir (2015-2019) rata-rata mencapai 37 persen, kemudian diikuti oleh sektor perdagangan yang rata-rata sebesar 23 persen. Data ini menunjukkan bahwa probabilitas pengembangan industri halal di Indonesia sangatlah tinggi, termasuk peranan sektor perdagangan sebagai salah satu sektor pendukung. Karakteristik perekonomian yang didominasi oleh sektor industri pengolahan menjadi cerminan terdapat kegiatan peningkatan nilai tambah, sehingga mampu mendongkrak kinerja perekonomian nasional. Sama dengan industri secara umum, industri halal merupakan konsep peningkatan nilai tambah perekonomian yang dipandang lebih mempunyai keunggulan, karena konsep halal adalah menjaga kualitas (baik) dan menghindari yang buruk (haram) .

Strategi peningkatan peranan industri halal terhadap PDRB harus didekati berdasarkan jenis-jenis pelaku industri, yakni apakah didominasi oleh skala mikro, kecil, menengah, atau pelaku industri skala besar. Dominasi sektor industri pengolahan di Indonesia dapat dieksplorasi berdasarkan karakteristik pelaku usahanya, dimana sampai saat ini didominasi oleh jenis pelaku usaha UMKM (Panel B). Selama lima tahun terakhir (2015-2019), rata-rata jumlah pelaku UMKM mencapai 93 persen, sementara jumlah pelaku Usaha Besar (UB) rata-rata per tahun hanya sebesar 7 persen. Data ini menjadi cerminan bahwa pelaku industri halal di Indonesia juga mempunyai probabilitas tinggi didominasi oleh skala UMKM. Oleh karena itu, strategi pengembangan industri halal ke depan harus berorientasi bagi kepentingan UMKM. Pelaku UMKM didorong untuk menyesuaikan karakteristik kegiatan usaha dari hulu hingga hilir sesuai dengan prinsip syariah, meningkatkan kualitas produk, dan menciptakan efisiensi dan efektivitas rantai pasok. Secara umum,

dibutuhkan daya saing UMKM sebagai kunci bagi penguatan industri halal nasional.

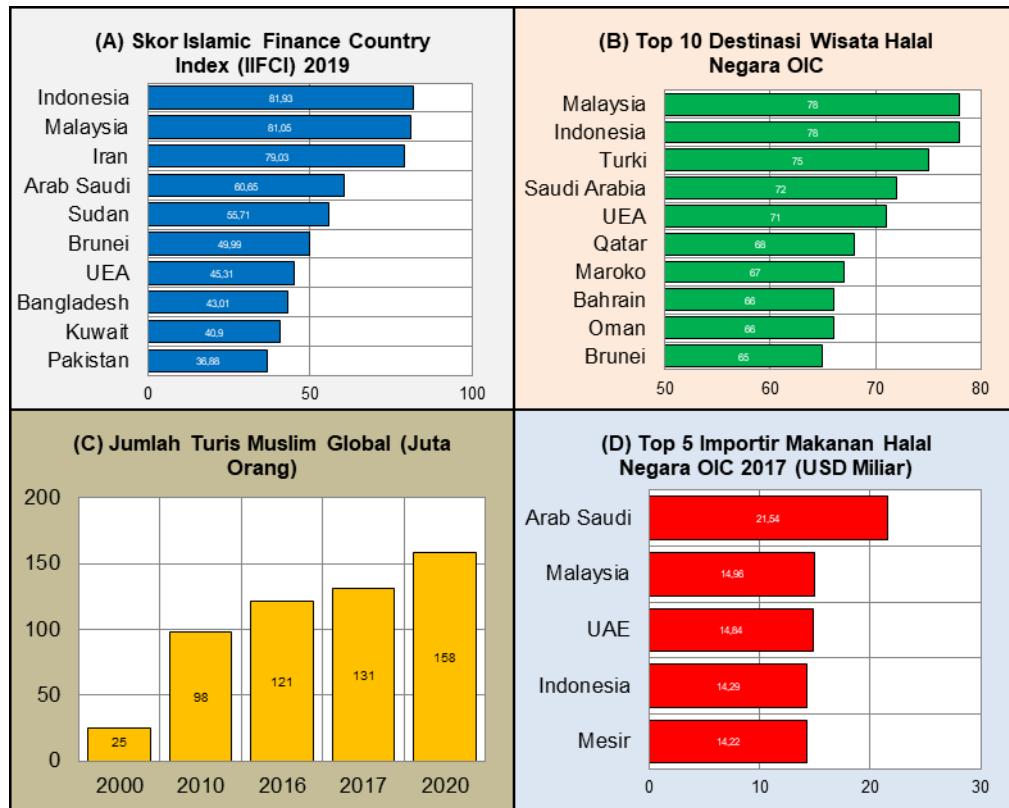
Gambar 01. Karakteristik Sektor Industri di Indonesia



Sumber: Katadata.co.id (2020)

Beragam penelitian membuktikan bahwa salah satu penguat ekosistem industri halal adalah kondisi sektor keuangan syariah sebagai basis pembiayaan dan investasi. Indonesia sendiri pada tahun 2019 berhasil menempati urutan pertama dalam pengembangan keuangan syariah (*Islamic Finance Country Index*) (Gambar 02 Panel A) dengan skor 81,93. Skor tersebut mampu mengungguli Malaysia yang berada di urutan kedua dengan skor 81,05. Padahal sebelum tahun 2019, peringkat pertama selama tahun 2016-2018 selalu ditempati Malaysia. Keberhasilan Indonesia berkat dukungan regulasi pemerintah dan partisipasi pihak swasta. Kemajuan keuangan syariah nasional tidak bisa dilepaskan dari kontribusi ekonomi syariah di Indonesia yang mampu menyumbang sekitar USD 3,8 miliar terhadap PDB per tahun. Selain itu juga mampu menarik investasi asing secara langsung sebesar USD 1 miliar, dan mampu membuka 127 ribu lapangan kerja per tahun. Data ini mencerminkan bahwa ekosistem pendukung industri halal di Indonesia dari aspek keuangan syariah sudah sangat mendukung.

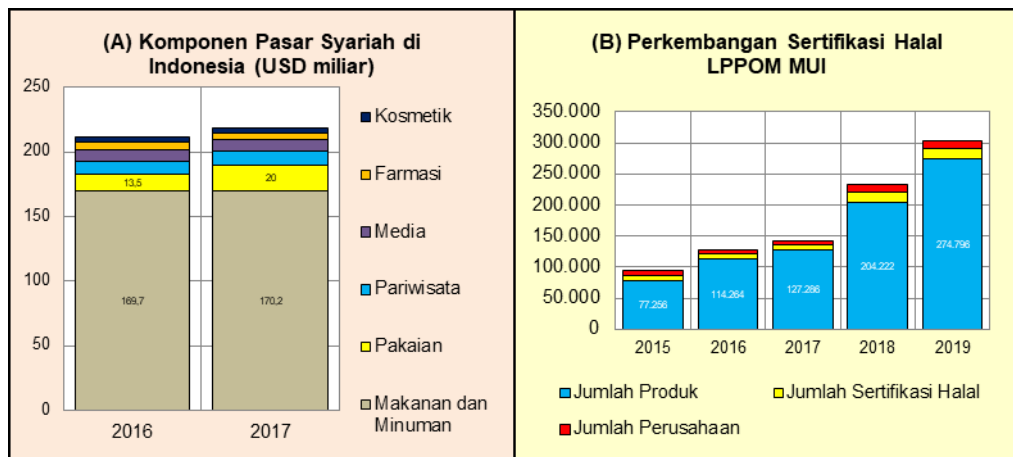
Gambar 02. Indikator-Indikator Perkembangan Industri Halal di Indonesia



Sumber: Katadata.co.id (2020)

Penguatan pembiayaan berbasis keuangan syariah dibutuhkan untuk meningkatkan kinerja ekspor dan bagi pengembangan sektoral jenis-jenis industri halal. Sejauh ini, terdapat dua jenis industri halal dengan tren pertumbuhan yang menjanjikan di tingkat global, yaitu: (i) industri pariwisata halal; dan (ii) industri makanan minuman halal. Dari keduanya, Indonesia adalah salah satu negara penghasil destinasi wisata halal terbanyak di tingkat global. Sampai tahun 2020, Indonesia dan Malaysia menempati urutan tertinggi dengan jumlah 78 destinasi wisata halal (Gambar 02 Panel B). Indonesia berhasil mengalahkan negara-negara penghasil wisata halal terbaik di dunia, seperti Turki, Saudi Arabia, Uni Emirat Arab, dan Qatar. Jumlah wisatawan muslim pada tahun 2020 mencapai 158 juta orang (Panel C), dan diproyeksi mencapai 230 juta orang pada tahun 2026. Wisata halal diharapkan mampu mendorong percepatan pertumbuhan ekonomi, mengingat peluangnya sangat besar.

Gambar 03. Potensi Industri Halal Makanan Minuman di Indonesia



Sumber: Katadata.co.id (2020)

Selain pariwisata, salah satu jenis industri halal yang harus ditingkatkan adalah makanan minuman, mengingat peranannya terhadap total pasar syariah sangatlah tinggi (Gambar 03 Panel A). Meski demikian, Indonesia saat ini masih menjadi salah satu negara pengimpor makanan halal terbesar di dunia, yakni pada tahun 2017 (data terakhir) mencapai 14,29 USD Miliar (Gambar 02 Panel D). Kondisi tersebut menjadi cerminan tingginya potensi pasar domestik, namun di satu sisi juga harus menjadi trigger dalam meningkatkan kinerja ekspor industri makanan minuman halal. Kontribusi industri makanan minuman halal terhadap total pasar syariah di Indonesia rata-rata per tahun mencapai USD 169,95 Miliar, jauh di atas industri pakaian (USD 16,75), pariwisata (USD 9,85), media (USD 9,3), farmasi (USD 5,45), dan kosmetik (USD 3,8) yang selama ini menjadi jenis-jenis penghasil industri halal.

Dukungan terhadap industri halal jenis makanan minuman sudah dilakukan dengan perkembangan yang signifikan terhadap penerbitan sertifikasi halal (Gambar 03 Panel B). Pada tahun 2015, jumlah sertifikasi halal masih sebesar 8.676 penerbitan, kemudian pada tahun 2019 mampu mencapai 15.495 penerbitan. Selama kurun waktu tersebut, rata-rata penerbitan sertifikasi halal per tahun sebesar 11.424 penerbitan. Jumlah tersebut berjalan beriringan dengan jumlah produk yang terus tumbuh signifikan. Pada tahun 2015, jumlah produk sebesar 77.256, dan tahun 2019 mampu mencapai 274.796. Perkembangan tersebut berjalan beriringan dengan jumlah perusahaan, dimana tahun 2015 sebesar 7.940

unit, kemudian tahun 2019 mampu menjadi 13.951 unit. Kondisi tersebut merepresentasikan bahwa ekosistem industri halal di Indonesia sudah cukup baik, namun masih dengan strategi kebijakan yang perlu dipercepat. Dibutuhkan pemetaan tantangan pengembangan, sehingga bisa dihasilkan strategi kebijakan yang tepat sasaran. Agenda kebijakan menjadi sangat penting kontribusinya bagi pengkayaan literatur ekonomi syariah di sektor industri halal.

6. Tantangan Pengembangan Industri Halal : Perspektif Regional

Meskipun Indonesia sudah mempunyai ekosistem industri halal yang relatif terus meningkat, namun pengembangan industri halal masih dihadapkan dengan beragam tantangan. Hal ini sejalan dengan beragam kasus di berbagai negara dalam menghadapi tantangan pengembangan industri halal yang sangat beragam (Rahmayati, 2019). Beberapa temuan penting menyimpulkan bahwa tantangan yang tidak mudah justru berasal dari aspek demografi, dimana terdapat populasi muslim yang tinggi dengan mazhab yang beragam. Dalam perspektif regional, demografi mampu menjadi faktor determinan karena mempengaruhi mobilitas penduduk dan selera pasar. Anutan mazhab mempunyai implikasi terhadap cara mereka menanggapi produk barang dan jasa hasil industri halal, sehingga juga berdampak pada pola konsumsi yang berpengaruh terhadap tingkat permintaan agregat (Omar, 2013). Meski dalam keyakinan (koridor) yang sama, namun mereka juga mempunyai perbedaan budaya, corak, preferensi, dan karakteristik regional maupun lokal. Hal ini karena masing-masing muslim yang tinggal di setiap negara di dunia mewakili sebagian besar ras dan berasal dari setiap lapisan sosial dan ekonomi yang berbeda (Hamid, et.al, 2017).

Selain dari aspek demografi dan sosial, tantangan pengembangan industri halal juga dapat dipetakan berdasarkan 2 (dua) aspek kegiatan (Fauzi et.al, 2017), yaitu: (i) aspek produksi dari hulu hingga hilir; dan (ii) dari aspek regulasi. Dari level hulu, produsen industri halal biasanya kurang mempunyai pemahaman yang baik terkait informasi penyediaan produk halal yang mencakup aspek pembiayaan, bahan baku, produksi, pemasaran, dan penguasaan rantai pasok. Divisi produksi rata-rata tidak berasal dari ahli syariah, sehingga pemahaman mengenai proses pengolahan produk halal rata-rata masih sangat terbatas. Kondisi tersebut

menyebabkan lemahnya inovasi di level produsen, sehingga pengembangan inovasi industri halal sejauh ini masih belum sebaik dengan industri konvensional. Kegiatan inovasi sangat dipengaruhi oleh kapasitas SDM yang memahami konsep dan praktik produksi berbasis halal. Permasalahan inovasi juga menyebabkan hambatan pertumbuhan industri halal yang salah satunya disebabkan rendahnya hak kekayaan intelektual sehingga membatasi penguatan inovasi. Dampaknya, sejauh ini, sifat dari industri halal hanya berorientasi bagi pemenuhan prinsip keagamaan, belum pada orientasi inovasi bisnis secara berkelanjutan, khususnya bagi pemanfaatan potensi spasial.

Selain itu, sejauh ini belum tercipta model integritas industri halal dari hulu hingga hilir. Belum dilakukan upaya protektif dan preventif untuk memastikan bahwa produk industri halal tetap terjaga kehalalannya meskipun telah melalui beragam proses maupun jarak tempuh (distribusi) dengan berbagai aktivitas penanganan rantai pasok (Noordin, et.al, 2009). Persoalan ini lebih didominasi oleh aspek regulasi, disamping masih rendahnya pengetahuan SDM pelaku industri terkait integritas rantai pasok. Persoalan tersebut terutama dihadapi oleh industri halal jenis makanan minuman, yang secara ideal harus memperhatikan keterjaminan halal dari hulu hingga hilir. Padahal secara ideal, semua pihak dalam rantai pasokan, dari hulu hingga hilir, harus mengambil tanggung jawab individu maupun kolektif untuk melindungi produk industri halal dari kontaminasi nonhalal, baik disengaja maupun tidak disengaja. Dalam rantai pasokan industri halal, tujuan utamanya tidak hanya untuk memastikan ketercapaian kepuasan pelanggan, tetapi juga untuk memastikan bahwa status halal produk industri tetap utuh di seluruh proses rantai pasokan.

Sampai saat ini Indonesia dipandang belum optimal dalam mengupayakan integritas produk halal di sepanjang rantai pasokan. Padahal secara ideal, peran pemerintah dalam memastikan integritas rantai pasokan industri halal sebenarnya sangat dibutuhkan. Selama ini, peran pemerintah dipandang belum komprehensif dalam mencakup kegiatan rantai pasok, mulai dari perencanaan, pengembangan, penerapan, pengaturan, promosi, dan edukasi terhadap produsen maupun konsumen industri halal. Selain itu, peran pemerintah belum mencakup pembentukan lembaga, kolaborasi antar lembaga publik, dan

melatih auditor profesional untuk memastikan integritas rantai pasokan industri halal yang dapat dipercaya. Kondisi tersebut mencerminkan konsep rantai pasokan belum banyak dipahami sebagai variabel yang sangat penting bagi pengembangan industri halal.

Secara ideal, integritas produk industri halal seharusnya dilindungi dengan segala cara dan semua langkah yang diperlukan dan harus diambil oleh semua pihak yang terlibat dalam rantai pasokan. Tujuannya untuk menghindari kontaminasi silang yang akan menyebabkan produk menjadi non-halal (haram). Produk industri halal tidak hanya harus halal di titik awal, tetapi di seluruh rantai pasokan hingga mencapai tujuan akhirnya. Masalahnya, tidak semua pelaku industri maupun regulator memahami konsep integritas halal tersebut. Persoalan integritas rantai pasokan industri halal disebabkan oleh masih minimnya rujukan literatur yang selama ini masih terfokus pada studi konsumen. Literatur industri halal masih memfokuskan pada perilaku pembelian konsumen muslim dengan pendekatan *Planned Behavior* dan masih hanya mengkonsentrasikan pada kesadaran konsumen terhadap produk halal (Yunos et.al, 2014).

Selain aspek regulasi, belum terciptanya integritas rantai pasok industri halal salah satunya disebabkan oleh rendahnya komitmen pelaku industri. Hal ini dapat dilihat dari masih rendahnya investasi pada kekhususan aset yang melayani kebutuhan pemenuhan produk halal, khususnya berorientasi ekspor (Mohamad & Backhouse, 2014). Investasi dibutuhkan untuk membentuk ekosistem daerah sehingga mampu menjadi pendorong inovasi para pelaku industri halal.

Secara konseptual, penguatan industri halal harus diiringi dengan kesediaan para pelaku industri untuk menyediakan aset khusus untuk memenuhi permintaan konsumen halal, kesediaan menerapkan sertifikasi halal, dan kesediaan melakukan pelatihan terhadap karyawan terkait proses produksi dari hulu hingga hilir. Masih rendahnya komitmen mayoritas pelaku industri menjadikan rantai pasokan industri halal belum memainkan peran bersama dalam melindungi dan memastikan integritas halal. Tantangan untuk menghasilkan standar halal universal juga berlaku dalam hal menjaga integritas halal di seluruh rantai pasokan dan manajemen logistik. Kurangnya kesadaran dan ketidakseimbangan rantai pasok dapat menjadi penghambat pengembangan industri halal.

Banyak penelitian menunjukkan bahwa transaksi dan penguatan ekosistem halal sangat dipengaruhi oleh unsur kepercayaan dalam rantai pasokan, sehingga mempengaruhi perilaku pembelian dari para konsumen. Aspek kepercayaan sebenarnya belum menjadi komponen legitimasi pengembangan industri halal di Indonesia, karena legitimasi secara legal berasal dari label sertifikat halal. Sejauh ini masih dibutuhkan penguatan jaminan kualitas halal yang komprehensif dan ketat yang dipraktikkan di departemen produksi masing-masing pelaku industri halal. Jaminan kualitas halal juga mencakup aspek pembiayaan, dimana regulasi pengajuan produk halal di Indonesia sendiri belum mengarah pada pemanfaatan lembaga keuangan syariah dalam hal penilaian sertifikasi. Indikator keuangan harus menjadi salah satu indikator dalam sertifikasi produk halal karena keuangan merupakan salah satu sumber awal (hulu / input) terciptanya produk halal. Salah satu cara agar ekosistem syariah di Indonesia berkembang pesat adalah dengan memperbaiki ekosistem halal (*halal value chain*) melalui penguatan regulasi.

Tantangan lainnya adalah menetapkan standar dan akreditasi halal yang diakui secara internasional, terutama di bidang pangan. Tidak adanya standar halal menjadikan kondisi pasar menjadi bias, baik yang terjadi di tingkat produsen maupun konsumen. Sampai saat ini dipandang masih belum terdapat skema internasional untuk mengakreditasi Badan Sertifikasi Halal di masing-masing negara, termasuk di Indonesia. Terlalu banyak badan pengembangan standar membuat kebingungan untuk memutuskan mana yang akan memberikan akses pasar, dan dalam banyak kasus banyak sertifikat diperlukan untuk eksportir. Tantangan tersebut sering dialami berbagai negara yang menyatakan adanya kesenjangan kapasitas dan kapabilitas diantara lembaga penerbit sertifikasi halal. Dalam kasus tersebut, standar dan akreditasi halal merupakan persoalan yang terjadi di tingkat global, namun mempunyai dampak terhadap perkembangan industri halal di Indonesia.

Persoalan yang tidak kalah besar adalah masih minimnya literasi halal. Bagaimanapun, cakupan lain dalam penguatan ekosistem halal adalah proses literasi halal untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas produsen maupun konsumen halal. Konsep literasi halal merupakan bentuk pemahaman masyarakat, regulator, investor, dan pelaku industri

halal dalam mengetahui dan memahami kemampuan untuk mengetahui, mengonsumsi, mengelola, dan menganalisis produk halal. Konsep literasi halal didasarkan pada pengertian literasi yang berkaitan dengan kemampuan membaca, menulis, memahami, dan meningkatkan keterampilan terkait operasional bisnis halal. Konsep literasi dalam industri halal juga mencakup proses dan upaya pencapaian pengetahuan dan pemahaman tentang industri halal. Proses literasi dapat berkembang seiring dengan berkembangnya industri halal itu sendiri, sehingga dapat meningkatkan pengaruh konsumsi masyarakat terhadap produk industri halal.

7. Agenda Kebijakan

Indonesia harus bisa memanfaatkan potensi pasar industri halal global untuk mempercepat daya saing ekonomi, khususnya di daerah. Untuk itu, agenda kebijakan dibutuhkan dalam rangka meminimalisir tantangan dan memperkuat ekosistem industri halal agar mampu menangkap potensi pasar global. Setidaknya terdapat tiga implikasi yang bisa dirasakan jika mampu meningkatkan laju pertumbuhan industri halal, yaitu: (i) dari aspek nilai tambah ekonomi, pengembangan industri halal diharapkan mampu mempercepat peningkatan nilai tambah ekonomi lokal; (ii) dari aspek kesejahteraan, pengembangan industri halal diharapkan mampu mempercepat laju penurunan kemiskinan dan tingkat pengangguran; dan (iii) dari aspek pemerataan, pengembangan industri halal diharapkan mampu mempercepat pemerataan kesejahteraan, sehingga mampu mereduksi ketimpangan.

Perkembangan industri halal memiliki peran penting dalam mendukung pelaksanaan pembangunan nasional. Sebagai ilustrasi, industri halal yang dikembangkan dengan baik, dapat berkontribusi pada nilai tambah perekonomian melalui pemenuhan permintaan pasar halal domestik yang saat ini didominasi oleh pemain global. Hal ini sejalan dengan momentum perkembangan permintaan domestik yang tinggi terhadap produk-produk halal. Selain itu, produksi domestik atas produk halal juga dapat berkontribusi pada penguatan neraca pembayaran, terutama jika mampu memenuhi permintaan global terhadap produk-produk halal (Fauzi, et.al, 2017).

Sementara itu terdapat beberapa risiko jika Indonesia tidak pandai

mengembangkan potensi industri halal, yaitu: (i) pertumbuhan ekonomi relatif kurang mempunyai daya dorong sektoral; (ii) Indonesia kemungkinan tidak mempunyai keunggulan kompetitif, khususnya dari sektor ekonomi syariah; (iii) insentif sektor industri sangat rendah; dan (iv) lingkungan pendukung ekonomi syariah sulit diwujudkan.

Pada dasarnya, strategi penguatan industri halal di Indonesia sudah menjadi bagian dari kerangka pengembangan ekonomi dan keuangan syariah. Kerangka ini memuat empat hal (Ahyar & Wibowo, 2019), yaitu: (i) nilai-nilai dan prinsip dasar pengembangan ekonomi dan keuangan syariah; (ii) kerangka dasar kebijakan pengembangan ekonomi dan keuangan syariah; (iii) strategi dan rencana aksi ekonomi dan keuangan syariah; dan (iv) kerja sama dan koordinasi, baik dengan pihak internal maupun eksternal, guna mempercepat pengembangan ekonomi dan keuangan syariah. Dalam kerangka desain ini, terlihat bahwa industri halal tidak dapat berkembang secara parsial sehingga membutuhkan dukungan sektor lainnya, terutama keuangan syariah. Begitu juga sektor keuangan syariah, yang tidak akan tumbuh tanpa permintaan produk industri halal. Selain itu, riset, assesment, dan edukasi, juga merupakan faktor mendasar yang mendukung efektivitas, inovasi, serta perkembangan industri halal. Oleh karena itu, industri halal menjadi salah satu pilar utama yang diusung dalam kerangka desain pengembangan ekonomi dan keuangan syariah.

Indonesia mempunyai Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS) yang telah mengukuhkan enam strategi pengembangan industri halal (Ahyar & Wibowo, 2019). *Pertama* adalah global hub perdagangan produk halal dunia, yang bertujuan untuk menciptakan Indonesia sebagai hub internasional dalam perdagangan dan produksi halal dunia. *Kedua* adalah UMKM yang berdaya saing, bertujuan untuk menciptakan UMKM berkualitas unggul yang dapat menghasilkan produk halal berstandar internasional dan keberlangsungan usaha dengan keuangan syariah. *Ketiga* adalah industrialisasi produk halal, yang bertujuan untuk menciptakan kawasan industri halal dengan keberlangsungan kualitas, kuantitas, dan kontinuitas serta peningkatan kualitas SDM unggul. *Keempat* adalah riset halal yang mendukung industri, yakni mengembangkan riset bahan-bahan pengganti non halal serta peningkatan halal awareness kepada masyarakat. *Kelima* adalah preferensi

halal, yakni pendekatan sosial kemasyarakatan sebagai strategi peningkatan preferensi halal dengan pendekatan sosial kemasyarakatan dan social engineering. *Keenam* adalah dukungan regulasi dan kebijakan, yakni strategi penguatan regulasi dan kebijakan terhadap pengembangan ekonomi syariah dan industri halal.

Untuk menguatkan strategi kebijakan nasional, berbagai penelitian mengusulkan pentingnya efektivitas kelembagaan sebagai motor penggerak dalam mengintegrasikan antara peningkatan daya saing wilayah dan industri halal (Noordin, et.al, 2009). Efektivitas kelembagaan harus melibatkan berbagai pemangku kepentingan, seperti asosiasi pengusaha, pesantren, sektor sosial, dan inisiatif kerja sama internasional yang diperlukan untuk menguatkan kelembagaan dan menjaga sinergi antar lembaga. Tujuannya untuk mencapai kemajuan industri halal yang mampu mendorong inklusifitas lembaga-lembaga pendukungnya.

Kemajuan industri halal diharapkan mampu menciptakan efek pengganda. Hal tersebut harus didukung oleh peran pemerintah, yang mempunyai posisi kunci sebagai pengaturan kelembagaan, khususnya produksi regulasi. Peran pemerintah bukan sebagai pemain di industri, namun melalui kewenangan yang dimiliki memberikan fasilitasi, katalis, dan tatanan bagi pengembangan ekosistem usaha industri halal yang kondusif. Pemerintah menganjurkan dan mendorong pelaku ekonomi agar mencapai level daya saing tertentu. Beragam peran tersebut dapat dilakukan pemerintah contohnya melalui kebijakan insentif berupa subsidi, perpajakan, pendidikan, fokus pada penciptaan dan penguatan *factor conditions*, serta menegakkan standar industri.

Aspek regulasi harus menguatkan beberapa indikator utama sebagai input pembentuk daya saing daerah, diantaranya (Nisha & Iqbal, 2017) adalah: (i) lingkungan usaha produktif; (ii) kinerja perekonomian daerah; (iii) kondisi ketenagakerjaan dan sumberdaya manusia; (iv) kondisi infrastruktur, sumberdaya alam, dan lingkungan; serta (v) kondisi perbankan dan lembaga keuangan sebagai penyedia aksesibilitas keuangan. Kinerja perekonomian (output) mencakup produktivitas tenaga kerja, tingkat kesempatan kerja, dan PDRB per kapita. Sedangkan target outcome dari daya saing daerah adalah pertumbuhan yang inklusif dan berkelanjutan, yang dapat menjamin pemerataan kesejahteraan melalui penyerapan tenaga kerja dan pengentasan kemiskinan.

Penguatan kelembagaan diperlukan terutama untuk memperdalam integritas rantai nilai pasok industri halal. Rantai nilai halal merupakan strategi utama yang meliputi beberapa sektor industri halal (Fauzi, et.al, 2017), seperti industri makanan minuman, pertanian, fashion muslim, farmasi dan kosmetik, pariwisata, serta media dan informasi. Dalam hal ini, peran pemerintah sangat dibutuhkan terutama dalam memastikan integritas rantai pasok pangan halal yang meliputi perencanaan, pengembangan, penerapan, pengaturan, promosi dan edukasi pelaku industri maupun konsumen halal. Selain itu, peran pemerintah harus mencakup pembentukan lembaga, kolaborasi antar lembaga publik, dan melatih auditor profesional untuk memastikan integritas rantai pasokan makanan halal yang dapat dipercaya.

Dalam praktiknya, penguatan kelembagaan dapat diwujudkan contohnya melalui pembentukan *Halal Industry Development Corporation* yang berperan untuk membantu mempromosikan dan mengembangkan industri halal (Murshafaaida, et.al, 2020). Badan ini akan membantu mengkoordinasikan dan memfasilitasi kegiatan halal antara pemerintah, pelaku bisnis dan konsumen, serta mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk memastikan integritas industri halal terlindungi dengan baik. Karakter industri halal yang mencakup berbagai sektor di sepanjang rantai nilai dan pasokan, maka langkah untuk mendirikan organisasi semacam itu merupakan langkah inovatif untuk memastikan kebutuhan semua pihak yang terlibat dalam industri halal dipahami sepenuhnya dari perspektif nasional dan internasional .

Penguatan kelembagaan harus diiringi dengan penguatan branding dalam meningkatkan penawaran dan permintaan industri halal di daerah. Pentingnya penguatan branding diperlukan untuk menguatkan daya saing industri halal, termasuk konstelasinya dalam perdagangan internasional. Pesatnya liberalisasi perdagangan mengharuskan produk industri halal mampu menangkap ceruk pasar global. Hal ini sesuai dengan konsep teoritis, bahwa untuk menembus peluang pasar baru, pelaku industri harus memperkuat posisi branding, merevolusi, mengadopsi dan beradaptasi untuk bersaing dan tetap relevan dengan pasar eksisting. Konsep tersebut mirip dengan teori branding industri halal yang harus melibatkan kegiatan pemetaan persaingan berbasis karakteristik lingkungan perusahaan, definisi bisnis, dan strategi

pengembangan (Yusuf, et.al, 2015). Upaya tersebut harus didukung oleh perbaikan sertifikasi halal yang harus diiringi dengan upaya industri mengedepankan kepuasan dan kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya mampu mengarahkan pada peningkatan pangsa dan daya saing pasar.

Beberapa uraian di atas mempunyai peran penting bagi penguatan industri halal terhadap pengembangan daya saing wilayah. Keterkaitan industri halal dan pengembangan wilayah sebenarnya bukanlah isu baru. Beberapa temuan telah menganalisis pelaku industri halal terutama UMKM yang diidentifikasi sebagai strategi pembangunan daerah dengan melihat basis usaha dan keterkaitan dengan pelaku lainnya. Pandangan lain mencoba menggambarkan bagaimana pelaku industri halal beroperasi sehingga melakukan aglomerasi menjadi kawasan industri sehingga menikmati banyak keuntungan. Beberapa keuntungan ini kemudian dikembangkan pada konsep bahwa mempertahankan keunggulan kompetitif dalam era global bergantung pada hubungan yang kompetitif antara perusahaan yang bekerjasama di tingkat lokal. Proses ini memberikan momentum penting bagi perekonomian wilayah, yang disumbang oleh peranan industri halal.

8. Kesimpulan dan Kontribusi Tulisan

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. Setidaknya terdapat tiga momentum penting sebagai pemantik urgensi pemanfaatan peluang industri halal di tingkat global, yaitu: (i) perkembangan Fintech yang semakin pesat sehingga mempercepat laju permintaan dan penawaran produk industri halal; (ii) perkembangan industri 4.0 yang menciptakan efisiensi dan efektivitas penyebaran industri halal; dan (iii) perkembangan masyarakat sebagai suatu kehidupan sosial yang tidak terlepas dari sarana dan prasarana teknologi.

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. Indonesia juga mempunyai modal yang kuat dalam menopang perkembangan industri halal, terutama dari sisi ekosistem ekonomi dan keuangan syariah yang sudah relatif berkembang pesat. Indonesia mempunyai komitmen dan visi sebagai negara penghasil ekonomi dan keuangan syariah terbesar di dunia. Ekosistem halal merupakan salah satu rantai pasok industri halal yang implementasinya terus ditingkatkan, khususnya bagi pengembangan pembangunan di daerah.

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.

Tulisan ini mempunyai kontribusi terhadap pentingnya konsep penguatan kelembagaan sebagai bagian integral penguatan integritas rantai pasok industri halal. Rantai pasok mempunyai peran yang dominan bagi penguatan daya saing wilayah, khususnya bagi pengentasan kemiskinan, pereduksi ketimpangan, dan penyerapan tenaga kerja. Penguatan kelembagaan ditujukan untuk meminimalisir tantangan pengembangan industri halal domestik, agar bisa menguatkan daya saing wilayah bagi model pembangunan yang berkualitas. Pembahasan paling mendalam terletak pada faktor-faktor yang mampu meningkatkan integritas rantai pasokan industri halal.

Secara keseluruhan, keberhasilan industri halal memerlukan koordinasi dan partisipasi berbagai pihak dan strategi pemasaran yang strategis, disamping berbagai faktor pendukung lainnya dalam menempatkan “halal” sebagai salah satu atribut yang menjadi

pertimbangan konsumen dalam membeli produk/jasa. Kerangka kerja konseptual diharapkan mampu bermanfaat bagi peneliti lain dalam studi yang akan datang pada aspek rantai pasokan industri halal. Pengujian empiris lebih lanjut dapat dilakukan pada penelitian selanjutnya untuk menguji hubungan antara faktor-faktor yang berkaitan dengan integritas rantai pasok industri halal dalam kerangka untuk mencapai pemahaman yang lebih baik terhadap kualitas pembangunan di daerah.

Daftar pustaka

- Ahyar, M. K., & Wibowo, M.Y.P. 2019. Halal industry and islamic banking: a study of halal ecosystem regulation in indonesia. *Journal of Finance and Islamic Banking*, Vol. 2, No. 2, pp. 165-182.
- Annisa, A.A. 2019. Kopontren dan Ekosistem Halal Value Chain. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 5, No. 01, pp. 1-8.
- Azam, S.E., & Abdullah, M.A. 2020. Global halal industry: realities and opportunities. *IJIBE (International Journal of Islamic Business Ethics)*, Vol. 5, No. 1, pp. 47-59.
- Elasrag., & Hussein. 2016. Halal industry : key challenges and opportunities. *MPRA Paper*, No. 69631, online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/69631/>.
- Fauzi, F.A., Karia, N., & Mokhtar, M.A.M. 2017. The antecedents of halal competency model: towards improvement of halal certification for smes products. *International Journal of Business, Economics and Law*, Vol. 14, No. 5, pp. 18-28.
- Hamid, N.A.A., Shahwahid, F.M., Othman, A., & Saipudin, W. 2017. Challenges and way improving malaysia halal food industry. *Sci. Int. (Lahore)*, Vol. 29, No. 2, pp. 149-153.
- Katadata.co.id. 2020. *Industri Halal untuk Semua*. *Tim Publikasi Katadata*, 17 Maret 2020. (online), <http://katadata.co.id/timpublikasikatadata/analisisdata/5ea3a73811d32/industri-halal-untuk-semua>.
- Mohamad, N., & Backhouse, C. 2014. A framework for the development of halal food products in malaysia. *Proceedings of the 2014 International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, pp. 693-702.
- Mubarok, F.K., & Imam, M.K. 2020. Halal industry in indonesia, challenges and opportunites. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, Vol. 2, No. 1, pp. 55-64.

- Murshafaaida., Rani, M., Nordian, M., Amran, A., Ibrahim, I., & Haron, H. 2020. Industrial revolution 4.0 halal supply chain management: a theoretical framework. *International journal of Arts Humanities and Social Science Studies*, Vol. 5, No. 02, pp. 31-36.
- Nisha, N., & Iqbal, M. 2017. Halal ecosystem: prospect for growth in bangladesh. *International Journal of Business and Society*, Vol. 18, pp. 205-222.
- Noordin, .N., Noor, N.L.M., Hashim, M., & Samicho, Z. 2009. Value chain of halal certification system: a case of the malaysia halal industry. *European and Mediteranian Conference on Information Systems*, pp. 1-14.
- Omar, C.M.Z.C. 2013. Challenges and marketing strategies of halal products in malaysia. *Interdisciplinary Journal of Research in Business*, Vol. 3, No. 02, pp. 11-17.
- Rachman, M.A., & Syamsuddin. 2019. Halal industry in indonesia: the role of sharia financial institution in driving industrial and halal ecosystem. *Al-Iqtishad, Journal of Islamic Economics*, Vol. 11, No. 1, pp. 35-58.
- Rahmayati. 2019. Islamic banking synergy as halal industry development in indonesia. *Proceeding International Seminar on Islamic Studies*, Vol. 1, No. 1, pp. 299-308.
- Saad, S.N.H., Rahman, F.A., & Muhammad, A. 2016. An overview of the shariah governance of the halal industry in malaysia: with special reference to the halal logistics. *Journal of Applied Environmental and Biological Ssciences*, Vol. 6, pp. 53-58.
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.
- Yunos, R.M., Mahmood, C.F.C., Mansor, N.H.A. 2014. Understanding mechanisms to promote halal industry-the stakeholders views. *Procedia, Social and Behavioral Science*, Vol. 130, pp. 160-166.
- Yusuf, A.H., Shukor, S.A. & Bustamam, U.S.A. 2015. Issues and challenges of halal implementation in food industry in malaysia. *International Journal of Business and Management Study-IJBMS*, Vol. 2, No. 2, pp. 173-177.
- Zulfakar, M.H., Anuar, M.M., & Talib, M.S.A. 2014. Conseptual framework on halal food supply chain integrity enhancement. *Procedia, Social and Behavioral Sciences*, Vol. 121, pp. 58-67.
-