

Tantangan Sektor Industri Halal Prioritas di Indonesia

Oskar Hutagaluh¹, Nasir Hamzah², Siradjuddin³

¹IAI Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas, e-mail: oskarhutagaluh@iaisambas.ac.id

² Universitas Muslim Indonesia Makassar, e-mail: nasirhamzah7@yahoo.com

³UIN Alauddin Makassar, e-mail: siradjuddin@uin-alauddin.ac.id

Histori Naskah

Diserahkan:
24-07-2023

Direvisi:
11-08-2023

Diterima:
11-08-2023

Keywords

: challenges, priority halal industry, halal products

ABSTRACT

The Indonesian government through the Ministry of Industry has determined seven priority industrial sectors. In line with that, the government's attention to the halal industry sector is also increasing. Three priority industrial sectors emerged which included food and beverages, sharia fashion, and pharmaceuticals. This study applies a qualitative research paradigm and is included in the type of library research. Based on this research, the results obtained are that the priority halal industrial sector in Indonesia still faces a number of challenges, including: dependence on imports from outside countries, assurance of halal raw materials that are not fully traceable. Third, the challenge of cheaper raw materials offered by foreign countries.

ABSTRAK

Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Perindustrian telah menetapkan tujuh sektor industri prioritas. Sejalan dengan itu, perhatian pemerintah terhadap sektor industri halal juga kian meningkat. Muncullah tiga sektor industri prioritas yang meliputi makanan dan minuman, fashion syariah, dan farmasi. Penelitian ini menerapkan paradigma penelitian kualitatif dan termasuk ke dalam jenis penelitian kepustakaan. Berdasarkan penelitian ini, diperoleh hasil bahwa sektor industri halal prioritas di Indonesia masih menghadapi sejumlah tantangan antara lain: kebergantungan pada impor dari negara-negara luar, keterjaminan kehalalan bahan baku yang tidak sepenuhnya bersifat traceable. Ketiga, tantangan bahan baku yang lebih murah ditawarkan oleh negara luar.

Kata Kunci

: Tantangan, Industr Halal Prioritas, Produk Halal

Corresponding Author

: Oskar Hutagaluh, IAI Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas, Jl. Sejangkung Kawasan Pendidikan No.126, Sebayon, Kec. Sambas, Kabupaten Sambas, Kalimantan Barat 79460, e-mail: oskarhutagaluh@iaisambas.ac.id

PENDAHULUAN/INTRODUCTION

Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Perindustrian telah menetapkan tujuh sektor industri prioritas. Ini mengisyaratkan adanya upaya yang serius dari pemerintah Indonesia untuk memperkuat ekonomi nasional melalui sektor industri. Ketujuh sektor yang dimaksud antara lain: makanan dan minuman, elektronika, pakaian dan tekstil, otomotif, kimia, farmasi dan alat kesehatan. Ketujuh sektor itu diutamakan karena mampu memberikan kontribusi yang besar terhadap produk domestik bruto (PDB) Indonesia sebesar 70% manufaktur, 65% ekspor manufaktur, dan 60% pekerja industri (Kemenperin RI, 2022; Septyaningsih, 2021). Hal tersebut menegaskan bahwa sektor-sektor yang dimaksud telah memberikan dampak yang positif dan besar terhadap kekuatan ekonomi Indonesia, baik dari segi income maupun penyerapan tenaga kerja.

Perhatian pemerintah terhadap sektor industri halal juga kian meningkat. Di antara sektor-sektor prioritas itu, Kementerian Perindustrian juga telah menetapkan sektor industri halal yaitu makanan dan minuman, farmasi dan kosmetik, dan fashion. Berdasarkan rilis oleh State of the Global Islamic Economy (SGIE), untuk makanan dan minuman halal, Indonesia menempati posisi kedua setelah Malaysia. Adapun untuk fashion halal, Indonesia menempati peringkat ketiga (Hasan & Hamdi, 2022). Sedangkan untuk farmasi, peringkat Indonesia berada di urutan kesembilan. Regulasi yang mengarah pada pengembangan industri halal juga telah diambil langkah seperti penyesuaian regulasi sertifikasi halal, percepatan proses sertifikasi halal, dan memperjelas serta menyederhanakan proses sertifikasi halal bagi usaha mikro dan kecil (Pamuji, 2022).

Penelitian mengenai topik industri halal sudah banyak dilakukan. Kajian dan riset mengenai hal tersebut cukup menarik karena isu mengenai industri halal termasuk isu ekonomi global. Sejauh ini, penelitian yang sudah dilakukan antara lain mengenai tantangan dan strategi ekspor produk halal (Qoni'ah, 2022). Selain itu, ada juga penelitian lain yang berfokus pada peluang, strategi, dan tantangan industri halal pada masa pandemic Covid-19 (Madjid & Hasan, 2022). Ada pula yang mengkaji persoalan tantangan bisnis halal di bidang fashion syariah dengan konteks produsen (Hasan & Hamdi, 2022). Dengan demikian, penelitian mengenai tantangan sektor industri halal prioritas di Indonesia masih belum dilakukan. Hal inilah yang mendorong peneliti untuk mengkaji persoalan tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk melengkapi literatur dan hasil kajian seputar topik industri halal. penelitian-penelitian yang sudah ada, baru mengkaji persoalan tantangan industri halal secara umum, tantangan industri halal pada masa Covid-19, dan tantangan industri halal di bidang fashion dan pangan. Penelitian ini mengajukan dua rumusan masalah pokok: 1) bagaimana potret sektor industri halal prioritas di Indonesia? 2) Apa tantangan utama sektor industri halal prioritas di Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai eksplorasi problem yang berkaitan dengan sektor industri halal prioritas di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma riset kualitatif dengan sifat penelitian deskriptif dan mengkaji persoalan secara mendalam (Creswell, 2014). Ditinjau dari lokasinya, penelitian ini tergolong jenis penelitian kepustakaan atau biasa dinamakan library research dengan memanfaatkan literatur sebagai data penelitian (Afrizal, 2016). Dalam penelitian ini, data diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, jurnal ilmiah, dan berbagai artikel yang dimuat di media massa online. Data primernya adalah seputar informasi mengenai industry halal fashion syariah, makanan dan minuman halal, dan farmasi dan Kesehatan. Data sekundernya adalah mengenai isu-isu industry halal secara umum. Selanjutnya, data dianalisis secara deskriptif

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Potret Sektor Industri Halal Prioritas di Indonesia

1. Fashion syariah (fashion halal)

Fashion syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat. Hal ini bukan saja disebabkan oleh Sebagian besar penduduk Indonesia beragama Islam dengan jumlah mencapai 207.176.162 jiwa atau 87,18% dari jumlah penduduk Indonesia, namun juga didorong oleh animo perempuan berhijab juga mengalami tren kenaikan yaitu diperkirakan berjumlah 20 juta orang (Kompasiana.com, 2019; Lubis, 2019). Hal tersebut juga didukung oleh tingkat konsumsi produk halal Indonesia yang menempati urutan pertama di dunia yakni sekitar 10% pada tahun 2017 (Lubis, 2019). Selain itu, adanya regulasi berupa Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 Tentang jaminan produk halal, menyebabkan para produsen berlomba-lomba untuk menjadikan sertifikasi halal pada produk termasuk dalam dunia fashion.

Rantai nilai industri fashion halal antara lain: bahan baku, desainer, manufaktur, pendistribusian, retailer dan promosi, dan pembiayaan. Masing-masing rantai nilai industri halal tersebut terbagi menjadi industri utama dan industri pendukung. Untuk memperkuat masing-masing rantai nilai industri fashion muslim tersebut, dibutuhkan strategi yang terukur dalam kurun waktu 5 tahun (2019- 2024) seperti yang tertuang pada “Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019- 2024”, dengan strategi khusus yang direncanakan antara lain seperti: “1) Penguatan pasar fesyen dalam negeri, dengan aktivitas terdiri dari: peningkatan kompetensi SDM, peningkatan jumlah wirausaha fesyen muslim, dan peningkatan awareness dan kecintaan terhadap fesyen halal. 2) Penguatan market driver produk fesyen muslim, aktivitasnya terdiri dari: penguatan jaringan (link) and match dan peningkatan kapasitas produksi (terutama IKM), penguatan industri bahan baku dan industri manufaktur fesyen Muslim, pendirian pusat R&D dan inovasi fesyen Muslim yang terintegrasi, perlindungan terhadap plagiarism dan hak cipta, dan pemanfaatan teknologi industri 4.0 melalui platform digital. 3) Kolaborasi dan sinergi dengan sektor rantai nilai halal. Aktivitas utamanya terdiri dari: co-branding dengan produk kosmetik halal dan co-marketing dengan halal travel/parawisata halal Indonesia, dan kolaborasi dengan pembiayaan syariah. 4) Penguasaan pasar ekspor industri fesyen Muslim. Untuk program utamanya antara lain: peningkatan ekspor ke negara tujuan potensial sebagai sasaran ekspor utama, pemenuhan standar internasional, dan perluasan saluran distribusi global dengan *e-commerce*”(Sukono et al., 2020).

2. Makanan dan Minuman Halal

Sebagai salah satu negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia (207 juta), Indonesia adalah pasar terbesar produk halal Asia. Indonesia adalah negara dengan konsumen muslim terbesar di dunia untuk belanja pangan. Nilainya mencapai USD 170 miliar pada tahun 2018. Dengan market size yang sangat besar, tidak ada perusahaan asing yang akan melewatkan kesempatan ini. Sebagai target pasar dari negara lain, pengembangan pangan halal di Indonesia sangat penting, karena akan mendapatkan 2 manfaat: melindungi konsumen domestik dari mengonsumsi pangan nonhalal dan mendapatkan keuntungan dari ekspor produk pangan. Potensi pasar produk pangan halal di Indonesia juga didorong oleh beberapa hal, antara lain: kecenderungan kesadaran keagamaan yang semakin meningkat, bertambahnya kelompok kelas menengah yang telah terpenuhi kebutuhan primernya namun akan terus mencari cara untuk memenuhi kebutuhan lainnya yaitu kebutuhan bereskrpsi dan pemenuhan spiritualitas. Kelompok ini yang akan membawa perubahan terbesar di Indonesia, terlebih dengan ekonomi Indonesia yang

diproyeksikan akan masuk dalam kelompok negara dengan Gross Domestic Product (GDP) 5 besar dunia pada beberapa tahun ke depan.

Kondisi yang menarik juga dilaporkan oleh The International Monetary and Financial Systems. Saat perekonomian dunia mengalami stagnasi dengan merosotnya investasi dan bertambahnya penduduk usia tua (aging population), ekonomi Islam justru sebaliknya mengalami pertumbuhan dan menawarkan banyak kesempatan. Hal ini disebabkan meningkatnya konsumen muslim global (1,7 miliar) yang didominasi kelompok usia muda dengan pertumbuhan dua kali lipat dari pertumbuhan penduduk dunia. Ciri khas dari kelompok ini adalah beragam dan teredukasi. Kelompok ini pengguna teknologi informasi yang aktif sehingga akan menyerap banyak informasi sebelum menentukan pilihan, suka mencoba produk baru dan cenderung open-minded terhadap berbagai pilihan produk pangan yang ada.

Banyaknya perusahaan pangan internasional, harus disadari sebagai bagian dari hubungan diplomatik dan ekonomi antara negara tersebut dengan Indonesia, konsekuensi dari globalisasi dan tidak adanya lagi sekat antarnegara, namun potensi pasar Indonesia yang besar adalah penarik utama. Investasi asing semestinya dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan, yang terkait dengan supply chain produk pangan. Diversifikasi produk dan inovasi untuk meningkatkan added value dari produk susu atau produk pangan lainnya seharusnya juga diatur oleh pemerintah untuk didirikan di Indonesia, untuk menyerap lebih banyak tenaga kerja.

Dikutip dari hasil penelitian Qani'ah (2022) bahwa beberapa tantangan yang dihadapi Indonesia terkait dengan industri makanan dan minuman halal adalah: "(i) kurang fokus dalam pengembangan produk halal, karena masih mengutamakan ekspor komoditas pertambangan dan perkebunan, (ii) adanya pesaing dari negara nonmuslim yang mengembangkan industri halal, dan (iii) Kurangnya pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya sertifikasi halal"(Qoni'ah, 2022). Tantangan lainnya adalah ketergantungan Indonesia dengan impor bahan pangan yang digunakan sebagai bahan antara (pendukung pengolahan/pemroses) (Media, 2022). Hal tersebut menjadikan tantangan tersendiri atas jaminan kehalalan produk-produk yang dihasilkan.

3. Farmasi dan Obat-Obatan Halal

Sektor industri farmasi dan kosmetika halal terus berkembang karena lebih banyak produk diproduksi dan bahan-bahan semakin bersertifikat halal. Produk nutraceuticals halal semakin fokus pada fungsi, sementara konsep baru dalam obat-obatan halal telah dikembangkan dengan menggabungkan penyembuhan spiritual dengan obat-obatan yang terjamin kehalalannya. Berdasarkan laporan the State of the Global Islamic Economy Report 2019/2020 diketahui bahwa pengeluaran Muslim untuk obat-obatan secara global adalah USD 92 miliar pada tahun 2018, dan diperkirakan akan mencapai USD 134 miliar pada tahun 2024. Sementara itu, belanja untuk kosmetik halal secara global diperkirakan USD 64 miliar, dan mencapai USD 95 miliar pada tahun 2023. Meskipun Indonesia memiliki potensi pasar yang besar bagi pengembangan industri halal, bukan berarti Indonesia tidak memiliki tantangan.

Salah satu tantangan besar bagi industri farmasi dan kosmetik halal di Indonesia adalah bahwa sebagian besar bahan baku farmasi dan kosmetik di Indonesia berasal dari impor atau luar negeri yang tidak memprioritaskan jaminan produk halal (Ramadhan, 2021). Tantangan lainnya adalah upaya yang senantiasa terus perlu dilakukan untuk menumbuhkan kesadaran konsumen untuk memilih dan menggunakan produk halal. Hal itu dapat dilakukan dengan serangkaian kegiatan edukasi dan promosi terkait produk halal. Di lain pihak, untuk menguatkan daya saing industri halal, pemerintah perlu melakukan

akselerasi sertifikasi sektor industri halal di Indonesia. Hal ini juga sangat terkait dengan komitmen yang dimiliki perusahaan dalam menjalankan dan memenuhi kriteria Sistem Jaminan Produk Halal. Berdasarkan data BPS, terdapat sekitar 57 juta Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia dan yang telah memiliki sertifikat halal jumlahnya masih sangat sedikit.

Untuk memperkuat masing-masing rantai nilai farmasi dan kosmetik halal tersebut, dibutuhkan strategi yang terukur dalam kurun waktu 5 tahun (2019- 2024) seperti yang tertuang pada “Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019- 2024”, dengan strategi khusus yang direncanakan sebagai berikut: 1) Halal value literation, 2) Menjadi market driver produk kesehatan dan kosmetik halal. 3) Konsolidasi pasar dalam negeri. 4) Sinergi. Selain itu, dibutuhkan percepatan dalam implementasi strategi industri farmasi dan kosmetik halal yang meliputi: 1) dibentuknya gerakan gaya hidup halal melalui berbagai kegiatan dan media untuk sosialisasi; 2) kerjasama dalam bentuk harmonisasi kebijakan antara BPOM dan BPJPH terkait peredaran obat dan kosmetika halal; dan 3) pengelompokkan bahan baku yang terindikasi tercampur atau mengandung bahan haram atau tidak jelas status halalnya.

B. Analisis Tantangan Sektor Industri Halal Prioritas di Indonesia

Berdasarkan paparan di atas, terdapat beberapa poin penting yang dapat dijadikan bahan diskusi lebih lanjut, terutama sejumlah tantangan yang masih dihadapi oleh Indonesia dalam mengembangkan industri halal. Pertama, untuk industri farmasi dan kosmetik, tantangan besar yang dihadapi Indonesia adalah ketergantungan terhadap impor bahan baku. Dikutip dari Rini (2019), sebesar 80% bahan baku kosmetik di Indonesia masih diimpor dari luar negeri. Padahal, bahan baku kosmetik berupa minyak atsiri dari nilam yang didatangkan ialah hasil olahan bahan mentah yang diekspor oleh Indonesia ke negara lain dan dijual Kembali ke Indonesia dengan harga yang lebih tinggi (Rini, 2019). Di sini tampak bahwa salah satu tantangan Indonesia dalam mengembangkan industri farmasi dan kosmetik halal adalah penguasaan teknologi pengolahan bahan mentah menjadi bahan baku kosmetik. Hal ini menjadi “PR” yang perlu dikembangkan agar ketergantungan impor berkurang dan sekaligus dapat menjamin kehalalan produk dengan standar sertifikasi halal berdasarkan regulasi di Indonesia.

Adapun untuk fashion halal, tantangan yang dihadapi oleh Indonesia adalah ketergantungan impor bahan baku tekstil terutama kain. Sebagaimana data menurut Badan Pusat Statistik (BPS), impor kain untuk bahan baku tekstil sebagian besar diimpor dari Negara China (BPS, 2023). Sementara negara China bukanlah negara muslim yang memiliki regulasi halal yang bersistem secara nasional. Selain itu, sertifikasi halal di China hanya dibatasi pada produk makanan dan minuman. Dikutip dari Qian Zhou, bahwa “di China, halal hanya berlaku untuk makanan daging, susu, dan minyak goreng. Dilarang memperluas konsep halal ke bidang lain di luar bidang makanan halal”(Zhou, 2022). Dengan demikian, untuk bahan baku tekstil yang diimpor dari negara lain ke Indonesia, jaminan halal masih belum dapat sepenuhnya diketahui dan tidak traceability. Ini menjadi tantangan yang harus dipecahkan oleh Indonesia dengan cara meningkatkan produksi bahan baku tekstil dalam negeri atau menjalin hubungan kerjasama dengan negara-negara penghasil bahan baku tekstil yang memiliki jaminan halal.

Sedangkan untuk makanan halal, tantangannya adalah bahan penyediaan bahan baku antara atau pemproses pangan. Namun, hal tersebut saat dapat diatasi dengan adanya geliat para pelaku usaha di Negara China yang mengajukan sertifikasi halal kepada penyedia sertifikasi halal, termasuk Indonesia. Bahkan, menurut MUI, negara yang paling banyak mengajukan sertifikasi halal adalah Negara China. Hal tersebut, di satu sisi menjadi angin segar

bagi industri halal di Indonesia karena jaminan kehalalan produk pangan yang diimpor menjadi semakin jelas. Namun, di sisi yang lain, hal tersebut menjadi tantangan baru bagi pelaku usaha dalam negeri. Hal tersebut disebabkan oleh China mampu memberikan harga yang jauh lebih murah daripada negara-negara lain, termasuk para pelaku industri dalam negeri. Ini membutuhkan regulasi yang bijak dari pemerintah agar peluang industri halal prioritas di Indonesia tidak semata-mata bergantung pada negara luar.

PENUTUP

Berdasarkan hasil kajian ini, diperoleh suatu sintesis bahwa sektor industri halal prioritas di Indonesia masih menghadapi sejumlah tantangan. Tantangan tersebut pada intinya ada tiga: pertama, kebergantungan pada impor dari negara-negara luar. Kedua, keterjaminan kehalalan bahan baku yang tidak sepenuhnya bersifat traceable. Ketiga, tantangan bahan baku yang lebih murah ditawarkan oleh negara luar. Ini memberikan gambaran bahwa pada dasarnya sektor industri halal prioritas di Indonesia masih memberikan peluang yang besar bagi pelaku usaha dalam negeri untuk bersaing meraih peluang bisnis industri halal yang menjanjikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, A. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu* (3rd ed.). PT Raja Grafindo Persada.
- BPS. (2023, July 24). *EKSPOR DAN IMPOR*. <https://www.bps.go.id/exim/>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications, Inc. <https://www.pdfdrive.com/qualitative-quantitative-and-mixed-methods-approaches-e91943566.html>
- Hasan, A. S., & Hamdi, B. (2022). Perkembangan dan Tantangan Halal Fashion Indonesia Dalam Menjadi Produsen Utama Industri Halal Global. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.37146/ajie.v4i2.134>
- Kemenperin RI. (2022, July 3). *Kemenperin: Kemenperin: Revolusi Industri 4.0 Optimalkan Potensi Indonesia di Sektor Manufaktur*. <https://kemenperin.go.id/artikel/23388/Kemenperin:-Revolusi-Industri-4.0-Optimalkan-Potensi--Indonesia-di-Sektor-Manufaktur>
- Kompasiana.com. (2019, December 4). *Perkembangan Fashion Syariah di Indonesia*. KOMPASIANA. <https://www.kompasiana.com/noerharida/5de77a5d097f363180658962/perkembangan-fashion-syariah-di-indonesia>
- Lubis, A. I. F. (2019). Implementasi Model Pengembangan Industri Halal Fashion Di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik (JEpa)*, 4(2), Article 2.
- Madjid, S. S., & Hasan, H. A. (2022). ANALISIS PELUANG, TANTANGAN DAN STRATEGI INDUSTRI HALAL DI INDONESIA (PADA MASA PANDEMIC COVID-19). *PILAR*, 13(1), Article 1.
- Media, K. C. (2022, September 29). *Jawab Tantangan Industri Makanan Minuman Halal, BSI Lakukan Pembiayaan Tepat Guna dan Sasaran*. KOMPAS.com. <https://biz.kompas.com/read/2022/09/29/092226028/jawab-tantangan-industri-makanan-minuman-halal-bsi-lakukan-pembiayaan-tepat-guna>
- Pamuji, S. (2022, April 1). *Makanan Halal Indonesia Ranking Dua Dunia, Kemenag: Kita Menuju Nomor Satu*. <https://kemenag.go.id>. <https://kemenag.go.id/pers-rilis/makanan-halal-indonesia-ranking-dua-dunia-kemenag-kita-menuju-nomor-satu-ex0lob>
- Qoni'ah, R. (2022). Tantangan dan Strategi Peningkatan Ekspor Produk Halal Indonesia di Pasar Global. *Halal Research Journal*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.12962/j22759970.v2i1.246>
- Rini, A. S. (2019, July 9). *Substitusi Bahan Baku Kosmetik Impor Sangat Memungkinkan*. Bisnis.com. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190709/257/1121665/substitusi-bahan-baku-kosmetik-impor-sangat-memungkinkan>
- Septyaningsih, S. (2021, April 8). *Pemerintah Prioritaskan 7 Sektor untuk Dongkrak Ekonomi RI*. Republika Online. <https://republika.co.id/share/qr7koj383>
- Sukono, S., Wiryawan, A., Kusnadi, J., & Sucipto, S. (2020). *Ekosistem Industri Halal*. Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia Pusat Studi Halal

Thoyyib - Universitas Brawijaya.
<https://www.bi.go.id/id/edukasi/Documents/EKOSISTEM%20HALAL%202020.pdf>

Zhou, Q. (2022, August 26). *How Halal Products Are Certified and Labeled in China*. China Briefing News. <https://www.china-briefing.com/news/halal-certification-procedures-in-china/>