

Seminar Nasional Hasil Pengabdian kepada Masyarakat
26 November 2022, Hal. 374-378
e-ISSN: 2686-2964

Perkembangan industri halal dan tantangannya di Negara Indonesia-Thailand

Dyah Suryani, Solikhah, Muhammad Syamsu Hidayat

Universitas Ahmad Dahlan, Jalan Prof. Dr. Soepomo Janturan Warungboto Umbulharjo
Yogyakarta

Email : dyah.suryani@gizi.uad.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini berkembang sangat pesat, demikian juga terhadap makanan yang saat ini sangat banyak sekali produk-produk makanan yang beredar disekitar kita Sebagai kebutuhan pokok untuk keberlangsungan kehidupan, makanan yang dikonsumsi harus tetap memperhatikan kandungan gizi serta keamanannya. Makanan yang dikonsumsi manusia harus mengandung berbagai macam kandungan gizi yang dapat menunjang proses kehidupan manusia. Melihat ramainya produk-produk makanan yang beredar disekitar kita seharusnya membuat seseorang harus lebih selektif dalam menentukan pilihannya. Seseorang hendaknya jeli melihat aspek kehalalan dan kesehatannya. Permasalahan dan kendala yang harus dihadapi masyarakat muslim yang mengadu nasib di negara-negara non muslim salah satunya Thailand. Hal ini terjadi karena mayoritas negara tersebut adalah bukan muslim. Tujuan pengabdian ini adalah peningkatan pengetahuan mengenai sejarah industri halal dan tantangannya pada masyarakat muslim Indonesia – Thailand. Hasilnya adalah terjadinya peningkatan pengetahuan masyarakat muslim Indonesia-Thailand mengenai sejarah perkembangan industri halal serta tantangan ke depan. Sehingga hal ini dapat menjadi motivasi khususnya masyarakat Indonesia yang mayoritas berpenduduk muslim untuk lebih selektif dalam memilih produk halal dan bagi pemilik industri memenuhi persyaratan untuk mendapatkan sertifikasi halal.

Kata kunci : Industri ; Halal ; Tantangan ; Indonesia ; Thailand

ABSTRACT

The development of technology is overgrowing, as well as for Food, which currently has a lot of food products circulating us. As a basic need for survival, the Food consumed must still pay attention to its nutritional content and safety. Food consumed by humans must contain various kinds of nutritional content that can support the process of human life. Seeing the abundance of food products circulating us should make someone have to be more selective in making their choices. One should be observant of the halal and health aspects. Problems and obstacles must be faced by Muslim communities who try their luck in non-Muslim countries, one of which is Thailand. This happens because the majority of these countries are not Muslims. This service's aim is to increase knowledge about the history of the halal industry and its challenges to the Indonesian-Thai Muslim community. The result is an increase in the knowledge of the Indonesian-Thai Muslim community regarding the history of the development of the halal industry and the challenges ahead so that this can be a motivation, especially for the Indonesian people, who are predominantly Muslim, to be more selective in

choosing halal products and for industry owners to meet the requirements to get halal certification.

Keywords : *Industry ; Halal ; Challenges ; Indonesia ; Thailand*

PENDAHULUAN

Industri halal di Indonesia diyakini akan mampu menjadi pemicu dalam pemulihan ekonomi nasional di masa pandemi COVID-19 yang masih belum juga mereda. Halal dikatakannya tidak hanya terbatas pada bidang makanan dan minuman, tetapi juga dapat dikembangkan pada bidang jasa, produk, dan kesehatan. Produk yang jelas sertifikasi halalnya, tidak hanya memberikan rasa aman bagi penduduk muslim tetapi juga penduduk non-muslim. Industri halal merupakan kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan tata cara dan peralatan yang diizinkan oleh syariat Islam. Terdapat enam sektor dalam industri halal, yaitu sektor *halal food, islamic finance, fashion, muslim-friendly travel, media and recreation, pharmacy and cosmetics* (Effendi, 2019). Indonesia adalah salah satu negara di dunia yang mempunyai potensi besar untuk mengembangkan industri halal. Potensi yang besar ini merupakan dampak dari banyaknya jumlah penduduk muslim di Indonesia yaitu 12,7% populasi muslim di dunia (Fathoni, 2020).

Mengingat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang pangan, obat-obatan, dan kosmetik berkembang sangat pesat, hal itu berpengaruh secara nyata pada pergeseran pengolahan dan pemanfaatan bahan baku untuk makanan, minuman, kosmetik, obat-obatan, serta produk lainnya dari yang semula bersifat sederhana dan alamiah menjadi pengolahan dan pemanfaatan bahan baku hasil rekayasa ilmu pengetahuan. Pengolahan produk dengan memanfaatkan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi memungkinkan percampuran antara yang halal dan yang haram baik disengaja maupun tidak disengaja (Astuti, 2020). Halal adalah sesuatu yang diperbolehkan menurut ketentuan syariat Islam, sedangkan haram adalah segala sesuatu yang dilarang menurut ketentuan syariat Islam. Status hukum halal dan haram bisa melekat pada benda maupun perbuatan (Saepudin, 2022). Produk halal didefinisikan sebagai produk yang dibuat menggunakan bahan halal dan memenuhi persyaratan thayyib di fasilitas yang tidak terkontaminasi dengan barang haram dan najis. Sedangkan thayyib dapat diartikan sebagai sesuatu yang baik, suci atau bersih dan tidak membahayakan kesehatan apabila dikonsumsi (Qoniah, 2022).

Thailand adalah sebuah Negara di wilayah Asia Tenggara yang berbentuk Monarki Konstitusi (suatu pemerintahan yang didirikan di bawah sistem konstitusional yang mengakui Raja, Ratu, atau Kaisar sebagai kepala negara). Islam masuk di Thailand diperkirakan sekitar abad ke-10 atau ke-11 dibawa oleh pedagang Arab dan India (Mania, 2019). Meskipun di Thailand Islam merupakan agama minoritas yang populasinya kurang dari lima persen penduduk Thailand, namun Islam di Thailand merupakan minoritas yang berkembang cepat (Kusuma, 2016). Thailand adalah produsen terbesar kelima di dunia dengan pangsa 5,6 persen dari pasar makanan halal global senilai 5 miliar dolar Amerika per tahun. Thailand juga menempati urutan pertama untuk ekspor halal di antara negara-negara ASEAN. Makanan halal saat ini menyumbang 20 persen dari ekspor makanan global Thailand dengan lebih dari 60 persen ekspor halal ke Indonesia, Malaysia, dan Brunei.

Dengan adanya fakta bahwa Thailand yang merupakan minoritas muslim tapi sudah menjadi ekspor halal tertinggi di wilayah ASEAN mengalahkan Indonesia, diharapkan menjadi motivasi masyarakat Indonesia untuk lebih meningkatkan Industri Halalnya. Hal ini terjadi dikarenakan masih minimnya daya tarik yang ditawarkan dari produk halal di dalam negeri. Sebaliknya, Indonesia menjadi rebutan sasaran pasar produk halal bagi negara-negara asing.

Sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat baik mahasiswa maupun masyarakat umum tentang potensi negara kita tentang industri halal dan peningkatannya di masa yang akan datang dengan melihat perkembangan negara Thailand yang minoritas masyarakat muslim.

METODE

Pengabdian kepada masyarakat ini bekerja sama dengan Pimpinan Cabang Istimewa Muhammadiyah (PCIM) Thailand. Sasaran kegiatan pengabdian ini adalah masyarakat muslim baik yang berdomisili di thailand maupun di Indonesia baik yang sudah bekerja maupun mahasiswa. Tahapan kegiatan ini dimulai dari tahap persiapan, pelaksanaan, evaluasi dan keberlanjutan program.

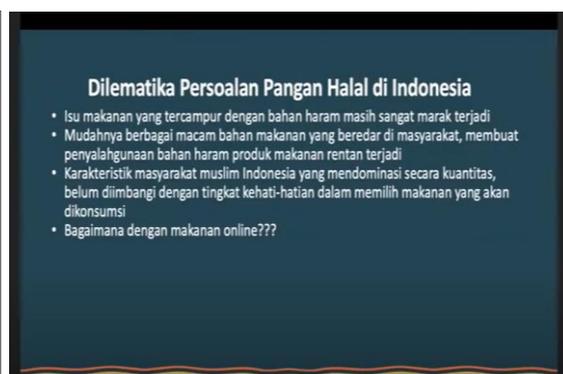
Persiapan dalam kegiatan ini adalah melakukan koordinasi ke pihak mitra Pimpinan Cabang Istimewa Muhammadiyah (PCIM) Thailand sekaligus melakukan assesmen permasalahan terkait tantangan dan perkembangan industri halal di kedua negara. Setelah diketahui permasalahan yang ada, kemudian dilanjutkan dengan penyusunan rencana kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Tahap pelaksanaan dilakukan dengan metode webinar secara daring atau online dengan platform Zoom. Tahap terakhir yaitu evaluasi terhadap kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan. Evaluasi diberikan dengan cara pengisian pretest dan post-test kepada peserta webinar. Pre-test dan post-test bertujuan untuk mengukur tingkat pengetahuan dan sikap yang dinilai dengan kuesioner.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Webinar yang merupakan rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat mendapatkan respon positif dari peserta. Hal ini disebabkan webinar dilaksanakan tanpa memaksa peserta untuk pergi ke lokasi kegiatan. Webinar selain bermanfaat bagi penyelenggara juga memiliki manfaat bagi peserta. Karena webinar merupakan sarana mendapatkan ilmu dari para pembicara yang memiliki pengalaman dan pengetahuan yang mendalam terkait topik yang dibahas. Topik yang dibahas dalam kegiatan ini juga sangat menarik yaitu membahas mengenai Industri Halal, dimana Industri halal merupakan peluang baru dalam dunia industrial yang saat ini sedang digandrungi oleh negara-negara di dunia. Tidak hanya mencakup negara-negara dengan mayoritas berpenduduk muslim saja, namun negara-negara minoritas muslim pun juga ikut ambil bagian dalam pengembangan industri halal ini. Hal tersebut menjadi penanda bahwa pasar industri halal memiliki potensi besar dalam menunjang peningkatan pertumbuhan ekonomi dunia, sehingga topik ini menarik diikuti.



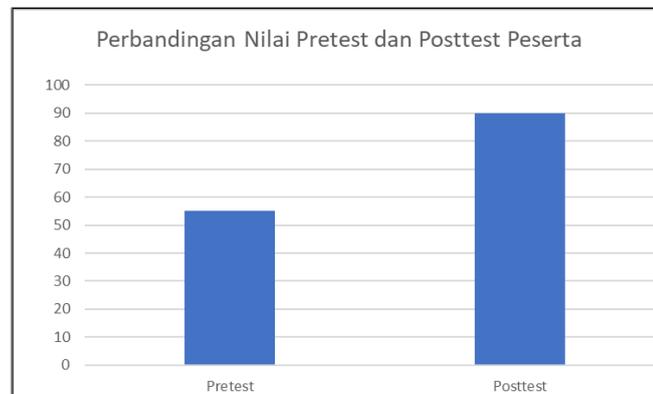
Gambar 1A. Pelaksanaan Webinar



Gambar 1B. Pelaksanaan Webinar

Kegiatan evaluasi dengan pengisian kuesioner pretest dan posttest menunjukkan peningkatan tingkat pemahaman peserta, karena selama ini peserta hanya memahami jika

industry halal itu hanya di pangan, padahal ruang lingkupnya sekarang sangat luas. Hal ini sesuai dengan pernyataan Madjid (2022), yang menyatakan bahwa meningkatnya preferensi masyarakat secara umum terhadap produk halal, menjadikan keragaman produk halal yang beredar di pasaran juga semakin beragam. Demikian juga besarnya jumlah penduduk serta meningkatnya pendapatan masyarakat muslim menyebabkan tingginya akan variatif dari produk halal. Keragaman produk halal tidak lain untuk memenuhi permintaan akan produk yang semakin hari semakin tinggi. Variasi industri halal dilihat dari sektor makanan halal, sektor farmasi, sektor busana muslim, sektor kosmetik, dan sektor wisata halal.



Gambar 2 : Hasil Pretest dan Posttest

Berdasarkan jawaban peserta webinar terkait dengan permasalahan yang muncul selama berhubungan dengan industri halal antara lain : makanan yang dijual belum selalu mencantumkan logo halal atau bahkan memang belum mengajukan sertifikasi halal, masih rendahnya kesadaran masyarakat tentang sertifikasi halal, kebanyakan masyarakat menilai makanan halal hanya tidak mengandung babi, tapi abai untuk bahan seperti cara penyembelihan, kosmetik banyak yang belum tersertifikasi halal namun banyak digunakan oleh kalangan masyarakat, rasa produk makanan lebih diutamakan daripada sertifikat halal dan lain-lain. Kondisi tersebut menandakan bahwa pengetahuan dan rendahnya motivasi terhadap jaminan halal masih tinggi di Indonesia. Qoniah (2022) menyatakan bahwa pelaku UMKM masih belum menyadari pentingnya sertifikasi halal, padahal sertifikasi halal dapat meningkatkan nilai jual produk dan daya saing produknya di pasar global. Selain itu sebagian masyarakat juga kurang memiliki *awareness* tentang konsep halal sehingga hal ini berpengaruh pada pengembangan industri halal.

Kendala yang dihadapi mencakup kesulitan mengontrol dan menjamin produk halal, kurangnya sertifikasi halal, masih perlu penegakan integritas pengaturan halal, perusahaan halal kesulitan mencari dukungan pembiayaan dan investasi, keterbatasan sumber daya dan substitusi bahan baku, rendahnya kesadaran akan produk halal di luar segmen non-makanan, dan perlu tenaga kerja berkualitas (Astuti, 2020). Sehingga banyak cara yang dapat dilakukan untuk mensosialisasikan produk halal agar mudah sampai kepada masyarakat dan mudah dipahami, mulai dari sosial media, web site, media cetak, televisi, dan lainnya. Media yang paling efektif bagi masyarakat tentu dapat disesuaikan dengan kondisi masyarakat, yang berada di wilayah perkotaan dapat dilakukan melalui media online, seperti sosial media, website, dan lainnya seperti halnya dengan kegiatan webinar ini.

Diharapkan Indonesia bisa mencontoh Thailand yang mempunyai perkembangan pesat terkait dengan industri halal ini. Thailand telah mengembangkan sejumlah strategi kunci untuk lebih memperkuat industri halal, terutama dalam hal memenuhi standar global, mendorong daya saing pengusaha, meningkatkan kemampuan sertifikasi halal dan perumusan standar, serta meningkatkan penelitian dan pengembangan. Pendirian *Central Islamic*

Council of Thailand (CICOT) dan *Halal Science Center Chulalongkorn University* menggambarkan tekad pemerintah untuk menjadikan Thailand sebagai pusat keunggulan halal yang diakui dalam sains dan pengujian. Halal Science Center Chulalongkorn University didirikan oleh cucu KH Ahmad Dahlan yaitu Dr. Winai Dahlan. Dimana Pusat ini merupakan salah satu badan penelitian pertama di dunia dengan spesialisasi bidang sains halal food. Tujuan pendiriannya adalah untuk membantu Komite Islam Thailand dalam melaksanakan misinya, terutama dalam sebagai *Halal Certification Agency*. Diharapkan Indonesia mempunyai banyak ahli-ahli di bidang halal untuk bisa meningkatkan produk halal dan bersaing di dunia.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil evaluasi terdapat peningkatan pemahaman peserta webinar mengenai perkembangan industri halal. Universitas perlu memperkuat kolaborasi dengan pelaku industri. Sebagai pusat pendidikan, universitas harus berperan secara aktif mendorong literasi dan edukasi ekonomi halal pada masyarakat, tidak hanya produsen tapi juga konsumen.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada 1). LPPM UAD yang telah memberikan dana pengabdian kepada Masyarakat, 2). PCIM Thailand yang berkenan menjadi mitra, dan 3). Para peserta webinar yang tidak bisa kami sebutkan satu-persatu.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, M. (2020). Pengembangan Produk Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal (Halal Lifestyle). *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum*, 1(1), 14–20. <https://doi.org/10.55357/is.v1i1.16>
- Bayu Mitra Adhyatma Kusuma. (2016). Masyarakat Muslim Thailand Dan Dampak Psikologis Kebijakan Asimilasi Budaya. *Jurnal Hisbah*, 13(1), 109–120.
- Effendi, S. A. (2019). *Potensi dan Tantangan Menuju Indonesia Sebagai Industri Halal Dunia*. 3–6.
- Fathoni, M. A. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>
- Madjid, S. S. (2022). Halal Di Indonesia (Pada Masa Pandemic Covid-19). *JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 13(1), 17–32.
- Mania. (2019). Perkembangan Sosial Islam di Thailand. *AL MA'ARIEF: Jurnal Pendidikan Sosial Dan Budaya*, 1(1), 80–101. <https://doi.org/10.35905/almaarief.v1i1.783>
- Qoniah, R. (2022). Tantangan dan Strategi Peningkatan Ekspor Produk Halal Indonesia di Pasar Global. *Halal Research Journal*, 2(1), 52–63. <https://doi.org/10.12962/j22759970.v2i1.246>
- Saepudin, E. (2022). Ekosistem Industri Halal. *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities* (Vol. 5). <https://doi.org/10.30595/pssh.v5i.420>