

STUDI PERBANDINGAN OPTIMALISASI INDUSTRI HALAL DALAM PEMBANGUNAN EKONOMI INDONESIA DAN MALAYSIA

Asmaria

Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai

asmaria09@gmail.com

Abstrak

This study aims to analyze the comparison optimization of the halal industry in the economic development of Indonesia and Malaysia. The research was conducted in 2 countries, by reviewing and analyzing the optimization the halal industry in the economic development of Indonesia and Malaysia. This research uses primary data and secondary data which are primary data; interviews with key informants and secondary data; use study documentation and literature study. The growth of the Malaysian and Indonesian halal industries is expected to continue. According to Islamic law, one of the main principles of Sharia is the maintenance of life in a manner sustainable to match economic development. Having these criteria can help provide guidance to halal certification bodies such as JAKIM and BPJPH in implementing halal product certification in Malaysia and Indonesia. In addition, pharmaceutical products for halal consideration must follow the laws and requirements imposed by the legal or competent authorities in Malaysia and Indonesia.

Keywords : Halal industry, Economic Development, JAKIM, BPJH

A. Pendahuluan

Pembangunan ekonomi merupakan sebuah proses multidimensional yang menyangkut perubahan-perubahan besar dalam struktur sosial, sikap masyarakat, kelembagaan nasional maupun percepatan Pertumbuhan ekonomi, pengurangan ketidakmerataan dan penghapusan dari kemiskinan mutlak (Todaro & Smith 2009). Hal ini dikarenakan salah satu masalah ekonomi di Indonesia merupakan pengangguran yang setiap tahunnya meningkat (Bappeda, 2017). Pembangunan ekonomi dapat dilakukan melalui optimalisasi industri halal, Industri halal merupakan produk maupun jasa yang dihasilkan telah sesuai dengan syariat (aturan) islam. Industri halal meliputi makanan dan minuman, trend fashion, keuangan, kosmetik, obat-obatan dan wisata halal. Produk halal merupakan produk yang sesuai dengan syariat islam, sehingga produsen – produsen yang halal semakin meningkatkan industri halal (Melisa & Khikmawati, 2021).

Potensi Indonesia pada industri halal telah berkembang dengan pesat, salah satu contohnya terdapat di sektor pariwisata halal, berdasarkan laporan *Global Muslim Traveler Index* (GMTI) tahun 2019 menunjukkan bahwa pada tahun 2000 ada 25 juta wisatawan muslim yang berwisata, namun pada tahun 2018 meningkat hingga 140 juta wisatawan muslim yang menghasilkan USD 40 miliar, proyeksinya di tahun 2026 hingga 230 juta wisatawan muslim dengan nilai pengeluaran mencapai USD 300 miliar. Sehingga melalui optimalisasi industri halal akan meningkatkan pembangunan ekonomi Indonesia dengan menimbang tren gaya hidup halal atau halal life style menjadi sorotan masyarakat Indonesia maupun dunia.

Meski demikian, strategi kebijakan di Indonesia sejauh ini masih perlu diingatkan 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 (Mubarak & 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.

Negara Malaysia berada di peringkat pertama untuk produsen makanan halal selama tiga tahun berturut turut (waharini & Purwantini, 2018), berdasarkan laporan state of global Islamic Economy 2020/2021 menunjukkan bahwa Malaysia menempati peringkat pertama di top 15 global Islamic economy indicator score rank dan juga menempati peringkat pertama di sektor makanan halal, keuangan islam, muslim friendly travel, obat obatan dan kosmetik. Ini menunjukkan bahwa dalam rangka optimalisasi halal Indonesia masih tertinggal dengan Malaysia.

Berdasarkan uraian diatas maka dibutuhkan penelitian yang menganalisis dan mengkaji perbandingan optimalisasi industri halal dalam pembangunan ekonomi Indonesia dan Malaysia

B. Landasan Teori

I. 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. Berdasarkan konsep syariah, apapun 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 intrinsic, 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 (Mohammad & Backhouse, 2014). Industri halal harus mencakup semua lini kegiatan operasi, baik pengemasan, pemasaran, manufaktur, logistic, 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. Pada Indonesia legitimasi produk halal dilakukan melalui proses penelitian yang dilakukan oleh LPPOM dan MUI (Ahyar & Wibisono, 2019).

Saat ini, industri dengan pelabelan halal dari suatu produk bukannya 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. Halal tidak hanya seperangkat aturan dalam Islam tetapi juga menjadi industri dalam berbagai aspek kehidupan manusia mulai dari makanan, minuman, yang sekarang sudah berkembang untuk pakaian, kosmetik, *real estate*, restoran, hotel, perbankan syariah (Mubarak and Imam 2020) meskipun demikian pengguna produk industri halal tidak hanya untuk umat Islam saja tetapi juga untuk semua umat manusia, kualitas produk halal (*halalan thoyyiban*) menjadi alasan kuat untuk negaradengan penduduk minoritas Islam dalam hal menggunakan produk industri halal mengalami peningkatan yang cukup signifikan di beberapa tahun terakhir (Waharini and Purwantini 2018) selain itu, produk halal dapat lebih dipercaya karena adanya konsep *halal value chain* atau rantai pasok halal adalah keseluruhan kegiatan entitas yang terlibat dalam proses di sepanjang rantai pasok dari hulu ke hilir menerapkan konsep yang sesuai syariat Islam, dimulai dari pemilihan pemasok, proses produksi, penyimpanan, sampai dengan distribusi agar terhindar dari kontaminasi unsur yang non-halal, sampai saat ini *halal value chain* mencakup empat sektor industri yaitu, pariwisata, kosmetik, obat-obatan, makanan, dan keuangan (Saputri 20).

2. Pembangunan Ekonomi (Dorongan Besar)

Menurut Todaro (2009) Jika suatu perekonomian telah tumbuh secara berkelanjutan selama beberapa waktu atau sedang mengalami stagnasi akan membuahkan hasil yang sangat berbeda bagi pembangunan selanjutnya. Apabila pertumbuhan dapat dipertahankan dalam waktu yang cukup lama, asumsikan satu generasi atau lebih, maka kemungkinan kecil bahwa pembangunan ekonomi selanjutnya akan keluar jalur dalam waktu yang lama (sekali pun bisa terjadi kemunduran dalam siklus bisnis ketika perekonomian terpengaruh).

Model dorongan besar adalah model yang menjelaskan bagaimana kegagalan pasar dapat menimbulkan kebutuhan akan perekonomian yang terencana dan kemungkinan juga upaya yang dicetuskan oleh kebijakan pemerintah agar proses pembangunan ekonomi yang berlangsung dalam jangka Panjang dapat berjalan atau dipercepat. Dengan kata lain kegagalan koordinasi akan menghambat keberhasilan industrialisasi dan merupakan kendala bagi dorongan pembangunan. Dorongan besar tidak selamanya diperlukan, tetapi akan sangat membantu untuk dapat menemukan cara untuk mengidentifikasi situasi yang membutuhkan adanya dorongan besar.

C. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode triangulasi (gabungan) di mana analisis data bersifat induktif dan kualitatif yang lebih menekankan makna ketimbang generalisasi (Sugiyono 2017). Sumber data penelitian yaitu data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti yaitu, negara Malaysia dan Indonesia dan data sekunder diperoleh melalui buku, jurnal, *report*, dan berita yang berkaitan dengan topik penelitian.

Pengumpulan data melalui studi pustaka dan wawancara tak berstruktur. Wawancara tak berstruktur yaitu wawancara yang bebas, dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan dan studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaah terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan (Nazir 2014). Selanjutnya, data-data yang dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dimana data yang diperoleh kemudian disusun sehingga mempermudah pembahasan masalah-masalah yang ada (Sugiyono 2017). Proses analisis data dalam penelitian ini dibagi dalam tiga tahapan, yaitu (Miles and Huberman 1987).

I. Reduksi data yaitu proses pemilihan perhatian pada penyerderhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data yang muncul dari catatan-catatan. Reduksi data berlangsung secara terus-menerus selama proyek yang berorientasi kualitatif berlangsung.

2. Penyajian data yaitu sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian yang palingseringdigunakan pada data kualitatif adalah bentuk teks naratif.
3. Penarikan kesimpulan atau verifikasi yaitu sebuah proses menganalisis kualitatifdengan mencari makna benda-benda mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan yang memungkinkan, alur sebab akibat dan proposisi. Berikut adalah kerangka pemikiran yang dihasilkan dari diskusi kelompok yang dilandasi oleh hasil wawancaradan pembacaan literature oleh penulis.

D. Pembahasan

I. Pengembangan Industri Halal Di Indonesia

MESI 2019-2024, merekomendasikan empat strategi utama untuk menjadikan Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah dunia. Pertama, memperkuat Halal Value Chain, dengan fokus pada industri atau klaster yang dinilai memiliki potensi dan berdaya saing tinggi. Kedua penguatan keuangan syariah yang rencana induknya sudah dituangkan dalam masterplan keuangan syariah Indonesia (MAKSI) dan disempurnakan dalam MESI dalam MESI. Ketiga, penguatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sebagai penggerak utama rantai nilai halal. Keempat,pemanfaatan dan penguatan platform ekonomi digital dalam hal perdagangan (*e-commerce, market place*) yang diharapkan bisa mendorong dan mengakselerasi pencapaian strategi lainnya.

Tabel I. Strategi Klaster Industri Halal

Klaster	Strategi
Makanan dan Minuman	<ol style="list-style-type: none"> 1. Percepatan implementasi peraturan terkait halal industri, seperti rancangan peraturan pemerintah terkait BPJH. 2. Sistem Informasi halal sangat diperlukan untuk mempermudah pengusaha,terutama UMKM dalam mengakses informasiterkait halal. 3. Halal Center dan Lembaga penjamin halal untuk mempercepat proses sertifikasi halal
Pariwisata Halal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyusun paket paket wisata halal terintegrasi di masing masing daerah unggulan. 2. Melakukan branding pariwisata halal melalui media sosial dan eksibisi. 3. Merumuskan dan mengesahkan undang undang tentang pariwisata halal.
Fashion	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melaksanakan business matching forum adalah pertemuan yang bersifat B2B antara pebisnis, pengecer, agen, distributor dengan calon investor atau partner. 2. Melaksanakan kegiatan promosi yang bertaraf internasional dan partisipasi pada event fashion muslim internasional. 3. Kampanye cinta produk fashion muslim karya anak bangsa melalui berbagai media dan komunitas

Media dan Kreasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemanfaatan media dan kreasi halal dalam mendukung branding Industri halal. 2. Pembentukan sektor unggulan dan prioritas media dan rekreasi fokus pada sektor film dan animasi.
Farmasi dan Kosmetik Halal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dibentuknya Gerakan gaya hidup halal melalui berbagai kegiatan dan media seperti sosialisasi. 2. Kerja sama dalam bentuk harmonisasi kebijakan antara BPOM dan LPPOM terkait peredaran obat dan kosmetik halal. 3. Pengelompokkan bahan baku yang terindikasi tercampur atau mengandung bahan haram atau tidak jelas status halalannya.
Energi Terbarukan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kampanye terhadap keunggulan energi terbarukan untuk mencapai swasembada energi nasional 2. Terciptanya kemudahan akses dan skema pembiayaan yang menarik untuk mendukung energi terbarukan 3. Mengadakan riset dan publikasi mengenai energi terbarukan dan potgensi kolaborasi dengan industry lain dalam rantai nilai halal yang dapat diaplikasikan di Indonesia, terutama pariwisata halal.

Sumber; MESI 2019-2024

Sebagai titik awal sinergi, ekosistem industry halal melalui sektor keuangan syariah dapat menjadialah satu solusi bagi permasalahan minimnya ketersediaan instrument pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan investasi EBT (Energi Baru Terbarukan). Melalui berbagai pembiayaan berbasis syariah dengan berbagai skema, ekosistem industry halal dapat berkontribusi menjadi salah satu faktor pendukung pencapaian target EBT yang telah ditetapkan untuk tahun 2025 dan 2050. Dengan optimalnya pemanfaatan EBT di Indonesia, diharapkan hasil energi tersebut menjadi pendukung untuk ujung tombak industry halal diantaranya : Pariwisata, industri makanan dan minuman, fashion muslim, farmasi dan kosmetik serta media dan rekreasi. Khususnya dengan pariwisata halal, Indonesia dapat menyinergikan tempat produksi EBT menjadi salah satu destinasi pariwisata berbasis *green tourism*.

2. Pengembangan Industri Halal Di Malaysia

Di Malaysia, Islam ditetapkan sebagai agama negara sehingga menjadi pusat perhatian pemerintahnya. Sertifikasi halal makanan dan barang di Malaysia dimulai tahun 1974 oleh Dewan Nasional Bagi Hal Ehwat Agama Islam (BAHEIS) melalui surat pengakuan halal. Kemudian pada tahun 1994 digunakan surat konfirmasi halal dan logo halal. BAHEIS kemudian digunakan diubah menjadi Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) pada 1 Januari 1997. JAKIM bertugas memantau dan menerbitkan sertifikat halal. Sedangkan audit kehalalannya dilaksanakan oleh perusahaan swasta yang bernama perusahaan Ilham Daya PT.

Saat ini, ada sekitar 20 KIH (Kawasan Industri Halal) di seluruh Malaysia dan masing masing negara bagian memiliki KIH tersendiri. Ada 6 klasifikasi Halal park di Malaysia yaitu:

a. *Halal Food Park*

Ukuran distrik pangan halal harus lebih kecil dari 10 Hektare area ditujukan untuk produksi berbagai pangan dan produk halal. Mempunyai fasilitas untuk pengolahan, pengemasan, pencadangan dan logistik.

b. *Halal Distributive Park*

Luas Kawasan distribusi halal harus lebih dari 10 Hektare, dibangun dengan fasilitas Gudang (penyimpanan) dan ruangan pendingin. Halal Distributive park dapat menjadi pusat koleksi Halal (*Halal Collection Center*). Aksesibilitas terhadap Pelabuhan, bandara dan transportasi darat.

c. *Halal Logistik Park*

Luas Kawasan logistic halal harus lebih dari 10 Hektare, dibangun dengan fasilitas Gudang (penyimpanan) dan ruangan pendingin. Ditujukan untuk peralatan logistic dan fasilitas halal. Aksesibilitas terhadap Pelabuhan, bandara dan transportasi darat.

d. *Halal Manufacturing Park*

Halal Manufacturing Park harus melingkupi area lebih dari 10 Hektare. Area yang khusus dan spesifik untuk memproduksi produk halal termasuk makanan dan minuman, kosmetik, obat-obatan, herbal dan lain lain. Mempunyai area khusus untuk pengolahan penyimpanan dan pengemasan bagi produk halal.

e. *Halal Hub Park*

Memiliki Area lebih dari 100 Hektare, Sebagian besar perusahaann internasional dan multinasional membutuhkan area produksi yang luas dan pergudangan untuk penyimpanan barang.

f. *Halal Exclusive Zone (HEZ)*

Halal exclusive zone (HEZ) memiliki area yang ditujukan untuk menghasilkan produk pangan dan jasa halal. HEZ akan mempunyai HDC flagship Status atau HALMAS dan akan dapat memanfaatkan berbagai insentif yang ditawarkan kepada perusahaan yang beroperasi di semua area.

3. **Tantangan Pada Industri Halal**

Meskipun Indonesia dan Malaysia sudah memiliki 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. Dari sudut pandang regional, demografi mampu menjadi faktor yang mempengaruhi 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.

E. Hasil

Indonesia memiliki peluang dalam pertumbuhan industri halal. Sektor ekonomi ini perlu didorong menjadi arus baru ekonomi Indonesia dan bukan hanya menjadi hitungan potensi. Pengembangan industri halal membutuhkan ekosistem hulu yang terintegrasi dari hulu ke hilir, dari tahap produksi hingga konsumsi (barang diterima konsumen). Integrasi ini membutuhkan inovasi dan kecepatan untuk menghadapi tantangan yang ada sehingga dapat berkembang secara optimal. Salah satu inovasi yang dapat dilakukan yaitu melalui pembentukan Kawasan industri halal (KIH). Kawasan Industri Halal ini dapat berdiri sendiri atau merupakan bagian dari suatu Kawasan industri dengan konsep *one stop service* untuk menghasilkan produk halal.

Saat ini telah terdapat 3 kawasan industri halal di Indonesia yang memiliki Surat Keterangan Kawasan Industri Halal (SKKIH) yaitu 1) Kawasan Industri Modern Valley Cikande di Provinsi Banten 2) Kawasan Industri Bintan Inti di provinsi Kepulauan Riau dan 3) Kawasan Industri Safe n Lock di Sidoarjo Provinsi Jawa Timur ketiganya merupakan Kawasan industri yang dikelola oleh pihak swasta. Selain itu, beberapa Kawasan industri lainnya sedang menyiapkan pengembangan KIH di antaranya; Kawasan Industri Batamindo (Provinsi Kepulauan Riau), Kawasan Industri Jakarta PuloGadung (Provinsi DKI Jakarta), Kawasan Industri raya Borneo (Provinsi Kalimantan Tengah), KIH di Makassar, KIH di Tenayan dan KIH di Subang.

Akhirnya mimpi Indonesia menjadi produsen halal dunia dapat terwujud melalui pengembangan Kawasan Industri Halal di Indonesia. Untuk itu diperlukan peran semua pihak baik pemerintah pusat, pemerintah daerah dan masyarakat bersinergi untuk mengembangkan industri halal sehingga Indonesia bukan hanya sebagai pasar atau konsumen produk halal.

Pertumbuhan industri halal Malaysia dan Indonesia diperkirakan akan terus berlanjut. Menurut hukum Islam, salah satu prinsip utama Syariah adalah pemeliharaan kehidupan. Untuk itu, obat-obatan boleh dikonsumsi baik halal maupun tidak, asalkan tidak ada alternatif lain. Saat ini di Malaysia dan Indonesia sudah tersedia skema sertifikasi halal untuk produk farmasi. Namun kriteria penetapan kehalalan produk farmasi perlu ditetapkan secara komprehensif karena pembuatan produk tersebut sangat rumit dan selalu terpapar penggunaan bahan non halal.

Pembangunan sertifikasi produk farmasi halal harus menyempurnakan kehalalan (bahan dan produsen) dan *Toyyiban* (keamanan, mutu dan khasiat). Untuk menentukan kriteria kehalalan produk farmasi menurut syariat Islam telah ditetapkan atau dikenal prinsip-prinsip tertentu seperti prinsip perbekalan farmasi yang berasal dari bahan yang halal (bahan sintesis, bahan alam, tumbuhan, hewan, mineral, mikroorganisme, bahan kimia alam dan *Genetically Modified Organism* (GMO)), prinsip Masalahah (daruriyyah, hajiyyah dan tahsiniyyah), prinsip Ihtiyath dan prinsip Istihalah Tammah. Dengan adanya kriteria tersebut dapat membantu dalam memberikan pembinaan kepada lembaga sertifikasi halal seperti JAKIM dan BPJPH dalam pelaksanaan sertifikasi halal produk farmasi di Malaysia dan Indonesia. Selain itu, produk farmasi untuk pertimbangan halal harus mengikuti undang-



undang dan persyaratan yang diberlakukan oleh otoritas hukum atau kompeten di Malaysia dan Indonesia. Setelah disetujui, pemohon atau produsen harus mematuhi ketentuan pelaksanaan sertifikasi dan logo halal. Sertifikasi halal dapat ditangguhkan atau dicabut jika ada pelanggaran persyaratan halal dan/atau kegagalan untuk mempertahankan kepatuhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Wahjusaputri, S. 2018. Bank & Lembaga keuangan (2.ed). Mitra Wacana Media.
- Ali, M. 2016. "Konsep Makanan Halal Dalam Tinjauan Syariah Dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal." *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah* 16 (2): 291–306
- 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.
- Azhar Jeihan Ali. 2022. Prospek dan Strategi Indonesia Sebagai Pusat Industri Halal Dunia. Raneh Buku. Magelang
- Arif, M.N.R. Al. 2012. Lembaga keuangan syariah: Suatu Kajian Teoritis Praktis. Pustaka Setia
- Annisa, A.A. 2019. Kopontren dan Ekosistem Halal Value Chain. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 5, No. 01, pp. 1-8.
- Bappeda, Admin. 2017. "Artikel Pembangunan & Pertumbuhan Ekonomi." Bappeda Buleleng, 2017. <https://bappeda.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/pembangunan-pertumbuhan-ekonomi-53>.
- Bohari, A. M., W. H. Cheng, and N. Fuad. 2013. "An Analysis on the Competitiveness of Halal Journal, Food Industry in Malaysia: An Approach of SWOT and ICT Strategy." *Malaysia Journal of Society and Space* 9 (1): 1–11.
- Kamila, Evita Farcha. 2021. "Peran Industri Halal Dalam Mengdongkrak Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Di Era New Normal." *Jurnal Likuid* 1 (1): 34–42.
- Mankiw, N. Gregory. 2006. Pengantar Teori Ekonomi Makro. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat
- Melisa, and Lailatul Khikmawati. 2021. "Optimalisasi Potensi Industri Halal Di Indonesia Melalui Peran Pasar Modal Syariah." *Al-Iqtishod* 3 (1): 63–74.
- Miles, Matthew B, and A Michael Huberman. 1987. *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook Of New Method*. London: Sage.
- 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 opportunities. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, Vol. 2, No. 1, pp. 55-64.
- Nazir, Ahmad. 2016. "Pasar Modal Syariah Indonesia." *Jurnal HIKAMUNA* 1 (2).
- Nazir. 2014. Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.
- 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.
- Noordin, N., Noor, N.L.M., Hashim, M., & Samicho, Z. 2014. Strategic Approach to Halal Certification system: An Ecosystem Perspective. International Halal . *European and Mediteranian Conference on Information Systems*, pp. 1-14.

- 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.
- Sarifudin, M. 2021. *Pembiayaan Musyarakah dalam meningkatkan pendapatan nasabah di BPRS : Bintang Pustaka. Bintang Pustaka Madani*
- Sayekti Nidya Waras, et al. 2022. *Kawasan Industri Halal : Upaya Menuju Indonesia Pusat Produsen Halal Dunia*. Yayasan Obor. Jakarta
- Sofyan, R. (2012). *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah (I)*. Republika
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumitro, W. 2002 *Asas – Asas perbankan Islam dan Lembaga terkait (BMI dan takaful di Indonesia)*. Raja Grafindo Persada
- Todaro, Michael P, and Stephen C Smith. 2009. *Economic Development*. England: Pearson Education Limited.
- Yunuz M., Rashid W., Ariffin M., & Rasyid M. (2014). Muslim’s Purchase Intention Towards Non-Muslim’s Halal Packaged Food Manufacturer. *Procedia - Social And Behavioral Sciences*. 145 – 154.
- Yustika, Ahmad Erani. 2007 *Perekonomian Indonesia: Satu Dekade Pascakrisis Ekonomi*. Malang: BPFE
- Waharini, Faqiatul Mariya, and Anissa Hakim Purwantini. 2018. “Model Pengembangan Industri Halal Food Di Indonesia.” *Muqtasid* 9 (1): 1–12.