

Moderasi Beragama Kekuatan Indonesia Sebagai Produsen Pangan Halal Dunia

Subandriyah

*Analisis Kebijakan Ahli Madya pada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal
Kementerian Agama Republik Indonesia*

andri_mora@yahoo.co.id

Vol. 2 No. 1 Juni 2023, Article History: *Submission*: 10-04-2023, *Revised*: 01-05-2023
Accepted: 07-06-2023 *Published*: 30-06-2023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran moderasi beragama dalam memperkuat Indonesia sebagai produsen pangan halal dunia. Sebagai negara dengan keragaman suku, budaya, bahasa, dan agama yang dibalut dalam satu konsep Moderasi Beragama menjadikan Indonesia layak mencanangkan diri sebagai pusat Industri Halal Dunia. Penelitian ini menggunakan pendekatan Designing Curriculum analisis SWOT dan THIO. Dengan mengimplementasikan sebagai refleksi moderasi beragama yang merupakan cara pandang manusia untuk melihat, menerima dan mengimplementasikan konsep keberagamaan dimanapun berada pada lingkungan yang heterogen, maka melalui spirit toleransi untuk membangun kedamaian, kemajuan, kesejahteraan, keadilan, dan kemakmuran rakyat menjadi sebuah kekuatan yang sangat strategis bagi pemerintah dalam mendukung pertumbuhan perekonomian dan produsen Industri Halal di Indonesia. Strategi untuk mewujudkan Industri Halal di Indonesia melalui sertifikasi halal, pengembangan dan penguatan produk pangan halal serta pengembangan kawasan industri halal.

Kata Kunci: *Moderasi Beragama; Industri Halal; Produk Pangan Halal.*

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki keragaman etnis, suku, budaya, bahasa, dan agama yang sangat unik dan beragam, sehingga tidak dapat ditemukan di tempat lain di dunia. Di Indonesia, selain ada enam agama yang paling umum dianut oleh penduduk Indonesia, terdapat pula keanekaragaman etnis, suku, budaya, bahasa, dan agama yang tidak dapat ditemukan di negara lain. Dengan keberagaman yang ada di masyarakat Indonesia, dapat disadari betapa beragamnya pendapat, pandangan, keyakinan, dan kepentingan setiap warga negara, termasuk dalam hal beragama. Keberagaman ini dianggap sebagai anugerah dan kehendak dari Tuhan Yang Maha Kuasa. Jika Tuhan menghendaki, tentunya mudah saja membuat semua manusia menjadi seragam dan sama dalam segala hal (Aziz, Rahajeng, & Susilo, 2018). Akan tetapi Tuhan sudah berkehendak untuk menciptakan umat manusia beragam, bersuku-suku, berbangsa-bangsa, yang bertujuan agar kehidupan menjadi berkesinambungan, saling belajar, dan saling memahami antar umat manusia. Pengetahuan atas keragaman itulah yang memungkinkan seorang pemeluk agama akan bisa

mengambil jalan tengah (moderat) jika satu pilihan kebenaran tafsir yang tersedia tidak memungkinkan dijalankan.

Sebagai refleksi jika melihat hal-hal yang tidak sesuai dengan kaidahnya dimanapun berada semisal di lingkungan yang heterogen dengan siapapun orangnya maka harus mampu dengan arif dan bijak menyikapi penyampaian esensi-esensi Moderasi Beragama serta indikatornya dan dikemas dengan bahasa santun yang bisa diterima oleh semua pihak. Begitupun saat mendengar bahwa Moderasi Beragama belum bisa diterima oleh individu maupun kelompok, maka penyampaian dengan elegan tentang urgensi dari Moderasi Beragama beserta indikatornya harus dikemas dengan struktur kalimat dan gaya bahasa yang cantik nan elok sehingga semua pihak yang mendengarkan secara quantum learning mampu mengikuti dan memahami apa yang termaktub dalam substansi yang disampaikan. Oleh karena itu untuk bisa mengimplementasikan Moderasi Beragama di masyarakat dengan baik dan benar harus sinergi dengan konsep wawasan keagamaan, wawasan kebangsaan, kecakapan diri citra diri, sikap diri dan paham konteks persoalan kehidupan keagamaan.

Undang-Undang Dasar 1945 telah menyebutkan bahwa mencerdaskan kehidupan bangsa adalah salah satu tugas negara dalam menyiapkan sumber daya manusia Indonesia yang berkualitas. Salah satu indikator Bangsa yang cerdas adalah memiliki SDM yang berkualitas. Dalam menyiapkan SDM yang berkualitas diawali dari asupan pangan yang halal, nutrisi dan gizi yang seimbang dengan memperhatikan unsur ASUH (aman, sehat, utuh dan halal). Program ASUH menjadi salah satu program dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama Republik Indonesia yang sudah selayaknya diimplementasikan pada 87,2% penduduk muslim di Indonesia. Adanya Undang-Undang no. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal pengakuan World Trade Organization (WTO) tentang jaminan halal, semakin menguatkan masyarakat dalam menerapkan gaya hidup halal sebagai indikator universal untuk menjamin kualitas produk dan standar hidup sehari-hari (Gillani, Ijaz, dan Khan, 2016).

Menurut Wakil Presiden KH Ma'ruf Amin pada pembukaan pameran Indonesia Industrial Moslem Exhibition (II-Motion) 2021 Indonesia memiliki peluang besar untuk menjadi produsen dan eksportir produk halal terbesar di dunia. Dengan populasi muslim terbesar, mencapai 229 juta jiwa. Angka tersebut merupakan 87,2% dari populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 276,3 juta jiwa atau 12,7% dari populasi muslim dunia. Proyeksi pertumbuhan penduduk Indonesia pada tahun 2015 berjumlah 255,6 juta, lima tahun berikutnya pada tahun 2020 akan menjadi 270,20 juta dan pada tahun 2045 diperkirakan jumlah penduduk akan menjadi 311,6 juta jiwa. Proyeksi

penduduk didasarkan pada komponen laju pertumbuhan penduduk, yang meliputi kelahiran, kematian, dan perpindahan (migrasi). Ketiga komponen tersebut akan menentukan jumlah, struktur umur dan proporsi kelas masyarakat Indonesia di masa depan. (Badan Pusat Statistika, 2018)

Berdasarkan laporan dari State of Global Islamic Economic Report 2020-2021, tingkat konsumsi masyarakat muslim dunia mencapai USD 2,02 triliun yang terserap di sektor makanan, farmasi, kosmetik, mode, perjalanan dan media/rekreasi halal. Tingkat konsumsi tersebut di proyeksi terus meningkat hingga mencapai USD 2,4 triliun pada tahun 2024 dengan tingkat pertumbuhan tahunan rata-rata sebesar 3,1%. Mengacu dari sumber data yang sama, peringkat Ekonomi Syariah Indonesia, yang diukur berdasarkan Indikator Ekonomi Islam Global, juga mengalami kenaikan. Pada tahun 2019, Indonesia menduduki peringkat keempat dunia setelah Malaysia, Arab Saudi, dan Uni Emirat Arab. Berdasarkan data OKI Economic Outlook 2020, Indonesia menjadi eksportir terbesar kelima dengan proporsi 9,3% dan mengalami pertumbuhan sekitar 38% dibandingkan 2019, dengan total nilai ekspor bahan makanan halal mencapai sekitar 500 triliun rupiah. (https://kominfo.go.id/content/all/artikel_gpr).

Tren Produk Halal telah menjadi peluang bagi rakyat Indonesia untuk mengembangkan Industri Produk Halal dalam memenuhi permintaan pasar domestik maupun pasar global. Dan momentum Indonesia saat ditunjuk sebagai tuan rumah Konferensi Tingkat Tinggi G20 menjadi sebuah kesempatan untuk kembali mencoba mempercepat urusan-urusan perdagangan khususnya terkait Industri Produk Halal. Sehingga dengan gaung Recover Together, Recover Stronger yang menjadi tema Presidensi G-20 tidak hanya jadi jargon semata. Ini sebuah momentum untuk menjadikan Indonesia sebagai etalase Industri Halal dunia. Dan tentunya refleksi esensi moderasi beragama berada di dalamnya. Mulai dari rapat-rapat diskusi penyusunan Master Plan Industri Halal sampai implementasi program Industri Halal di lapangan yang sudah dicanangkan berlaku di seluruh Indonesia dari Sabang sampai dengan Merauke.

Kemudian guna menangkap peluang Halal Food Ecosystem dan Halal Food Authorities, maka pemerintah melalui PP No. 39 Tahun 2021 menetapkan halal sebagai standar kualitas yang sesuai dengan hukum Syariah Islam dan digunakan dalam setiap aktivitas yang dilakukan oleh umat Islam (Bohari, Cheng, dan Fuad, 2013). Hal ini sejalan dengan Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024 dengan empat strategi utama. Pertama, penguatan rantai nilai halal yang terdiri dari industri makanan dan minuman halal, industri pariwisata halal, industri fesyen muslim, industri media dan rekreasi halal, industri farmasi dan kosmetik halal serta industri energi terbarukan. sebagai dengan peningkatan kinerja ekspor Indonesia dan potensi produk nya untuk

masuk ke pasar negara-negara Organisasi Kerja sama Islam (OKI). Kedua, penguatan sektor keuangan syariah. Ketiga, penguatan usaha mikro, kecil dan menengah. Keempat adalah pemanfaatan dan penguatan ekonomi digital. (<https://www.kemenperin.go.id/artikel/22817/>).

Untuk mendukung program Halal Food Ecosystem dan Halal Food Authorities, Irkhami (2010) telah melakukan Survei di 76 negara yang terdiri dari 57 negara anggota Organisasi Konferensi Islam (OKI) dan 16 negara non-OKI. Hasil survei menunjukkan bahwa sektor keuangan dan makanan halal memiliki kontribusi yang lebih besar dibandingkan sektor lainnya. Dengan proyeksi pada tahun 2021 potensi pendapatan dari tingkat konsumsi masyarakat muslim dunia mencapai \$1,9 Triliun pada tahun 2021. Manzouri dkk (2013) implementasi Lean Supply Chain (LCS) pada rantai pasokan makanan halal. Hasil kuesioner yang dibagikan ke 300 perusahaan makanan halal di Malaysia, 60 perusahaan menunjukkan bahwa kolaborasi permintaan, perbaikan berkelanjutan, dan praktik manajemen inventaris adalah alat terpenting dalam implementasi LSC.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang membahas mengenai moderasi beragama yang berkaitan dengan produsen pangan halal, yaitu :

1. Fazlurrahman Syarif dengan judul *The Growth and Sustainability of The Halal Economy Concept in the Religious Moderation Era*. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan analisis-deskriptif. Dengan Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis Pertumbuhan dan keberlanjutan konsep halal economy dapat memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat Indonesia, baik secara ekonomi maupun sosial. Secara ekonomi, pertumbuhan dan keberlanjutan konsep halal economy dapat menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan meningkatkan ekspor. Secara sosial, pertumbuhan dan keberlanjutan konsep halal economy dapat memperkuat nilai-nilai moderasi beragama dan toleransi di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa latar belakang agama bukan faktor utama yang menentukan pertumbuhan ekonomi halal. Sebaliknya, kualitas produk menjadi tren yang semakin penting bagi konsumen, baik Muslim maupun non-Muslim. Industri halal pun berkembang pesat di kedua kelompok negara tersebut (Syarif & Adnan, 2019).
2. Farrah Noer Ramadhanty dkk dengan judul *Peran Moderasi Halal Brand Awareness Terhadap Makanan Dalam Kemasan Yang Mempengaruhi Purchase Decision Making*. Penelitian ini menggunakan teknik convenience sampling dengan batasan area JABODETABEK dan luar JABODETABEK. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan Product Knowledge dan Product Involvement terhadap Purchase Decision

Making melalui Halal Brand Awareness sebagai variabel moderasi di hubungan antara Product Knowledge dan Product Involvement dengan Purchase Decision Making. Hasil empiris dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Product Knowledge dan Product Involvement memiliki hubungan yang positif dan berpengaruh signifikan terhadap Purchase Decision Making serta Halal Brand Awareness merupakan variabel moderasi. Penelitian ini hanya berfokus pada penelitian makanan dalam kemasan halal secara umum (Ramadhanty & Masnita, 2023).

3. M. Imamuddin dkk dengan judul Pengaruh Label Halal Dimoderasi Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kemasan Oleh Mahasiswa PTKIN Se-Sumatera Barat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian, pengaruh religiusitas terhadap keputusan pembelian dan religiusitas dapat memperkuat / memperlemah pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk kemasan. Hasil penelitian memperoleh data tingkat religiusitas mahasiswa PTKIN se-Sumatera Barat berkategori tinggi dengan pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk kemasan oleh mahasiswa sebesar 20.5%, pengaruh religiusitas terhadap keputusan pembelian produk kemasan oleh mahasiswa sebesar 6.7% dan religiusitas memperkuat pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian produk kemasan sebesar 2.3% (Imamuddin, Syahrul, & Dantes, 2020).
4. Ignatius Heruwasto dengan judul Pengaruh Kejelasan Labelisasi Halal dan Perilaku Beragama Terhadap Minat Beli Konsumen: Analisis Dua Model Alternatif. Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh kejelasan label halal, dan sikap serta perilaku beragama terhadap minat beli konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kejelasan label halal merupakan faktor utama yang dapat mendorong minat beli konsumen muslim. Kemudian selanjutnya, tingkat ketaatan muslim dalam melaksanakan agama/ taat dalam beragama juga mendorong minat beli produk halal (Apriyanto & Heruwasto, 2019).
5. Hardiana Widyastuti dengan judul Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Awareness pada Produk Halal di Kota dan Kabupaten Bogor. Analisis SEM - PLS digunakan dalam analisis data pada penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk untuk menganalisis hal- hal yang memiliki hubungan dengan tingkat kesadaran konsumen terhadap produk makanan dan kosmetik halal secara umum yang dimodernisasi oleh keyakinan agama. Hasil penelitian

menerangkan bahwa faktor yang mempengaruhi kesadaran masyarakat terhadap kehalalan produk adalah faktor sertifikasi halal, paparan halal, dan keyakinan agama. Sedangkan faktor yang tidak berpengaruh adalah alasan kesehatan (Widyastuti, Zahra, & Primadona, 2023).

METODE PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang tersebut dan dengan pendekatan Designing Curriculum analisis SWOT, dan THIO, maka pada artikel ini akan dijabarkan bagaimana dampak moderasi beragama menjadi salah satu kekuatan Indonesia sebagai produsen pangan halal dunia. Moderasi Beragama saat ini telah menjadi bagian dari Rencana Kerja Pemerintah (RKP), Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020 – 2024 sebagaimana tertuang dalam Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 18 Tahun 2020, yang selanjutnya diturunkan dalam Renstra Kementerian Agama RI, dan sudah inheren dengan program di masing-masing Unit Eselon 1 di bawah Kementerian Agama RI. Ekosistem Moderasi Beragama telah menjadi orientasi penguatan Moderasi Beragama bagi ASN di masing-masing unit Eselon 1 di bawah Kementerian Agama secara bertahap. Dengan tujuan: memahami perannya sebagai aktor, posisinya dan jejaringnya dalam penerapan Moderasi Beragama di wilayah di mana ASN bekerja; melihat dan memahami secara langsung tentang diri dan posisi social Kementerian Agama dalam aneka stakeholders yang ada; melakukan praktek non-verbal yang membuka kesadaran pribadi dalam bersikap; terbuka wawasan akan kondisi dan situasi saat ini yang signifikan dan dinamika yang tidak tampak untuk memposisikan Kementerian Agama secara tepat. Moderasi Beragama juga sangat penting dan berguna dalam mendukung terwujudnya gerakan: 1) memperkuat esensi ajaran agama Islam dalam kehidupan masyarakat, 2) mengelola keragaman tafsir keagamaan dengan mencerdaskan kehidupan keberagamaan dan 3) merawat ke Indonesia an. Selanjutnya juga merupakan tantangan: 1) berkembangnya cara pandang maupun sikap dan praktik beragama yang berlebihan (ekstrem, yang mengesampingkan martabat kemanusiaan, 2) berkembangnya klaim kebenaran subyektif dan pemaksaan kehendak atas tafsir agama serta pengaruh kepentingan ekonomi dan politik berpotensi memicu konflik, 3) berkembangnya semangat beragama yang tidak selaras dengan kecintaan berbangsa dalam bingkai NKRI.

Pendekatan industri halal Indonesia mencakup sektor-sektor industri dan jasa yang memproduksi produk atau memberikan jasa pelayanan yang menunjang pemenuhan kebutuhan konsumen muslim dengan nilai inklusifnya. Pengembangan industri halal di Indonesia berkaitan

erat dengan pengembangan sektor industri pengolahan dan rantai nilainya. Pendekatan identifikasi sektor halal melalui sisi komoditas unggulan berdasarkan Kode Harmonized System (HS code), maupun sektor bidang usaha berdasarkan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI).

Industri pengolahan sangat erat hubungannya dengan proses pengolahan produk halal sebagaimana UU No 33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal. Dengan definisi produk halal sebagai produk yang telah dinyatakan halal sesuai syariat Islam. Proses produk halal dilakukan melalui serangkaian kegiatan untuk menjamin kehalalan produk sesuai kriteria sistem jaminan produk halal, meliputi penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, hingga penyajian produk.

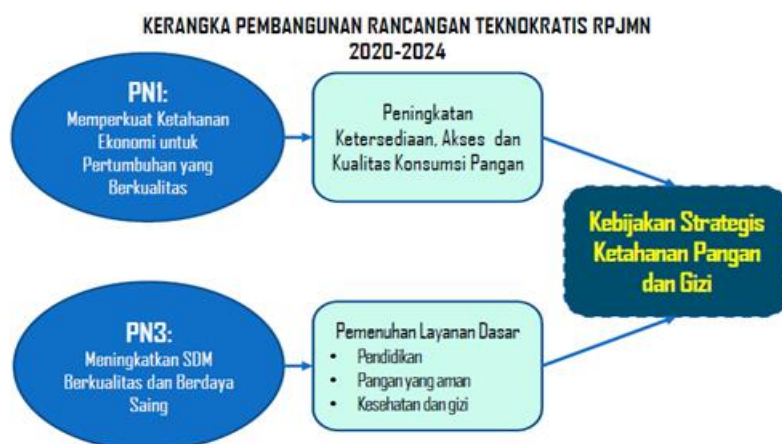
HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Konsep Moderasi Beragama Dalam Sistem Ketahanan Pangan Indonesia

Moderasi Beragama saat ini pun sudah menjadi bagian dari Rencana Kerja Pemerintah (RKP), Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020 – 2024 sebagaimana tertuang dalam Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 18 Tahun 2020, yang selanjutnya diturunkan dalam Renstra Kementerian Agama RI, dan sudah inheren dengan program di masing-masing Unit Eselon 1 di bawah Kementerian Agama RI. Ekosistem Moderasi Beragama telah menjadi orientasi penguatan Moderasi Beragama bagi ASN di masing-masing unit Eselon 1 di bawah Kementerian Agama secara bertahap. Dengan tujuan memahami perannya sebagai actor, posisinya dan jejaringnya dalam penerapan Moderasi Beragama di wilayah di mana ASN bekerja; melihat dan memahami secara langsung tentang diri dan posisi social Kementerian Agama dalam aneka stakeholders yang ada; melakukan praktek non-verbal yang membuka kesadaran pribadi dalam bersikap; terbuka wawasan akan kondisi dan situasi saat ini yang signifikan dan dinamika yang tidak tampak untuk memposisikan Kementerian Agama secara tepat. Moderasi Beragama juga sangat penting dan berguna dalam mendukung terwujudnya gerakan: 1) memperkuat esensi ajaran agama Islam dalam kehidupan masyarakat, 2) mengelola keragaman tafsir keagamaan dengan mencerdaskan kehidupan keberagamaan dan 3) merawat ke Indonesia an. Selanjutnya juga merupakan tantangan: 1) berkembangnya cara pandang maupun sikap dan praktik beragama yang berlebihan (ekstrem, yang mengesampingkan martabat kemanusiaan, 2) berkembangnya klaim kebenaran subyektif dan pemaksaan kehendak atas tafsir agama serta pengaruh kepentingan ekonomi dan politik berpotensi memicu konflik, 3) berkembangnya semangat beragama yang tidak selaras dengan kecintaan berbangsa dalam bingkai NKRI.

Hasil survey McKinsey Global Institute Indonesia memproyeksikan Indonesia akan menjadi negara dengan kekuatan ekonomi terbesar keempat di dunia pada tahun 2050 di belakang Cina, India, dan Amerika Serikat. Pakar Ekonomi dari Crawford School of Public Policy Australian National University (Usaid, 2020), Hal Hill mengatakan negara-negara besar yang tergolong maju saat ini belum tentu akan sama majunya di masa yang akan datang karena pusat daya beli dunia mulai bergerak dari Laut Atlantik ke Asia Pasifik. Indonesia diproyeksikan mengalami kenaikan yang sangat signifikan, yakni dari urutan kesembilan menjadi keempat dunia. Sementara Brasil naik dua peringkat, dari urutan ketujuh menjadi urutan kelima pada tahun 2050. Hill juga menganalisis kenaikan posisi Indonesia berdasarkan Produk Domestic Bruto (PDB) dengan perhitungan keseimbangan kemampuan berbelanja per kapita. Prediksi ini juga dikuatkan Bank Dunia tentang Growth Commission Report mencatat sedikitnya ada 13 negara dari 150 negara yang pertumbuhan ekonominya dibawah 10 persen selama 100 tahun. Hampir semua negara di dalam kelompok tersebut berasal dari wilayah Asia yaitu Cina, Hong Kong, Jepang, Korea, Taiwan, Indonesia, Malaysia, Singapura, dan Thailand (Hill, 2015).

Kebutuhan dasar utama bagi manusia yang harus dipenuhi setiap saat yaitu pangan. Hak untuk memperoleh pangan merupakan salah satu hak asasi manusia, sebagaimana tersebut dalam pasal 27 UUD 1945 maupun dalam Deklarasi Roma (1996) (Sakharina et al., 2021). Sebagai kebutuhan dasar dan salah satu hak asasi manusia, pangan mempunyai arti dan peran yang sangat penting bagi kehidupan suatu bangsa. Ketersediaan pangan yang lebih kecil dibandingkan kebutuhannya dapat mengganggu stabilitas ekonomi dan stabilitas Nasional. Pertimbangan tersebut mendasari pemerintah dalam membuat kerangka pembangunan rancangan teknokratis RPJMN 2020-2024.



Gambar 1. Kerangka pembangunan rancangan teknokratis RPJMN 2020-2024

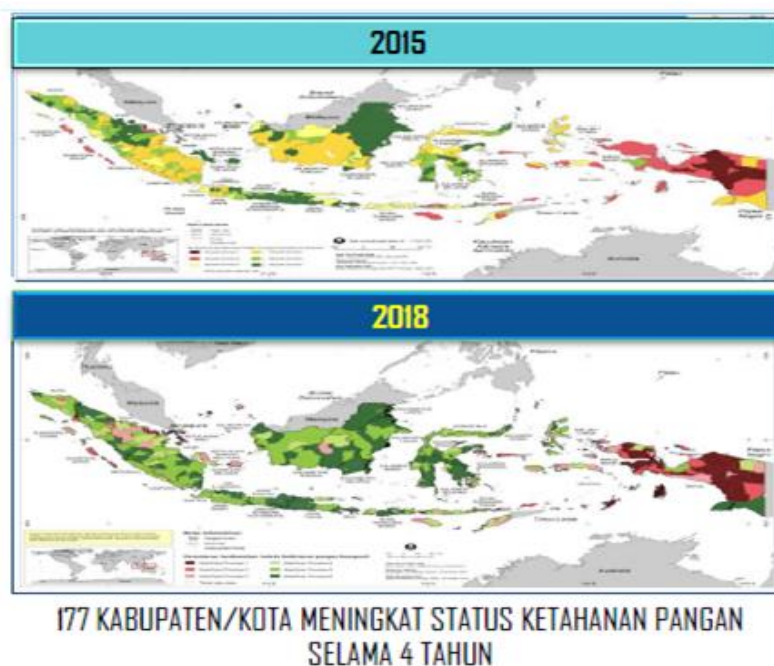
(Sumber : Badan Ketahanan Pangan Kementerian Pertanian, 2019)

Merujuk RPJMN 2020-2024, pemerintah mulai mengembangkan produk pangan halal Indonesia berdasarkan UU No. 18/2012 tentang Sistem Pangan Nasional.



Gambar 2. Sistem Pangan Nasional (Sumber : Badan Ketahanan Pangan Kementerian Pertanian, 2019)

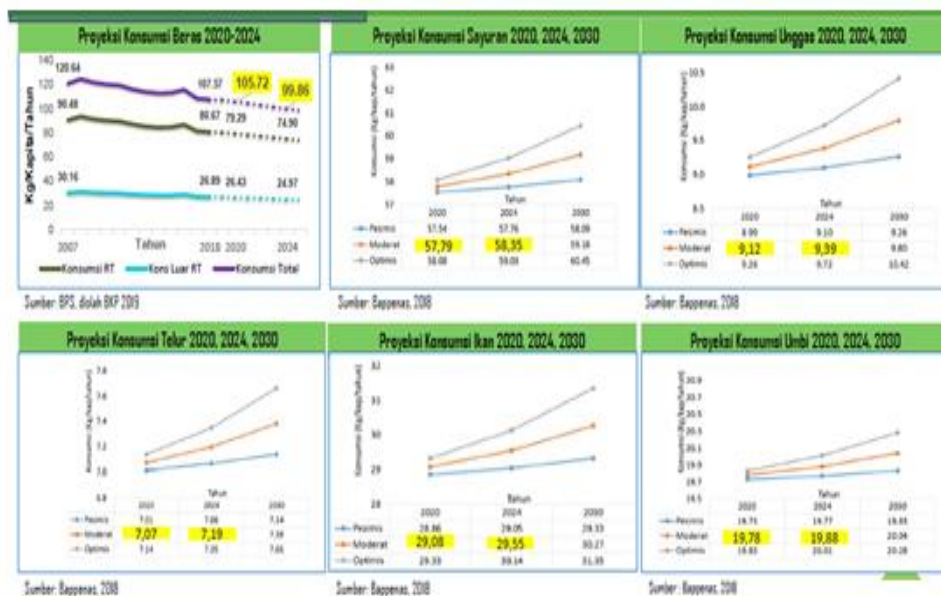
Dalam UU tersebut yang dimaksud Ketahanan Pangan adalah “kondisi terpenuhinya pangan bagi negara sampai dengan perseorangan, yang tercermin dari tersedianya pangan yang cukup, baik jumlah maupun mutunya, aman, beragam, bergizi, merata, dan terjangkau serta tidak bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat, untuk dapat hidup sehat, aktif, dan produktif secara berkelanjutan” (Sakharina et al., 2021).



Gambar 3. Status Ketahanan Pangan Nasional Indonesia (sumber : Badan Ketahanan Pangan Kementerian Pertanian, 2019)

Dalam kurun waktu 4 tahun (Gambar 5) Indonesia mampu mempertahankan status ketahanan pangan secara nasional yang tersebar pada 177 Kabupaten/Kota. Tercapainya ketahanan pangan ini berdampak pada terwujudnya kedaulatan pangan (food sovereignty), kemandirian pangan (food resilience) dan keamanan pangan (food safety) yang terbebas dari cemaran biologis, kimia, dan benda lain yang dapat mengganggu, merugikan, dan membahayakan kesehatan manusia serta tidak bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat.

(<http://www.bulog.co.id/beraspangan/ketahanan-pangan/>).



Gambar 4. Proyeksi Konsumsi Pangan Indonesia (Sumber : Bappenas, 2018)

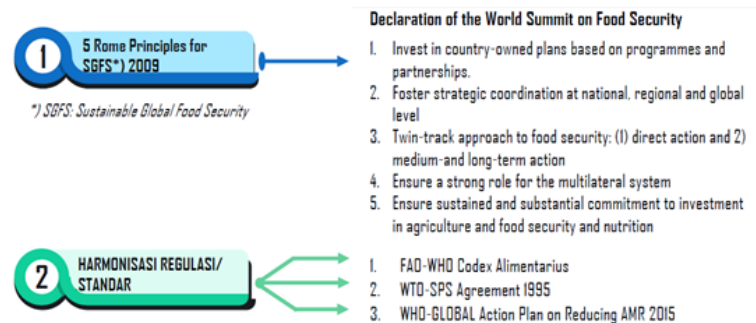
Untuk mewujudkan posisi Indonesia sebagai produsen pangan halal dunia, maka pemerintah Indonesia mengambil langkah strategis melalui program kebijakan strategis ketahanan pangan dan gizi berdasarkan prinsip keadilan, kesejahteraan pemberdayaan masyarakat, kedaulatan dan stabilitas nasional dan kemandirian.



Gambar 5. Prinsip Dasar kebijakan strategis ketahanan pangan dan gizi (Sumber : Badan

Ketahanan Pangan Kementerian Pertanian, 2019)

Program ini merupakan kesepakatan internasional dalam mewujudkan masyarakat sehat, aktif dan produktif berkelanjutan.



Gambar 6. Kesepakatan Internasional dalam mewujudkan ketahanan pangan dan gizi
(Sumber : Badan Ketahanan Pangan Kementerian Pertanian, 2019)

b. Pengembangan Ekonomi dan Pelayanan Sebagai Pusat Industri Halal Dunia

Momentum Industri Halal di Indonesia dapat terbentuk dari Moderasi Beragama dan sangatlah tepat untuk membangun Indonesia sebagai pusat Industri Halal Dunia. Indonesia sebagai produsen halal dunia. Salah satu program pemerintah sesuai arah kebijakan Industrialisasi yaitu pengembangan Industri Halal, yang mana satu komponen pendukung penting pada Industri Halal salah satunya Humanware yaitu kemampuan sumber daya manusia yang meliputi pengetahuan, ketrampilan, kebijaksanaan, kreativitas, kesadaran (awareness), prestasi, pengalaman dan kemampuan. Apabila Humanware ini diproses dibekali tentang materi Moderasi Beragama secara utuh maka sangat menopang jalannya Technoware, Infoware dan Organoware. Sebagus apapun sistem dan teknologi, peran sumber daya manusia tetap berpengaruh besar terhadap keberhasilan program.

Industri halal pun telah menjadi industri yang kompetitif dalam perdagangan internasional. Peluang konsumen Industri Halal terus meningkat sebesar 5,2 persen setiap tahunnya dari total pengeluaran konsumen yang mencapai USD 2,2 triliun. Proyeksi dari Compound Annual Growth Rate (CAGR) Industri Halal akan meningkat hingga mencapai 6,2 persen hingga 2024 Industri Halal (Adamsah & Subakti, 2022). Maka, sudah seharusnya Industri Halal dikembangkan di Indonesia. Industri Halal telah menyumbang USD 3,8 miliar terhadap PDB Indonesia setiap tahunnya. Dari data pertumbuhan industri produk halal selama pandemi Covid-19 memberikan nilai positif. Tercatat ekspor bahan makanan halal Indonesia pada tahun 2019 sebesar 13,33% dari US\$ 30 miliar dan naik menjadi US\$ 34 miliar atau Rp 483 triliun pada 2020. Jumlah ini setara dengan 17% dari total ekspor bahan makanan halal global yang mencapai

US\$ 200 miliar. Walau pada tahun 2020 terjadi pandemi Coronavirus Disease 2019 (Covid-19) yang mengakibatkan penurunan pengeluaran Muslim global sebesar 8%, Indonesia berhasil menduduki peringkat ke-4 dalam Global Islamic Indicator. Data The State of The Global Islamic Economy Report (SGIE Report) 2020-2021 mencatat, tahun 2020 Indonesia naik 1 peringkat dari posisi ke-5 di tahun 2019 dan posisi ke-10 di tahun sebelumnya. Sedangkan berdasarkan Islamic Finance Country Index (IFCI) pada Global Islamic Finance Report 2021 Indonesia meraih peringkat pertama. Hal ini dikarenakan Indonesia memiliki sektor keuangan sosial Islam yang paling dinamis di antara seluruh negara di dunia. Pencapaian IFCI ini diharapkan dapat mendukung perkembangan industri keuangan syariah Indonesia untuk terus tumbuh, sebagai bagian dari rencana ekonomi global untuk mendukung pemulihan ekonomi pasca pandemi dan memperkuat positioning Indonesia sebagai produsen pangan halal terbesar dunia dan penggerak ekonomi nasional (<https://kominfo.go.id/content/detail/30857/> dan <https://www.bi.go.id/id>)

Begitu pula data dalam the State of the Global Islamic Economy Report (SGIE Report) 2020-2021 mencatat, tahun 2020 Indonesia menduduki peringkat ke-4 dalam Global Islamic Indicator. naik satu peringkat dari posisi ke-5 di tahun 2019 dan posisi ke-10 di tahun sebelumnya. Sedangkan berdasarkan Islamic Finance Country Index (IFCI) pada Global Islamic Finance Report 2021 Indonesia meraih peringkat pertama. Hal ini dikarenakan Indonesia memiliki sektor keuangan sosial Islam yang paling dinamis di antara seluruh negara di dunia. Pencapaian IFCI ini diharapkan dapat mendukung perkembangan industri keuangan syariah Indonesia untuk terus tumbuh, sebagai bagian dari rencana ekonomi global untuk mendukung pemulihan ekonomi pasca pandemic dan memperkuat positioning Indonesia sebagai produsen pangan halal terbesar dunia dan penggerak ekonomi nasional (Bank Indonesia, 2021; Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2020)

Berdasarkan laporan Ekonomi Islam Global (State of the Global Islamic Economy Report) yang bekerja sama dengan Salam Gateway pada tahun 2019 diperkirakan umat Islam menghabiskan \$2,02 triliun di sektor makanan, farmasi, kosmetik, mode, perjalanan dan media/rekreasi, yang semuanya dipengaruhi oleh kebutuhan konsumsi dan trend masyarakat dunia tentang produk halal. Segmen konsumen ini memiliki pertumbuhan tercepat di dunia. Sebagai gambaran pengeluaran muslim pada tahun 2018 menunjukkan adanya pertumbuhan 3,2% dengan aset keuangan syariah pada tahun 2019 diperkirakan mencapai \$2,88 triliun. Pengeluaran Muslim ini diperkirakan pada tahun mencapai \$2,4 triliun dengan tingkat pertumbuhan tahunan kumulatif (CAGR) 5 tahun sebesar 3,1%. (<https://www.salaamgateway.com/specialcoverage/SGIE20-21>).

Urgensi jaminan produk pangan halal secara global, pertama bahwa jaminan halal telah mendapat pengakuan World Trade Organization (WTO), kedua populasi muslim di dunia pada tahun 2030 diperkirakan sebesar 2,158 M atau 26% dari populasi dunia, dengan produk pasar halal Asia pasifik 62%, Afrika 15%, Timur Tengah 20% dan Eropa-AS 3%. Ketiga bahwa halal sudah menjadi sebuah kebutuhan mendasarkan khususnya bagi masyarakat muslim di seluruh dunia dan keempat mendorong tumbuhnya ekonomi syariah (Riaz and Chaudry, Handbook of Halal Food Production, 2019).



Gambar 7. Tantangan Mewujudkan Ketahanan Pangan dan Gizi (Sumber: Badan Ketahanan Pangan Kementerian Pertanian, 2019)

Dalam menyusun strategi Indonesia sebagai produsen pangan dunia, perlu dilakukan telaah terlebih dahulu tantangan dan posisi pengembangan industri halal nasional. Tantangan mewujudkan ketahanan pangan dan gizi meliputi : keamanan dan mutu pangan, olahan pangan yang inovatif, keyakinan untuk mengonsumsi pangan halal, triple burden malnutrition, meningkatnya IPM dan pertumbuhan penduduk. Seperti kita ketahui sampai saat ini Indonesia belum optimal dan belum efisien dalam pemanfaatan potensi sumber daya alam (SDA) sehingga berdampak pada kurang kompetitifnya daya saing industri di level internasional. Masih rendah literasi masyarakat terhadap produk non halal dan turunannya yang dipengaruhi oleh regulasi halal belum lengkap, infrastruktur dan riset halal yang masih tertinggal. Semua aspek ini berpengaruh pada peringkat penilaian terhadap posisi Indonesia pada Global Islamic Economy Index (GIEI).

Peringkat nilai GIEI 2019 Top 10 industri produk halal dunia menempatkan halal travel Indonesia pada urutan keempat. Top 10 busana muslim Indonesia pada urutan ketiga. Top 10 makanan halal, kosmetik dan obat-obatan halal Indonesia belum masuk peringkat. Berdasarkan

data tersebut, menunjukkan bahwa Indonesia masih belum menjadi pemeran utama dan menangkap potensi besar dalam pasar produk halal dunia, Hal ini berpengaruh pada peringkat penilaian yang terdapat pada Global Islamic Economy Index (GIEI), dimana Indonesia menempati posisi kesepuluh dengan score sebesar 45, jauh tertinggal dengan negara Malaysia yang mendapat score 127 dan menempati posisi pertama (Indicator Score, sumber: State of The Global Islamic Economy Report 2018/19).

Tabel 1. Potensi global belanja konsumen muslim (miliar US\$)

Produk	Tahun 2012	Proyeksi tahun 2018	Lima negara teratas	Volume perdagangan
Perawatan pribadi dan kosmetik	26	39	Turki	4,4
			Uni Emirat Arab	4,3
			Perancis	1,7
			Rusia	1,6
			Mesir	1,6
Farmasi	70	97	Turki	10,4
			Saudi Arabia	5,2
			Indonesia	5,0
			Iran	3,7
			Amerika Serikat	3,6
Makanan dan minuman	1.088	1.626	Indonesia	147
			Turki	100
			Pakistan	93
			Mesir	88
			Iran	77

Sumber: Farook et al. (2013)

Tabel 1. Potensi Global Pengeluaran Konsumen Muslim (Miliar US\$)

Menangkap potensi besar pasar produk halal dunia, 10 negara di bawah ini telah mengambil peran dalam halal global ekosistem berdasarkan potensi sumber daya alam yang dimilikinya, antara lain :

1. Thailand dengan visinya menjadi Dapur Halal Dunia
2. Korea menjadi Destinasi Utama Pariwisata Halal
3. Jepang menjadikan Industri Halal sebagai kontributor kunci 2020
4. Inggris menjadikan London sebagai Pusat Keuangan Syariah di Barat
5. UAE : Dubai sebagai Ibu Kota Ekonomi Syariah
6. Saudi sebagai Pusat Islam Dunia
7. Tiongkok sebagai Pengekspor Baju Muslim Tertinggi ke Timur tengah
8. Malaysia sebagai Pusat Industri Halal dan keuangan syariah Global di 2020
9. Brazil sebagai Pemasok Daging Unggas Halal terbesar ke Timur Tengah

10. Australia menjadi Pemasok Daging Sapi Halal Terbesar ke Timur Tengah
(Samori, Z., Md Salleh, N.Z. and Khalid, M.M, 2016)

Melihat besarnya peluang industri halal dunia saat ini, pemerintah Indonesia mulai sadar bahwa Indonesia memiliki potensi dan peluang yang sangat besar untuk masuk dalam industri produk halal secara global, mengingat Indonesia merupakan negara dengan populasi muslim terbesar di dunia dan dukungan adanya regulasi UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal semakin memperkuat Indonesia dalam mewujudkan visinya “Halal Indonesia untuk Masyarakat Dunia” melalui strategi sebagai berikut (Manzouri, Rahman, Saibani, & Zain, 2013):

Pertama, sertifikasi produk pangan halal. Sertifikasi halal di Indonesia telah memasuki seperempat abad. Namun dalam kurun waktu yang lama, pengelolaan sistem penjaminan produk halal dirasakan masih kurang intens dibandingkan dengan Malaysia dan Thailand. Posisi daya saing Indonesia dalam pengembangan agro industri halal ASEAN berada di urutan kelima, lebih tinggi dari Filipina (Prabowo, Azmawani, & Rahman, 2016). Pada faktor ekstrinsik atau kelembagaan, Indonesia hanya unggul dari faktor potensi pasar, sistem sertifikasi halal, lembaga sertifikasi dan ketersediaan bahan baku, sedangkan untuk infrastruktur logistik, komitmen dan kebijakan pemerintah, serta kemampuan advokasi internasional dan domestik, Indonesia berada di bawah negara-negara lain (Samori, Salleh, & Khalid, 2016).

Untuk mempermudah dan mengefisienkan sertifikasi produk halal diperlukan peran dan sinergitas BPJPH, kementerian/lembaga terkait, Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) dan MUI bekerja sama dalam sertifikasi halal produk ekspor impor dalam sebuah kerangka pengembangan Halal Food Ecosystem. Setiap produk yang masuk, beredar dan diperdagangkan di Wilayah Indonesia wajib bersertifikat Halal (UU No. 33 Tahun 2014). Sertifikasi halal dibutuhkan untuk membuat produk halal Indonesia untuk berdaya saing global, juga dapat membuka akses pasar lebih luas, dan menarik permintaan dari negara-negara tujuan ekspor. Sertifikasi halal akan menaikkan nilai ekspor produk halal, yang pada akhirnya akan berkontribusi positif pada neraca perdagangan Indonesia (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2021).

Kedua, pengembangan produk pangan halal. Hak untuk memperoleh pangan merupakan salah satu hak asasi manusia, sebagaimana tersebut dalam pasal 27 UUD 1945 maupun dalam Deklarasi Roma (1996). Sebagai kebutuhan dasar dan salah satu hak asasi manusia, pangan mempunyai arti dan peran yang sangat penting bagi kehidupan suatu bangsa. Ketersediaan pangan yang lebih kecil dibandingkan kebutuhannya dapat mengganggu stabilitas ekonomi dan stabilitas nasional.

Merujuk RPJMN 2020-2024, pemerintah mulai mengembangkan produk pangan halal Indonesia berdasarkan UU No. 18/2012 tentang Sistem Pangan Nasional. Tercapainya ketahanan pangan berdampak pada terwujudnya kedaulatan pangan (food sovereignty), kemandirian pangan (food resilience) dan keamanan pangan (food safety) yang terbebas dari cemaran biologis, kimia, dan benda lain yang dapat mengganggu, merugikan, dan membahayakan kesehatan manusia serta tidak bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat (Tim Penyusun KSKPG, 2019).

Ketiga, penguatan produksi pangan halal. Untuk mewujudkan posisi Indonesia sebagai produsen pangan halal dunia, pemerintah Indonesia mengambil langkah strategis melalui program kebijakan strategis ketahanan pangan dan gizi berdasarkan prinsip keadilan, kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat, kedaulatan dan stabilitas nasional dan kemandirian, peran aktif para pihak, keamanan pangan, berkelanjutan. Sudah merupakan kesepakatan internasional dalam mewujudkan masyarakat sehat, aktif, produktif secara kesepakatan internasional dalam mewujudkan ketahanan pangan dan gizi (Tim Penyusun KSKPG, 2019).

Keempat, pengembangan kawasan industri produk pangan halal. Untuk mewujudkan posisi Indonesia sebagai produsen pangan halal dunia, maka pemerintah Indonesia mengambil langkah strategis dalam mengembangkan kawasan industri produk pangan halal secara simultan dan kolaboratif melalui pembentukan Kawasan Industri Halal (KIH). Dukungan Peraturan Menteri Perindustrian (Permenperin) No. 17 Tahun 2020 tentang Tata Cara Memperoleh Surat Keterangan Dalam Rangka Pembentukan KIH, merupakan langkah awal pengembangan KIH terpadu di Indonesia antara lain di Bintan-Kepri, Cikande-Serang Banten, Pulo Gadung-Jakarta, dan Sidoarjo-Jawa Timur (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2020). Harapan dari pembentukan KIH ini adalah seluruh layanan yang berhubungan dengan kehalalan produk berada dalam satu atap atau one stop service.

Sertifikasi produk pangan halal saat ini sudah menjadi kebutuhan dasar dalam penyediaan produk pangan halal dan merupakan persyaratan SPS dan sistem jaminan mutu kesehatan/keamanan terhadap produk pertanian-pangan. Berdasarkan peraturan BPOM no. 34 Tahun 2019 tentang kategori pangan, sistem inspeksi dan sertifikat produk pangan Indonesia yang meliputi produk hewan-perikanan, pangan-hortikultura-perkebunan, produk makanan (pangan siap saji).

Untuk mempermudah dan mengefisienkan sertifikasi produk halal diperlukan peran dan sinergitas antar kementerian/lembaga seperti Kementerian perindustrian dan perdagangan,

kementerian pertanian dan peternakan, Badan Sertifikasi Nasional (BSN), MUI dan BPJPH sangat penting untuk bekerja sama dalam sertifikasi halal produk ekspor impor dalam sebuah kerangka pengembangan Halal Food Ekosistem sebagai berikut :



Gambar 8. Halal Food Ecosystem (Sumber : BPJPH, 2021)

Setiap produk yang masuk, beredar dan diperdagangkan di Wilayah Indonesia wajib bersertifikat Halal. Produk berasal dari bahan yang diharamkan dikecualikan dari kewajiban bersertifikat halal. Sertifikat halal merupakan bentuk pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Prinsip dasar sertifikat halal di Indonesia melalui penelusuran (Traceability) dengan menggunakan intervensi teknologi yang mampu menampilkan kode halal dari barang tersebut (grey area) dengan jelas (UU no. 33 Tahun 2014 pasal 18 dan 20)

Proses sertifikasi halal sesuai PP No.9 Tahun 2021 (Gambar 4), dimana pelaku usaha mengajukan permohonan sertifikat halal dengan kelengkapan dokumen antara lain : data pelaku usaha, nama dan jenis produk, daftar produk dan bahan yang digunakan, pengolahan produk, dokumen sistem jaminan produk halal. Selanjutnya semua kelengkapan dokumen ini diperiksa oleh BPJPH. Jika dokumen sudah lengkap, maka BJPH akan menetapkan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH). LPH selanjutnya akan memeriksa dan atau menguji kehalalan produk. Hasil pemeriksaan LPH selanjutnya dikirim ke MUI bidang fatwa guna mendapatkan penetapan kehalalan produk melalui sidang fatwa halal. Berdasarkan hasil ketetapan halal dari MUI, maka BPJPH memproses penerbitan sertifikat halal yang berlaku selama 4 tahun.

Jaminan produk halal dalam bentuk sertifikasi halal sangat diperlukan, baik untuk konsumen dalam negeri maupun luar negeri. Sertifikasi dibutuhkan untuk membuat produk halal Indonesia berdaya saing global, juga dapat membuka akses pasar lebih luas, dan menarik permintaan dari negara-negara tujuan ekspor. Dengan adanya sertifikasi ini para eksportir dapat meningkatkan nilai tambah produk mereka, sehingga akan menaikkan pula daya saing dan nilai ekspor produk halal, yang pada akhirnya akan berkontribusi positif pada neraca perdagangan Indonesia. (<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/597/komitmen-pemerintah-wujudkan-indonesia-jadi-pusat-produsen-halal-dunia>)

Untuk mewujudkan posisi Indonesia sebagai produsen pangan halal dunia, maka pemerintah Indonesia mengambil langkah strategis dalam mengembangkan kawasan industri produk pangan halal secara simultan dan kolaboratif melalui penguatan industri produk halal, pembentukan kawasan-kawasan industri halal, maupun zona-zona halal dalam kawasan industri yang sudah ada. Diharapkan dengan adanya pengembangan industri ini kapasitas produksi produk halal Indonesia bisa meningkat signifikan dan terintegrasi, serta makin berkualitas dan berdaya saing global. Kawasan industri halal yang tumbuh dan berkembang juga diharapkan akan menarik banyak investor global untuk menjadikan Indonesia global hub produk halal dunia.

Dukungan Peraturan Menteri Perindustrian (Permenperin) No. 17 Tahun 2020 tentang Tata Cara Memperoleh Surat Keterangan Dalam Rangka Pembentukan Kawasan Industri Halal (KIH) merupakan langkah awal pengembangan KIH terpadu di Indonesia, di mana seluruh layanan yang berhubungan dengan kehalalan produk berada dalam satu atap atau one stop service. Sampai saat ini sudah ada dua kawasan yang ditetapkan sebagai KIH oleh Kemenperin yaitu Modern Cikande Industrial Estate di Serang-Banten, dan Safe & Lock Halal Industrial Park di Sidoarjo-Jatim. Berikutnya akan menyusul empat kawasan Industri lain yang sedang proses menyiapkan pengembangan KIH, yaitu: Kawasan Industri Bintan Inti (Bintan-Kepri), Kawasan Industri Batamindo (Batam-Kepri), Kawasan Industri Jakarta Pulogadung (DKI Jakarta), dan Kawasan Industri Surya Borneo (Kalimantan Tengah).

KESIMPULAN

Moderasi beragama di Indonesia sebagai pilar dasar pengembangan pusat industri halal Indonesia. Hal ini sesuai dengan program pemerintah terkait dengan pengembangan industri halal, yang mana satu komponen pendukung penting adalah kemampuan sumber daya manusia yang meliputi pengetahuan, ketrampilan, kebijaksanaan, kreativitas, kesadaran (awareness), prestasi,

pengalaman dan kemampuan. Konsep moderasi beragama secara utuh sangat menopang jalannya Technoware, Human, Infoware dan Organoware. Untuk itu dalam mewujudkan posisi Indonesia sebagai produsen pangan halal dunia, maka pemerintah Indonesia mengambil langkah strategis dalam mengembangkan kawasan industri produk pangan halal secara simultan dan kolaboratif melalui penguatan industri produk halal, pembentukan kawasan-kawasan industri halal, maupun zona-zona halal dalam kawasan industri yang sudah ada. Diharapkan dengan adanya pengembangan industri halal Indonesia kapasitas produksi produk halal Indonesia bisa meningkat signifikan dan menguasai pangsa pasar baik dalam negeri maupun mancanegara, serta makin berkualitas dan berdaya saing global. Kawasan industri halal yang tumbuh dan berkembang diharapkan akan menarik banyak investor global untuk menjadikan Indonesia global hub produk halal dunia. Halal Indonesia untuk Masyarakat Dunia.

DAFTAR PUSTAKA

- Adamsah, B., & Subakti, E. (2022). Perkembangan Industri Halal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Indonesia Journal of Halal*, 5(1), 71–75.
- Apriyanto, W. D., & Heruwasto, I. (2019). Pengaruh Kejelasan Labelisasi Halal Dan Perilaku-Beragama Terhadap Minat Beli Konsumen: Analisis Dua Model Alternatif. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(2), 201–223. <https://doi.org/10.32678/ije.v10i2.143>
- Aziz, I. R., Rahajeng, A. R. P., & Susilo. (2018). Peran Etnobotani sebagai Upaya Konservasi Keanekaragaman Hayati oleh Berbagai Suku di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Megabiodiversitas Indonesia*, (April), 54–57.
- Bohari, Cheng dan Fuad (2013). An Analysis On The Competitiveness Of Halal Food Industry In Malaysia: An Approach Of SWOT And ICT Strategy. *Geografia ; Malaysian Journal of Society and Space*. <http://journalarticle.ukm.my/6055/>
- Bank Indonesia. (2021, Oktober 29). Indonesia Raih Peringkat Pertama Islamic Finance Country Index (IFCI) Pada Global Islamic Finance Report 2021. Retrieved Januari 16, 2022, from bi.go.id: https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2328321.aspx
- Badan Pusat Statistika (2018). Proyeksi Penduduk Indonesia 2015-2045 Hasil SUPAS 2015. Tanggal Rilis 19 Oktober 2018. Tanggal akses 18 Januari 2022 <https://www.bps.go.id/publication/2018/10/19/78d24d9020026ad95c6b5965/>
- Gillani, Ijaz and Khan (2016). Role of Islamic Financial Institutions in Promotion of Pakistan Halal Food Industry. *Islamic Banking and Finance Review*, 03 (01), 29-49, 2016. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2820253
- Hill, H. (2015). *Seminar 17*. (September).
- Imamuddin, M., Syahrul, S., & Dantes, R. (2020). Pengaruh Label Halal Dimoderasi Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kemasan Oleh Mahasiswa PTKIN Se-Sumatera

- Barat. *KABILAH: Journal of Social Community*, 5(1), 14–25.
<https://doi.org/10.35127/kbl.v5i1.3884>
- Islamic Chamber Research and Information Center. (2020). State Of The Global Islamic Economy 2020/21 Report Is Published. Retrieved Januari 16, 2022, from salaamgateway.com: <https://www.salaamgateway.com/specialcoverage/SGIE20-21>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2021. Wujudkan Indonesia Jadi Produsen dan Eksportir Produk Halal Terbesar Dunia. Artikel GPR 3 Juni 2021. <https://kominfo.go.id/content/detail/34870>. Di akses tanggal 16 Januari 2022
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2020. Siapkan Indonesia sebagai Produsen Halal Dunia, Ekosistem Ekonomi Islam Perlu Diperkuat. <https://kominfo.go.id/content/detail/30857/>. Tanggal Publikasi 17 Nopember 2020. Tanggal Akses 16 Januari 2022.
- [Kementerian Komunikasi dan Informatika \(kominfo.go.id\)](https://kominfo.go.id). Moderasi Beragama, Kunci Terciptanya Toleransi dan Kerukunan Bangsa.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2021. Indonesia Digadang Jadi Pusat Produksi Halal Dunia, 30 September 2021.
<https://www.kemenperin.go.id/artikel/22817>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2020). Komitmen Pemerintah Wujudkan Indonesia Jadi Pusat Produsen Halal Dunia. 25 Oktober 2020. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/597/>. Tanggal akses 16 Januari 2022
- M. Manzouri, M. Nizam Ab Rahman, N. Saibani, and C. Rosmawati Che Mohd Zain (2013). Lean supply chain practices in the Halal food," *International Journal of Lean Six Sigma*, vol. 4, pp. 389-408, 2013. <https://doi.org/10.1108/IJLSS-10-2012-0011>
- N Irkhami (2010). *Analisis Risiko dalam Investasi Islam*. Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, Vol 1, No 2 (2010).
DOI: <http://dx.doi.org/10.18326/muqtasid.v1i2.209-225>
- Prabowo, S. Azmawani, Abd Rahman (2015). Sertifikasi Halal Sektor Industri Pengolahan Hasil Pertanian. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, Vol. 34 No. 1, Juli 2016: 57-70.
DOI: <http://dx.doi.org/10.21082/fae.v34n1.2016.57-70>
- Ramadhanty, F. N., & Masnita, Y. (2023). Peran Moderasi Halal Brand Awareness Terhadap Makanan Dalam Kemasan Yang Mempengaruhi Purchase Decision Making. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 3221–3230. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.17940>
- Sakharina, I. K., Noor, S. M., Daud, A. A., Widayanti, T., Pratama, W., & Mutaallif, S. (2021). Ketahanan Pangan dan Budidaya Pertanian Berkelanjutan dalam Aspek Hak Asasi Manusia. *Hermeneutika*, 5(2), 162–169. Retrieved from <http://jurnal.ugj.ac.id/index.php/Hermeneutika>
- Samori, Z., Md Salleh, N.Z. and Khalid, M.M. (2016). Current Trends in Halal Tourism: Cases on Selected Asian Countries. *Tourism Management Perspectives*, 19: 131–136. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.011>
- Syarif, F., & Adnan, N. (2019). Pertumbuhan dan Keberlanjutan Konsep Halal Economy di Era Moderasi Beragama. *Jurnal Bimas Islam*, 12(1), 93–122. <https://doi.org/10.37302/jbi.v12i1.97>
- Tim Penyusun KSKPG (2019), Konsep Kebijakan Strategis Ketahanan Pangan dan Gizi, Badan Ketahanan Pangan Kementerian Pertanian/Sekretariat Dewan Ketahanan Pangan.
- Usaid. (2020). *Strategi Kerja Sama Pembangunan AS – Indonesia (CDCS)*. (September).

Retrieved from <https://www.usaid.gov/id/indonesia/cdcs>

Widyastuti, H., Zahra, N., & Primadona, F. (2023). Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Awareness pada Produk Halal di Kota dan Kabupaten Bogor. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(4), 2427–2438. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i4.3570>