

BAB IV

Kebijakan Thailand Dalam Menggencarkan Industri Halal di Negara Islam

Didalam Bab IV ini akan membahas mengenai halal food sebagai alternatif baru Thailand dalam meningkatkan sektor industri pariwisata bahkan meningkatkan nilai ekspor ke berbagai negara muslim. Didukung dengan berbagai strategi-stategi yang dicanangkan oleh pemerintah Thailand untuk meningkatkan serta memberikan rasa percaya bagi wisatawan maupun negara-negara muslim terhadap jasa maupun produk yang ditawarkan oleh negara tersebut. Baik itu dengan pemberian sertifikasi halal yang sangat ketat serta meningkatkan mutu produk-produk dari halal food itu sendiri serta didukung dengan pengembangan alat berteknologi canggih dan berbagai pihak akademisi yang terjun langsung dalam penanganan halal food. Hingga keseriusan tersebut menghantarkan Thailand mendapatkan berbagai penghargaan serta kepercayaan dari negara muslim terhadap produk halal food yang dihasilkan Thailand. Berbagai hubungan diplomasi yang terjalin oleh Thailand dengan negara muslim akibat halal food Thailand itu sendiri seperti dengan negara tetanganya yaitu Indonesia dan Malaysia yang dimana ketiga negara tersebut membentuk kerjasama regional salah satunya dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi ketiga negara khususnya mencakup berbagai produk-produk halal dan juga Thailand menjalin kerjasama dengan negara Timur Tengah lainnya seperti Bahrain sehingga meningkatkan hasil ekspor produk halal Thailand ke berbagai negara muslim di dunia.

A. Diplomasi Thailand Dalam Menjalin Hubungan Terhadap Negara Muslim Dengan Menggunakan Halal Food

Negara Thailand telah mengembangkan Halal Food sebagai strategi baru atau daya tarik negara dalam menarik wisatawan Muslim yang akan berkunjung. Keberadaan Halal Food sendiri bukanlah salah satu kebijakan Thailand dalam menganak emaskan wisatawan Muslim dan menyampingkan wisatawan non-muslim. Tetapi pemerintah berharap dengan adanya Halal Food dapat memberikan dan melayani wisatawan dengan hidangan yang memiliki standarisasi terhadap keamanan makanan untuk dikonsumsi khalayak banyak. Memang dalam tahap perizinan penerbitan standar pada makanan dan minuman Thailand terbilang sulit dan melalui waktu serta proses yang lama hal tersebut memiliki tujuan dalam mengantisipasi kejadian yang tak diinginkan. Didukung oleh kasus yang pernah terjadi di Thailand terhadap dua wisatawan berasal dari Kanada ditemukan tewas dikamar hotel merupakan kakak adik yang menghabiskan waktu liburannya di Phi Phi Island. Diagnosa sementara yang dipaparkan oleh pihak kepolisian Provinsi Krabi menyatakan bahwa kedua wisatawan tersebut mengalami keracunan makanan dengan ciri-ciri yang ditandai bekas muntahan makanan dikamar dan keadaan fisik yang terlihat tidak normal yaitu bibir dan kuku membiru (Gero, 2012).

Dengan melihat fenomena tersebut membuat pemerintah Thailand merasa terancam apalagi negara yang dikenal sedang menggenarkan promosi Halal Food tentunya semua hidangan telah melalui tahap yang sangat ketat sebelum disebar luaskan. Tidak ingin membuat nama baik Thailand semakin memburuk dan terancam gagal dalam promosi tersebut pemerintah mengambil langkah dengan mengidentifikasi sumber masalah

serta lebih ketat dan spesifik terhadap penyebaran makanan maupun minuman yang terdistribusikan diseluruh wilayah Thailand. Seiring berjalannya waktu Thailand kini tidak hanya memfokuskan diri terhadap kepentingan domestik saja, melainkan ikut andil dalam memainkan peran terhadap fenomena pasar halal global. Tentunya didukung dengan program Halal Food Thailand serta berbagai komoditi utama andalan yang akan dipasok keluar negri salah satu tujuan dari langkah yang diambil oleh negara ialah ingin melebarkan sayapnya dalam sektor ekonomi melalui fenomena yang sedang berkembang. Kemunculan dari pasar halal sendiri didukung oleh kesadaran yang dirasakan konsumen terhadap nilai mutu makanan dan minuman yang akan dikonsumsi, serta adanya persepsi mengenai kata halal bukan menunjukkan agama tertentu, tetapi menunjukkan bahwa halal merupakan simbol atau kalimat yang diperuntukkan terhadap jaminan mutu suatu barang (Mardesci, 2013).

Keberadaan dari pasar halal sendiri membuat negara-negara yang memang notabennya bukanlah negara Muslim khususnya Thailand ikut serta terutama dalam ekspor produk-produk halal dan ingin membuat produk halal yang dihasilkan oleh negara tersebut dapat memiliki posisi penting di sektor agroindustri pasar halal. Keseriusan Thailand terhadap pasar halal memang terbilang sudah ditunjukkan sejak lama, seiring berjalannya waktu dengan diberlakukannya secara nasional sertifikasi halal di seluruh wilayah Thailand oleh The Central Islamic Commitee of Thailand tentunya hal tersebut harus dilakukan sehingga bertujuan meminimalisir terjadinya penyelewengan serta tindakan diluar keinginan seperti adanya ketidak pastian atau beredarnya kode yang membingungkan khususnya bagi konsumen muslim. Kemudian langkah demi langkah diambil oleh pemerintah Thailand serta bekerjasama dengan berbagai pihak yang memang memiliki tujuan yang sama menginginkan Thailand menjadi pusat studi pengkajian

terkemuka di Asia Tenggara bahkan dunia. Irina Abd Rahman selaku Associate Director pricewaterhousecoopers Risk Services di Malaysia menjelaskan bahwa memang tidak dapat dipungkiri lagi, kebanyakan masyarakat luas memiliki pola pikir yang menilai halal atau pasar halal hanya memiliki target yang ditunjukkan khusus bagi umat muslim saja. Tetapi sebenarnya diluar itu pasar halal telah merambat kesegala sektor industri yang ada, baik dalam industri perhotelan, makanan, pariwisata, fashion, bahkan kosmetik sekalipun (Lin, 2018). Semua industri tersebut tentunya memiliki standarisasi serta kriteria yang berbeda pula yang telah dijelaskan menurut standar yang telah ditetapkan oleh Halal World Institute misalkan dalam industri fashion yang dimana penerapan halal terhadap kategori pakaian haruslah mematuhi hukum syariah, tidak mengandung atau menggunakan bagian apapun dari jenis hewan ternak haram bahkan dalam peletakan dan penggunaan merk harus diperhatikan detailnya sehingga tidak mengarah terhadap lambang-lambang yang menjurus kekafiran.

Sedangkan dalam industri kosmetik Halal Science Center Thailand telah menggunakan alat berteknologi canggih yaitu *Inductively Coupled Plasma Spectromery* yang bertujuan untuk mengetahui keberadaan zat haram apa saja yang terkandung didalam alat kecantikan yang akan didistribusikan. Segala peraturan serta kriteria tersebut tentunya dibuat memiliki tujuan yang sama pada intinya ingin memberikan rasa aman terhadap konsumen yang akan menggunakan ataupun mengkonsumsi segala bentuk barang dan jasa dari semua yang mengarah terhadap keharaman. Melihat besarnya potensi pasar halal dan keinginan meningkatkan eksistensinya sebagai negara non-muslim dalam pasar halal global membuat Thailand mengeluarkan platform yang bertajuk Hal-Q sebagai bukti keseriusan mengenai keberadaan halal sebagai suatu sistem dengan mutu tertinggi terhadap pengelolaan pangan.

Hal-Q atau (Halal Assurance and Liability Quality System) ini sendiri merupakan penggabungan sistem keamanan halal dan standar halal yang memberikan jaminan bagi konsumen muslim ketika mengkonsumsi makanan halal, higienis, dan telah terjamin kualitasnya.

Menurut Dr Winai Dahlan selaku Direktur Halal Science Center di Kampus Universitas Chulalongkorn keberadaan dari Hal-Q ini diharapkan mampu menjadi sebuah sistem standar dan proses produksi makanan halal di seluruh dunia, sehingga seorang Muslim yang hendak mengkonsumsi makanan telah memiliki pengetahuan terlebih mengenai halal dan haramnya makanan tersebut (Zulkifli, 2013). Keberadaan dari Hal-Q sendiri mampu diterima masyarakat luas serta sudah teruji kemampuannya sehingga terbukti dari berbagai penghargaan yang diterima baik itu dalam tingkat nasional maupun internasional seperti penerimaan Thailand Public Service Award 2013 memenangkan kategori Service Excellence Awards mengenai penghargaan jaminan halal dan kualitas kewajiban atau sistem Hal-Q yang memberikan kemudahan serta solusi praktis bagi pengusaha manufaktur dengan standar terakreditasi membuat sistem Hal-Q terbaik (Chulalongkorn, 2013). Dan juga ditingkat internasional berupa penghargaan World Halal Research Excellence di World Halal Research Summit 2011 yang diadakan bertepatan dengan terlaksananya KTT di Kuala Lumpur dimana para ilmuwan, akademisi, serta operator industri bertemu dan saling bertukar pikiran maupun pandangan mengenai perkembangan teknologi dewasa ini dan berbagai tantangan didalam industri halal global. Tentunya dalam pasar halal global ini Thailand membidik berbagai negara mayoritas penduduk Muslim untuk mendistribusikan barang dan jasa yang ditawarkan seperti dalam sektor ekspor.

Kegiatan ekspor memberikan dampak yang baik bagi perekonomian suatu negara khususnya Thailand, seperti dapat menumbuhkan lapangan pekerjaan yang berujung menekan angka pengangguran serta meningkatkan cadangan devisa negara itu sendiri. Sehingga Thailand mulai menjalin hubungan bilateral dengan negara muslim untuk memperluas pasar halalnya salah satunya negara Indonesia yang dimana merupakan negara dengan penduduk mayoritas beragama muslim sehingga keberadaan mengenai halal food memang hal yang wajib dinegara tersebut. Tentunya Indonesia sendiri merupakan negara konsumtif yang dimana makanan halal sudah menjadi hakikat dasar dalam kehidupan sehari-hari.

Pada tahun 2014 saja Indonesia menduduki posisi negara yang memiliki pengeluaran terbesar terhadap belanja makan halal dibandingkan dengan pengeluaran negara lainnya terhadap makanan halal hingga mencapai USD 157,6 miliar. Didalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 mengenai jaminan produk halal telah tertera bahwa untuk menjamin setiap pemeluk agama untuk beribadah dan menjalankan ajaran agamanya, negara berkewajiban memberikan perlindungan dan jaminan kehalalan produk yang dikonsumsi dan digunakan masyarakat (Kemenag, 2018). Baik itu dalam pemilihan bahan, pengolahan, hingga tahap pemberian label terhadap produk yang akan diperjual belikan semua telah tertera dalam Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 280/Menkes/Per/XI/1976. Sehingga sudah dasarnya bagi pemerintah Indonesia mengawasi dan memberikan standarisasi terhadap barang maupun jasa halal atau pun haram yang beredar di wilayah Indonesia.

Banyaknya barang halal yang beredar membuat Indonesia lebih teliti memverifikasi barang yang layak dan telah terjamin kehalalannya sehingga meminimalisir keberadaan barang dan jasa yang haram. Sehingga dengan melihat fenomena yang ada Thailand mencoba untuk masuk ke sektor pasar halal Indonesia dengan cara mengekspor berbagai produk pangan halal tetapi memfokuskan dalam tahap pengemasannya hal tersebut merupakan salah satu dari strategi marketing yang dilakukan oleh pemerintah Thailand. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Pibool Wajitragum merupakan seorang Doktor di Universitas Chulalongkorn dan juga bekerja di J.Walter Thompson tempat agen periklanan, mengenai kemasan produk makanan yang dapat diterima oleh negara muslim khususnya Indonesia dengan memanfaatkan pelajar-pelajar Indonesia yang berada di Thailand dengan menggunakan 300 produk pilihan dari responden. Dengan mendapatkan hasil akhir bahwa adanya 3 kategori produk makanan Indonesia yaitu pertama makanan instans, kedua makanan ringan, dan ketiga bumbu dapur. Tentunya dari analisis kategori tersebut sesuai dengan perilaku konsumen sebagaimana mestinya yaitu dilihat dari perilaku, sikap, alasan membeli serta insentif untuk membeli (Wajitragum, 2016). Sehingga grafis dari kemasan dapat sesuai dengan konsumen Indonesia yang telah ditetapkan.

Gambar 4.1 Grafis pengemasan tiga kategori makanan Thailand dipasaran Indonesia



Sumber : Tirto.id

Thailand juga membentuk kerjasama dengan negara ASEAN lainnya yaitu Indonesia, Malaysia, Thailand *Growth Triagle* (IMT-GT) pada 20 Juli 1993 di Langkawi Malyasia. Tujuan dibentuknya kerjasama sub-regional tersebut ialah ingin meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan secara lebih merata, konsisten, serta berkesinambungan antara ketiga negara yang tergabung dalam IMT-GT (Kemlu, 2018)

Saat pelaksanaan KTT IMT-GT ke-2 di Cebu, Filipina 12 Januari 2007 menyepakati penetapan *Roadmap for Development 2007-2011* serta mengembangkan IMT-GT Connectivity Corridor sebagai pusat kegiatan ekonomi di sub-kawasan salah satunya dengan mengupayakan kerjasama dalam disektor industry halal. Seperti kerjasama terhadap pengembangan label halal, riset perencanaan, pendanaan bersama, serta segala bentuk kegiatan yang menyangkut ekspor produk dan jasa halal. Adanya alasan ketiga negara anggota IMT-GT terhadap pengembangan industri halal yaitu melihat adanya perkiraan serta peluang besar dalam nilai pasar halal sekitar USD89,1 miliar dan didorong dengan keuntungan yang akan didapatkan dalam ruang lingkup anggota IMT-GT itu sendiri dikarenakan terdapat 77 juta jiwa populasi target domestik yang merupakan mayoritas beragama islam. Terjalannya kerjasama antar ketiga negara tersebut diharapkan dapat terciptanya kerjasama yang bersifat *komplementer* atau saling melengkapi satu sama lain. Baik itu segala kebutuhan yang tidak dimiliki suatu negara dapat dibantu dan dilengkapi dari negara lain melalui kerjasama ekonomi yang terjalin.

Tabel 4.1 Perkiraan Nilai Pasar Halal dan Pembagian Wilayah Anggota IMT-GT

Faktor Pengaruh	Indonesia	Malaysia	Thailand
Wilayah Kerjasama	Aceh, Bangka- Belitung, Bengkulu, Jambi, Lampung, Sumatera Utara, Riau, Kepulauan Riau, Sumatera Selatan, Sumatera Barat	Kedah, Kelantan, Melaka, Negeri Sembilan, Penang, Perak, Perlis, Selangor	Krabi, Nakhon Si Thammarat, Narathiwat, Pattani, Phattalung Satun, Songkhla, Trang, Yala, Chumpon, Ranong, Surat Thani, Phang Nga, Phuket
Jumlah Penduduk (juta)	47,6	13,9	16,2
Nilai Pasar Halal (USD miliar)	78,5	8,4	2,2

Sumber : Rizki Amalia,2013

Namun didalam kerjasama yang terjalin antara ketiga negara tersebut adanya ketidak merataan terhadap pendapatan negara dalam sektor produk halal diantara ketiga anggota IMT-GT terdapat berbagai faktor pendorong misalkan banyaknya sumber daya alam namun tidak bisa mengolah serta memanfaatkan dengan maksimal, adanya ketidaksadaran terhadap pihak produsen maupun konsumen mengenai pentingnya sertifikasi halal. Meskipun dibentuknya IMT-GT ini untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara anggota akan tetapi kerjasama tersebut akan tercipta secara optimal jika adanya keseriusan atau komitmen yang ditunjukkan oleh pemerintah dengan bersinergi bersama pelaku usaha di setiap negara dalam mengimplementasikan strategi maupun kebijakan yang sesuai dengan industri halal yang telah ditetapkan bersama. Salah satu pencapaian atau keberhasilan Thailand terhadap industri pasar halal ialah keseriusan yang ditunjukkan oleh Thailand ialah dengan melihat negaranya bukanlah negara mayoritas penduduknya Muslim sehingga pemerinah melakukan ekspansi pasar diluar pasar domestik negara tersebut. Serta pemerintah Thailand juga berkoordinasi dengan berbagai pihak demi terlaksanannya industri halal antara lain bersama lembaga yang mengurus produk halal, kantor promosi usaha kecil dan menengah dan masih banyak lagi.

Selain dengan Indonesia sebagai target dalam peluasan pasar halal Thailand. Negara gajah putih melakukan ekspansi dalam sektor ekspor makanan halal ke pasar Timur Tengah seperti, Abu Dhabi, UEA, Qatar, Kuwait dan Bahrain. Kepentingan Thailand dalam melakukan ekspor komoditi ke negara Timur Tengah tentunya melalui berbagai pendekatan yang telah dirancang sedemikian rupa. Seperti melakukan pendekatan dengan menggunakan halal food sebagai sarana dalam memperluas pasar serta menjalin kerjasama bilateral.

Hal tersebut dikarenakan Thailand telah menjadikan halal food sebagai suatu strategi unggulan negara dalam mempromosikan eksportnya ke negara Timur Tengah. Serta berbagai alasan dan pertimbangan diambil Thailand dalam memasuki pasar halal global. Menurut pernyataan Srawut Aree selaku Deputy Direktur Moeslim Study di Universitas Chulalongkorn salah satu alasan Thailand memasuki pasar halal ialah berupa kepentingan ekonomi negara tersebut yang didasari beberapa pertimbangan yaitu negara Thailand termasuk didalam 10 daftar negara-negara pengekspor terbesar didunia. Sehingga dengan melihat posisi yang ditempati Thailand, merupakan kesempatan besar bagi negara tersebut dalam menjalin hubungan dengan beberapa negara muslim.

Meskipun kekuatan negara Timur Tengah hingga saat ini ialah mengimpor dalam sektor migas dan manufaktur tetapi dalam sektor pertumbuhan dan pembangunan negara Timur Tengah masih mengandalkan impor dari negara lain, hal itu didasari oleh berbagai faktor yang dimana salah satunya negara Timur Tengah memang mengalami permasalahan keterbatasan dalam sumber daya alam dan teknologi sehingga membuat meningkatnya proses pertumbuhan impor negara tersebut dan juga bagi negara yang tergabung didalam *The Cooperation Council for the Arab State of the Gulf* (GCC) memiliki pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan negara-negara yang ada di Timur Tengah lainnya sehingga membuat nila rata-rata konsumsi per kapita juga ikut meningkat. Salah satu negara muslim yang menjalin hubungan baik dengan Thailand yaitu negara Bahrain, berada ditengah pantai barat Teluk Parsi dengan luas wilayah 781 Km. Dimana negara tersebut dari segi geografis memberikan keuntungan sebagaimana Bahrain tergabung dalam Gulf Cooperation Council yang merupakan Dewan Kerjasama Teluk terdiri dari negara anggota ialah Bahrain, Kuwait, Oman, Qatar, Arab

Saudi dan Uni Emirat Arab. Salah satu dibentuknya GCC tersebut ialah mendirikan *single market* yang memberikan kemudahan terhadap pergerakan baik itu berupa modal, tenaga kerja, perusahaan dan jasa dari negara anggota. Dengan adanya *single market* tersebut dan pemilihan kerjasama dengan Bahrain memberikan akses yang mudah bagi Thailand untuk memasarkan produk ekspornya ke negara anggota GCC. Menurut Choomchet Arif selaku ketua Kamar Dagang Bahrain-Thailand alasan pemilihan Bahrain sebagai salah satu negara muslim sebagai target pasar Thailand ialah dikarenakan persaingan bisnis di negara tersebut belum seketat di Dubai dan Uni Emirat Arab sehingga memberikan peluang lebih dalam kegiatan ekspor. Pencapaian terjalannya kerjasama antara kedua negara memberikan dampak yang signifikan dari nilai ekspor Thailand dalam kurun waktu 2005 hingga 2011.

Ditahun 2005 menunjukkan angka mencapai US\$ 265 juta sedangkan 2011 mengalami peningkatan mencapai US\$ 561,8 juta. Dilansir dari The Nation Thailand Portal pada tanggal 24 hingga 26 April 2017 Perdana Menteri Thailand Prayut Chan-ocha akan mengadakan kunjungan kerja ke Bahrain untuk membahas hubungan ekonomi serta perdagangan antara Thailand dan Bahrain salah satunya ialah pembahasan terhadap peningkatan sektor ekspor produk pertanian dan makanan halal (Nation, 2017). Serta Thailand dan Bahrain juga berencana untuk membangun pusat distribusi dan cadangan makanan. Kerjasama yang dilakukan antara Thailand dan negara Timur Tengah ditunjukkan juga pada saat kunjungan kerja ke Dubai tahun 2010 yang dilakukan oleh Chumpol Silpa Archa selaku Menteri Pariwisata dan Olahraga Thailand beserta Gubernur Tourism Authority of Thailand (TAT) yaitu Suraphon Svetasreni dengan menyampaikan tujuan mempromosikan pariwisata Thailand dengan slogan yang berbunyi *3G tourism : good health, good*

food, and good price. Dimana salah satu slogan good food tersebut untuk meningkatkan citra negara Thailand sebagai negara non-muslim yang memiliki serta menjadi pusat halal food serta pemerintah Thailand akan menghabiskan dana negara sebanyak 5 miliar Baht atau setara dengan 155 juta dolar AS untuk dialokasikan dalam memasarkan halal food Thailand terhadap umat muslim yang ada di dunia (Albawaba, 2017). Keseriusan yang terjalin antara Thailand dan Timur Tengah dalam sektor perdagangan dalam kurun waktu tahun 2008 hingga 2011 yang dimana pemerintah Thailand gencar mempromosikan pariwisata melalui penyelenggaraan event-event internasional terkhususnya didalam kawasan Timur Tengah.

B. OKI Sebagai Market dalam Pemasaran Produk Halal Thailand

Organization of Islamic Cooperation (OIC) atau Organisasi Kerjasama Islam (OKI) dibentuk pada tanggal 22-25 September 1969 setelah para pemimpin negara islam melakukan pertemuan di Rabat, Maroko. Serta adanya reaksi solidaritas yang ditunjukkan oleh negara-negara Muslim terhadap permasalahan yang menimpa umat Muslim dunia. Salah satunya ialah peristiwa pembakaran masjid Al-Aqsha oleh kaum yahudi pada tanggal 21 Agustus 1969. Salah satu tujuan dibentuknya OKI sediri ialah meningkatkan solidaritas Islam, menjalin kerjasama, dan membantu perjuangan pendirian negara Palestina. Hingga saat ini OKI beranggotakan 57 negara islam dengan 5 negara pengamat yaitu Thailand, Bosnia, Rusia, Republik Afrika Tengah, dan Siprus. Seiring berjalannya waktu pada tanggal 28 Juni 2011 OKI melakukan perubahan baik itu nama dan logo yang dimana awal mulanya merupakan Organisasi Konferensi Islam menjadi Organisasi Kerjasama Islam hal tersebut

beralasan dikarenakan negara anggota OKI menginginkan organisasi ini menjadi organisasi internasional yang tidak hanya menitik beratkan terhadap upaya pencapaian perdamaian serta kemerdekaan Palestina.

Tetapi ingin mengarahkan organisasi tersebut lebih menjalin serta membentuk jaringan kerjasama antara negara anggota OKI. Dan juga OKI telah memberikan perhatian khusus terhadap berbagai permasalahan internasional yang terjadi dewasa ini seperti masalah kemanusiaan, perdamaian, kerjasama ekonomi, serta sosial dan budaya negara anggota (Kurniawan B. I., 2017) terutama keselamatan bagi umat islam yang ada diseluruh dunia. Dewasa ini industri produk halal telah menjadi salah satu bisnis yang terbilang menjanjikan bagi berbagai negara. Terkhusus bagi negara anggota OKI yang dimana mayoritas angotanya merupakan negara Muslim dengan tingkat konsumtif terhadap produk halal memang terbilang tinggi sehingga membuat negara-negara Islam yang tergabung didalam organisasi tersebut harus memenuhi kebutuhan dan terlibat langsung dalam industri produk halal. Pada tahun 2010 setelah penetapan standar makanan halal disetujui oleh Organisasi Kerjasama Islam, didalam penanganan industri halal OKI bekerjasama dengan Halal World Institute salah satu kegiatannya seperti membedakan barang dan jasa halal dari bahan-bahan non-halal melalui berbagai prosedur pengendalian produksi, pergudangan, transportasi, dan penerbitan sertifikasi halal sesuai standar yang telah ditetapkan oleh Organisasi Kerjasama Islam. Berbagai jenis produk yang dikelola standarnya di dalam OKI berupa daging, telur, susu, gandum dan lain-lain. Semenjak tahun 2014 negara-negara OKI melakukan impor produk makanan halal dengan tiga jenis atau kategori yaitu pertama sayuran mencapai 49,5%, kedua produk makanan olahan dengan 31,9%, dan disusul produk daging 18,5 %.

Tabel 4.2 Prosedur tahap pengolahan hingga pengemasan halal food OKI

Packaging Material	<p>The packaging materials shall not contain any materials that are considered hazardous to human health</p> <p>The packaging materials shall not be prepared, processed or manufactured using equipment that is contaminated with non-halal materials.</p>
Food Processing	<p>The products do not contain anything in any quantity that is decreed as non-halal by Islamic rules</p> <p>The product is prepared, processed or manufactured using equipment and facilities that are free from contamination with non-halal materials. and ingredients shall be safe.</p>
Machinery	<p>Machinery, utensils, production lines used for processing halal food shall not be made of or contain any materials that are decreed as non-halal by Islamic rules and shall be used only for halal food.</p>
Storages, Display, Service and Transformation	<p>All halal food that are stored, displayed, sold or served and during transport shall be categorized and labelled as halal and segregated at every stage so as to prevent them from being mixed or contaminated with materials that are not halal.</p> <p>Transport should be compatible with the nature of the product.</p> <p>Transport vehicles should satisfy hygiene and sanitation rules</p>
Hygiene, Sanitation and Food Safety	<p>Hygiene, sanitation and food safety are prerequisites in the preparation of halal food</p> <p>All food safety measures shall be suitable for use in halal food sector.</p> <p>Chilling room temperature shall be maximum 4°C.</p>
Slaughter	<p>The slaughterer shall be an adult Muslim and fully understands the fundamental rules and conditions related to the slaughter of animals.</p> <p>At the time of slaughtering the animals, the slaughterer shall utter tasmiyah “BISMILLAH” which means “In the Name of Allah” and he shall not mention any name other than Allah otherwise this make it non-halal</p> <p>The slaughterer shall have a certificate of halal slaughtering issued by a competent authority supervising matters relating to health, hygiene, sanitation and rules of halal slaughtering.</p>

Sumber : Organisasi Kerjasama Islam, Final Draft
General Guidelines on Halal food

Sektor industri pasar halal diperkirakan akan meningkat 70% dari \$1,24 triliun di tahun 2016 menjadi \$1,93 triliun pada tahun 2022 serta Dubai Islamic Economy Development mengungkapkan bahwa makanan halal telah menjadi sebuah industri ekonomi islam terbesar serta banyak ragamnya sehingga memberikan peluang terhadap investasi yang signifikan serta memunculkan produk-produk halal global yang beranekaragam (Buller, 2018). Sejalan dengan fokus OKI mengenai kerjasama ekonomi yang dimana mengenai industri produk halal selain diwajibkan pemakaiannya juga sangat bagus dilihat dari segi kesehatan baik itu zat-zat yang terkandung didalamnya maupun kualitas dari produk tersebut yang nanti seiring dengan tercapainya keselamatan umat Muslim seluruh dunia. Tentunya hal tersebut membuat negara Muslim yang tergabung dalam OKI tertarik dan menjadikan produk halal sebagai peluang dalam pasar halal dunia (Ikhwan, 2015). Namun kenyataannya keberadaan pasar halal dunia tidak hanya dilirik oleh negara-negara Muslim saja, melainkan negara non-muslim yang tergabung dalam keanggotaan OKI sebagai salah satu negara pengamat yang bergabung pada tahun 1998 (OIC, 2017) yaitu Thailand memanfaatkan fenomena tersebut dalam melancarkan kepentingan ekonomi negara.

Sebagai negara anggota pengamat didalam Organisasi Kerjasama Islam dan juga merupakan negara pertama didunia yang mempunyai pusat penelitian serta informasi terkait industri halal membuat Thailand dengan serius mengembangkan industri halalnya baik dari tahap penelitian, sertifikasi, produksi, bahkan ekspor produk-produk halal unggulan yang telah diuji kehalalannya ke pasar halal global yang mayoritas dikuasai oleh negara-negara muslim. Dr. Winai Dahlan mengungkapkan meskipun keberadaan muslim di negara gajah putih tersebut ialah minoritas tatapi 95% pihak yang terlibat didalam industri halal baik itu produsen,

pengusaha, karyawan, bahkan konsumen berasal dari penduduk non-muslim. Sehingga keberadaan bahkan manfaat dari halal sendiri bukan sekedar menjamin suatu produk untuk penduduk Muslim saja tetapi melainkan bagi semua orang di dunia. Dan produk produk yang dihasilkan oleh Thailand telah memasuki pasar ekspor ke 57 negara Muslim yang tergabung dalam OKI serta masuk ke berbagai negara di Eropa dan Amerika Utara (CityLife, 2017). Dengan adanya pertumbuhan pasar halal global tentunya memberikan keuntungan tersendiri bagi pengeksportir produk halal dari negara non-muslim. Rafi-uddin Shikoh selaku chief executive dan direktur di perusahaan riset dinarstandard merupakan perusahaan yang bergerak dalam riset serta firma penasehat dengan fokus utama perekonomian, makanan halal, dan keuangan islam (DinarStandard, 2018) mengungkapkan bahwa pelaku ekspor produk halal ke negara-negara muslim didominasi oleh negara non OKI. Seperti pemasok daging ke negara-negara Muslim yaitu dengan presentase 90% daging berasal dari negara non-muslim yaitu Brasil dan India (Zuhri, 2016). Terdapat 1,8 miliar umat muslim yang tersebar diseluruh dunia yang tentu saja membuat negara-negara muslim menjadi konsumen tertinggi daging bahkan hewan unggas lainnya. Dilansir dari Al Jazeera mengungkapkan bahwa 8 dari 10 negara penyuplai daging ke seluruh wilayah negara mayoritas Muslim ialah berasal dari negara mayoritas non-muslim (Yasinta, 2017).

Gambar 4.2 Negara Pemasok Daging ke Negara Mayoritas Muslim



Sumber : AlJazeera,

<http://www.aljazeera.com/indepth/interactive/2017/11/171126063915359.html>

Negara Thailand tidak hanya mengekspor komoditi andalan negaranya yaitu berupa produk pangan seperti beras dan gandum. Produk halal yang lain juga dikembangkan dan di ekspor ke berbagai negara yaitu produk non-pangan berupa kosmetik, perawatan kulit, obat-obatan, serta berbagai bahan-bahan kimia lainnya. Pemerintah Thailand memiliki komitmen penuh terhadap keseriusannya menjadi negara yang memiliki kapasitas dalam menghasilkan berbagai produk-produk halal nomor satu di ASEAN bahkan di dunia. Tentu hal tersebut didukung oleh penerapan sistem atau mutu serta berbagai kecanggihan dalam inovasi teknologi yang dimiliki Thailand sehingga produk pangan harus siap didistribusikan ke berbagai wilayah dalam kurun waktu kurang lebih 24 jam setelah melewati tahap pemanenan. Sehingga masyarakat Muslim internasional mendapatkan rasa percaya terhadap kehalalan baik itu produk dan jasa yang diproduksi serta ditawarkan oleh negara gajah putih tersebut (Amalia L. H., 2016).