

BAB III

PENGGUNAAN LABEL HALAL DI THAILAND

Dalam bab 3 dijelaskan tentang penggunaan label halal pada industri makanan halal dan pariwisata halal di Thailand serta langkah Thailand memanfaatkan label halal untuk menarik wisatawan Muslim mengunjungi Thailand.

A. Halal Food di Thailand

Thailand merupakan salah satu negara yang berada dikawasan Asia Tenggara yang memiliki mayoritas penduduk beragama Budha dan penduduk yang beragama Islam hanya sekitar beberapa persen saja. Oleh karena itu, di negara Thailand dahulunya tidak ada peraturan yang mengatur adanya label halal pada makanan ataupun tempat-tempat tertentu misalnya hotel dan masjid. Sekitar tahun 1990.an masyarakat Muslim yang ada di Thailand merasa resah karena mereka sangat kesulitan untuk mencari dan mendapatkan makanan halal untuk dikonsumsi kemudian Prof. Winai Dahlan yakni salah satu cucu dari K.H. Ahmad Dahlan pendiri Muhammadiyah melakukan penelitian di *Chulalongkon University* Thailand yang kemudian mendirikan *The Halal Science Center (HSC-CU)* sebagai lembaga yang mengkaji tentang label halal. Meskipun Thailand menjadi negara Muslim yang minoritas tetapi Thailand menjadi urutan kelima negara yang memproduksi makanan halal terbesar di dunia.

Salah satu faktor utama yang berdampak pada karakteristik dan organisasi kebijakan ekonomi yang sedang dikembangkan oleh Thailand adalah ketergantungan pada perdagangan luar negeri. Contohnya pada 2004, CEO ambassador diperkenalkan oleh pemerintah Thailand untuk mengartikan ulang tugas dan peran seorang kepala perwakilan

negara yang berada di luar negeri. Menurut konsep ini, tugas seorang kepala perwakilan negara yakni untuk memimpin tim.

Disaat aliran modal dan pertumbuhan permintaan dagang dari negara-negara maju relatif melambat dimana mereka selama ini telah menjadi mitra tradisional, mengakibatkan adanya persaingan kekuatan di wilayah Asia Tenggara dan terasa semakin ketat setelah adanya krisis finansial global pada 2008 bahkan tidak hanya persaingan kekuatan dalam bidang militer dan pertahanan. Thailand menjadi salah satu negara yang memilih mempertahankan pertumbuhan ekspor dalam bidang perdagangan dikarenakan Thailand menjadi salah satu negara yang paling terdampak dari krisis tersebut dikawasan Asia Tenggara. Thailand rentan terhadap fluktuasi perekonomian global dikarenakan bergantung pada sektor perdagangan keluar negeri (Green 7).

Pada tahun 2008, pertama kalinya nilai sektor perdagangan bisa melampaui produk domestik bruto (PDB), penyebab utamanya karena terjadinya peningkatan kontribusi ekspor yang relatif signifikan yakni dari 46,5 persen menjadi 72,9 persen (S. M. Chirathivat). Akibatnya, sekitar 3 persen PDB Thailand berkontraksi dikarenakan pada 2009 terjadi penurunan kinerja ekspor secara signifikan (Nidhiprabha). Alternatif untuk pasar ekspor terdapat dalam beberapa wilayah yang dilihat menjanjikan untuk stabilitas permintaan dan pertumbuhan yaitu kawasan Timur Tengah dan Afrika Utara, Asia, Amerika Latin dan Karibia, serta Afrika Sub Sahara. Berdasarkan *IMF World Economic Outlook 2012*, walaupun kawasan tersebut tertekan adanya situasi global dikarenakan terjadi penurunan permintaan dagang dari negara-negara yang maju namun sebagian dari kawasan tersebut dirasa masih dapat mempertahankan pertumbuhan positif.

Demi tercapainya perluasan akses pasar ekspor Thailand melakukan kerja sama bilateral dengan negara yang ingin mengimpor barang dari Thailand. Thailand menggunakan dua pendekatan secara konsisten dalam menjalankan kebijakan perdagangannya sejak rezim Perdana Menteri Thaksin Shinawatra. Pertama, Thailand mengeluarkan kebijakan untuk memperkokoh perekonomian dalam domestik, kedua yakni untuk mengintegrasikan Thailand ke dalam perekonomian global peran pemerintah harus ditingkatkan. Oleh karena itu, selain memperkokoh iklim investasi dalam negeri dan kinerja industri, Thailand juga melaksanakan berbagai usaha untuk memperkenalkan kerja sama perdagangan bebas baik regional maupun bilateral (Talerngsri).

Salah satu contoh hubungan bilateral negara Thailand yakni secara serius membangun hubungan dagang dengan Bahrain karena dilihat strategis bagi kepentingan perdagangan luar negerinya. Dengan menggunakan kerangka kerja sama *Closer Economic Partnership (CEP)*, kedua negara tersebut sepakat bahwa pada awal 2005 untuk 626 produk dan pada 2010 5.000 produk tambahan diturunkan tarifnya 0-3 persen (S. M. Chirathivat).

Strategi yang digunakan Thailand agar terhindar dari pengalihan dagang (*trade diversion*) ialah sebagai batu loncatan dalam usaha memperluas kerja sama perdagangan bebas bilateral antara Thailand dengan Bahrain dan beberapa negara lain yaitu Republik Ceko dan Kroasia. Dibalik Upaya Thailand berusaha mengembangkan kerja sama FTA dengan Bahrain dikarenakan dengan adanya diplomasi jalur perdagangan Thailand ingin meningkatkan status di internasional (Hoadley). Hasil dari kesepakatan antara Thailand dan Bahrain salah satunya adalah membangun pusat cadangan makanan dan distribusi. Hal ini sejalan dengan salah satu prioritas pemerintah Bahrain yaitu program *food security*.

Thailand memodifikasi strategi demi kepentingan Thailand untuk meningkatkan ekspor ke Timur Tengah yakni komoditi makanan dan minuman. Pendekatan yang digunakan salah satunya yaitu dengan menggunakan produk halal di kawasan yang mayoritas Muslim tersebut sebagai cara agar akses pasar semakin meluas. Meski Budha adalah keyakinan mayoritas penduduknya namun Thailand telah menggunakan industri halal sebagai alat promosi ekspor ke wilayah Timur Tengah.

Jumlah seluruh pabrik makanan di Thailand yaitu 20.000 unit dan yang telah mendapatkan sertifikasi halal berjumlah sekitar 2.000 pabrik. Pabrik lainnya yang berjumlah sekitar 18.000 unit pun tetap memiliki potensi menghasilkan produk makanan yang halal (Saifah). Menurut Ketua Kamar Dagang Bahrain-Thailand Choomchet Arif , disamping adanya peluang akses pasar ke pasar Timur Tengah dan Afrika bahwa di Bahrain tingkat kompetisi bisnis belum seketat di Uni Emirat Arab, Dubai sehingga sangat menjanjikan peluang ekspor ke negara tersebut (www.nationmultimedia.com)

Thailand tidak hanya memperkuat kerja sama dengan negara Bahrain saja namun Thailand juga berupaya untuk terus menjaga pertumbuhan pangsa pasarnya di negara-negara Timur Tengah yang lainnya. Thailand secara kontinu mengadakan promosi dan misi dagang di pameran-pameran internasional yang ada sektor wisatanya. Pada tahun 2009, 11 delegasi Thailand dipimpin oleh Kiat Sitti-Amorn Presiden *Thailand Trade Representatives* (TTR ke Bahrain terdiri dari Kadin Thailand, Kemendag, *Siam Cement Company* dan *the board of investment*. Kunjungan tersebut dalam rangka rencana pembangunan pusat distribusi Thailand di Bahrain dan pembentukan *Thailand-Bahrain Business Council* (www.gulf-dailynews.com). Kiat Sitti-Amorn kembali melakukan kunjungan ke Bahrain beserta dengan delegasi-delegasi

pejabat tinggi pada 2010, disana bertemu dengan Pangeran Mahkota Salman bin Hamad Al Khalifa dan Dr. Hassan Fakhro Menteri Perindustrian dan Perdagangan Bahrain guna membicarakan perihal proposal kerja sama investasi di macam-macam bidang, seperti distribusi beras, industri aluminium, dan pengembangan industri perikanan (www.gulf-daily-news.com).

Chumpol Silpa-Archa Menteri Pariwisata dan Olahraga Thailand bersama Gubernur Otoritas Pariwisata Thailand Suraphon Svetasreni, mengadakan kunjungan ke Dubai, Uni Emirat Arab pada tahun 2010. Dengan misi yaitu memperkenalkan keunggulan pariwisata yang ada di Thailand menggunakan istilah *3G tourism* yakni *good food, good health, and good price*. *Good food* digunakan untuk memperkokoh citra Thailand sebagai pusat makanan halal di pasar Timur Tengah. Untuk memperkuat citra Thailand sebagai tujuan pariwisata kebugaran dan kesehatan Thailand menggunakan jargon *good health*. Dan untuk memperkokoh citra Thailand sebagai destinasi wisata dengan biaya yang terjangkau Thailand menggunakan istilah *good price*.

Tersadarnya Thailand akan potensi ekonomi Timur Tengah pada krisis ekonomi global yang berdampak negatif dalam perekonomian global memberikan hasil. Selama periode 2008-2011 terjadi peningkatan yang signifikan berkat diadakannya program misi dagang dan promosi yang diadakan oleh pemerintah Thailand. Dalam melakukan promosi ekspor dan pariwisata pemerintah melakukan penambahan anggaran agar semakin maju. Alokasi anggaran untuk pemasaran pariwisata terbesar daripada strategi promosi yang lain dari US\$ 43,5 juta meningkat US\$288,3 juta pada tahun 2011. Dalam kegiatan ini terdapat aktivitas hubungan dalam masyarakat atau yang biasa disebut *public relations* guna meningkatkan citra dan mempromosikan even-even internasional yang diadakan di Thailand, dan juga untuk

mengembangkan kualitas jasa pariwisata agar lebih kompetitif.

Tabel 2. Program Misi Dagang dan Promosi Ekspor Thailand ke Timur Tengah, Tahun Anggaran 2008-2011

Nama Kegiatan	Sektor/Industri	Sasaran Pasar	Tahun
Automechanika, Middle East Dubai	<i>Automotive, Hotel, Restaurant, Hospitality, Rubber and others, Multi-products, Food industry, Textile Industry, Fruit and Food Products, Building & Construction, Furniture, Interior Design, Lighting, and others</i>	Uni Emirat Arab, Qatar, Arab Saudi, Iran, Turki	2008
<i>Trade Mission, Business Delegation</i>	<i>Souvenir & Decoration Products, Furniture, Textiles, Gifts and Home Decoration, Multi-products</i>	Uni Emirat Arab, Arab Saudi, Kuwait dan beberapa negara di Timur Tengah	2009
<i>Thailand Exclusive Exhibition, Pameran SIAL Middle East</i>	<i>Multi-products, Food Industry</i>	Kuwait, Uni Emirat Arab, UAE, Arab Saudi	2010
Pameran ARAB HEALTH, GULF Food Exhibition, Thai Chamber of Commerce Business Delegation, Food Trade Promotion, Export Promotion, LIBYA BUILD 2011, Cairo International Fair 2011, The 13 th OIC Expo 2011, Autocare & Transport Arabia 2011, IRAN Food & Hospitality Expo, Food & Hotel Arabia, Beauty World Middle East Expo, Hotel Show Dubai, Thailand Small Medium Enterprises (SMEs) Road Show, Halal Export Promotion, Medical Tourism Promotion	<i>Health industry, Food Industry, Multi-products, Lifestyle Products, Fashion Products, Building & Construction, Automotive & Transportation, Food, Hotel and Restaurant, Beauty products, fragrances and well-beings, medical tourism</i>	UAE, Arab Saudi, Oman, Bahrain, Lebanon, Egypt, Libya, Tehran, dan beberapa negara lain di Timur Tengah	2011

Sumber: Department of International Trade Promotion, Ministry of Commerce Thailand

B. Halal Tourism Thailand

Thailand merupakan salah satu negara yang memiliki keberagaman budaya dan tempat-tempat wisata yang sangat bagus dan menarik untuk dikunjungi. Tempat wisata yang cocok untuk dikunjungi seperti Phuket, The Grand Palace, Wat Arun, Krabi, Sung Nong Nooch, Pantai Raily, Chatuchak Weekend Market, Pattaya, Phu Thok, Chiang Mai dan masih banyak lagi. Dengan adanya keberagaman tempat wisata yang dimiliki oleh Thailand, pemerintah berusaha untuk mempromosikan wisata negara Thailand ke kancah internasional sehingga angka kunjungan wisatawan semakin meningkat. Thailand menggunakan trend yang saat ini sedang berkembang yakni pariwisata halal.

Menjadi negara satu-satunya di Asia Tenggara yang memiliki penduduk mayoritas beragama Budha tidak mematahkan semangat Thailand untuk terus gencar mengembangkan *trend* yang saat ini sedang berkembang. Kemudian pengembangan pariwisata halal ini dijadikan sebagai bentuk ekspansi pasar dan diferensiasi. Walaupun penduduk Thailand mayoritas beragama Budha namun negara ini juga memiliki demografi penduduk Muslim dimana mereka rata-rata mendiami wilayah selatan Thailand dan dikarenakan menjadi minoritas sehingga sering terjadi adanya gejolak politik ditempat tersebut.

Kantor Chularajmontree atau kantor Shaikhul-Islam Thailand adalah badan tertinggi masyarakat Muslim Thailand yang mana mempunyai andil dalam mengeluarkan fatwa, penyelesaian konflik agama dan lain-lain, pada tahun 1949 mulai menjalankan sertifikasi halal untuk rumah potong hewan. Pada tahun 1982 CICOT (*Central Islamic Committee of Thailand*) membuat suatu sistem sertifikasi dan penggunaan logo halal di bawah otoritas CICOT diberikan izin oleh pemerintah Thailand. Setelah perkembangannya

terlihat semakin baik kemudian pada tahun 1994 potensi pariwisata halal mulai dikembangkan oleh Thailand.

Halal Science Center didirikan oleh Thailand di Universitas Chulalongkorn dalam rangka pengembangan potensi pariwisata halal Thailand dengan tujuan sebagai wadah penelitian yang berspesifikasi dibidang *halal food*. Tokoh pendirinya adalah cucu KH. Ahmad Dahlan pendiri Muhammadiyah yang bernama Dr. Winai Dahlan beliau sejak lahir memang sudah di Thailand. Pada 1995 dengan mempertimbangkan perlindungan konsumen Dr. Winai Dahlan menjalankan laboratorium sains halal di Fakultas Rumpun Ilmu Kesehatan Universitas Chulalongkorn (Pratiwi, Belajar Halal dari Thailand).

Logo halal didaftarkan oleh CICOT ke Kementerian Perdagangan sesuai dengan peraturan penggunaan logo produk pada tahun 1996. Kemudian secara legal CICOT diakui sebagai otoritas urusan halal pada 1997. Kemudian kementerian Industri Thailand pada tahun 1998 menjadikan Standar Codex Halal sebagai standar halal nasional di Thailand. Setelah ditetapkannya *Codex Alimentarius Commission* terkait adanya prosedur atau aturan halal yang terdapat dalam CAC/GL 24-1997 *on General Guidelines for Use of the Term Halal* (Fao.org, Codex Alimentarius Commission – FAO).

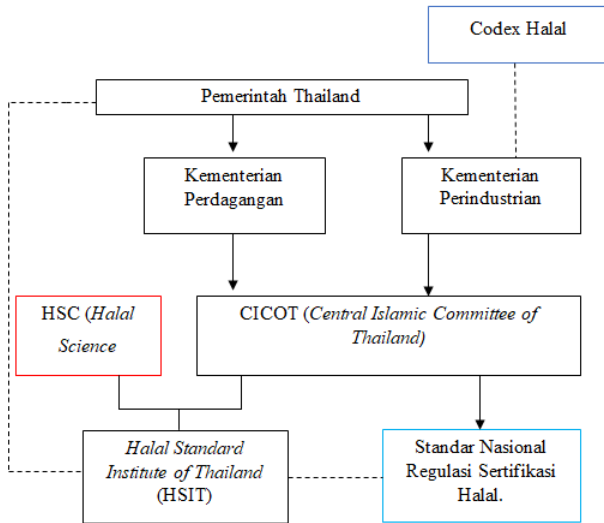
Codex adalah singkatan dari *Codex Alimentarius Commission* (CAC), yang merupakan suatu badan antar pemerintah yang memiliki tujuan untuk melaksanakan Program Standar Pangan FAO/WHO (*Joint FAO/WHO Food Standard Programme*) (Fao.org, Codex Alimentarius: how it all began). Tujuan dibentuknya Codex antara lain untuk menjamin praktek yang jujur (*fair*) dalam perdagangan pangan internasional, melindungi kesehatan konsumen dan mempublikasikan koordinasi pekerjaan standarisasi pangan

yang dilaksanakan oleh organisasi internasional yang lain. Codex menetapkan aturan perihal pedoman, standar, *code of practice* dan rekomendasi lainnya. Dalam rekomendasi tersebut meliputi ketentuan bahan tambahan dan kontaminan pangan, komoditi pangan, prosedur sertifikasi dan inspeksi, batas maksimum residu pestisida dan residu obat hewan serta metoda analisa dan sampling. Sementara itu, Codex halal yang menjadi standar halal nasional merupakan produk pangan yang dibolehkan menurut tuntunan Islam yakni bahan-bahan yang digunakan, tahap pengolahan, fasilitas atau alat yang dipakai harus sesuai dengan hukum Islam contohnya fasilitas atau alat, bahan yang dipakai tidak mengandung zat babi (Fao.org, General Guidelines for Use of The Term“Halal).

CICOT menyusun standar nasional regulasi sertifikasi halal pada tahun 2001. Pemerintah Thailand juga mengajukan rencana strategis pusat pangan halal di wilayah selatan Thailand pada tahun 2002. Kemudian di tahun 2003 untuk mengembangkan sistem *Halal-HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point)* pemerintah Thailand memberikan sokongan dana, HACCP adalah jaminan mutu suatu produk yang didasarkan pada penghayatan atau kesadaran bahwa bahaya (*hazard*) bisa muncul pada berbagai tahap atau proses produksi tertentu namun untuk mengontrol bahaya tersebut bisa dilakukan pengendalian (konsultan).

Industri halal negara Thailand pada awalnya hanya berkembang pada sektor makanan saja, Pemerintah Thailand pada tahun 2003 mensponsori pendirian *Halal Standard Institute Of Thailand (HIST)* yang berada dibawah *CICOT (Central Islamic Committee Of Thailand)* dan *Halal Science Center (HSC)*. Hingga akhirnya CICOT menerbitkan mengenai Peraturan Manajemen Urusan Halal, pengujian dan pengawasan kualitas produk halal, serta penggunaan logo halal pada tahun 2009 (Kemlu).

Bagan 1. : Mekanisme Pengembangan Pariwisata Halal di Bidang Industri



Keterangan :

- Garis Lurus : Intruktif
- Garis Putus-putus : Koordinatif
- Garis Tiga sisi : Kooperatif
- Kotak Hitam : Lembaga Resmi Negara
- Kotak Biru : Regulasi/kebijakan
- Kotak Merah : Lembaga Perguruan Tinggi

Adanya konsep *halal tourism* meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara ke negara Thailand. Hal ini terjadi karena adanya kebijakan dari pemerintah terhadap kebijakan *globalthai* sebagai bentuk dari *gastro diplomasy* negara Thailand. Pemerintah Thailand melakukan kerjasama dengan berbagai lembaga yang mempunyai wewenang terhadap keberadaan produk halal di negara Thailand untuk mendukung pelaksanaan program *Halal Food* tersebut. Misalnya kerjasama antara pemerintah dengan lembaga-lembaga yang terkait dengan *halal food*. *Central Islamic Concil Of Thailand* atau CICOT adalah lembaga non pemerintah yang berwenang terhadap proses sertifikasi produk halal di Thailand. Pemerintah berperan untuk mendukung dan menyiapkan segala bentuk yang dibutuhkan dalam kelangsungan pelaksanaan pengembangan strategi pusat kegiatan pangan halal di wilayah selatan Thailand. Untuk mendukung agar tercapainya dan lancarnya pengembangan industri halal Thailand, pada tahun 2003 pemerintah Thailand mengalokasikan anggaran untuk mendirikan “*Halal Standar Institute Of Thailand*“ yang berada dibawah supervisi CICOT, yang memiliki tujuan untuk pengembangan pusat laboratorium dan informasi sains atau *Halal Science Centre* di Universitas Chulalongkorn (Aminuddin).

Saat ini Thailand sudah mempunyai banyak tempat yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas pelayanan yang ramah Muslim (*Muslim-friendly services*). Misalnya saja, saat ini di negara Thailand mempunyai masjid yang berjumlah 3.600 dan pusat pembelanjaan yang dilengkapi dengan ruang ibadah bagi umat Islam. Ada banyak restoran halal yang sudah terdapat dalam buku panduan bagi para wisatawan Muslim dan aplikasi ramah Muslims (*Muslim-friendly app*). Berbagai fasilitas lain juga disediakan untuk menarik wisatawan Muslims, seperti ruang sholat dan arah kiblat, *Muslim-friendly beach resorts*, *Muslim-friendly hotels* yang

menyediakan pilihan makanan halal, *Muslim-friendly medical facilities*, *Muslim-friendly spa* yang memisahkan antara laki-laki dan perempuan, dan *Muslim-friendly airports* (Statistical).

Muslim yang berada di Thailand merasakan keamanan akan kehalalan suatu makanan yang tersedia karena adanya badan sertifikasi halal yang sangat kuat sehingga bisa menjamin makanan yang halal. Apabila kita ingin mengetahui produk dan restoran halal yang berada di Thailand kita cukup mengakses www.halal.or.th sudah tersedia daftarnya. Badan tersebut juga sudah mengeluarkan sertifikat halal pada produk-produk kemasan yang dijual di supermarket. Sehingga Muslim yang berada di Thailand dengan mudah untuk memilih makanan yang bisa mereka konsumsi maupun yang tidak.

Otoritas Pariwisata Thailand membuat Aplikasi Destinasi Muslim Muslim Thailand yang menyediakan alat pencarian *mobile* untuk masjid, restoran halal dan hotel di Thailand yang di pilih dengan teliti untuk seluruh Muslim di dunia. Banyak fungsi dari aplikasi ini yang berguna untuk navigasi peta, berbagi detail tempat dan mencari lokasi terdekat. Selain itu, dalam daftar pribadi wisatawan juga bisa menyimpan tempat favorit mereka. Wisatawan tetap dapat mengakses aplikasi ini dalam buku panduan dalam *mode offline* sehingga walaupun sedang berada di daerah yang akses internetnya terbatas wisatawan tetap dapat mendapatkan informasi yang mereka perlukan. Hotel Al Meroz merupakan hotel pertama yang mendapatkan sertifikasi halal yang mana hotel ini berada di kawasan Ramkhamhaeng Road. Fasilitas dan layanan yang disediakan oleh hotel ini antara lain peralatan makanan , tempat dan peralatan shalat misalnya sajadah dan Al Qur'an (Mohammad).