

BAB IV MANFAAT LABEL HALAL PADA INDUSTRI THAILAND

Dalam bab 4 ini penulis menjawab hipotesa tentang Thailand menggunakan program sertifikasi label halal sebagai label dalam bidang Industri wisata dan makanan yang dimiliki Thailand dan juga dijabarkan mengenai Thailand mengeluarkan platform yang berjudul Hal-Q yang mana adalah gabungan dari suatu sistem keamanan halal dan standar halal yang digabungkan untuk memberikan jaminan makanan halal, higienis, dan telah terjamin kualitasnya bagi para Muslim yang mengkonsumsinya.

- A. Thailand menggunakan program sertifikasi label halal sebagai label dalam bidang Industri wisata dan makanan yang dimiliki Thailand.

Gambar 2. label halal di Thailand



Sumber : <http://images.app.goo.gl/gNHAt1MS4tKVFspd8>

Pendirian *Halal Standard Institute of Thailand* (HSIT) di bawah CICOT (*Central Islamic Committee of Thailand*) dan *Halal Science Center* (HSC) disponsori oleh pemerintah Thailand pada tanggal 11 Agustus 2003 yang bertujuan untuk mengelola dan mengatur urusan keagamaan di kerajaan Thailand. Kemudian hingga pada tahun 2009, lembaga CICOT menerbitkan Peraturan Manajemen Urusan Halal, pengawasan dan pengujian kualitas produk halal, serta penggunaan logo halal. Pengembangan *Halal Standard Institute of Thailand* (HSIT) dibawah *Central Islamic Committee of Thailand* (CICOT) dan *Halal Science Center* (HSC) juga memiliki tujuan untuk mengubah Thailand menjadi negara pengekspor makanan halal terbaik di dunia.

CICOT atau *Central Islamic Concil of Thailand* yang dimiliki oleh Thailand adalah suatu lembaga non pemerintah yang mempunyai wewenang pada sertifikasi produk halal yang ada di Thailand. Pemerintah Thailand berperan dengan menyiapkan finansial dan mendukung pelaksanaan pengembangan strategi pusat kegiatan pangan halal yang ada di selatan Thailand. Dalam memberikan dukungan demi kelancaran dan keberhasilan pengembangan industri halal yang ada di Thailand, Pemerintah memberikan dana guna membentuk "*Halal Standar Institute of Thailand*" dibawah supervisi CICOT pada 2003 yang memiliki tujuan untuk mengembangkan pusat laboratorium dan informasi sains atau *Halal Science Centre* yang berada di Universitas Chullalangkorn.

Central Islamic Committee of Thailand (CICOT) atau Komite Islam Pusat Thailand memiliki tanggung jawab guna mengumumkan dan menentukan penggunaan Standar Produk Halal Thailand agar sesuai dengan Prinsip Islam dan standar internasional serta tidak berlawanan dengan tuntunan Islam, untuk mengakreditasi Badan Sertifikasi Halal (HCB) maka harus menjadi Badan Akreditasi Halal (HAB), memberikan

persetujuan penggunaan Logo Halal pada Produk Halal, mengawasi dan mengkoordinasikan bagian-bagian yang terkait dengan Operasi Urusan Halal untuk pengoperasian Standar Produk Halal yang efektif.

120 ribu produk ekspor bersertifikat halal telah dimiliki oleh Thailand pada 2014, dengan ini negara yang ekspor produk halalnya terbesar di ASEAN adalah Thailand. Thailand menargetkan produk halal diantaranya adalah makanan, kosmetik, perangkat rumah, produk kimia, alat-alat kesehatan dan garmen. Pemerintah Thailand bahkan memiliki visi guna menjadi dapur halal dunia (Setiawan, Mudahnya Mencari Makanan Halal di Thailand).

Pada 2014 ekspor makanan halal Thailand mencapai 5,8 miliar dolar AS data ini diperoleh dari *Thailand National Food Institute* bahkan diprediksi akan tumbuh 5,1 persen pada 2015 (Pratiwi, Belajar Halal dari Thailand). Pada 2015 menurut Arie Parikesit seorang pakar kuliner Indonesia menyebutkan bahwa Thailand berada di posisi salah satu negara produsen makanan halal terbesar di dunia. Peristiwa ini terjadi tidak lantas hanya untuk memenuhi kebutuhan dan mengutamakan wisatawan Muslim melainkan pemerintah Thailand memiliki komitmen untuk menjadikan standarisasi suatu produk dan menjadi higienitas serta kualitas produk dari Thailand (Wahyuni, Soal Makanan Halal, Indonesia Kalah dari Thailand,) Di tahun 2016 Sektor industri pasar halal Thailand sudah mencapai \$1,24 triliun (Novita Nurarbani, Upaya Thailand Menggunakan Halal Food Sebagai Soft Power Negara). Perkembangan penggunaan label halal pada sektor *tourism* pada tahun 2017 sangat berkembang pesat terlihat dengan banyaknya hotel dan restoran yang bersertifikat halal di Bangkok dan Pattaya (17Ju).

Satu bidang yang pertumbuhannya paling cepat adalah industri halal global. Menurut *Thailand National Food*

Institute (NFI) industri ini diperkirakan memiliki nilai sekitar THB 81 triliun atau sekitar USD 2,3 triliun. Baru-baru ini industri ini sudah meluas tidak terbatas hanya pada produk dan makanan halal meliputi barang rumah tangga, bahan kimia, pakaian pembekalan medis, kosmetik dan bisnis yang berkaitan dengan pariwisata seperti rumah sakit, hotel dan spa (Thinkasiainvestthailand).

Pemerintah Thailand mengeluarkan *Thailand Diamond Halal* dengan tujuan untuk melengkapi kebutuhan akan industri halal tersebut. *Thailand Diamond Halal* adalah suatu konsep merek yang mempromosikan seluruh produk dan jasa halal yang bersumber dari Thailand, termasuk pariwisata medis halal dan pariwisata halal. Pariwisata medis halal adalah obat-obatan dan alat medis yang dipakai tidak mengandung zat babi (Imtj.com). Pada Desember 2014 merek ini dikeluarkan di *Bangkok Convention Centre, Centara Grand Hotel (Central World)* pada acara yang berjudul “*Thailand Halal Assembly 2014*” (Chula.ac.th). Dengan adanya peluncuran merek *Thailand Diamond Halal* yang dihadiri oleh organisasi internasional dan 20 negara tersebut, pemerintah Thailand memiliki rencana guna terus mengambil peluang untuk menjadi negara pengeksport produk makanan halal. Selain itu dalam acara tersebut pemerintah Thailand memiliki tujuan untuk memperkenalkan teknologi dan inovasi dalam pengembangan industri halal Thailand.

Menurut Wakil Perdana Menteri Thailand Tanasak Patimapragorn sejalan dengan hal tersebut dikarenakan industri halal Thailand adalah salah satu andalan sumber pendapatan nasional sehingga penting untuk pemerintah Thailand gencar mempromosikan produk halalnya ke seluruh dunia, terpenting hasil ekspor ke negara-negara anggota OKI atau Organisasi Konferensi Islam (Pratiwi, Belajar Halal dari Thailand). Langkah tersebut telah sesuai dengan rencana strategi program lima tahun oleh pemerintah Thailand yakni

tahun 2016-2020. Pada tahun 2016 *Departemen industry Thailand* telah menyiapkan anggaran sebesar 180 juta baht guna mempromosikan ekspor produk halal. Pemerintah Thailand juga telah menciptakan rencana pengembangan UMKM produk halal (Setiawan, Mudahnya Mencari Makanan Halal di Thailand).

Untuk memenuhi kebutuhan wisatawan muslim yang sedang berkunjung ke Thailand. Pada 11 Februari 2017, hotel yang bersertifikasi halal pertama di Bangkok resmi dibuka yakni Al Meroz Hotel (Rakhmat Nur Hakim). Hotel ini adalah hotel bintang empat yang nuansa arsitekturnya seperti masjid yang nampak mencolok dari luar dengan fasilitas dua mushola dan tiga ruang makan yang halal (Tanakasempipat).

Gambar 2.1 Hotel Al Meroz Bangkok



Sumber : <http://almerozhotel.com/>

Sebagai hotel yang bersertifikasi halal pertama di Bangkok, hotel Al Meroz didirikan khusus untuk mengimplementasikan gaya hidup Islam bagi para tamunya yang mana didalam hotel ditiadakan bar, atraksi hiburan malam dan alkohol (BBC). Menurut Sanya Saengboon

Managing Director and General Manager Al Meroz Hotel bahwa hotel ini menyediakan sejumlah fasilitas yang diperlukan oleh wisatawan muslim seperti penyediaan sajadah untuk shalat dan arah kiblat (Hakim). Adanya Hotel Al Meroz diterima dengan baik oleh Kobkarn Wattanavrangkul Menteri Pariwisata dan Olahraga Thailand, beliau menyatakan bahwa adanya Al Meroz sangat penting bagi industri Thailand yang membuktikan bahwa pentingnya untuk melayani siapapun dan dari latar belakang apapun terlebih dalam dunia pariwisata (Hakim).

Hal tersebut sesuai dengan adanya pengembangan pariwisata halal yang ada di Thailand sebagai negara yang mayoritas penduduknya menganut agama Budha akan tetapi menyediakan pelayanan tanpa memandang pengunjung. Wisatawan yang menginap di hotel ini terbanyak berasal dari Indonesia dan Malaysia, hal ini disebutkan oleh Sanya Saengboon Managing Director and General Manager Al Meroz Hotel. Selain negara tadi ada juga beberapa negara Islam yang lain yakni Bangladesh, Pakistan dan negara-negara Timur Tengah juga diharapkan mulai menikmati keterbukaan masyarakat Thailand terhadap umat Islam dengan adanya Al Meroz.

Untuk memberikan kemudahan bagi para wisatawan Muslim saat mengelilingi tempat wisata di Thailand, telah disediakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan dalam menjalankan ibadahnya di beberapa tempat, seperti saat wisatawan baru saja tiba di Thailand, di Bandara Don Mueang persisnya di lantai 3 terminal 2 keberangkatan telah disediakan *prayer room*. Kemudian terdapat 3 *prayer room* di Bandara Suvarnabhumi yang letaknya di area transit bandara lantai 3, terminal building lantai 3 dan di *Jet Bridge E* (Trip). Dan *Central Airport Chiang Mai* tersedia mushala yang berkapasitas 15-20 orang di lantai 8 serta di lantai 2 yang berada di dekat keberangkatan internasional.

Di mall yang terkenal dengan julukan surga belanja yakni Platinum Fashion Mall yang terletak di 222 Phetchaburi Road Ratchathewi tersedia mushola untuk memudahkan wisatawan Muslim melaksanakan ibadah. Mushola tersebut terletak di Level 2 untuk wanita dan untuk laki-laki di Level 5 yang bisa menampung 15-20 orang (Thailand). Di tahun 2009, Duta Arab Saudi untuk Thailand dan Mantan Perdana Menteri yakni Sonthi Boonyaratkalin yang merupakan seorang Muslim keduanya diundang dalam peresmian Mushola di pusat perbelanjaan Central World yang terletak di Rama Road Pathum Wan (Ardruga). *Prayer room* terletak di lantai 1 dan lantai 6.

MBK Shopping Center yang berlokasi di 44 Phayathai Road, Pathum Wan yang merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang terkenal di Thailand juga memiliki *prayer room* yang terletak di dekat Car park zone 6A-6B lantai 6 dengan kapasitas 15-20 orang. Dan apabila berkunjung ke pasar malam Asiatique juga terdapat *prayer room* yang berada di 2194 Soi Charoen Krung 72-76, Charoen Krung Road, Bang Kho Laem, Bangkok. Wisatawan juga dapat menemukan Bang Uthit Mosque yang berjarak 100 m atau sekitar 3 menit jika berjalan kaki.

Chatuchak Weekend Market adalah pusat perbelanjaan yang sangat disukai oleh turis mancanegara yang terletak di Kamphaeng Phet 1 Road, Chatuchak Bangkok. Di tempat ini tersedia dua *prayer rooms* dimana *prayer room* yang lama didirikan oleh penjual Muslim dahulu kala dan *prayer room* yang baru didirikan pada saat periode Aroon Sijaroon yang merupakan seorang Muslim yang menjabat sebagai Direktur Chatuchak Weekend Market di tahun 2009. *Prayer room* terletak di sisi kiri clock tower dimana kapasitas *prayer room* bisa untuk 15-20 orang dan yang satunya terletak di gang sebelah ATM TMB didekat gate 1 (Yulianto).

Untuk wilayah Pattaya di Central Beach Pattaya tersedia mushola yang letaknya berada lantai 5, 333/102 Mu 9,

Sukhumvit Road, Nong Prue, Banglamung, Chon Buri dengan kapasitas 5-10 orang. Selain tempat tersebut di Pattaya Floating Market, yang berlokasi di 451/304 Mu 12, Sukhumvit Road, Nong Prue, Banglamung, Chon Buri juga tersedia mushola yang berada di tengah Floating Market yang dapat menampung jamaah 15-20 orang (Thailand). Untuk wilayah Phuket di Central Phuket yang terletak di 74-75 Mu 5, Wichit, Mueang, Phuket. Tersedia mushola yang berkapasitas 15-20 orang terletak di lantai 4.

Di tahun 2014 kebun binatang yang berada di Chiang Mai memperbaiki fasilitasnya guna menyempurnakan pelayanan bagi wisatawan Muslim. Kebun binatang Chiang Mai yang berlokasi di 100 Huay Kaew Road, Suthep, Mueang, Chiang Mai menyediakan dua ruang shalat yang memisahkan antara ruang shalat untuk perempuan dan laki-laki (NNT).

Untuk lebih menunjang pariwisata di Thailand, melalui *The Tourism Authority of Thailand (TAT)* pada 5 Juni 2015 mengumumkan mengeluarkan aplikasi yang dapat mempermudah wisatawan Muslim berwisata di negara gajah putih tersebut. Hal ini dilaksanakan dalam forum inovatif yang berjudul *Thailand Travel Mart Plus (TTM+)* 2015 yang diadakan oleh TAT (Tatnews, TAT to Launch App for Muslim Visitors). Dalam forum ini 113 perwakilan agen perjalanan dan media diundang oleh TAT. Perwakilan tersebut berasal dari Tunisia, Kuwait, Mesir, Iran, Indonesia, Oman, Uni Emirat Arab, Brunei Darussalam, Turki, Malaysia, Singapura, dan India untuk turut serta dalam forum tersebut. Pemerintah Thailand juga menjalin kerja sama dengan beberapa maskapai penerbangan internasional antara lain Emirates, Oman Air, Etihad, Mahan Air dan Thai Airways International untuk membawa perwakilan dari berbagai negara tersebut.

Kemudian *The Tourism Authority of Thailand* secara resmi meluncurkan aplikasi smartphone pertama di hari Senin, 29 Juni 2015 yang mana aplikasi ini dirancang secara spesifik

guna meningkatkan wisatawan Muslim dengan nama “*Thailand Muslim Friendly Destination*”. *Halal Science Centre of Chulalongkorn University*, Lembaga Standar Halal Thailand, Yayasan Pusat Halal Thailand dan Dewan Pariwisata Thailand mendukung pengembangan aplikasi ini dan aplikasi ini juga tersedia untuk Android maupun iOS dengan dilengkapi panduan yang tersedia dalam bentuk online maupun offline (Tatnews, TAT Launches App for Muslim Visitors).

Gambar 2.2 Aplikasi Thailand Muslim Friendly Destination



Sumber :

[https://travel.kompas.com/read/2015/07/21/160700027/Bingung.Me.nemunan.Makanan.Halal.di.Thailand.Coba.Aplikasi.Ini](https://travel.kompas.com/read/2015/07/21/160700027/Bingung.Me.nemukan.Makanan.Halal.di.Thailand.Coba.Aplikasi.Ini)

Aplikasi ini didesain untuk mempermudah wisatawan Muslim yang datang ke Thailand dalam mencari restoran, masjid, hotel halal, pusat perbelanjaan yang dilengkapi fasilitas *prayer room* serta fasilitas lain yang dapat memberi panduan bagi wisatawan Muslim. Aplikasi ini juga terdapat fitur yang memberi kemudahan wisatawan Muslim untuk

mengetahui waktu shalat dan juga dapat membantu wisatawan Muslim untuk mengetahui tempat tertentu beserta jarak tempuh ke lokasi yang dituju dengan cepat.

Pada awal peluncuran aplikasi ini di tahun 2015 hanya ada dalam bahasa Thailand dan bahasa Inggris saja dan TAT berencana untuk memperluas jangkauan aplikasi tersebut dengan cara ditambahkan bahasa Indonesia dan bahasa Arab. Otoritas Pariwisata Thailand (TAT) secara resmi telah meningkatkan aplikasi tersebut dengan ditambahkan bahasa Indonesia dan bahasa Arab pada tahun 2017 (Tatnews, Thailand's Muslim-friendly Travel Application Now Available in Arabic and Bahasa Indonesia).

Menurut Mrs Juthaporn Rarngronasa Gubernur TAT bahwa adanya penambahan bahasa Indonesia dan bahasa Arab dikarenakan di negara Malaysia, Indonesia dan Brunei Darussalam terdapat 240 juta populasi Islam yang kuat. Dengan adanya peningkatan dalam dua bahasa ini diharapkan akan dapat meningkatkan angka kunjungan wisatawan Muslim khususnya dari Malaysia dan Indonesia. Dalam catatan beliau bahwa tujuan utama wisatawan Timur Tengah di Asia adalah negara Thailand.

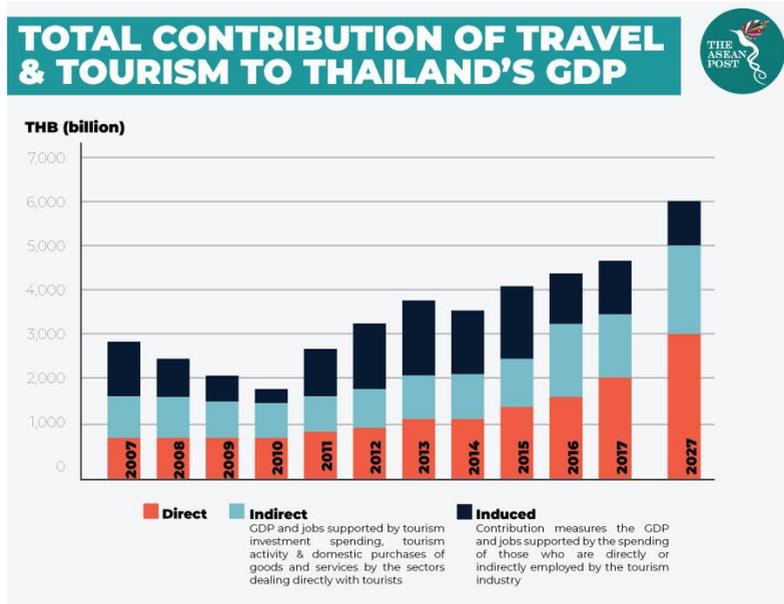
Dengan adanya label halal pada pariwisata Thailand meningkatkan angka kunjungan wisata ke negara gajah putih tersebut. Berdasarkan laporan "*Asia Pacific Visitor Arrival Forecasts 2014-2018*" atau proyeksi kunjungan wisatawan di kawasan Asia Pasifik untuk tahun 2014 hingga 2018 yang dikeluarkan oleh *Pacific Asia Travel Association (PATA)* menunjukkan bahwa sebesar 26,5 juta merupakan jumlah kunjungan wisata ke Thailand pada tahun 2013. Kemudian dari tahun 2014 hingga 2018 kunjungan wisata Thailand diperkirakan terjadi peningkatan setiap tahunnya sebesar 27,5%. Dengan jumlah persentase tersebut membuat Thailand sebagai pariwisata yang diperkirakan mengalami pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan asing tercepat.

Pada Januari 2014 laporan tersebut dipublikasikan dalam *ASEAN Tourism Forum* (F).

Dalam “*International Tourism in OIC Member Countries: prospects and challenges 2015*”, *Statistical, Economic and Social Research and Training Centre for Islamic Countries* (SESRIC) menempatkan Thailand berada di posisi kedua belas destinasi pariwisata Islami (halal) yang paling diminati diantara negara-negara anggota OIC lainnya yang mana merujuk pada *survey* yang sebelumnya dilakukan oleh GMTI.

Thailand adalah tujuan wisata paling menarik kesembilan di dunia dan yang kedua di Asia, menurut Organisasi Pariwisata Dunia Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNWTO) dalam Sorotan Pariwisata edisi 2017. Pariwisata adalah kontributor utama pertumbuhan ekonomi Thailand, dengan pendapatan sebesar 20,6% dari PDB negara itu pada 2016. Dari 35 juta kedatangan pada 2017, 9,8 juta berasal dari Cina, menghabiskan total US \$ 16,3 miliar di negara itu, menurut Kementerian Pariwisata & Olahraga Thailand pada konferensi pers pada 16 Januari. Pengeluaran wisatawan juga meningkat sebesar 15% dibandingkan dengan 2016 disertai dengan peningkatan 12% dalam kedatangan wisatawan (ASEAN).

Gambar 2.3 Kontribusi total perjalanan dan pariwisata untuk GDP Thailand



Sumber : <https://theasianpost.com/article/maintaining-sustainability-tourism-thailand-1>

Gambar 2.4 Daftar peringkat destinasi oleh GMTI 2016

The top 10 OIC destinations in the GMTI 2016:

RANK	GMTI 2016 RANK	DESTINATION	SCORE
1	1	Malaysia	81.9
2	2	United Arab Emirates	74.7
3	3	Turkey	73.9
4	4	Indonesia	70.6
5	5	Qatar	70.5
6	6	Saudi Arabia	70.4
7	7	Oman	70.3
8	9	Morocco	68.3
9	10	Jordan	65.4
10	11	Bahrain	63.3

The top 10 non-OIC destinations in the GMTI 2016:

RANK	GMTI 2016 RANK	DESTINATION	SCORE
1	8	Singapore	68.4
2	20	Thailand	59.5
3	21	United Kingdom	59.0
4	30	South Africa	53.1
5	31	Hong Kong	53.0
6	31	France	51.6
7	33	Taiwan	50.1
8	34	Japan	49.1
9	35	Sri Lanka	49.0
10	36	United States	48.9

Sumber : <https://www.crescentrating.com/magazine/travel-index-andrankings/3858/gmti-2016-results-and-summary-of-findings.html>

Gambar 2.5 Daftar peringkat destinasi oleh GMTI 2017



Sumber : <https://www.crescentrating.com/halal-muslim-travel-market-reports.html>

Gambar 2.6 Daftar peringkat destinasi oleh GMTI 2018



Sumber : <https://www.crescentrating.com/halal-muslim-travel-market-reports.html>

Sesuai dengan data peringkat diatas bahwa negara Thailand dengan adanya label halal mampu mempertahankan prestasinya berada di peringkat kedua dalam tujuan pilihan wisata Muslim di antara negara-negara di luar Organisasi Kerjasama Islam (OIC) dari tahun 2016-2018.

Gambar 2.7 Daftar peringkat destinasi oleh GMTI 2019



Source: Mastercard-CrescentRating

BANGKOK POST GRAPHICS

Pariwisata halal adalah salah satu sektor pariwisata yang tumbuh paling cepat, dengan kebutuhan dan perilaku

berbasis agama dari para pelancong Islam, menurut Indeks Perjalanan Muslim Global (GMTI) 2019, sebuah survei tahunan oleh Mastercard dan CrescentRating. Dalam edisi kelima, GMTI mengungkapkan pertumbuhan kuat di pasar dan menyebut Thailand sebagai negara yang ramah bagi para pelancong Muslim. Pasar perjalanan Muslim diperkirakan akan mencapai US \$ 220 miliar pada tahun 2020 dengan 160 juta wisatawan, naik 36% menjadi \$ 300 miliar dengan 230 juta pelancong pada tahun 2026.

GMTI 2019 menunjukkan bahwa Thailand berada di peringkat kedua di antara 10 tujuan pilihan wisata Muslim di antara negara-negara di luar Organisasi Kerjasama Islam (OIC) dengan skor 57, di belakang Singapura dengan 65. Thailand juga berada di peringkat ke 18 dari 130 tujuan untuk Muslim di seluruh dunia. Laporan GMTI menggunakan kriteria dari model CrescentRating ACES untuk mempertimbangkan empat pengukuran utama: layanan, lingkungan, komunikasi dan akses untuk mengevaluasi setiap tujuan (Worrachaddejchai).

Adanya laporan disusun dengan tujuan memberikan wawasan pasar bagi operator pariwisata untuk memahami dan mempersiapkan kebutuhan wisatawan Muslim, seperti fasilitas sholat, fasilitas kamar kecil, fasilitas dan layanan rekreasi berbasis gender dengan privasi, serta makanan halal. Dengan cara yang sama, wisatawan halal dapat memastikan bahwa tujuan perjalanan mereka berikutnya adalah Muslim-friendly.

- B. Thailand mengeluarkan platform yang berjudul Hal-Q yang mana adalah gabungan dari suatu sistem keamanan halal dan standar halal yang digabungkan untuk memberikan jaminan makanan halal, higienis, dan telah terjamin kualitasnya bagi para muslim yang mengkonsumsinya.

Berkembangnya *halal food* di Thailand menjadi daya tarik tersendiri terhadap negara ini yang mana mayoritas penduduknya adalah umat Budha yang mana mereka tidak ada larangan dengan keharaman suatu makanan ataupun produk akan tetapi mereka sangat memperhatikan akan kehalalan dan keharaman suatu makanan ataupun produk. Dengan *halal food* tingkat produksi dan pemasaran makanan halal sangatlah banyak sehingga angka ekspor negara Thailand juga bertambah. Meningkatnya sektor ekonomi pada pasar global menyebabkan persaingan semakin ketat, mulai dari produsen skala kecil hingga produsen yang sudah berskala besar. Oleh karena itu, mereka akan melakukan segala cara agar hasil produksi mereka dapat laku keras dipasaran.

Thailand sendiri kini sedang berfokus pada pasar makanan bersertifikasi halal yang dipasarkan ke berbagai negara, namun banyak terjadi adanya pemalsuan label halal pada makanan yang beredar. Sebanyak 13 % makanan berlabel halal namun dalam kandungannya terdapat zat haram seperti makanan laut yang kalengan mengandung daging babi yang disebabkan adanya campuran gelatin dari hewan haram itu. Mayoritas penduduk Thailand adalah Budha yang mana mereka dalam mengkonsumsi makanan tanpa memperhatikan kehalalan makanannya dan sangat banyak makanan haram yang beredar disana. Dengan adanya kejadian tersebut menjadikan ancaman bagi negara Thailand yang sudah menjadi produsen makanan halal dan negara pengeksport makanan halal ke negara-negara Muslim. Thailand tidak mau

hal ini menjadi hambatan dalam pemasaran produk halal Thailand, oleh karena itu Thailand membuat jaminan akan kehalalan suatu makanan ataupun produk.

Halal Science Center Thailand dalam bidang industri kosmetik telah menggunakan *Inductively Coupled Plasma Spectrometry* yakni sebuah alat dengan teknologi canggih yang dapat mengetahui zat haram apa saja yang ada didalam sebuah alat kecantikan yang akan dipasarkan. Tujuan dibuatnya semua peraturan dan juga kriteria tersebut yakni ingin memberikan jaminan rasa aman kepada konsumen yang akan mengkonsumsi ataupun menggunakan segala bentuk barang dan jasa dari segala yang mengarah kepada keharaman. Dengan melihat tingginya potensi pasar halal di era sekarang ini dan keinginan negara ini untuk meningkatkan eksistensinya sebagai negara non-Muslim di dunia pasar halal global membuat Thailand membuktikan keseriusannya terkait keberadaan halal sebagai suatu kualitas terbaik terhadap pengelolaan pangan.

Halal Assurance and Liability Quality System atau Hal-Q adalah sistem keamanan halal dan standar halal yang digabungkan untuk memberikan jaminan makanan halal, higienis, dan telah terjamin kualitasnya bagi para muslim yang mengkonsumsinya. Menurut Direktur *Halal Science* di Chulalongkorn University Dr Winai Dahlan, adanya Hal-Q tersebut diharapkan dapat menjadi suatu sistem proses dan standar produksi makanan halal di seluruh negara., sehingga apabila umat Muslim ingin mengkonsumsi suatu makanan halal sudah mempunyai pengetahuan terkait halal dan haramnya suatu makanan tersebut (Zulkifli).

Adanya platform Hal-Q sendiri dapat diterima oleh masyarakat luas dan juga telah teruji kemampuannya sehingga sudah ada bukti dari berbagai penghargaan yang diperoleh di tingkat nasional maupun internasional yakni Thailand

memenangkan kategori *Service Excellence Awards* dan menerima *Public Service Award 2013* terkait dengan penghargaan jaminan halal dan mutu kewajiban atau kemudahan yang diberikan oleh system Hal-Q dan juga solusi yang praktis untuk pengusaha manufaktur dengan standar terakreditasi yang membuat system Hal-Q menjadi terbaik (Chulalongkorn).

Ditingkat internasional juga mendapat penghargaan di *World Halal Research Summit 2011* berupa *World Halal Research Excellence*, acara ini diselenggarakan bersamaan dengan pelaksanaan KTT di Kuala Lumpur dimana para akademisi, ilmuan dan operator industri bertemu serta saling bertukar pandangan maupun pikiran terkait dengan perkembangan teknologi dimasa sekarang dan berbagai hambatan didalam industri halal global. Dalam pasar halal global Thailand menargetkan berbagai negara yang mayoritas penduduknya Muslim untuk memasarkan barang dan jasa yang ditawarkan Thailand khususnya dibidang ekspor.

Kemudian Perdana Mentri Thailand Prayut Chan-ocha pada tanggal 24-26 April 2017 akan melakukan kunjungan kerja ke negara Bahrain guna membicarakan perdagangan dan hubungan ekonomi antara Thailand dan Bahrain salah satu pembahasannya yakni mengenai peningkatan bidang ekspor produk makanan halal dan pertanian (Nation). Thailand juga melakukan kegiatan ekspor ke negara-negara anggota Organisasi Kerjasama Islam atau *Organization of Islamic Cooperation* (OIC) semenjak penetapan standar makanan halal pada tahun 2010 yang juga disetujui oleh Organisasi Kerjasama Islam, dalam penanganan indsutri halal ini *Halal World Institute* bekerjasama dengan OKI salah satu aktivitasnya yakni memilah barang dan jasa dari bahan-bahan yang tidak halal dengan berbagai prosedur pengendalian produksi, transportasi, pergudangan, dan penerbitan sertifikasi halal sesuai dengan standar yang telah

ditetapkan oleh Organisasi Kerjasama Islam. OKI mengelola standar halal berbagai macam produk seperti telur, daging, gandum, susu dan lain-lain. Negara-negara OKI mengimpor produk makanan halal dari Thailand sejak 2014 dengan tiga kategori yakni pertama sayuran yang mencapai 49,5%, kedua produk makanan olahan yang mencapai 31,9% dan ketiga produk daging dengan 18,5% (Novita Nurarbani, Upaya Thailand Menggunakan Halal Food Sebagai Soft Power Negara).

Diperkirakan bidang industri pasar halal akan meningkat 70% di tahun 2016 dari \$1,24 triliun menjadi \$1,93 triliun di tahun 2022, makanan halal sudah menjadi sebuah industri ekonomi Islam terbesar serta bermacam-macam ragamnya sehingga membuka peluang pada investasi yang signifikan dan juga melahirkan keanekaragaman produk-produk halal global (Buller). Hasil produk-produk halal Thailand dalam pemasarannya telah sampai pasar ekspor ke 57 negara-negara Muslim yang tergabung dalam Organisasi Kerjasama Islam (OKI) dan juga merambah hingga ke berbagai negara Amerika Utara dan Eropa (CityLife).

Komoditi ekspor negara Thailand tidak hanya produk pangan seperti gandum dan beras namun Thailand juga mengembangkan produk halal lain yang kemudian diekspor ke berbagai negara yakni produk non pangan yang berupa perawatan kulit, kosmetik, obat-obatan dan berbagai bahan-bahan kimia lainnya. Pemerintah Thailand mempunyai tekad yang penuh terhadap keseriusannya menjadi sebuah negara yang mempunyai kapasitas dalam memproduksi berbagai produk-produk halal nomor satu di wilayah ASEAN dan bahkan di dunia. Tentu adanya penerapan sistem atau kualitas dan juga berbagai kecanggihan dalam inovasi teknologi yang dimiliki Thailand yang mendukung komitmen tersebut sehingga pendistribusian produk pangan harus siap dalam kurun waktu kurang lebih 24 jam ke berbagai wilayah setelah produk dipanen. Dengan hal ini masyarakat Muslim

Internasional memperoleh rasa percaya dan yakin pada kehalalan dan mutu baik itu produk ataupun jasa yang diproduksi dan ditawarkan oleh negara yang terkenal dengan sebutan gajah putih tersebut (Amalia).

Institut Pangan Nasional (NFI) Departemen Promosi Industri Thailand memiliki rencana untuk terus memanfaatkan kesempatan ekspor produk makanan halal. Hal tersebut masuk dalam rencana strategi lima tahun (2016-2020) pemerintah Thailand. Pada 2016 dianggarkan 180 juta Baht oleh Departemen Industri Thailand guna memperkenalkan produk halal. Rencana pengembangan UMKM produk halal juga dibuat oleh pemerintah Thailand. Diprediksikan pasar produk halal dunia mencapai 2,3 triliun dollar AS atau 82,4 triliun baht. Produk tersebut antara lain makanan, kosmetik, produk kimia, garmen, produk rumah tangga dan alat-alat kesehatan. Ekspor produk halal Thailand pada 2014 mencapai 6 miliar dollar AS atau 200 miliar baht berada pada sepuluh besar dunia. Disamping itu, angka pertumbuhan sektor perdagangan produk makanan halal mencapai 10% pertahun. Dan angka ekspor produk halal Thailand tumbuh 8% disetiap tahunnya dalam kurun waktu lima tahun terakhir (Setiawan, Mudahnya Mencari Makanan Halal di Thailand).