

## ANALISIS IDENTIFIKASI NEGARA TUJUAN EKSPOR POTENSIAL PRODUK HALAL DAN POTENSI DAMPAK KEBIJAKAN SERTIFIKASI HALAL

Septika Tri Ardiyanti<sup>1</sup>, Yuliana Epianingsih<sup>2</sup>, Rizka Isditami Syarif<sup>3</sup>, Gideon Wahyu Putra<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Pusat Kebijakan Ekspor Impor dan Pengamanan Perdagangan, Kementerian Perdagangan, Indonesia  
E-mail: [septika.ardiyanti@kemendag.go.id](mailto:septika.ardiyanti@kemendag.go.id)

<sup>2</sup>Pusat Kebijakan Ekspor Impor dan Pengamanan Perdagangan, Kementerian Perdagangan, Indonesia  
E-mail: [yepianingsih@gmail.com](mailto:yepianingsih@gmail.com)

<sup>3</sup>Pusat Kebijakan Ekspor Impor dan Pengamanan Perdagangan, Kementerian Perdagangan, Indonesia  
E-mail: [rizka.isditami@kemendag.go.id](mailto:rizka.isditami@kemendag.go.id)

<sup>4</sup>Pusat Kebijakan Ekspor Impor dan Pengamanan Perdagangan, Kementerian Perdagangan, Indonesia  
E-mail: [gideon.putra@kemendag.go.id](mailto:gideon.putra@kemendag.go.id)

### Ringkasan Eksekutif

Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi negara prioritas pengembangan ekspor produk halal unggulan dan mengkaji potensi dampak kebijakan kewajiban sertifikasi halal yang secara spesifik berfokus pada ruang lingkup produk makanan dan minuman. Dalam melakukan identifikasi negara tujuan ekspor, Analisis ini menggunakan Indeks Komposit dengan menggunakan variabel yang menggambarkan sisi *demand* dan *supply* suatu negara. Sedangkan untuk menganalisis dampak kebijakan, metode analisis *cost and benefit* (CBA) digunakan, berdasarkan perhitungan potensi dampak ekonomi serta data dan informasi lainnya yang berasal dari masukan pelaku usaha pada kegiatan diskusi dan *survey* lapangan. Identifikasi dampak ekonomi sebagai salah satu indikator dalam menyusun CBA, dilakukan dengan menggunakan simulasi model *computable general equilibrium*/CGE. Berdasarkan hasil Analisis, Negara potensial tujuan ekspor prioritas untuk ekspor produk halal antara lain Malaysia, Turki, UAE, Thailand, Iran dan Arab Saudi. Sementara itu, hasil CBA menunjukkan bahwa implementasi kebijakan sertifikasi halal *mandatory* khususnya untuk produk makanan dan minuman dapat memberikan manfaat diantaranya potensi penambahan surplus neraca perdagangan sebesar USD 18,61 Juta, peningkatan kepercayaan konsumen muslim terhadap jaminan produk halal, dan upaya menjadikan Indonesia sebagai pusat industri halal dunia. Namun demikian, kebijakan tersebut juga berpotensi menimbulkan dampak biaya (*cost*) khususnya pada aspek ekonomi berupa potensi penurunan GDP sebesar -0,05% YoY dan kenaikan inflasi sebesar 0,07% YoY. Oleh karena itu, perlu disusun strategi implementasi yang tepat dengan menganut prinsip kehati-hatian (*prudent*), sehingga dapat memitigasi resiko bagi sektor yang terdampak beberapa diantaranya adanya masa transisi serta penerapan manajemen resiko pada proses implementasi pengawasan.

**Kata Kunci:** Produk Halal, Sertifikasi Halal, Analisis CBA

### Executive Summary

*This analysis aims to identify priority countries for developing exports of halal product and examine the potential impact of the mandatory of halal certification policy that specifically focuses on food and beverage products. In identifying export destination countries, this analysis uses a Composite Index using variables that describe the demand and supply side of a country. Meanwhile, to analyze the impact of the halal mandatory certification policy, the cost and benefit analysis (CBA) method is used, which includes potential economic impacts derived from computable general equilibrium (CGE) model and information gained from businesses through FGD and surveys. Key findings highlight Malaysia, Turkey, UAE, Thailand, Iran, and Saudi Arabia as priority countries for halal product exports. Moreover, the CBA results show that the implementation of the halal mandatory certification policy for food and beverage products, can provide potential benefits such as increasing of trade balance surplus by USD 18.61 million, increasing consumer's assurance on halal product, and developing the Indonesia as the center of the world's halal industry. However, policy implementation also has the potential costs, for instance decrease of GDP by -0.05% YoY and an increase of inflation by 0.07% YoY. Therefore, it is necessary to formulate an appropriate implementation strategy by adhering prudence principle to mitigate the risks by providing the transition period and the implementation of risk management.*

**Keywords:** Halal Products, Halal Certification, CBA Analysis

# 1 | ISU KEBIJAKAN

## 1.1. Latar Belakang

Industri halal global diproyeksikan akan terus mengalami perkembangan pesat. Berdasarkan laporan *State of the Global Islamic Economy* (SGIE) yang diterbitkan di tahun 2023 yang dirilis oleh DinarStandard, dalam sepuluh tahun terakhir, ekonomi Islam global telah meningkat dari USD 1,62 triliun di tahun 2012 menjadi USD 2,29 triliun pada 2022. Ekonomi Islam global diproyeksikan akan terus tumbuh, di tahun 2025 nilainya diperkirakan akan mencapai USD 2,8 triliun dengan *compound annual growth rate* (CAGR) sebesar 7,5% per tahun. Pertumbuhan ekonomi Islam global tersebut juga turut mendorong perkembangan industri halal dunia.

Salah satu pendorong terbesar perkembangan industri halal global adalah pertumbuhan populasi muslim dunia, yang diperkirakan akan meningkat menjadi 2,2 miliar jiwa orang di tahun 2030 (*Pew Research Center*, 2011). Sebagai negara dengan jumlah populasi muslim terbesar dunia, Indonesia memiliki peluang untuk tumbuh, berkembang, dan menjadi *hub* global bagi perekonomian syariah. Untuk mencapai hal tersebut, Pemerintah telah membentuk Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) melalui Perpres No. 28 Tahun 2020 yang mempunyai tugas untuk mempercepat, memperluas dan memajukan pengembangan ekonomi dan keuangan syariah nasional.

Dalam rangka penguatan ekonomi syariah dan industri halal, KNEKS sedang menyusun Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia (MEKSI) 2025-2029 sebagai rencana aksi dalam mendukung target Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) 2025-2045 untuk

memperkuat ketahanan ekonomi nasional, yang salah satu pilarnya adalah peningkatan ekspor produk halal unggulan yaitu makanan minuman halal, fashion muslim, produk farmasi (obat-obatan) dan kosmetik halal, yang diharapkan dapat mencapai pertumbuhan sebesar 9,0% per tahun.

Dalam rangka mendukung pencapaian target pertumbuhan ekspor produk halal tersebut, diperlukan analisis identifikasi negara prioritas ekspor produk halal unggulan untuk menentukan strategi dan fokus pemasaran serta menjalin kerjasama yang diperlukan untuk berbagai peluang kemitraan strategis. Untuk mendukung pengembangan produk halal, Pemerintah telah menerbitkan Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) yang mengamanatkan produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Ketentuan tersebut juga diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP No. 39 Tahun 2021) tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal (JPH).

Selain mengidentifikasi negara tujuan ekspor yang menjadi fokus pengembangan produk halal, analisis ini juga bertujuan untuk mengkaji potensi dampak kebijakan kewajiban sertifikasi halal (*mandatory*) yang secara spesifik berfokus pada ruang lingkup produk makanan dan minuman yang akan diterapkan pada 17 Oktober 2024. Dengan demikian, hasil analisis ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rekomendasi kebijakan dalam perumusan strategi pengembangan ekspor produk halal dan strategi implementasi dalam rangka pelaksanaan kebijakan kewajiban sertifikasi halal *mandatory* khususnya bagi produk makanan dan minuman.

## 1.2. Metode dan Sumber Data

### Metode Identifikasi Negara Tujuan Ekspor Alternatif

Dalam melakukan identifikasi negara tujuan ekspor produk halal unggulan, analisis ini menggunakan Indeks Komposit yang disusun dengan menggunakan indikator-indikator yang menggambarkan sisi demand dan supply suatu negara, antara lain: i) Nilai ekspor dan tren ekspor ke negara tujuan lima tahun terakhir; ii) Nilai impor dan tren impor negara tujuan lima tahun terakhir, iii) Jumlah populasi muslim; iv) Global Muslim Travel Index (GMTI); v) Variabel dummy yang menunjukkan adanya kerjasama MRA sertifikasi Halal; vi) Variabel dummy kerjasama perdagangan; dan vii) Variabel dummy yang menunjukkan keanggotaan OKI.

### Metode Identifikasi Potensi Dampak Kebijakan Sertifikasi Halal *Mandatory* Produk Makanan Minuman

Dalam melakukan analisis dampak kebijakan, analisis ini menggunakan pendekatan metode *cost and benefit* (CBA), berdasarkan perhitungan potensi dampak ekonomi serta data dan informasi yang bersumber dari masukan para pelaku usaha melalui kegiatan diskusi dan *survey* lapangan, untuk menilai opsi kebijakan yang akan dianalisis.

Identifikasi dampak ekonomi kebijakan sertifikasi halal *mandatory* sebagai salah satu indikator dalam menyusun CBA, dilakukan dengan menggunakan model keseimbangan umum (*computable general equilibrium/CGE*) pada simulasi model *Global Trade Analysis Project* (GTAP) versi 10 dengan penyesuaian *shock*, mempertimbangkan beberapa pendekatan operasional antara lain: i) *updating database* GTAP dengan tahun referensi (*baseline*) awal 2014 menjadi 2023; ii) pangsa impor serta

bobot komoditas sektor makanan minuman, dengan mengutilisasi konkordansi kode HS pada nomenklatur model GTAP, serta iii) perhitungan ekuivalen *trade cost* secara *ad valorem*. Model CGE digunakan sebagai alat analisis terhadap perubahan sektoral (Oktaviani, 2008).

### Sumber Data

Data dan informasi yang digunakan dalam pelaksanaan Analisis bersumber dari data sekunder dan data primer. Data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), *International Trade Centre* (ITC), Trademap, *World Population Review*, *Global Muslim Travel Index* (GMTI) *Crescent Ratings*, serta berbagai sumber lainnya. Sementara data dan informasi primer diperoleh dari kegiatan diskusi dan *survey* kunjungan lapangan.

## 2 | OPSI KEBIJAKAN

Dalam mengidentifikasi potensi dampak kebijakan sertifikasi halal *mandatory*, analisis ini menggunakan metode *cost and benefit* (CBA), untuk menilai dua opsi kebijakan yang akan dianalisis yaitu:

- a. *Do nothing* atau sesuai dengan kebijakan yang saat ini berlaku (sertifikasi halal *voluntary*);
- b. Implementasi kewajiban sertifikasi halal bagi produk makanan minuman di tahun 2024 (diskresi untuk sektor UMKM menjadi tahun 2026).

Analisis dampak ekonomi yang dilakukan berfokus pada dampak *ex-ante* (perkiraan atau prediksi sebelum suatu kebijakan diterapkan) dari perubahan kebijakan terkait skenario implementasi kewajiban halal produk makanan dan minuman terhadap kondisi ekonomi makro di Indonesia (Fabregat-Aibar, et. al., 2022). Dengan menggunakan *baseline* tahun 2023, berdasarkan struktur impornya, impor produk makanan dan minuman halal Indonesia sebagian besar merupakan bahan baku penolong dengan pangsa 60,23%, sedangkan barang konsumsi memiliki

pangsa sebesar 39,76% sebagaimana disajikan pada Tabel di bawah ini.

**Tabel 1. Struktur Impor Produk Makanan Minuman Halal Tahun 2023**

No.	Kategori Produk	Nilai Impor 2023 (USD Milyar)	Pangsa (%)
	<b>Total Impor</b>	<b>15,81</b>	<b>100,00</b>
1	Bahan Baku Penolong	9,52	60,23
2	Barang Konsumsi	6,29	39,76
3	Barang Modal	0,00	0,01

Sumber: BPS, 2024 (diolah Puska EIPP)

## 2.1. Sekilas mengenai Kebijakan Sertifikasi dan Regulasi Halal Indonesia

Proses sertifikasi halal Indonesia dilakukan untuk memastikan bahwa produk yang beredar dan akan dikonsumsi oleh muslim di Indonesia telah memenuhi persyaratan syariah islam, sebagai bagian dari upaya perlindungan kepada konsumen. Proses sertifikasi halal Indonesia diatur dalam Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH), Peraturan Pemerintah (PP) No. 39 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan JPH, Peraturan Presiden (Perpres) No. 6 Tahun 2023 tentang Sertifikasi Halal Obat, Produk Biologi, dan Alat Kesehatan serta berbagai Peraturan turunan lainnya yang memiliki tujuan antara lain:

- a. Memberikan kepastian hukum ketersediaan produk halal;
- b. Memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan produk;
- c. Meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk halal Indonesia di dalam dan di luar negeri;

- d. Menumbuhkan kerja sama internasional dalam perdagangan produk halal;
- e. Memberikan keuntungan timbal balik dalam perdagangan produk halal internasional.

Berdasarkan amanat Pasal 4, UU No. 33 Tahun 2014 tentang JPH, produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Dengan demikian, sertifikasi halal yang semula bersifat *voluntary* berubah menjadi *mandatory*, yang juga akan dikenakan pada produk impor. Kewajiban sertifikasi halal untuk pelaku usaha mikro dan kecil diberikan diskresi dan keringanan dengan dapat menggunakan sertifikasi *self-declare* (sertifikasi halal yang dilakukan berdasarkan pernyataan pelaku) dan baru akan diberlakukan pada tahun 2026. Perbedaan kategori antara sertifikasi reguler dan *self-declare* disajikan pada Tabel berikut.

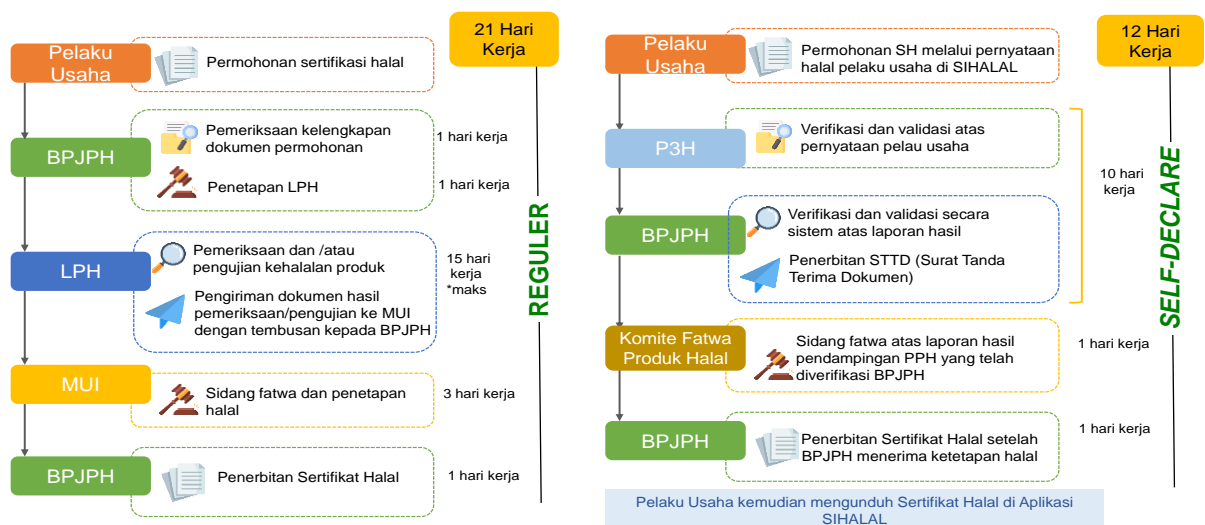
**Tabel 2. Perbedaan Kategori Sertifikasi Halal Reguler dan Sertifikasi Halal *Self-Declare***

No.	Kategori	Sertifikasi Halal Reguler	Sertifikasi Halal <i>Self-Declare</i>
1.	Skala Usaha	Besar, Menengah, Kecil, Mikro	Kecil dan Mikro
2.	Ruang Lingkup	Barang dan Jasa	Barang
3.	Aktor Pemeriksa	Auditor Halal pada Lembaga Pemeriksa Halal (LPH)	Pendamping Proses Produk Halal (P3H) yang teregister
4.	Penetapan Halal	Komisi Fatwa MUI, Komite Fatwa Produk Halal	Komite Fatwa Produk Halal

Sumber: KNEKS, 2024

Dalam proses sertifikasi halal, terdapat beberapa profesi yang mendukung pelaksanaan sertifikasi halal antara lain:

- Auditor Halal:** Orang yang memiliki kemampuan melakukan pemeriksaan kehalalan produk yang ditugaskan oleh LPH untuk melakukan pemeriksaan kesesuaian dokumen dan verifikasi lapangan.
- Penyelia Halal:** Orang yang bertanggung jawab terhadap proses produksi halal di perusahaan. Penyelia halal dapat berasal dari internal perusahaan maupun organisasi kemasyarakatan, instansi pemerintah, badan usaha atau perguruan tinggi.
- Pendamping Proses Produk Halal (P3H):** Pihak yang melakukan pendampingan kepada pelaku usaha mikro dan kecil dalam memenuhi persyaratan kehalalan produk. Pendamping dapat berasal dari instansi atau badan usaha pemerintah, perguruan tinggi, organisasi kemasyarakatan dan lembaga keagamaan Islam.
- Juru Sembelih Halal (JULEHA):** Juru sembelih yang memiliki kompetensi untuk melakukan penyembelihan sesuai dengan syariat Islam yang telah disertifikasi oleh Majelis Ulama Islam (MUI). Lebih lanjut, alur proses sertifikasi halal reguler dan sertifikasi halal *self-declare* disajikan sebagai berikut.



**Gambar 1. Alur Proses Penerbitan Sertifikasi Halal Reguler dan *Self-Declare***

Sumber: KNEKS, 2024

Sertifikat halal yang diterbitkan berlaku untuk satu jenis/varian produk. Berdasarkan UU No. 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pengganti Undang-Undang No. 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang, masa berlaku sertifikat halal mengalami perubahan dari yang semula 4 tahun menjadi sertifikal halal berlaku

sejak diterbitkan BPJPH dan tetap berlaku sepanjang tidak ada perubahan komposisi. Berdasarkan ketentuan Keputusan Menteri Agama (KMA) No. 748 Tahun 2021 tentang Jenis Produk yang Wajib Bersertifikat Halal, produk dan jasa yang wajib bersertifikat halal antara lain:

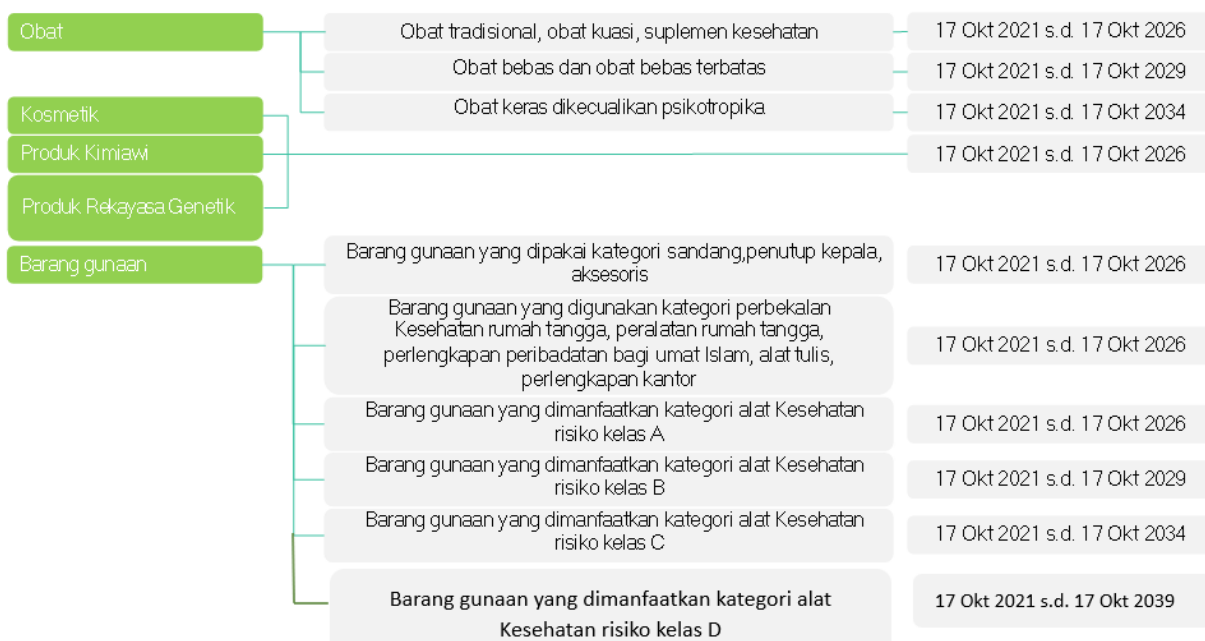
**Tabel 3. Ruang Lingkup Produk dan Jasa yang Wajib Bersertifikat Halal Berdasarkan KMA No. 748 Tahun 2021**

Kategori	Ruang Lingkup
Produk	Makanan, Minuman, Obat, Kosmetik, Produk Kimiawi, Produk Biologi, Barang Gunaan dan Produk Rekayasa Genetik.
Jasa	Penyembelihan, Pengolahan, Penyimpanan, Pengemasan, Pendistribusian, Penjualan dan Penyajian.

Sumber: KMA No. 748 Tahun 2021

Lebih lanjut, pemberlakuan kewajiban sertifikasi halal (*mandatory*) akan dilaksanakan secara bertahap. Pada tahapan pertama (periode transisi 17 Oktober 2019 s.d. 17 Oktober 2024), produk yang wajib memiliki sertifikasi halal adalah produk makanan dan minuman, bahan baku, bahan tambahan pangan, dan bahan penolong untuk produk makanan dan minuman, serta hasil

sembelihan dan jasa penyembelihan. Sementara itu, untuk produk lain yang diatur berupa obat, kosmetik, produk kimiawi, produk rekayasa genetik, serta produk barang gunaan, pemberlakuan kewajiban sertifikat halalnya diatur pada tahapan selanjutnya yang secara lebih *detail* ditunjukkan pada Gambar berikut.

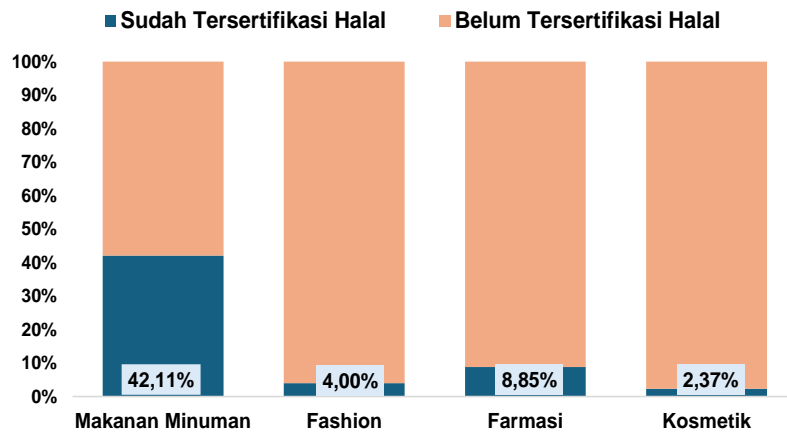


**Gambar 2. Timeline Penahapan Sertifikasi Halal Mandatory**

Sumber: KNEKS, 2024

Berdasarkan kategori produk, pangsa makanan dan minuman yang telah memiliki sertifikasi halal Indonesia sebesar 42,11% dari total jumlah produk yang terdaftar dan beredar di pasaran. Sementara

untuk pangsa produk farmasi, *fashion*, dan kosmetik yang telah memiliki sertifikasi halal Indonesia masih relatif rendah dengan pangsa masing-masing sebesar 8,85%; 4,00%; dan 2,37%.



**Grafik 1. Pangsa Sertifikasi Halal Indonesia untuk Setiap Kategori Produk yang Terdaftar dan Beredar di Indonesia**

Sumber: BPJPH (diolah KNEKS, data as of Juli 2024) \*) keterangan: barang terdaftar di BPJPH

## 2.2. Konsep Rancangan Tata Niaga Impor Produk Wajib Bersertifikasi Halal

Berdasarkan amanat Pasal 4, UU No. 33 Tahun 2014 tentang JPH, produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal, yang juga diatur dalam PP 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal (JPH). Kewajiban sertifikasi halal yang semula bersifat *voluntary* berubah menjadi *mandatory*, juga akan dikenakan pada produk-produk impor berdasarkan *timeline* tahap kewajiban sertifikasi halal yang telah ditentukan (Gambar 2). Peraturan turunan serta ruang lingkup kode HS produk yang masuk dalam kategori wajib bersertifikasi halal saat ini masih dilakukan pembahasan antara BPJPH, Badan Pusat Statistik (BPS) dan Ditjen. Bea dan Cukai, Kementerian Keuangan.

Di samping menyusun ruang lingkup produk yang akan diatur, Pemerintah melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) saat ini sedang menyusun konsep rancangan tata

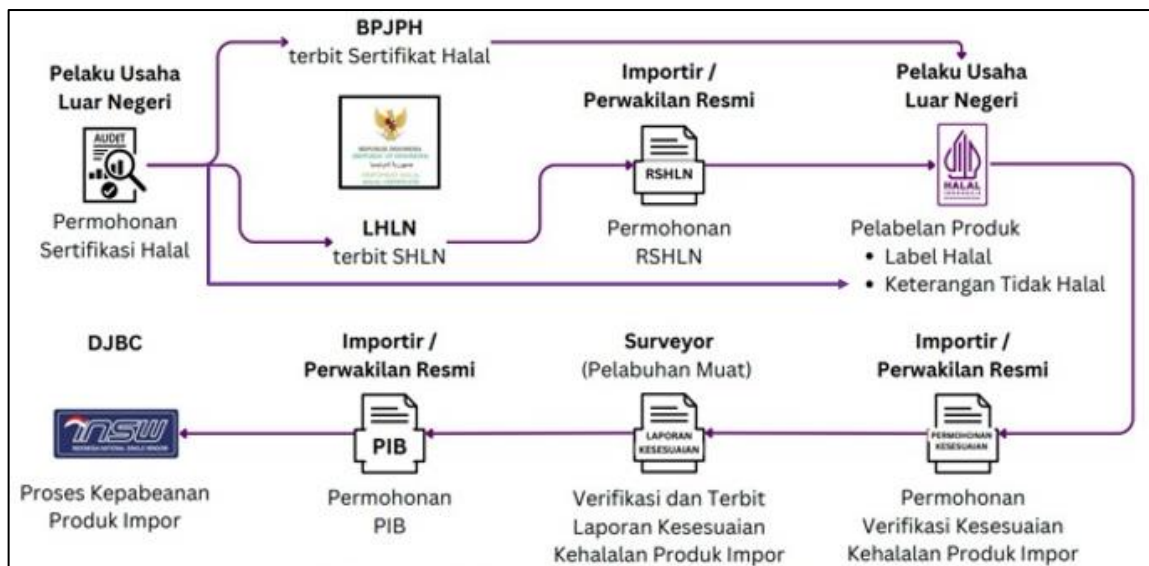
niaga produk impor yang wajib memiliki sertifikasi halal. Mekanisme tata niaga produk impor oleh BPJPH bertujuan untuk memastikan bahwa produk impor halal yang beredar di Indonesia telah memenuhi persyaratan syariah Islam yang telah dipersyaratkan.

Berdasarkan PP No. 39 Tahun 2021, produk halal dengan sertifikasi halal yang diterbitkan oleh Lembaga Halal Luar Negeri (LHLN) yang telah menjalin kerja sama saling pengakuan sertifikasi halal dengan BPJPH tidak perlu mengajukan permohonan sertifikasi halal. Meskipun demikian, produk tersebut harus terlebih dahulu dilakukan proses registrasi atau pendaftaran sebelum diedarkan di Indonesia. Sementara itu, bagi produk asal luar negeri yang belum memiliki sertifikasi halal atau belum mendapatkan sertifikasi halal dari LHLN, yang belum memiliki kerjasama dengan BPJPH (*Mutual Recognition Agreement/MRA*), wajib mengajukan permohonan sertifikasi halal Indonesia.

Rancangan tata niaga dan pengawasan produk impor wajib bersertifikasi halal yang saat ini masih dalam tahap penyusunan oleh BPJPH, secara umum dibagi menjadi dua mekanisme utama yaitu i) pengawasan *border* (produk luar negeri yang dibatasi pemasukannya di kawasan pabean), dan ii) pengawasan *post-border* (produk luar negeri yang dibatasi pemasukannya setelah melalui kawasan pabean).

Kewenangan pengawasan juga akan dibagi berdasarkan mekanisme pengawasannya, pengawasan *border* akan dilakukan oleh Ditjen. Bea dan Cukai, Kementerian Keuangan, sedangkan pengawasan *post-border* akan dilakukan oleh Pengawas Jaminan Produk Halal (PJPH) dengan melibatkan BPJPH dan

Kementerian/Lembaga (K/L) terkait, yang tergabung dalam tim pengawasan terpadu. Terdapat enam objek utama pengawasan produk impor antara lain: i) Realisasi pemasukan produk luar negeri melalui integrasi SIHALAL (aplikasi layanan sertifikasi halal berbasis *web*) dan Sistem Indonesia *National Single Window* (SINSW); ii) Data realisasi pemasukan produk luar negeri; iii) Laporan kesesuaian kehalalan produk impor; iv) Sertifikasi halal produk; v) Label halal; dan vi) Verifikasi keterangan tidak halal apabila produk tersebut tidak termasuk dalam ruang lingkup kode HS produk wajib sertifikasi halal. Adapun rancangan konsep alur tata niaga produk impor wajib sertifikasi halal oleh BPJPH disajikan pada Gambar berikut.



**Gambar 3. Alur Konsep Tata Niaga Produk Impor oleh BPJPH**

Sumber: BPJPH (2024). \*) *draft tersebut masih dalam tahap pembahasan RSHLN: Registrasi Sertifikasi Halal Luar Negeri.*

### 2.3. Mutual Recognition Agreement (MRA) Sertifikasi Halal Indonesia

*Mutual Recognition Agreement* (MRA) adalah perjanjian antar dua negara atau lebih untuk mencapai suatu kesepakatan yang di dalamnya mengatur kepentingan masing-masing negara mengenai suatu hal. MRA umumnya diterapkan

dalam bidang perdagangan, profesi, dan standar termasuk sertifikasi halal.

Dengan adanya MRA, sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh lembaga serta produk halal dari luar negeri, dapat diakui oleh Indonesia atas kehalalannya. MRA memainkan peran penting dalam memastikan kehalalan produk yang diekspor



dan diimpor. Beberapa manfaat MRA dalam sertifikasi halal antara lain:

- a. MRA dapat mempermudah perdagangan produk halal antar negara dengan mengurangi hambatan teknis perdagangan, seperti persyaratan sertifikasi halal yang berbeda;
- b. Meningkatkan efisiensi proses sertifikasi halal dengan menghilangkan duplikasi proses dan biaya;
- c. Meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal yang diperdagangkan antar negara;
- d. MRA dapat memperluas jangkauan pasar bagi pelaku usaha.

Kerjasama pengakuan sertifikasi halal luar negeri dapat dilakukan melalui perjanjian kerjasama bilateral antar pemerintah (*G-to-G*). Setelah terdapat kerjasama tersebut, LHLN dapat melakukan pendaftaran ke aplikasi SIHALAL dengan menggunggah dokumen-dokumen persyaratan untuk kemudian dilakukan proses verifikasi. Setelah proses verifikasi selesai, LHLN melakukan pembayaran ke BPJPH (di luar biaya akomodasi dan transportasi tim asesor) sesuai dengan *invoice* yang diterbitkan oleh BPJPH. Selanjutnya, tim asesor atau tim akreditasi yang telah ditunjuk oleh BPJPH akan melakukan penilaian dan akreditasi sebagai proses pengakuan sertifikat halal yang akan diterbitkan oleh LHLN untuk kemudian BPJPH akan mengeluarkan sertifikat akreditasi antara BPJPH dan LHLN.

MRA yang dimiliki oleh BPJPH dan LHLN biasanya memiliki jangka waktu tertentu yang ditetapkan dalam perjanjian. Proses perpanjangan atau pembaruan MRA, memerlukan evaluasi ulang dan penilaian kepatuhan lembaga sertifikasi halal luar negeri terhadap standar yang berlaku. Evaluasi ini dilakukan untuk memastikan bahwa lembaga

tersebut terus mematuhi persyaratan dan standar halal yang ditetapkan oleh BPJPH.

Namun demikian, dalam penerapannya, terdapat beberapa tantangan dalam implementasi MRA antara lain:

- a. Perbedaan standar sehingga diperlukan proses harmonisasi interpretasi standar halal antar negara;
- b. Kapasitas lembaga sertifikasi halal Indonesia yang terbatas untuk melakukan audit dan verifikasi LHLN;
- c. Diperlukan komunikasi dan koordinasi yang baik antar negara untuk memastikan implementasi yang efektif.

Meskipun terdapat tantangan, namun Pemerintah Indonesia terus berupaya untuk semakin memperbanyak kerjasama MRA sertifikasi halal. Saat ini, BPJPH telah memiliki MRA dengan LHLN yang terdapat di 16 negara antara lain: Malaysia, Thailand, Amerika Serikat (AS), RRT, India, Brazil, Hongkong, RRT, Taiwan, RRT, Selandia Baru, Korea Selatan, Pakistan, Australia, Chile, Kanada, Afrika Selatan dan Jepang (BPJPH, 2024).

Selain memperbanyak kerjasama LHLN melalui MRA, pemerintah juga berupaya untuk melakukan penguatan kapasitas Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) agar memenuhi standar internasional dengan meningkatkan kompetensi auditor melalui pelatihan dan sertifikasi, membangun infrastruktur dan sistem informasi yang modern dan terintegrasi. Pemerintah juga aktif terlibat dalam harmonisasi standar halal di tingkat internasional melalui partisipasi dalam forum internasional terkait standar halal, seperti keikutsertaan dalam *World Halal Forum*, mendorong adopsi standar nasional halal indonesia sebagai standar halal internasional, serta berkolaborasi dengan negara-negara lain untuk menyusun standar halal yang harmonis.

Melalui berbagai upaya tersebut, diharapkan dapat mempermudah proses sertifikasi halal bagi pelaku usaha Indonesia, meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal Indonesia, memperluas jangkauan pasar produk halal Indonesia di pasar global, serta meningkatkan daya saing produk halal Indonesia di pasar internasional.

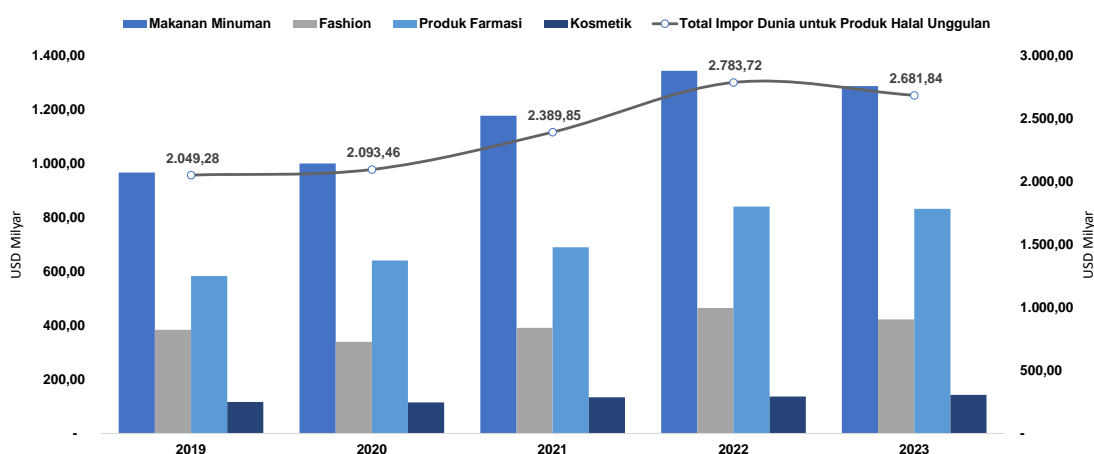
## 2.4. Kinerja Ekspor dan Impor Produk Halal Unggulan

Berdasarkan laporan *State of the Global Islamic Economy Indicator (SGIE) 2023*, laporan ekonomi Islam global tahunan yang dirilis oleh DinarStandard, *Global Islamic Economy Indicator (GIEI)* Indonesia secara umum menempati posisi ketiga, di bawah Malaysia dan Arab Saudi. Posisi Indonesia tersebut mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya yang berada di posisi keempat. GIEI merupakan indeks tertimbang yang mengukur perkembangan keseluruhan sektor ekonomi Islam suatu negara. Adapun ruang lingkup tujuh sektor ekonomi Islam yang menjadi cakupan dalam perhitungan indeks antara lain *islamic finance*, makanan halal, *modest fashion*, *media and recreation*, serta farmasi/kosmetik halal.

Secara lebih *detail*, Indonesia berada pada posisi kedua pada indikator makanan minuman halal dan

berada di posisi ketiga untuk kategori *fashion* muslim. Sementara itu, untuk produk farmasi dan kosmetik halal, Indonesia mengalami peningkatan posisi, menjadi berada di posisi ke-5, dari posisi ke-8 di tahun sebelumnya untuk sektor tersebut. Laporan SGIE 2023 juga menyebutkan bahwa Indonesia merupakan salah satu negara anggota Organisasi Kerjasama Islam (OKI) yang memiliki kinerja ekspor dengan peningkatan signifikan khususnya ekspor yang ditujukan ke pasar Negara OKI. Pada tahun 2022, nilai ekspor Indonesia ke negara-negara OKI mencapai USD 13,38 Milyar (SGIE report, 2023).

Di lihat dari sisi pasar global, impor dunia untuk produk halal unggulan menunjukkan pertumbuhan yang positif dengan tren rata-rata pertumbuhan tiap tahun mencapai 8,58% selama lima tahun terakhir (2019-2023). Total nilai impor dunia akan produk halal unggulan di tahun 2023 mencapai USD 2,68 triliun, mengalami penurunan -3,66% YoY. Jika dilihat berdasarkan struktur permintaan, makanan minuman dan produk farmasi halal menjadi kategori produk yang banyak diimpor dunia dengan pangsa masing-masing 47,96% dan 30,99% dari total impor produk halal unggulan di tahun 2023.



**Grafik 2. Kinerja Impor Dunia untuk Kategori Produk Halal Unggulan**

Sumber: ITC, Trademap, 2024 (diolah Puska EIPP)

Secara kumulatif, kinerja ekspor produk halal unggulan Indonesia mengalami tren pertumbuhan positif selama lima tahun terakhir (2019-2023) sebesar 12,47% per tahun dengan total nilai ekspor mencapai USD 52,88 Milyar di tahun 2023. Kategori produk yang menyumbang ekspor terbesar adalah produk makanan dan minuman dengan pangsa sebesar 83,58%. Namun demikian,

pada tahun 2023, ekspor produk halal unggulan mengalami penurunan sebesar -17,04% YoY yang disebabkan oleh turunnya ekspor makanan minuman halal dan *fashion* muslim masing-masing sebesar -17,62% YoY dan -15,99% YoY. Sementara produk farmasi dan kosmetik halal masih mengalami peningkatan ekspor yang positif.

**Tabel 4. Kinerja Ekspor Produk Halal Unggulan Indonesia**

Kelompok Produk	Nilai Ekspor (USD Milyar)					Growth. (%)	Trend. (%)	Pangsa (%)
	2019	2020	2021	2022	2023	23/22	19-23	2023
<b>Total Ekspor Produk Halal Unggulan</b>	<b>37.11</b>	<b>39.98</b>	<b>57.43</b>	<b>63.74</b>	<b>52.88</b>	<b>-17.04</b>	<b>12.47</b>	<b>100.00</b>
Makanan dan Minuman	28.73	32.77	48.75	53.65	44.20	-17.62	14.50	83.58
Fashion	7.54	6.34	7.82	9.05	7.60	-15.99	3.80	14.37
Produk Farmasi	0.43	0.49	0.43	0.62	0.64	3.84	10.94	1.21
Kosmetik Halal	0.42	0.38	0.43	0.43	0.44	3.54	2.41	0.84

Sumber: BPS, 2024 (diolah Puska EIPP)

Sementara di sisi impor, produk halal unggulan juga mengalami tren peningkatan impor positif sebesar 13,44% per tahun selama lima tahun terakhir (2019-2023), dengan total nilai impor mencapai USD 18,28 Milyar di tahun 2023. Kategori produk yang menyumbang impor terbesar adalah produk makanan dan minuman dengan pangsa mencapai 86,45%. Sama halnya dengan ekspor, impor produk halal unggulan Indonesia di

tahun 2023 juga mengalami penurunan sebesar -2,99% YoY yang disebabkan oleh turunnya impor di hampir seluruh kategori produk antara lain makanan minuman, *fashion* muslim, dan produk farmasi yang masing-masing turun sebesar -2,55% YoY; -8,39% YoY; dan 16,41% YoY. Sementara impor produk kosmetik halal masih mengalami peningkatan positif sebesar 21,26% YoY.

**Tabel 5. Kinerja Impor Kategori Produk Halal Unggulan Indonesia**

Kelompok Produk	Nilai Impor (USD Milyar)					Growth. (%)	Trend. (%)	Pangsa (%)
	2019	2020	2021	2022	2023	23/22	19-23	2023
<b>Total Impor Produk Halal Unggulan</b>	<b>12.05</b>	<b>12.29</b>	<b>15.19</b>	<b>18.85</b>	<b>18.28</b>	<b>-2.99</b>	<b>13.44</b>	<b>100.00</b>
Makanan dan Minuman	9.87	10.28	12.89	16.22	15.81	-2.55	15.00	86.45
Fashion	0.81	0.60	0.61	0.57	0.52	-8.39	-8.89	2.84
Produk Farmasi	0.70	0.89	1.05	1.43	1.20	-16.41	16.78	6.56
Kosmetik Halal	0.68	0.53	0.64	0.63	0.76	21.26	4.16	4.15

Sumber: BPS, 2024 (diolah Puska EIPP)

Secara ringkas, negara tujuan ekspor produk halal unggulan Indonesia cukup terdiversifikasi berdasarkan kategori produk. Hal yang sama juga

terjadi dengan negara asal impor produk halal yang secara lebih *detail* terdapat pada Tabel berikut:

**Tabel 6. Negara Tujuan Ekspor dan Negara Asal Impor Produk Halal Unggulan**

No	Negara Tujuan Ekspor Indonesia	Nilai Ekspor 2023 (USD Juta)	Pangsa (%)	No	Negara Asal Impor Indonesia	Nilai Impor 2023 (USD Juta)	Pangsa (%)
	<b>Makanan dan Minuman</b>	<b>44,197.68</b>	<b>100.00</b>		<b>Makanan dan Minuman</b>	<b>15,806.04</b>	<b>100.00</b>
1	RRT	9,524.70	21.55	1	Brazil	2,963.58	18.75
2	India	5,188.01	11.74	2	Thailand	2,384.74	15.09
3	Amerika Serikat	4,376.85	9.90	3	RRT	1,646.65	10.42
	Negara Lainnya	25,108.12	56.81		Negara Lainnya	8,811.08	55.75
	<b>Fashion</b>	<b>7,599.38</b>	<b>100.00</b>		<b>Fashion</b>	<b>519.67</b>	<b>100.00</b>
1	Amerika Serikat	4,206.28	55.35	1	RRT	198.39	38.18
2	Jepang	696.76	9.17	2	Bangladesh	57.03	10.97
3	Jerman	275.19	3.62	3	Vietnam	52.64	10.13
	Negara Lainnya	2,421.14	31.86		Negara Lainnya	211.61	40.72
	<b>Produk Farmasi</b>	<b>639.70</b>	<b>100.00</b>		<b>Produk Farmasi</b>	<b>1,199.16</b>	<b>100.00</b>
1	Filipina	97.68	15.27	1	Amerika Serikat	219.59	18.31
2	Jepang	65.89	10.30	2	Jerman	158.09	13.18
3	Taiwan	55.17	8.62	3	India	102.98	8.59
	Negara Lainnya	420.96	65.81		Negara Lainnya	718.50	59.92
	<b>Kosmetik Halal</b>	<b>443.50</b>	<b>100.00</b>		<b>Kosmetik Halal</b>	<b>759.11</b>	<b>100.00</b>
1	Singapura	136.32	30.74	1	RRT	269.86	11.82
2	Malaysia	61.34	13.83	2	Perancis	125.06	10.49
3	Thailand	45.59	10.28	3	Korea Selatan	64.27	5.10
	Negara Lainnya	200.24	45.15		Negara Lainnya	299.93	72.59

Sumber: BPS, 2024 (diolah Puska EIPP)

### 3 | HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Hasil Identifikasi Negara Tujuan Ekspor (NTE) Produk Halal Unggulan serta Peluang dan Tantangan Ekspor Produk Halal

Dalam melakukan identifikasi negara tujuan ekspor produk halal unggulan, Analisis ini menggunakan Indeks Komposit yang disusun dengan menggunakan indikator-indikator yang menggambarkan sisi *demand* dan *supply* suatu negara, antara lain: i) Nilai ekspor dan tren ekspor ke negara tujuan lima tahun terakhir; ii) Nilai impor dan tren impor negara tujuan lima tahun terakhir, iii) Jumlah populasi muslim; iv) *Global Muslim Travel Index* (GMTI); v) Variabel *dummy* yang menunjukkan adanya kerjasama MRA sertifikasi

Halal; vi) Variabel *dummy* kerjasama perdagangan; dan vii) Variabel *dummy* yang menunjukkan keanggotaan OKI. Berdasarkan hasil perhitungan Indeks Komposit, maka diperoleh 10 negara tujuan ekspor potensial untuk makanan minuman halal, *fashion* muslim, produk farmasi dan kosmetik halal yang disajikan pada Tabel di bawah ini.

Secara ringkas, negara yang dapat dipertimbangkan menjadi fokus pengembangan ekspor dan *entry gate* produk halal unggulan Indonesia berdasarkan Tabel di bawah adalah Malaysia, Turki, UAE, Thailand, Iran dan Arab Saudi. Pemilihan negara potensial tersebut didasarkan atas frekuensi masuknya negara tujuan

dalam sepuluh besar negara dengan Indeks politik negara yang didasarkan pada *political* Komposit tertinggi di setiap kategori produk halal *stability index*.  
 unggulan, serta mempertimbangkan kestabilan

**Tabel 7. Negara Tujuan Ekspor Produk Halal Unggulan Berdasarkan Perhitungan Indeks Komposit**

Makanan Minuman Halal			Fashion			Kosmetik Halal			Produk Farmasi		
No.	Negara	Indeks Komposit	No.	Negara	Indeks Komposit	No.	Negara	Indeks Komposit	No.	Negara	Indeks Komposit
1	Malaysia	67,51	1	Malaysia	65,30	1	Malaysia	64,09	1	India	47,37
2	Pakistan	63,62	2	Pakistan	59,73	2	Singapura	45,70	2	Malaysia	44,55
3	Turki	54,88	3	Turki	58,69	3	Turki	43,45	3	Pakistan	41,75
4	India	51,33	4	Iran	51,89	4	Thailand	41,05	4	Taiwan, RRT	39,87
5	Mesir	50,78	5	Amerika Serikat (AS)	50,12	5	Maroko	39,67	5	Filipina	39,05
6	Iran	49,64	6	Mesir	47,01	6	Mesir	38,87	6	Thailand	38,73
7	Saudi Arabia	47,84	7	Brunei Darussalam	45,32	7	RRT	38,76	7	Jepang	40,63
8	Brunei Darussalam	47,45	8	Saudi Arabia	44,23	8	Iran	38,00	8	Hong Kong, RRT	36,37
9	UAE	47,07	9	UAE	43,70	9	UAE	36,93	9	Nigeria	32,80
10	Maroko	45,19	10	Nigeria	41,99	10	India	36,52	10	Turki	30,98

\*) *catatan: hasil analisis, data diurutkan berdasarkan Indeks Komposit tertinggi.*

Lebih lanjut, berdasarkan hasil *survey* dan peningkatan kinerja ekspor produk halal unggulan kunjungan lapangan, diperoleh masukan dan sebagai berikut:  
*concern* dari para pelaku usaha terhadap

**Tabel 8. Masukan Pelaku Usaha terkait Tantangan Ekspor Produk Halal Unggulan**

No.	Produk	Masukan dan <i>Concerns</i> Pelaku Usaha
1.	Makanan dan Minuman Halal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sertifikasi halal memerlukan proses yang panjang dan biaya yang relatif tidak murah karena berlaku hanya untuk satu varian produk.</li> <li>• Setiap negara tujuan ekspor mungkin memiliki standar dan proses sertifikasi halal yang berbeda, sehingga persyaratan menjadi kompleks khususnya di pasar Timur Tengah terkait keberterimaan terhadap sertifikasi halal Indonesia (belum adanya MRA).</li> <li>• Tidak semua konsumen di pasar internasional memahami atau mengakui pentingnya produk halal khususnya di negara yang bukan mayoritas muslim.</li> <li>• Biaya logistik yang tinggi dapat menjadi tantangan. Apabila sertifikasi halal juga wajib diberlakukan untuk jasa logistik pada produk makanan dan minuman, maka sebaiknya diutamakan terlebih dahulu untuk <i>cold chain</i> sehingga tidak mengganggu <i>shipping line</i>.</li> <li>• Persaingan dengan produk makanan non-halal yang relatif lebih murah.</li> <li>• Perlunya informasi pasar terkait tren rasa dan kemasan di negara tujuan ekspor khususnya pasar halal potensial terpilih.</li> <li>• Penetrasi pasar yang sangat sulit khususnya bagi produk yang akan masuk ke pasar baru.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tarif produk makanan dan minuman di kawasan Timur Tengah relatif tinggi berkisar antara 0-225% (<i>market access map</i>, 2024).</li> <li>• Kestabilan politik di Timur Tengah dapat berpotensi mengganggu arus pengiriman barang sehingga harga menjadi relatif mahal.</li> </ul>
2.	Kosmetik Halal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Belum adanya keberterimaan terkait standar Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik (CPKB) yang diterbitkan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) di negara tujuan ekspor potensial. Sedangkan, pengurusan ISO 22716 untuk produk kosmetik relatif membutuhkan biaya yang mahal dan persyaratan yang <i>rigid</i>.</li> <li>• Pasar yang cukup menjanjikan bagi produk kosmetik halal Indonesia adalah pasar Negara ASEAN seperti Malaysia dan Thailand sebagai <i>entry gate</i> untuk ekspansi pasar ekspor.</li> <li>• Pasar Timur Tengah cukup menjanjikan, namun konsumen disana sangat loyal terhadap "<i>established brands</i>".</li> <li>• Tarif produk kosmetik halal di kawasan Timur Tengah relatif tinggi berkisar antara 5-31,5% (<i>market access map</i>, 2024).</li> <li>• Standar kecantikan dan preferensi konsumen sangat bervariasi antar budaya. Industri kosmetik mengikuti <i>fast moving trends</i> sehingga diperlukan biaya riset dan inovasi yang cepat dan relatif mahal.</li> <li>• Industri kosmetik sangat rentan terhadap pemalsuan, diperlukan perlindungan terkait kekayaan intelektual terhadap <i>brand</i>, inovasi dan bahan baku yang digunakan.</li> </ul>
3.	Produk Farmasi Halal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regulasi dan persyaratan produk yang harus dipenuhi sangat ketat khususnya terkait keamanan dan persyaratan uji klinis.</li> <li>• Memastikan kepatuhan terhadap <i>Good Manufacturing Practice (GMP)</i> sangat penting untuk memenuhi standar internasional.</li> <li>• Kesadaran akan produk halal untuk farmasi khususnya vaksin sangat bervariasi dan belum terlalu tinggi.</li> <li>• Menjaga integritas rantai pasokan untuk mencegah kontaminasi, pemalsuan, dengan memastikan kondisi penyimpanan dan proses distribusi.</li> <li>• Memahami dan beradaptasi dengan berbagai praktik layanan kesehatan di pasar tujuan ekspor sangatlah penting.</li> <li>• Produk farmasi khususnya herbal masih belum dikenal (<i>familiar</i>) di negara tujuan ekspor. Oleh karena itu, penyebaran informasi produk melalui konsumen "<i>diaspora</i>" menjadi penting dalam membuka pasar ekspor.</li> </ul>
4.	<i>Fashion</i> Muslim	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preferensi mode <i>fashion</i> sangat bervariasi di berbagai wilayah dan budaya, baik terkait bahan, desain dan tren warna yang digunakan juga dapat bergantung pada musim.</li> <li>• Persaingan yang cukup ketat dengan <i>brand fashion</i> yang sudah <i>established</i> khususnya untuk pasar Timur Tengah.</li> <li>• Membangun dan mengenalkan <i>brand</i> di pasar baru memerlukan biaya yang cukup tinggi khususnya untuk promosi.</li> <li>• Produk <i>fashion</i> sangat sensitif terhadap harga sehingga perlu menjaga harga yang kompetitif.</li> <li>• Semakin banyak konsumen yang menuntut produk <i>fashion</i> yang ramah lingkungan.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tarif produk <i>fashion</i> muslim halal di kawasan Timur Tengah relatif tinggi berkisar antara 5-42% (<i>market access map</i>, 2024).</li> <li>• Perlunya membangun rantai pasokan yang kuat untuk memastikan produksi dan pengiriman tepat waktu.</li> </ul>
--	--

Sumber: Hasil *survey* dan kunjungan lapangan, 2024 (diolah)

### 3.2. Analisis Potensi Dampak Kebijakan Sertifikasi Halal *Mandatory* Produk Makanan Minuman

Dalam melakukan analisis dampak kebijakan, analisis ini menggunakan pendekatan metode *cost and benefit* (CBA), berdasarkan perhitungan potensi dampak ekonomi serta data dan informasi yang bersumber dari masukan para pelaku usaha melalui kegiatan diskusi dan *survey* lapangan, untuk menilai dua opsi kebijakan yang akan dianalisis yaitu:

- Do nothing* atau sesuai dengan kebijakan yang saat ini berlaku (sertifikasi halal *voluntary*);
- Implementasi kewajiban sertifikasi halal bagi produk makanan minuman di tahun 2024 (diskresi untuk sektor UMKM menjadi tahun 2026).

Identifikasi potensi dampak ekonomi kebijakan sertifikasi halal *mandatory* sebagai salah satu

indikator dalam menyusun CBA, dilakukan dengan menggunakan model keseimbangan umum (*computable general equilibrium/CGE*) pada simulasi model *Global Trade Analysis Project* (GTAP) versi 10 dengan penyesuaian *shock*, mempertimbangkan beberapa pendekatan operasional antara lain: i) *updating database* GTAP dengan tahun referensi (*baseline*) awal 2014 menjadi 2023; ii) pangsa impor serta bobot komoditas sektor makanan minuman, dengan mengutilisasi konkordansi kode HS pada nomenklatur model GTAP, serta iii) perhitungan ekuivalen *trade cost* secara *ad valorem*.

Berdasarkan hasil simulasi CGE untuk mengidentifikasi dampak ekonomi, studi *literature* serta hasil diskusi dan *survey* ke pelaku usaha makanan minuman, diperoleh matrik CBA sebagai berikut:

**Tabel 10. Matrik *Cost and Benefit Analysis* (CBA)**

No.	Opsi Kebijakan	Cost	Benefit
1.	<i>do nothing</i> (Sertifikat halal <i>voluntary</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bertentangan dengan amanat UU No. 33 Tahun 2014 dan PP No. 39 Tahun 2021;</li> <li>• Belum adanya jaminan kehalalan produk bagi konsumen muslim atas seluruh produk yang beredar khususnya untuk makanan dan minuman.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak ada biaya akibat penyesuaian proses produksi;</li> <li>• Memberikan fleksibilitas dan akses <i>supply</i> bahan baku yang lebih luas dalam penentuan strategi bisnis;</li> <li>• Tidak ada biaya tambahan untuk pengurusan sertifikasi halal;</li> <li>• Harga produk relatif terjaga (menjaga inflasi);</li> <li>• Tidak ada biaya pengawasan barang yang <i>rigid</i> terkait kehalalan produk.</li> </ul>
2.	Implementasi kewajiban sertifikasi halal bagi produk makanan minuman	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dampak Ekonomi simulasi CGE (<i>baseline</i> 2023)               <ol style="list-style-type: none"> <li>i. Potensi penurunan GDP sebesar -0,05% YoY;</li> </ol> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dampak Ekonomi simulasi CGE (<i>baseline</i> 2023)               <p>Potensi penambahan surplus neraca perdagangan sebesar USD 18,61 Juta, akibat</p> </li> </ul>

		<p>ii. Penurunan konsumsi rumah tangga -0,03%;</p> <p>iii. Kenaikan inflasi sebesar 0,07%;</p> <p>iv. Penurunan ekspor -0,14% YoY dan impor sebesar -0,15% YoY;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Biaya akibat penyesuaian proses produksi khususnya terkait bahan baku yang berasal dari impor (termasuk <i>inventory</i>);</li> <li>• Potensi gangguan rantai pasok produksi terkait bahan baku;</li> <li>• Ketergantungan pada pasokan bahan baku asal <i>supplier</i> tertentu;</li> <li>• Proses sertifikasi memerlukan waktu dan pengurusan administrasi tambahan, termasuk dokumentasi dan audit berkala;</li> <li>• Pengawasan dilakukan untuk alur lalu lintas barang baik <i>border</i> maupun <i>post border</i>;</li> <li>• Terdapat potensi sengketa dari negara lain yang terhambat eksportnya masuk ke Indonesia.</li> </ul>	<p>penurunan impor yang lebih tinggi dibandingkan ekspor.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen muslim terhadap produk;</li> <li>• Memenuhi ketentuan hukum sesuai dengan amanat UU No. 33 Tahun 2014 dan PP No. 39 Tahun 2021;</li> <li>• Salah satu upaya menjadikan Indonesia sebagai pusat industri halal dunia (<i>branding</i>), baik dari sisi iklim bisnis maupun kepercayaan konsumen;</li> <li>• Potensi peningkatan peringkat <i>Global Islamic Economy Indicator Score</i> dalam kategori <i>Halal Food</i> untuk meningkatkan citra industri halal;</li> <li>• Membuka kesempatan untuk proyek-proyek pembangunan ekonomi syariah lainnya;</li> <li>• Membuka kesempatan produk halal Indonesia untuk lebih mendapatkan akses pasar pangan halal global (Warto dan Samsuri, 2020);</li> <li>• Memberikan <i>multiplier effect</i>, seperti menjadi daya tarik wisata kuliner muslim, dll.</li> </ul>
--	--	--	--

catatan: \*) dampak ekonomi dengan simulasi CGE dihitung dengan asumsi relokasi faktor produksi mobilitas sempurna yaitu penurunan impor langsung dapat disubstitusi sempurna oleh produk dalam negeri/produk asal negara lain. Simulasi hanya memperhitungkan dampak kewajiban sertifikasi halal di sisi barang/produk.

Lebih lanjut, terhadap rencana implementasi kewajiban halal untuk produk makanan dan minuman, beberapa konsen pelaku usaha adalah sebagai berikut:

a. Pangsa produk makanan minuman yang telah mendapatkan sertifikasi halal masih relatif rendah dibandingkan dengan produk yang terdaftar dan beredar, sedangkan jumlah LPH di Indonesia masih terbatas. Hal ini dapat berakibat pada waktu tunggu pengurusan sertifikasi yang panjang;

b. Proses registrasi sertifikasi halal dari luar negeri baru dibuka oleh BPJPH di bulan Juli 2024, hanya 3 bulan sebelum kebijakan diimplementasikan. Hal ini dapat mengakibatkan disrupsi pasokan dari luar negeri;

c. Sebagian besar produk makanan minuman yang diimpor merupakan bahan baku penolong bagi industri makanan. *Shifting* asal *supply* bahan baku dari dalam negeri/negara lain tidak mudah dilakukan karena terkait dengan spesifikasi dan mutu produk.



- d. Belum adanya informasi lebih lanjut mengenai mekanisme pengawasan dan tata niaga produk impor akibat adanya kewajiban sertifikasi halal;
- e. Adanya potensi *transshipment* sebagai upaya penyesuaian sertifikasi halal yang dapat meningkatkan biaya bahan baku impor;
- f. Kebijakan kewajiban sertifikasi halal dapat berpotensi menjadi hambatan perdagangan, mengurangi efisiensi dan meningkatkan biaya bagi produsen yang ingin memasuki pasar internasional;
- g. Perubahan signifikan pada proses produksi industri makanan dan minuman olahan dapat berpotensi memberikan dampak *multiplier* bagi UMKM dan perekonomian nasional.

## 4 | REKOMENDASI KEBIJAKAN

### 4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil Analisis, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Negara potensial tujuan ekspor yang dapat dipertimbangkan untuk menjadi fokus pengembangan promosi dan peningkatan ekspor produk halal unggulan antara lain Malaysia, Turki, UAE, Thailand, Iran dan Arab Saudi.
2. Telah diidentifikasi beberapa hambatan dan tantangan ekspor produk halal untuk setiap kelompok produk terkait antara lain:
  - Sertifikasi halal memerlukan proses yang panjang dan biaya yang relatif tidak murah khususnya bagi pelaku UMKM;
  - Setiap negara tujuan ekspor mungkin memiliki standar dan proses sertifikasi halal yang berbeda, sehingga persyaratan menjadi kompleks;
  - Kesadaran konsumen akan produk halal di negara tujuan ekspor bervariasi;
  - Riset untuk mendapatkan informasi *intelligence* pasar terkait preferensi konsumen dan

membangun *brand awarness* di pasar ekspor memerlukan biaya yang relatif mahal;

- Beberapa kategori produk halal unggulan khususnya produk farmasi, kosmetik dan *fashion* sangat rentan akan potensi pemalsuan;
  - Tarif bea masuk produk halal di beberapa negara tujuan ekspor khususnya di kawasan Timur Tengah relatif masih tinggi;
3. Hasil CBA menunjukkan bahwa implementasi kebijakan sertifikasi halal *mandatory* khususnya untuk produk makanan dan minuman dapat memberikan manfaat diantaranya potensi penambahan surplus neraca perdagangan sebesar USD 18,61 Juta, peningkatan kepercayaan konsumen muslim terhadap jaminan produk makanan minuman halal, dan upaya menjadikan Indonesia sebagai pusat industri halal dunia. Namun demikian, kebijakan tersebut juga berpotensi menimbulkan dampak biaya (*cost*) khususnya pada aspek ekonomi antara lain potensi penurunan GDP sebesar -0,05% YoY dan kenaikan inflasi sebesar 0,07% YoY. Oleh karena itu, perlu disusun strategi implementasi yang tepat dengan menganut prinsip kehati-hatian (*prudent*), sehingga dapat memitigasi resiko bagi sektor yang terdampak.

### 4.2. Rekomendasi Kebijakan

#### 4.2.1. Strategi Kebijakan Peningkatan Ekspor

Strategi peningkatan ekspor produk halal unggulan dapat difokuskan pada peningkatan daya saing produk halal, penyelesaian hambatan dan peningkatan akses pasar yang menjadi aspek utama diantaranya:

- a. Fasilitasi dan Penguatan Sertifikasi Halal
  - Fasilitasi Pemerintah untuk penyediaan dan dukungan sertifikasi halal bagi pelaku usaha khususnya UMKM;
  - Mendorong adanya MRA sehingga memudahkan proses keberterimaan sertifikasi

halal khususnya di negara tujuan ekspor terpilih yang belum memiliki MRA dengan Indonesia termasuk kawasan Timur Tengah;

- Simplifikasi dan percepatan proses sertifikasi halal untuk memastikan bahwa produk dapat segera dipasarkan;
- Memperkuat lembaga sertifikasi halal nasional sehingga memudahkan dalam proses audit dan verifikasi;
- Mengikuti forum-forum global seperti *World Halal Council* atau *International Halal Accreditation Forum (IHAF)* yang bertujuan untuk menyelaraskan standar halal internasional;

#### b. Peningkatan Daya Saing Produk

- Menyediakan program pelatihan dan pendidikan bagi produsen tentang standar halal internasional, manajemen mutu, dan teknik produksi yang efisien;
- Menyediakan pendampingan untuk *design* dan kemasan produk serta skema pembiayaan khusus untuk eksportir produk halal.

#### c. Promosi, Pemasaran Internasional dan Diplomasi Perdagangan

- Dukungan informasi *intelligence* pasar khususnya untuk produk halal unggulan di negara tujuan ekspor terpilih yaitu Malaysia, Turki, UAE, Thailand, Iran dan Arab Saudi;
- Fasilitasi kegiatan pameran dagang dan *business matching* yang difokuskan di negara tujuan ekspor produk halal terpilih (Malaysia, Turki, UAE, Iran, Mesir, Thailand dan Saudi Arabia);
- Penguatan *brand* nasional di negara tujuan ekspor;
- Penguatan *sustainability campaign* produk ekspor Indonesia khususnya bagi produk yang preferensi konsumen akan sektor tersebut meningkat;

- Memanfaatkan dan mengoptimalkan peluang kerjasama perdagangan (FTA) yang dimiliki Indonesia dengan negara tujuan ekspor terpilih seperti *ASEAN Trade in Goods Agreement (ATIGA)*, *Indonesia-Iran Preferential Tariff Agreement (II-PTA)* dan *UAE-Indonesia Comprehensive Economic Partnership Agreement (CEPA)*;
- Mendorong penyelesaian perundingan Indonesia-Turki CEPA dan mendorong kerja sama perdagangan dengan Negara kawasan Timur Tengah/*Gulf Cooperation Council (GCC)* melalui perjanjian Indonesia- *Gulf Cooperation Council Free Trade Agreement (I-GCC FTA)* yang telah diluncurkan pada 31 Juli 2024.

#### 4.2.2 Strategi Implementasi Kebijakan Halal Mandatory Produk Makanan dan Minuman

Dalam rangka pelaksanaan kebijakan kewajiban sertifikasi halal, strategi implementasi yang perlu diterapkan antara lain adalah:

- Penerapan kebijakan halal *mandatory* diharapkan dapat memenuhi prinsip *non-discriminatory* dan *National Treatment (NT)* dari WTO (*World Trade Organization*) untuk menghindari potensi *dispute* dari negara mitra dagang;
- Pemberian masa tenggang atau masa transisi untuk memastikan kelancaran implementasi dan menghindari disrupsi secara signifikan kepada pelaku usaha khususnya industri makanan dan minuman yang terdampak;
- Perlunya penentuan cakupan produk (kode HS) makanan dan minuman yang akan dikenai ketentuan kebijakan halal *mandatory*. Pada tahapan awal, fokus cakupan produk dapat dipertimbangkan untuk diterapkan pada produk makanan dan minuman yang termasuk kategori barang konsumsi dengan pertimbangan karena langsung diedarkan kepada masyarakat;

- Proses pengawasan dan verifikasi kehalalan/ketidakhalalan produk khususnya di pengawasan *border* dilakukan dengan menerapkan manajemen resiko sehingga tidak mengganggu proses bongkar muat (*demmurage*);
- Implementasi kebijakan hendaknya disertai dengan penguatan dan peningkatan kapasitas Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) di dalam negeri serta kebijakan (diskresi) untuk memudahkan registrasi lembaga halal luar negeri;
- Penyusunan mekanisme tata niaga dan pengawasan produk impor akibat adanya kewajiban sertifikasi halal khususnya untuk produk makanan dan minuman dengan melibatkan K/L termasuk Kementerian Perdagangan;
- Adanya sosialisasi dan panduan kepada pelaku usaha terhadap rencana implementasi kebijakan sertifikasi halal *mandatory*;
- Perlunya dukungan program pendampingan serta program insentif sertifikasi halal khususnya kepada pelaku UMKM.

## DAFTAR PUSTAKA

Dinar Standard. (2023). *State of the Global Islamic Economy Report*. Dubai: Dinar Standard.

Fabregat-Aibar, L., Niñerola, A. & Pié, L. Computable general equilibrium models for sustainable development: past and future. *Environ Sci Pollut Res* 29, 38972–38984 (2022).  
<https://doi.org/10.1007/s11356-021-18030-z>.

Keputusan Menteri Agama No. 748 Tahun 2021  
 Tentang Jenis Produk Yang Wajib Bersertifikat

Halal

Oktaviani, Rina. 2008. “Model Teori Ekonomi Keseimbangan Umum: Teori dan Aplikasinya di Indonesia”. Bogor. Departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi IPB.

Peraturan Pemerintah (PP) No. 39 Tahun 2021  
 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan  
 Produk Halal

Peraturan Presiden. No. 28 Tahun 2020 tentang  
 Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan  
 Syariah (KNEKS)

Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 6 Tahun 2023  
 tentang Sertifikasi Halal Obat, Produk Biologi,  
 dan Alat Kesehatan

Pew Research Center. (2011, January 27). *Research Topics: Religion Pew Research Center*. Retrieved from Pew Research Center Web Site:  
<https://www.pewresearch.org/religion/2011/01/27/the-future-of-the-global-muslim-population/>

Undang-undang (UU) Nomor 33 Tahun 2014 tentang  
 Jaminan Produk Halal

Warto, & Samsuri. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Journal of Islamic Economics and Banking*, 98-220.

