

## BAB VII

### Peluang Industri Halal di Indonesia

#### A. Kondisi Global Industri Halal

Bertepatan pada hari selasa, 14 Mei 2019 telah dirilis yakni Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia (MEKSI) 2019-2024 yang didesain dengan empat *Key Performace Index* yaitu peningkatan peringkat *Islamic Economic Index*, peningkatan skala usaha ekonomi syariah, peningkatan kemandirian ekonomi, perbaikan indeks kesejahteraan. Dalam mewujudkan Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah MEKSI menawarkan empat strategi diantaranya,

1. Penguatan *halal value chain* dengan lebih difokuskan pada sector yang diperhitungkan memiliki potensi dan berdaya saing tinggi.
2. Penguata pada sector keuangan syariah
3. Penguatan sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau UMKM sebagai penggerak utama *halal value chain* atau rantai nilai halal.
4. Penguatan dibidang ekonomi digital.

MEKSI memberikan gambaran penting dalam sektor halal di Indonesi berdasarkan yang ada dalam *An Inclusive Ethical Economy: State of the Global Islamic Economy (GIE) Report 2018/19* disitu MEKSI memaparkan beberapa informasi

penting yang layak didalami. Salah satunya yaitu dalam sektor *Halal food*, Indonesia merupakan salah satu negara yang belum masuk ke dalam negara yang berinvestasi secara massif dalam penyediaan produk makanan halal. Yang mengejutkan Cina sudah memulai lebih awal diposisi paling atas sebagai *non-muslim country* yang berinvestasi dalam sector halal ini dengan membangun sekitar 5.000 perusahaan makanan halal di beberapa propinsinya.<sup>1</sup>

Kemudian disusul oleh beberapa negara lainnya yang *non-muslim country* seperti Canada, Philipina, dan Brazil. Padahal Indonesia merupakan negara nomor satu pada *Top Muslim Food Expenditure* dengan jumlah pembelanjaan sekitar 170 milyar dollar AS kemudian disusul Turkey dengan 127 milyar dollar AS dan Pakistan dengan 118 milyar dollar AS. Sayangnya Indonesia masih mengandalkan importansi produk dari negara lain yang notabene bukan negara muslim seperti daging sapi dari Australia, susu dari New Zealand, beras, gula dan garam yang berasal dari berbagai negara lainnya.

Indonesia sebagai negara muslim besar merupakan sebuah peluang besar yang seharusnya bisa ditangkap, Namun peluang-peluang besar tersebut juga masih tersandung dengan

---

<sup>1</sup> Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024*, (Jakarta: BPPN, 2018), hal. 347

banyak kelemahan diberbagai bidang. MEKSI memberikan sebuah harapan agar Indonesia dapat menjadi produsen dan pengeksport produk halal bagi negara lain. Jangan sampai Indonesia hanya menjadi pusat pasar produk halal apalagi berbicara tentang produk, industri dan bisnis halal maka tidak bisa kita lepaskan dari dasar filosofinya. Produk, industri dan bisnis halal juga berarti *faith-based product*.

Dalam hal ini, semua didasarkan pada konsep kepercayaan atau keimanan dan keyakinan pada hukum-hukum agama khususnya Islam. Maka tidak akan ada produk halal jika tidak ada permintaan dari konsumen yang memerlukannya berdasarkan keimanannya. Keimanan dan kepercayaan terhadap hukum agama inilah yang kemudian memunculkan permintaan pada produk halal. Sehingga untuk menjadi pusat bisnis halal dunia tidaklah tepat jika hanya dimotivasi oleh keuntungan materi dan ekonomi saja. Quick Wins MEKSI mempunyai sebuah program kampanye nasional gaya hidup halal dengan salah satu contohnya adalah cintai produk sendiri yaitu produk negara sendiri dan peningkatan konsumsi produk halal dalam negeri sebagai outcome-nya. Sayangnya program ini harus berhadapan dengan kebijakan-kebijakan yang terkesan tidak ramah muslim. Mulai dari isu radikalisme,

pengawasan masjid dan majelis taklim, hingga penghapusan materi tentang khilafah dan jihad pada mata.<sup>2</sup>

## **B. Fatwa Regulasi dan Tata Kelola**

Pembahasan pada ranah ini akan banyak membahas peran cendekiawan dan ulama terutama Majelis Ulama Indonesia dan pemerintahan. Lahirnya fatwa utamanya selalu dikarenakan terdapat urgensi atau kepentingan untuk memberikan pemahaman serta penjelasan hukum yang bersinggungan langsung dengan dengan objek, permasalahan, maupun konsep yang dinilai memiliki potensi menimbulkan kebingungan di tengah masyarakat. Kesimpulan terbaru yang sangat penting dan dijadikan pedoman sampai hari ini salah satunya adalah fatwa yang dikeluarkan oleh MUI terkait dengan vaksin. Fatwa tersebut muncul dari kajian MUI, dimana mereka tidak hanya melihat dari satu disiplin ilmu saja namun juga melibatkan banyak pendapat yang nantinya akan disimpulkan untuk mengukuhkan sikap mereka. Fatwa inilah yang nantinya dapat dijadikan dasar pemikiran dari sikap masyarakat.

Berbeda dengan fatwa, regulasi muncul dan dibuat oleh pemangku kepentingan dan perwakilan rakyat di

---

<sup>2</sup> Achmad Sadiro, “Literasi Ekonomi Islam menuju Pusat Industri halal Indonesia”, *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, No. 2 Vol. 1, 2021, hal. 39

pemerintahan. Yang dimaksud dengan regulasi disini adalah keputusan atau kebijakan yang dibuat oleh pemerintah dan digunakan sebagai dasar hukum yang tertulis dan bersifat memaksa bagi masyarakat. Dimana proses pembuatannya juga membutuhkan berbagai pertimbangan dari berbagai pihak serta melibatkan pendapat para wakil rakyat. Salah satu peraturan yang dibuat oleh pemerintah adalah Undang – Undang. Dimana peraturan tersebut akan dibahas dalam rapat paripurna di Dewan Perwakilan Rakyat (DPR). Setelah rancangan tersebut berhasil disusun, maka selanjutnya harus disahkan oleh Presiden. Peraturan tersebut tentunya bersifat mengikat semua lapisan masyarakat. selain itu, keseluruhan peraturan yang dibuat tentunya diambil dari berbagai kesimpulan yang dasar pemikiran utamanya bertujuan untuk menjamin keamanan, kestabilan, dan kesejahteraan masyarakat. Selain untuk menjamin kesejahteraan, tentunya pembuatan peraturan juga ditujukan untuk mendukung pembangunan berkelanjutan suatu negara, tidak terkecuali sebagai penguatan perkembangan pembangunan ekonomi syariah.

## **C. Penguatan Rantai Halal**

Penguatan industri halal ditangkan oleh pemerintah sebaga potensi pasar yang sangat besar dan diperkirakan jumlahnya akan selalu tumbuh. Kementerian perindustrian mendorong bidang insutri halal ini dengan harapan bisa menjadi sector manufaktur tanah air mewujudkan Indonesia yang mampu bersaing, Mengacu pada Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia tahun 2019-2024 bahwa penguatan rantai halal menjadi bagian dari strategi utama untuk terwujudnya negara yang mandiri, Makmur dan madn dengan menjadi Pusat Ekonomi Syariah Terkemuka Dunia. Penguatan strategi rantai halal ini pun di bagi kedala 4 hal yaitu sector makanan, dan minuman, pariwisata, fasyen, Farmasi sampai kosmetik.<sup>3</sup>

### **1. Makanan dan Minuman Halal**

Makanan dan minuman adalah dua unsur yang menjadi kebutuhan dasra hidup manusia, dalam islam memakan dan meminum makanan halal adalah wajib karena konsumsi makanan dan minuman halal merupakan wujud dari sifat taqwa kepada Allah SWT. Dalam Al-Quran Surat An-Nahl (16): 114, dijelaskan bagaimana umat muslim

---

<sup>3</sup> Khairana Izzati, “KNKS Berkomitmen untuk Dukung Kawasan Industri Halal di Indonesia”, dalam <https://knks.go.id/isuutama/15/knks-berkomitmen-untuk-dukung-kawasan-industri-halal-di-indonesia>, diakses pada 15 Januari 2021

diharuskan mengonsumsi makanan dan minuman halal, karena apa yang kita makan akan mempengaruhi nutrisi dan kejernihan hati. Sebagai negara mayoritas muslim terbesar di dunia serta memiliki sumber daya alam yang melimpah, dapat dipastikan sangat banyak makanan khas daerah halal dan menjadi daya tarik tersendiri bagi dunia untuk datang ke Indonesia.

Fakta lapangan hari ini mengatakan bahwa iklim kompetitifnya persaingan industri kuliner di Indonesia tidak hanya dirasakan oleh perusahaan besar saja melainkan sudah menjangkau industri kecil dan menengah. Dikutip dari hasil laporan LPPOM MUI, mengatakan bahwa Indonesia masih termasuk dalam negara dengan ketergantungan impor produk halal dan berada di urutan ke-4 terbesar di dunia. Hal tersebut menjadi fakta yang kurang menyenangkan bagi Indonesia. Sedangkan, Indonesia memiliki labelisasi atau sertifikasi yang telah diakui dunia maka seharusnya Indonesia menjadi pemain utama dalam penyediaan makanan dan minuman halal bagi seluruh muslim di Indonesia maupun dunia.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Syafrida, “Sertifikat Halal Pada Produk Makanan dan Minuman Memberi Perlindungan dan Kepastian Hukum Hak – Hak Konsumen”, *ADIL: Jurnal Hukum*, Vol. 7 No.2, 2015, hal. 165

Faktanya terdapat 48 badan sertifikasi asing di 22 negara telah mendakui validitas labelisasi atau sertifikasi halal dari MUI. Pada tahun 2019, sertifikasi halal masih dilakukan dengan sukarela dari pemilik usaha. Namun, wacana pemerintah untuk tahun ini dan kedepannya akan diwajibkan bagi semua pemilik usaha. Wacana itu muncul dengan kesadaran bahwa selain menjadi standard kualitas sebuah produk yang sudah dinyatakan sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Namun, menjadi daya saing utama ketika masuk kedalam pasar utamanya pasar makanan dan minuman halal.<sup>5</sup>

**Tabel 6.1 Jumlah Produk Sertifikasi Halal LPPOM**

Tahun	Jumlah Perusahaan	Jumlah Sh	Jumlah Produk
2012	626	653	19830
2013	913	1092	34634
2014	960	1310	40684
2015	1052	1404	46260
2016	1335	1789	65594
Okt - 2017	1169	1516	52982
TOTAL	6055	7764	259984

Sumber : LPPOM MUI 2017

Perusahaan besar multinasional sudah menangkap peluang besar yang bermodalkan sertifikasi halal. Mereka mentargetkan untuk membuat ekosistem pasar halal yang

---

<sup>5</sup> Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, *Masterplan...*, hal. 55



diterima oleh banyak muslim di dunia. Skala produksi yang besar dan pemenuhan permintaan akan makanan dan minuman halal yang luas membuat mereka masuk dengan mudah di pasar internasional. Dengan ekosistem yang telah dibangun, maka dengan mudah mereka menjadi pemain utama di pasar internasional utamanya di produk makanan dan minuman halal.

Pentingnya manajemen serta tata kelola yang baik menjadi kunci utama dalam perkembangan industri makanan dan minuman halal. Indonesia sendiri sangat membutuhkan penguatan manajemen tersebut, utamanya dalam penguatan ekosistem makanan dan minuman halal. Dimana secara modal Indonesia sudah cukup siap dalam membentuk ekosistem serta rantai nilai – nilai halal mulai dari permintaan, lembaga, maupun regulasi yang sudah ada. Manajemen ini berfungsi untuk menjamin sebuah kualitas dari produk itu sendiri, begitu juga dengan jasa. Penerapan dilaksanakan dengan memisahkan penanganan halal dan yang tidak halal, dengan penanganan dari huku ke hilir sehingga masyarakat bisa langsung untuk membedakanya sendiri.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Panji Adam Agus Putra, “Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Vol. 1 No. 1, hal. 155

Contohnya saja rantai nilai halal untuk minuman dari buah dimana harus diadakan pengawasan mulai dari proses pemilihan bibit, penanaman, perawatan, pemberian pupuk serta zat kimia. Kemudian masuk ke proses pembuatan minuman dimulai dari pemilihan bahan baku yakni kualitas buah, pemberian bahan pelengkap lainnya agar tetap terjaga kehalalannya sampai hasil akhir berupa produk siap minum dan siap edar. Semua pengawasan yang dilakukan serta merta ditujukan untuk menjaga kualitas, standard, dan memastikan kenyamanan konsumen terhadap suatu produk. Dimana sertifikasi halal di Indonesia sudah memfasilitasi dari keseluruhan pengawasan sebagaimana penguatan rantai nilai halal tersebut. Tidak hanya sampai disana, produk yang sudah jadi juga dijamin dan terintegrasi dengan baik mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, pemasaran, distribusi, dan konsumsi.<sup>7</sup>

Tantangan implementasi selanjutnya berada pada proses distribusi produk atau jasa. Dimana perlakuan selama proses distribusi juga harus dipastikan terjaga sesuai dengan standard sertifikasi halal. Selain itu,

---

<sup>7</sup> Pratiwi Subianto, “Rantai Nilai dan Perspektif Kesadaran Muslim akan Makanan Halal”, *Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMA) Proceeding*, Vol. 2 No. 1, 2018, hal. 144

perhatian tertentu juga harus tetap dipastikan ketika proses pemasaran produk atau jasa. Pengawasan ini mencakup tentang bagaimana produk dan jasa tersebut ditawarkan, dan peletakan produk ketika dipasarkan. Dalam pembahasan yang lebih luas, upaya untuk menjamin keutuhan dan menjaga standard kehalalan produk atau jasa yang diperjualbelikan harus dilakukan dengan sistem keuangan dan akad yang sesuai dengan nilai – nilai syariah.<sup>8</sup>

## **2. Pariwisata Halal**

Pariwisata adalah sektor paling potensial di dunia. Dimana tidak hanya selain sebagai daya tarik bagi wisatawan, menjaga alam juga menjadi sektor utama surplus devisa suatu negara, pembangunan infrastruktur, sentral mobilitas ekonomi, serta menjadi faktor utama meningkatnya pendapatan warga lokal. Selain itu menurut UNWTO Tourism, 2014 pariwisata merupakan sektor terbesar dan paling cepat pertumbuhannya jika dibandingkan dengan sektor lain. Laporan *World Travel & Tourism Council* (WTTC, 2018) juga menyebutkan bahwa salah satu sektor yang memiliki nilai sumbangsih positif tertinggi terhadap perekonomian global adalah pariwisata.

---

<sup>8</sup> Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, *Masterplan...*, hal. 56.

Gambar 6.1

Perkembangan wisatawan muslim dan prediksi tahun 2026



Sumber : Masterplan Ekonomi Syariah 2019-2024

Pada gambar diatas memperlihatkan bagaimana perkembangan jumlah wisatawan baik domestik maupun wisatawan asing muslim berkunjung ke wisata Indonesia, dari tahun 2000 sebesar 25 juta pengunjung sampai tahun 2020 mencapai 158 juta dan prediksi di tahun 2026 mencapai USD 300 Miliar. Secara tidak langsung sektor pariwisata telah berkontribusi terhadap GDP, pertumbuhan ekonomi dan mengurangi pengangguran. Perkembangan pariwisata dan travel ini diiringi dengan perkembangan akses tempat, informasi dan transportasi yang semakin memudahkan para wisatawan baik dalam negeri maupun asing.<sup>9</sup>

Menurut laporan GMTI (2018), ada tujuh faktor yang menjadi sebab pesatnya pertumbuhan di sektor pariwisata halal secara global yaitu,

---

<sup>9</sup> *Ibid.*, hal. 57.

- a. Cepatnya kenaikan pertumbuhan populasi muslim,
- b. Naiknya pendapatan kalangan masyarakat menengah,
- c. Kenaikan generasi muslim milenial,
- d. Kemudahan akses terhadap jasa travel,
- e. Ketersediaan jasa travel untuk keperluan ibadah muslim yang meningkat secara signifikan
- f. travel Ramadhan, dan usaha travel yang semakin meningkat.

Ketujuh faktor tersebut membuat semua negara terdorong untuk fokus pada pengembangan wisata halal didunia. GMTI juga berpebdaoat bahwa perlu difokuskan pada empat hal utama yaitu,

- a. kemudahan akses,
- b. komunikasi,
- c. lingkungan,
- d. dan pelayanan.

Sebagai daya tarik berbagai negara di dunia, Indonesia sudah mengembangkan pariwisata halal mencakup destinasi yang bernilaiakan sejarah islam serta pelayanan ramah muslim seperti hotel yang menyediakan semua perlengkapan sholat lengkap sampai makanan halalnya. Kawasan wisata halal di Indonesia yang berkembang pesat di Nusa Tenggara Barat (NTB) misalnya. Di sana terdapat

kawasan ekonomi khusus (KEK) Mandalika, yang memamerkan keindahan pesisirnya.<sup>10</sup>

### 3. Fasyen Muslim

Bidang Fashion muslim merupakan hal yang menarik bagi *designer* busana dan umat muslim di berbagai negara. Orang muslim pun juga ingin tampil modif dan elegan untuk mempercantik penampilan sehingga meningkatkan rasa kepercayaan diri seseorang. Indonesia sendiri memiliki SDM unggul dalam merancang busana muslim yang tumbuh dan berkembang di negeri ini sampai memiliki komunitas hijab yang mengkonsumsi busana muslim terkini dan terbaru.<sup>11</sup>

Tren ini pun dijadikan sebagai ajang silaturahmi dan melahirkan gagasan-gagasan yang mendukung mode busana muslim dunia dan dijalankan secara *face to face* dan sosial media. Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) mencatat pada tahun 2016, sumbangsih dari industri fesyen terhadap PDB Ekonomi Kreatif mencapai 18,01 persen. Dimana 7,44 persen dari perekonomian di sokong dari kontribusi PDB Ekonomi Kreatif.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> *Ibid.*, hal. 71.

<sup>11</sup> Sri Anafarhanah, “Tren Busana Muslimah Dalam Perspektif Bisnis dan Dakwah”, *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 18 No. 1, 2019, hal. 85

<sup>12</sup> Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, *Masterplan Ekonomi...*, hal. 91

Pada tahun 2014 Indonesia masuk dalam lima besar anggota Organisasi Kerjasama Islam (OKI) dan pada tahun 2015 sebagai pengeksport terbesar keempat setelah Bangladesh, Turki, dan Pakistan. Pangsa pasar mencapai 11,7 persen. Dikutip dari Kementerian Perindustrian, mencatatkan bahwa nilai ekspor untuk industry Fesyen Muslim Indonesia berada di posisi ketiga setelah Bangladesh yakni mencapai USD 7,18 miliar. Dalam data OKI, Indonesia mencatatkan *market share* sebesar 1,6%.<sup>13</sup>

#### **4. Farmasi dan Kosmetik Halal**

Obat-obatan dan kosmetik merupakan kebutuhan yang dibutuhkan semua orang apalagi obat karena semua orang pasti membutuhkan saat sakit. Indonesia sebagai negara yang mayoritas muslim enggan untuk mengkonsumsi obat ataupun kosmetik yang berbahan tidak halal. Hal ini bisa dilihat dari sikap atau respon dari umat muslim tentang vaksin meningitis yang mengandung unsur babi dengan ramai-ramai mereka menolak vaksin tersebut dan sebelum akhirnya disahkan kehalalannya, dimana seorang jamaah muslim harus melakukan vaksinasi sebagai syarat melakukan ibadah umrah dan haji.

---

<sup>13</sup> *Ibid.*, hal. 92

Farmasi dan kosmetik yang berlabelkan halal adalah produk yang terbuat dari bahan baku halal dan dibuat sesuai dengan peraturan syariat Islam, tidak hanya dari segi produk melainkan juga alat yang digunakan tidak menggunakan zat terlarang. Farmasi dan kosmetik halal merupakan produk yang akan dikonsumsi masyarakat luas. Maka dari itu, perlu adanya pengawasan terhadap farmasi dan kosmetik tentang sertifikasi halal, proses produksi produk, serta bahan baku.

Selama kurun waktu 2014-2017, sumbangsih industri farmasi, kimia, dan obat tradisional terhadap PDB mengalami kenaikan. Dimana puncak tertinggi dari kenaikan tersebut mencapai Rp. 11.651,1 miliar pada tahun 2015. Kenaikan industri farmasi, kimia, dan obat tradisional dilatarbelakangi oleh kesadaran masyarakat tentang perawatan kulit serta kesehatan tubuh. Berkat itu, produk kecantikan diproyeksikan tumbuh mencapai 31 persen dengan Asia Pasifik sebagai pemain utamanya. Ada lima kunci utama mengembangkan industri kosmetik global yaitu,

- a. Tren kecantikan dunia,
- b. Inklusifitas kecantikan dan etika di tengah masyarakat global.
- c. Pengalaman dan pemberdayaan.



- d. Mudahnya akses terhadap jasa jual beli produk lewat pasar digital.
- e. Tumbuhnya anggapan produk kosmetik adalah produk premium.

Pertumbuhan industri obat dan kecantikan secara signifikan juga didukung oleh meningkatnya mobilitas masyarakat, tren modern dan seba instan, serta naiknya tingkat stress masyarakat. Kenaikan penjualan pasar digital produk vitamin dan suplemen juga akan terus tumbuh secara signifikan kedepannya. Saat ini, Indonesia menempati peringkat ketiga dalam hal pertumbuhan pasar industry pasar farmasi kosmetik. Hal tersebut dikarenakan indutri farmasi kosmetik akan lebih cepat tumbuh di negara berkembang, dikarenakan pangsa pasar yang masih luas.<sup>14</sup>

#### **D. Program Utama Penguatan Industri Halal**

Semua upaya sudah dilakukan demi mendukung secara optimal perkembangan indutri halal di Indonesia. Kementerian Perindustrian (Kemenperin) mendorong segala kegiatan manufaktur untuk industri halal agar mampu bersaing dengan negara lain. Menteri Perindustrian (Menperin) Agus Gumiwang Katasamita memaparkan bahwa Berdasarkan *The*

---

<sup>14</sup> *Ibid.*, hal. 129.

*State of Global Islamic Economy (GIE)* memperkirakan bahwa pengeluaran makanan dan gaya hidup halal muslim dunia diperkirakan akan terus berkembang mencapai 3,2 triliun dollar AS pada tahun 2024.<sup>15</sup>

Pertumbuhan populasi penduduk muslim dunia juga menjadi salah satu faktor pertumbuhan konsumsi produk halal. Dan akan masih terus tumbuh mencapai 27,5% dari total populasi dunia pada tahun 2030. Dimana pertumbuhan populasi tersebut juga akan memicu kenaikan permintaan akan produk dan jasa halal serta menjadi peluang yang cukup besar bagi industry halal.<sup>16</sup> Direktur Eksekutif Komite Nasional dan Keuangan Syariah Ventje Rahardjo memaparkan ada 8 program utama dalam menangkap momentum pertumbuhan industri halal di tingkat nasional maupun global diantaranya yaitu,

- a. Pembangunan zona pada industri dan Kawasan Industri halal atau KIH
- b. Sertifikasi halal pada produk-produk ekspor
- c. Pengembangan halal hub spot baik dalam laut atau udara
- d. Pendirian pemeriksa halal nasional atau LPH Nasional

---

<sup>15</sup> Kementerian Perindustrian, “Upaya Kemenperin Wujudkan Indonesia Jadi Pemain Andal di Industri Halal” dalam <https://kemenperin.go.id/artikel/22084/Upaya-Kemenperin-Wujudkan-Indonesia-Jadi-Pemain-Andal-di-Industri-Halal>, diakses pada 3 Februari 2021

<sup>16</sup> Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, *Masterplan Ekonomi...*, hal. 419.

- e. Pengembangan pariwisata ramah muslim
- f. Pengembangan industri Kesehatan syariah
- g. Modernisasi rumah potong hewan halal
- h. Implementasi program pembinaan kesiapan usaha menengah menuju sertifikasi halal

Kedelapan program tersebut menurutnya bisa dijalankan dengan system informasi yang didukung secara digitalisasi terkait produk sampai perdagangannya di Indonesia.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Muhammad Hendartyo, “Ini 8 Program Utama KNEKS Tingkatkan Industri Halal”, dalam <https://bisnis.tempo.co/read/1430517/ini-8-program-kerja-utama-kneks-tingkatkan-industri-halal>, diakses pada 4 April 2021