

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1 Kesimpulan**

Beberapa dekade belakangan, industri makanan halal merupakan lahan ekonomi yang sangat besar. Adanya permintaan yang tinggi membuat sejumlah negara baik Muslim maupun non-Muslim berlomba-lomba untuk bersaing di dalam industri ini. Walaupun dengan populasi Muslim di bawah 1%, dewasa ini pemerintah Korea Selatan mulai memberikan perhatian pada pengembangan makanan halal. Kebijakan ini dibuat untuk mempertahankan eksistensi Korea Selatan dalam perekonomian global, terutama di pasar halal global.

Di samping bantuan *Korean Wave* yang membantu mengglobalkan produk-produk Korea Selatan, hal yang berbeda berlaku dalam pasar halal global. Tidak hanya eksistensi dalam pasar global, namun konsumen makanan halal tidak bisa melewatkan adanya sertifikasi halal pada produk tersebut. Korea Selatan sebenarnya telah memiliki badan sertifikasi halal sendiri yakni KMF (*Korea Muslim Federation*) dan cukup lama melakukan ekspor makanan halal, namun KMF belum secara luas diakui masyarakat internasional. Sejauh ini, hanya Malaysia dan Singapura yang mengakui standarisasi halal KMF dan menerima ekspor makanan halal berlabel KMF dari Korea Selatan. Keadaan ini kemudian menimbulkan hambatan dan kesulitan bagi perusahaan-perusahaan di Korea Selatan untuk melakukan ekspansi ekspor.

Maka dari itu, untuk mendukung sertifikasi halal pada produk-produk makanan Korea Selatan, pada tahun 2015 pemerintah mengeluarkan kebijakan *Halal Food Market Activation Policy*. Dalam kebijakan ini pemerintah menargetkan beberapa tujuan diantaranya mengenai pertumbuhan industri, penggiatan ekspor, dan distribusi makanan halal. Di dalam kebijakan tersebut, *cross certification* merupakan salah satu upaya untuk mendukung sertifikasi produk-produk makanan halal. Dengan adanya *cross certification* atau disebut juga kesetaraan halal, Korea Selatan dapat mendistribusikan semua makanan yang berlabel halal tanpa ada pembatasan. Pemerintah Korea Selatan terhitung melakukan kebijakan *cross certification* dengan JAKIM, MUIS, LPPOM-MUI, dan ESMA. Namun, hingga penelitian ini ditulis, hanya JAKIM dan MUIS yang sepakat untuk melakukan kesetaraan halal dengan KMF.

Dalam penelitian ini, utamanya berfokus pada upaya *cross certification* antara Korea Selatan dengan ESMA UAE. Keputusan/ kebijakan ini kemudian dijelaskan bahwa terdapat kepentingan nasional dan *rational choice* sebagai sebuah negara, serta terdapat pula faktor-faktor lain yang mempengaruhi pengambilan keputusan tersebut.

Dikaji dari sisi kepentingan nasional, kebijakan ini adalah bentuk manifestasi daripada strategi ekonomi Korea Selatan untuk berkompetisi dalam pasar makanan halal terutama di UEA dan kawasan di sekitarnya. Meskipun secara geografis kedua negara terpaut jarak yang sangat jauh, pasar makanan halal UEA nyatanya cukup menguntungkan bagi Korea Selatan. Bila menurut Krugman jarak negara yang jauh akan pula berpengaruh pada biaya transportasi dan penurunan

penjualan, aktivitas ekspor ke UEA dianggap efisien. Walaupun biaya transportasi lebih besar serta biaya sertifikasi perlu ditambahkan, bagaimanapun pasar UEA adalah pasar yang sangat besar.

Dengan tercapainya kesetaraan halal dengan UEA, Korea Selatan dapat meningkatkan perekonomian melalui ekspor. Hal ini dapat dijelaskan melalui dua alasan. Pertama, dengan fakta bahwa UEA merupakan negara yang mengimpor 80% produk makanannya. Tidak hanya itu, UEA juga merupakan pusat dari kegiatan re-ekspor di Kawasan MENA dan GCC. Apabila UEA menyetujui kesetaraan halal dengan Korea Selatan, tentu perusahaan Korea dapat mendistribusikan produk makanan dalam jumlah yang lebih banyak.

Alasan kedua adalah *prestige* dari ESMA di Kawasan Timur Tengah dan kawasan di sekitarnya seperti Kawasan Afrika Utara dan negara-negara GCC. Beberapa tahun belakangan, standarisasi ESMA didaulat menjadi standarisasi paling unggul di kawasan ini. Terhitung beberapa negara di kawasan tersebut hingga sejumlah negara di Eropa mengakui standarisasi dari ESMA. Bahkan menurut Thomson & Reuters, UEA menjadi negara dengan indikator makanan halal terbaik di dunia pada tahun 2015. Apabila produk makanan Korea dengan standarisasi ESMA meningkat, tidak hanya pasar UEA saja yang dapat disasar, namun juga beberapa negara di sekitarnya.

Selain didukung kedua konsep tersebut, kebijakan Korea Selatan ini juga dapat dikaji dengan teori pengambilan keputusan yang didaulat oleh Coplin. Melalui analisis ini, dapat dilihat bahwa adanya kebijakan ini didorong oleh

beberapa faktor baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Dari segi politik domestik, utamanya kebijakan ini muncul sebagai akibat dari eksistensi *bureaucratic influencer* yakni organisasi di dalam lembaga eksekutif pemerintah yang membantu menyusun serta melaksanakan kebijakan. Yang di mana dalam kasus ini *policy influencer* dari *cross certification* adalah MAFRA dan organisasi lain yang berhubungan yang mendukung penuh kebijakan tersebut. Selain itu hal ini di dukung oleh perekonomian Korea Selatan yang *export-led* sejak dahulu, sehingga pemerintah menganggap Korea sudah siap untuk mengembangkan industri makanan halal berbasis ekspor. Sedangkan dari faktor eksternal, telah jelas bahwa keadaan dan potensial pasar pangan halal global menjadi alasan utama dibuatnya kebijakan.

Dari pemaparan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kebijakan ini digunakan Korea Selatan untuk meningkatkan peluang ekonomi Korea di UEA dan Kawasan Timur Tengah. Dengan dicapainya kesetaraan halal, maka produk-produk makanan yang tersertifikasi halal dapat masuk dengan mudah ke UEA dan negara-negara di sekitarnya. Dari data-data dan analisis yang telah dilakukan peneliti dalam penelitian ini, serta *findings* setelah analisis penelitian, hipotesis penelitian yang diuji dapat dibuktikan dengan benar.

#### **4.2 Saran**

Pasar makanan halal global merupakan lahan ekonomi yang sangat potensial. Tidak hanya populasi Muslim yang terus bertumbuh dengan cepat, permintaan terhadap makanan halal beberapa tahun belakangan juga muncul dari

konsumen non-Muslim. Namun keadaan ini belum diimbangi dengan adanya standar halal global, yang dapat diakui oleh semua negara di dunia. Non-eksistensi dari standar global inilah yang kemudian mempersulit suatu negara, terutama bagi negara dengan badan sertifikasi halal yang belum *well-known* dan dapat di terima di beberapa negara saja.

Korea Selatan merupakan salah satu negara yang mengalami beberapa kesulitan dalam mengekspor produk-produk halal terutama produk makanan. Hal ini disebabkan oleh terbatasnya pengakuan negara lain terhadap KMF. Keadaan ini tentu membatasi gerak ekspor suatu negara, terlebih negara yang mampu dan memiliki daya saing dalam kegiatan ekspor seperti Korea Selatan.

Peneliti melihat upaya Korea Selatan dalam melakukan kesetaraan halal merupakan upaya yang sangat baik dalam meningkatkan perekonomian negara. Di samping pasar dalam negeri yang belum begitu besar, pasar internasional merupakan lahan yang menjanjikan bagi industri makanan halal di Korea Selatan. Di dalam negeri, karena populasi Muslim hanya merepresentasikan kurang dari 1% populasi total, ekspor merupakan cara terbaik. Selain itu, di dalam negeri juga masih terdapat paradoks Islamophobia yang cukup menghambat industri makanan halal.

Saran yang ditawarkan peneliti adalah untuk menyeimbangkan pendekatan pemasaran dalam negeri dan luar negeri. Selain upaya untuk menjangkau pasar internasional, Korea Selatan perlu melakukan beberapa upaya di dalam negeri. Diantaranya adalah sosialisasi (*awareness*) produk-produk halal kepada warga

negara Korea yang belum cukup diperkenalkan pada makanan halal secara baik. Dengan begitu, dapat membantu berjalannya kebijakan sekaligus meningkatkan *brand values* serta standarisasi KMF agar dapat diterima di lebih banyak negara.