

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang Masalah

Penelitian ini merupakan pengembangan dan keberlanjutan roadmap penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan implementasi kebijakan pangan halal. Berdasarkan temuan pada penelitian tersebut, bahwa kompetensi Indonesia pada pangan halal pada perdagangan internasional dapat dikatakan belum maksimal, terutama pada market based view (MBV) adalah stagnan sebagaimana pada table dibawah berikut :

A = Persentase produk pangan halal Indonesia di Dunia (Indonesia sebagai eksportir pangan halal = pada posisi ke -11 sejumlah 3 % (0,03)

B = Konsumen pangan halal Indonesia = secara kasar merupakan jumlah muslim Indonesia = (jumlah penduduk Indonesia = 256.603.197 . Jumlah muslim adalah 85% dari penduduk Indonesia, maka sekitar 0,03 (3%)

Sedangkan disisi lain, berdasarkan hasil analisa resources based view (RBV), data yang dapat dianalisa adalah ;

C Kebutuhan pangan halal Indonesia → 157 milyar US\$¹

D Impor pangan halal Indonesia → 14,3 milyar US\$

Maka E adalah pemenuhan pangan halal dari domestik/lokal. Hal ini dengan asumsi bahwa kebutuhan pangan halal Indonesia dapat terpenuhi baik secara

¹ <https://tirto.id/pasar-halal-indonesia-9dH> diakses pada 1 November 2017 pukul 17.23 WIB

impor maupun ekspor. Jika; $D > E$ = tidak kompetitif dan $D < E$ = kompetitif, maka dari $C - D = E \rightarrow 157 \text{ milyar US\$} - 14,3 \text{ US\$} = 142,7 \text{ US\$}$, **Dengan demikian $D < E$; yang berarti kompetitif.** ² Maka, Indonesia memiliki kompetensi Indonesia sebagai Negara multicultural dan agraris memiliki sumberdaya kompetitif. Berdasarkan hal tersebut, maka salah satu hal yang perlu diupayakan Indonesia untuk dapat meningkatkan kompetensi pangan halal Indonesia pada perdagangan internasional adalah dengan menggunakan strategi diplomasi.

Diplomasi pada dasarnya merupakan perwujudan dari pelaksanaan kepentingan nasional Negara. Secara konvensional, pengertian diplomasi adalah sebagai usaha suatu negara di kalangan masyarakat Internasional.³ Definisi tersebut juga mempunyai persamaan substansi dengan pendapat KM Pannikar dalam bukunya *The Principle and Practice Diplomacy* yang menyatakan diplomasi dalam hubungannya dengan politik Internasional adalah seni mengedepankan kepentingan suatu negara dalam hubungannya dengan negara lain.⁴ Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, merupakan faktor yang sangat penting dan berpengaruh terhadap perkembangan diplomasi. Kecepatan dan kemudahan transportasi dan komunikasi telah mengurangi peranan diplomat. Perkembangan media elektronik dan teknologi informasi telah mengurangi pentingnya diplomat dalam mengumpulkan informasi, dan dalam kecepatan pengambil keputusan bereaksi secara segera terhadap peristiwa internasional melalui saluran diplomasi tradisional.⁵ Perkembangan ini pula yang mendorong adanya diplomasi publik.

Menurut *Library of Congress study of U.S International and Cultural Programs and Activities prepared for the Committee on Foreign Relations of the*

² Arin Fithriana, Laporan Penelitian Pelaksanaan Kebijakan Pangan Halal Indonesia Untuk Meningkatkan Daya Saing Indonesia, Universitas Budi Luhur November 2017, hal. 50

³KJ Holsti, *International politics, A Framework for Analysis*, Prentice Hall of India, NewDelhi, Third Edition, p.82-8

⁴SL Roy, *Diplomacy*, terjemahan Harwanto & Mirsawati, Rajawali Press, Jakarta, 1991, p.3

⁵Carlsnaes, Walter, et al. (ed). 2002. *Handbook of International Relations*. London: Sage Publications. Hal. 215-217

U.S Senate, istilah diplomasi publik digunakan pertama kali tahun 1965 oleh Edmund Gullion dari *Fletcher School of Law and Diplomacy at Tufts University* digunakan dalam rangka pendirian *Fletcher of the Edward R. Murrow Center of Public Diplomacy*. Dalam katalog *Fletcher School of Tufts University*, diplomasi publik didefinisikan sebagai “*cause “and effect of public attitudes and opinions which influence the formulation and execution of foreign policy.”*”⁶ Penyelenggaraan diplomasi didasarkan kepada perkembangan teori diplomasi yang sejalan dengan perkembangan sejarah penyelenggaraan diplomasi. Istilah diplomasi publik menurut Dean Edmund Gullion dari *Fletcher School of Law Diplomacy, Universitas Tufts, Amerika Serikat*, pada tahun 1965 bahwasannya:

*“By public diplomacy we understand the means by which governments, private groups and individuals influence the attitudes and opinions of other peoples and governments in such a way as to exercise influence on their foreign policy decisions”.*⁷

Berdasarkan dengan semua definisi yang di atas, dapat dikatakan bahwa diplomasi publik merupakan komunikasi pemerintah dengan publik yang berfungsi untuk mempromosikan kepentingan nasional melalui pemahaman, menginformasikan, dan mempengaruhi publik di luar negeri melalui pemerintah dan publik sebagai aktornya.

Dalam diplomasi publik, praktek pertama yang perlu dilakukan sebuah negara adalah *nation branding* atau memberi negaranya sebuah ‘merek’ dalam rangka mempromosikannya dengan cara yang lebih baik dan mudah. *Brand* atau ‘merek’ ini biasanya merepresentasikan sesuatu yang spesifik dan khas dari negara tersebut, baik dalam bentuk produk, motto, gambar, atau secara sederhana dengan konsep dan ide. Simon Anholt mendeskripsikan *nation branding* ini sebagai pendekatan kebijakan strategis yang dirancang untuk menciptakan sebuah

⁶Hansen, Allen C. 1984. *Public Diplomacy in the Computer Age*. New York: Praeger Special Studies, Praeger Scientific. Hal. 2-5

⁷ Edward R. Murrow Center for The Study and Advancement of Public Diplomacy, Difinitions of Public Diplomacy, The Fletcher School, Tufts University, Massachusetts

jenis kekuatan yang pada akhirnya bisa memberikan negara yang bersangkutan mempunyai reputasi yang lebih baik dari sebelum adanya *brand* tersebut.

Pada perkembangannya pelaku diplomasi tidak hanya dilakukan secara resmi oleh pemerintah, namun juga melibatkan aktor lain untuk turut mendukung pencapaian kepentingan nasional. Kepentingan nasional dalam hal ini adalah sebagaimana dalam pembukaan UUD 1945 negara melindungi segenap bangsa dan seluruh tumpah darah Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa dan ikut serta melaksanakan ketertiban dunia. Berkaitan dengan tujuan tersebut, maka pengembangan industri pangan merupakan bagian dari kepentingan kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Pelaku industri pangan dalam hal ini sebagai bagian dari aktor non negara yang dapat berperan dalam diplomasi publik. Industri pangan, termasuk pangan halal merupakan bagian dari industri yang berperan dalam pembangunan Indonesia. Hal ini karena pangan merupakan kebutuhan pokok masyarakat dan hal penting disini bahwa Indonesia merupakan kelompok mayoritas Indonesia, sehingga kedua hal ini saling berkaitan. Karena pangan sebagai kebutuhan pokok, maka pengembangan industri pangan menjadi signifikan. Hal ini sejalan dengan pemikiran Mohamad Bisri, industri pangan bisa mempercepat pembangunan Indonesia karena ada beberapa faktor, yaitu⁸ :

1. Pangan adalah suatu hal yg sangat krusial, kebutuhan primer dari setiap bangsa. Maka dari itu, pemerintah harus sangat memperhatikan masalah ini.
2. Secara teoretis, suatu peradaban bisa berkembang jika memiliki suatu instrument of expansion (Carroll Quigley). Dari sini dapat dilihat bahwa Indonesia sebagai negara agricultural mempunyai keunggulan sebagai instrument pengembangan industri pangan.

⁸<http://bkp.pertanian.go.id/bkp-sumsel/tinymcepuk/gambar/file/Industri%20Pangan%20-%20Sebuah%20Pendapat%20dari%20Warga%20Negara%20Indonesia.pdf>

3. Industri pangan merupakan hal yang paling feasible untuk dikembangkan lebih lanjut sebagaimana pernah dilakukan oleh Presiden Soeharto.
4. Pengembangan industri pangan membutuhkan biaya yang relatif tidak terlalu besar. Indonesia dapat melakukan kerjasama dengan negara dalam teknologi pertanian dan teknologi pangan, disamping lahan pertanian yang cukup luas.
5. Indonesia memiliki pengalaman dalam pengembangan industri pangan, khususnya di sektor pertanian

Produk halal, terutama makanan dan minuman yang bersertifikat halal, saat ini menjadi produk yang banyak dicari konsumen. Keadaan ini terjadi bukan hanya berkaitan dengan besarnya jumlah masyarakat muslim dunia, namun juga dengan adanya kesadaran konsumen dan produsen terhadap produk halal. Menurut Che-Man, seorang pakar kajian produk halal, konsep halal dapat dipandang dari dua perspektif.⁹ Pertama perspektif agama yaitu sebagai hukum makanan sehingga konsumen muslim mendapat hak untuk mengkonsumsi makanan sesuai keyakinannya. Kedua, perspektif industri, dimana konsep halal ini merupakan suatu peluang bisnis. Bagi industri pangan yang sebagian besar target konsumennya adalah muslim, jaminan kehalalan produk akan meningkatkan *intangible value*. Produk pangan yang kemasannya tercantum label halal akan meningkatkan daya tarik bagi konsumen muslim.

Serangkaian hal tersebut secara umum sesuai dengan standar yang berlaku global, terutama pada *codex alimentarius*. *Codex Alimentarius* merupakan standar global tentang pedoman memproduksi dan mengelola produk pangan dalam perdagangan internasional yang telah disepakati bersama berdasarkan standar FAO, WHO dan beberapa lembaga internasional yang berkaitan dengan produk pangan dalam perdagangan internasional seperti FDA dan WTO. Secara langsung, ketika suatu produk dinyatakan halal dengan sertifikat halal, maka tentu sudah

⁹Lady Yulia. (2015). *Halal lifestyle makin mendunia*, Makalah Islam (tidak diterbitkan), Padang: Universitas Andalas. Hal. 1

sesuai dengan standar *codex alimentarius* tersebut. Oleh karena itu beberapa Negara berusaha untuk mengembangkan produk halal dan membentuk badan sertifikasi halal untuk memudahkan pengelolaan dan pemasaran produk pada perdagangan internasional.

Kebutuhan akan produk halal cukup besar yang bukan hanya monopoli kelompok muslim. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, beberapa Negara dengan komunitas muslim memiliki badan sertifikasi halal tersendiri. Namun dengan adanya kebutuhan standar dalam perdagangan internasional, beberapa negara dengan minoritas muslim juga membentuk badan sertifikasi halal, seperti Thailand dengan CICOT (*Central Islamic Committe of Thailand*), Singapura, Majelis Ugama Islam Singapura (MUIS), Malaysia, Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM), Brunei Darussalaam, Bahagian Kawalan Makanan Halal (BKMH), Piliphina, *Office on Muslim Affairs* (OMA), Jepang, *Islamic Cultural Center Kyushu* (ICCKyu), Taiwan, *Taiwan Halal Integrity Development Association* (THIDA), dan India, *Jamiat Ulama E Maharashtra* (JUM).¹⁰ Adanya kesesuaian ketentuan halal dan *codex* mendorong beberapa negara mengembangkan badan sertifikasi halal. Sehingga dapat dikatakan disini bahwa pengembangan produk halal mulai ada pergeseran bukan hanya sekedar gaya hidup, tetapi juga sebagai sebuah kebutuhan. Hal ini karena kebutuhan akan produk halal menjadi bagian dari keunggulan kompetitif pada perdagangan internasional. Penggunaan produk halal secara otomatis menjadi bagian dari kebutuhan dan bukan hanya sekedar gaya hidup. Kondisi ini yang kemudian menjadi persaingan antar pelaku ekonomi, terutama pada industri pangan. Keberadaan lembaga sertifikasi halal suatu negara menjadi kekuatan negara tersebut dalam mengembangkan industri pangan halal. karena dengan lembaga sertifikasi yang akan mengontrol dan menjamin produk yang dihasilkan dari industri pangan lebih kompetitif. Tentunya suatu negara akan mendahulukan dan melindungi produk dalam negeri.

¹⁰ 9 lembaga sertifikasi halal yang diakui Asia yang diakui LPPOM MUI <https://food.detik.com/read/2015/01/02/124822/2792446/901/2/9-lembaga-sertifikasi-halal-asia-yang-diakui-lppom-mui>

1.2 Permasalahan

Indonesia sebagai muslim mayoritas, agraris dan telah memiliki lembaga sertifikasi sendiri, idealnya produk industri pangan halal Indonesia mampu menguasai pasar pangan halal internasional dan kompetitif. Namun realitas menunjukkan bahwa Indonesia masih harus bekerja keras dalam pengembangan industri pangan halalnya. Oleh karena itu Penelitian ini akan menfokuskan pada publik diplomasi dalam pengembangan industry pangan halal Indonesia. Sebagaimana dikatakan bahwa penelitian ini merupakan keberlanjutan penelitian sebelumnya, maka pada akhirnya bertujuan untuk meningkatkan daya saing bangsa Indonesia terutama pada industry pangan halal. Fokus ini didasarkan pada kondisi normatif dan realitas diatas bahwa disatu sisi Indonesia, sebagaimana hasil penelitian sebelumnya bahwa dalam resources based view (rbv), menunjukkan realitas bahwa memiliki sumber daya alam atau raw material bahan pangan terutama pangan halal. Ditambah lagi dengan jumlah mayoritas muslim Indonesia, pemerintah menjamin dengan sertifikasi pangan halal. Sehingga secara normative dengan kondisi ini selayaknya Indonesia mampu menguasai pasar halal internasional. Namun realitasnya pasar Indonesia pada pangan halal belum kompetitif atau dapat dikatakan stagnan. Berdasarkan temuan dan melihat adanya gap normative dan realitas, maka salah satu upaya untuk meningkatkan kompetensi tersebut adalah melalui diplomasi, salah satunya diplomasi publik. Melalui diplomasi, diharapkan dapat meningkatkan peluang dan potensi pasar yang disesuaikan dengan ketentuan internasional. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka pertanyaan penelitian sebagai berikut: “bagaimana diplomasi public dalam pengembangan industry pangan halal Indonesia?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui tentang kepentingan nasional Indonesia dan pengembangan industry pangan halal

2. Mengetahui tentang diplomasi public Indonesia
3. Menjelaskan diplomasi public dalam pengembangan industry pangan halal Indonesia

1.4 Luaran Penelitian

Hasil penelitian ini akan dipublikasikan dalam jurnal ilmiah internasional Studi Islamika atau jurnal ilmiah nasional yang dikelola oleh Program Studi Ilmu Hubungan Internasional. Selain itu penelitian ini juga direncanakan akan telah dipresentasikan dalam seminar atau konferensi nasional / internasional Pada akhirnya penelitian ini diharapkan menjadi bagian dari pengayaan bahan ajar dalam materi perkuliahan pada Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, pada mata kuliah Perencanaan Strategis, Ekonomi Politik Internasional, Isu-Isu Global Masa Kini, Diplomasi dan Politik Luar Negeri Indonesia

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka berkaitan dengan alur pemikiran dalam menjawab permasalahan penelitian. Beberapa penelitian dan kajian terdahulu yang berkaitan dengan kebijakan pangan halal Indonesia menjadi referensi dan pengembangan dalam penelitian ini. Pada Industri pangan, Indonesia sebagaimana visi industri pangan diharapkan kemandiriannya. Hal ini dibahas oleh Purwiyanto Hariyadi¹¹ bahwa karena pangan merupakan hal yang primer, maka pengembangan industri pangan merupakan hal yang primer pula demi mendukung kedaulatan pangan. Berdasarkan pandangan ini, maka fokus penelitian pada pengembangan industri pangan menjadi relevan. Bahwa pengembangan industri juga membutuhkan kerjasama banyak pihak, termasuk negara lain dalam hal ini juga berkaitan dengan upaya mempengaruhi aktor lain, maka salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan diplomasi publik. Hal ini juga sejalan dengan pemikiran Praktik diplomasi publik melalui makanan atau kuliner dibangun diatas asumsi yang pertama kali diungkapkan oleh Paul Rockower dengan konsep gastro diplomasi yang tadi peneliti telah jelaskan yakni, *'The best way to win hearts and mind is through the stomach'*. Atau cara terbaru memenangkan hati dan pikiran adalah melalui perut.¹² Sehingga untuk memenangkan perut salah satunya dipenuhi dengan pengembangan industri pangan yang kompetitif. Hal yang perlu dicatat bahwa pangan halal telah menjadi perhatian tersendiri dalam perdagangan internasional. Ketentuannya sudah termaktub dalam codex alimentarius. pemenuhan ketentuan halal terlebih dahulu memenuhi ketentuan kesehatan dan keamanan pangan. Dengan demikian, jika pangan tersebut sudah mendapatkan sertifikat halal, maka akan mudah diterima dalam perdagangan internasional. Kondisi inilah yang harus diperhatikan oleh industri pangan halal Indonesia.

¹¹https://www.researchgate.net/profile/Purwiyatno_Hariyadi2?enrichId=rgreq-256d4055d1886e22ea1c08afc4c8ac01-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzIOTcwODc3MTtBUzoxNzYxNjg5Mzg1MTY0ODBA MTQxOTAxMzM1NjMwNg%3D%3D&el=1_x_10&_esc=publicationCoverPdf

¹²Paul S. Rockower. 2011. *Projecting Taiwan :Taiwan's Public Diplomacy Outreach*. Institute of International Relations, National Chengchi University, Taipei, Taiwan : Issues and Studies vol. 47 Maret 2011. hal. 107-152

2.1. Kepentingan Nasional

Pada kepentingan nasional, peran negara sebagai aktor yang mengambil keputusan dan memerankan peranan penting dalam pergaulan internasional berpengaruh bagi masyarakat dalam negerinya. Kepentingan ini dapat dilihat dari kondisi internalnya, baik dari kondisi politik-ekonomi, militer, dan sosial-budaya. Kepentingan juga didasari akan suatu power¹³ yang ingin diciptakan sehingga negara dapat memberikan dampak langsung bagi pertimbangan negara agar mendapat pengakuan dunia. Menurut Hans J. Morgenthau dalam "The Concept of Interest defined in Terms of power", konsep kepentingan nasional yang didefinisikan dalam istilah "power" menurut Morgenthau berada di antara nalar, akal atau alasan yang berusaha untuk memahami politik internasional dengan fakta-fakta yang harus dimengerti dan dipahami, dengan kata lain power merupakan instrumen penting untuk mencapai kepentingan nasional. Hal tersebut berarti saat negara ingin melakukan kerjasama dapat melihat kondisi dari keunggulan-keunggulan Negara tersebut yang kemudian dapat menjadi pertimbangan. Adanya kepentingan nasional memberikan gambaran bahwa terdapat aspek-aspek yang menjadi identitas dari negara. Hal tersebut dapat dilihat dari sejauh mana fokus negara dalam memenuhi target pencapaian demi kelangsungan bangsanya. Berdasarkan identitas yang diciptakan dapat dirumuskan apa yang menjadi target dalam waktu dekat, bersifat sementara ataupun juga demi kelangsungan jangka panjang. Hal demikian juga seiring dengan seberapa penting identitas tersebut apakah sangat penting maupun sebagai hal yang tidak terlalu penting.

Menurut Charles dan Abdul Said, mendefinisikan bahwa kepentingan nasional merupakan suatu tindakan yang diaplikasikan dari perencanaan jangka panjang dan dilakukan oleh setiap negara dengan memperlakukan setiap mitra kerjasamanya secara berlanjut. Hal ini, ditunjang dengan terus mengupayakan hubungan tersebut tetap berjalan baik dalam jangka waktu yang lama dan dapat

¹³ Aleksius Jemadu. (2008). Politik Global Dalam Teori dan Politik, Yogyakarta: Graha Ilmu. Hal. 67

meyakinkan negara mitra untuk mempertahankan kerjasama tersebut sehingga dapat menguntungkan masing-masing kepentingan setiap negara menuju target yang diinginkan.¹⁴

Hans Morghentau dalam Mochtar Mas'oe'd menjelaskan kepentingan nasional pada dasarnya dibangun dari dua elemen, yang pertama didasarkan pada pemenuhan kebutuhan sendiri dan yang kedua mempertimbangkan berbagai kondisi lingkungan strategis disekitarnya. Melihat dari pengertian kepentingan nasional menurut Morghentau, maka makna dari kepentingan nasional itu sendiri adalah kelangsungan hidup. Syarat minimum suatu negara adalah kemampuan untuk melindungi identitas fisik, politik, dan kulturalnya dari gangguan negara lain.¹⁵

2.2. Diplomasi Publik

Brian White mengatakan bahwa diplomasi merupakan suatu istilah yang memiliki pengertian berbeda bergantung dari pengguna dan penggunaannya.¹⁶ Dalam dunia politik, diplomasi mengacu pada proses komunikasi antara aktor-aktor internasional yang berusaha untuk menyelesaikan konflik melalui proses negosiasi. Diplomasi yang sangat erat dihubungkan dengan hubungan antar negara juga dapat diartikan sebagai seni mengedepankan kepentingan suatu negara melalui negosiasi dengan cara-cara damai apabila mungkin.¹⁸ Dari beberapa definisi berbeda yang diberikan para pakar mengenai diplomasi, penulis dapat menyimpulkan bahwa diplomasi merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh aktor hubungan internasional, khususnya negara, dalam bernegosiasi secara damai dengan aktor lain untuk mencapai kepentingannya. Berbicara mengenai

¹⁴ A. Vandana, (1996), *Theory of International Politics*. Chris Church College: Kampus University. hal. 131

¹⁵ Theodore A.C & James H.W, (1999), *Pengantar Hubungan Internasional: Keadilan dan Power*. Bandung: CV. Putra A Bardin

¹⁶ Brian White, (2005), "Diplomacy" dalam Baylis, John dan Steve Smith (eds.). *The Globalization of World Politics: An Introduction to International Politics*, Oxford: Oxford University Press, [Chapter 17]. ¹⁸ S.L Roy, (1995), *Diplomasi*, Jakarta: PT. Grafindo Raja Perkasa, hal. 29

diplomasi yang secara umum dipandang sebagai hubungan antar negara, tentu memiliki keterkaitan erat dengan politik luar negeri suatu negara.

Politik Luar Negeri adalah kebijakan, sikap, dan langkah Pemerintah Republik Indonesia yang diambil dalam melakukan hubungan dengan negara lain, organisasi internasional, dan subyek hukum internasional lainnya dalam rangka menghadapi masalah internasional guna mencapai tujuan/kepentingan nasional.¹⁷ Diplomasi dan politik luar negeri memiliki tujuan yang sama untuk melindungi dan memajukan kepentingan negara. Hal tersebut menunjukkan bahwa keduanya memiliki fungsi yang sama. Namun apabila diteliti lebih lanjut, terdapat beberapa perbedaan mendasar di antara keduanya. Politik luar negeri memiliki makna sebagai proses identifikasi dan penilaian terhadap kemampuan dan kehendak diri suatu negara serta tujuan yang ingin dicapai, sedangkan diplomasi merupakan metode efektif yang dapat dipakai untuk mencapai tujuan politik luar negeri yang dirumuskan secara prinsipil oleh suatu negara dan untuk menciptakan kesesuaian dan mendamaikan perbedaan-perbedaan yang ada pada tujuan politik luar negeri yang dimiliki tiap-tiap negara.¹⁸ Kepentingan nasional dijelaskan oleh Holsti sebagai salah satu faktor terpenting dan mendasar yang mendorong sebuah negara melakukan interaksi dengan aktor-aktor hubungan internasional.¹⁹

Secara konvensional, pengertian diplomasi adalah sebagai usaha suatu negara di kalangan masyarakat Internasional.²⁰ Definisi tersebut juga mempunyai persamaan substansi dengan pendapat KM Pannikar dalam bukunya *The Principle and Practice Diplomacy* yang menyatakan diplomasi dalam hubungannya dengan politik Internasional adalah seni mengedepankan kepentingan suatu negara dalam hubungannya dengan negara lain.²¹

¹⁷ Indonesia, (1999), Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 37 Tahun 1999 Tentang Hubungan Luar Negeri.

¹⁸ S.L Roy, (1995), Op.Cit.

¹⁹ K.J. Holsti, (1987), *Politik Internasional, Suatu Kerangka Analistis* (terjemahan Wawan Djuanda), Bandung: Bina Cipta Press.

²⁰KJ Holsti, *Internationals politics, A Framework for Analysis*, Prentice Hall of India, NewDelhi, Third Edition, p.82-8

²¹SL Roy, *Diplomacy*, terjemahan Harwanto & Mirsawati, Rajawali Press, Jakarta, 1991,p.3

Dalam Oxford Dictionary, diplomasi didefinisikan sebagai '*The Management of International Relations by Negotiations*'. Batasan ini memberi pengertian bahwa diplomasi merupakan sebuah proses, yaitu pengelolaan hubungan antar negara melalui perundingan-perundingan. Dikatakan proses karena manajemen mencakup proses perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*directing*), pelaksanaan (*executing*) dan evaluasi. Untuk menciptakan peningkatan kerjasama perdagangan internasional diperlukan sarana diplomasi yang bertumpu pada kerjasama tingkat multilateral, regional dan bilateral karena diplomasi merupakan teori dalam hubungan internasional dalam penyelesaian masalah sehingga dapat tercipta kesepakatan. Diplomasi biasa dipakai oleh suatu negara untuk mengejar kepentingan nasionalnya.²²

Seiring dengan perkembangannya, diplomasi juga telah berevolusi dan berkolaborasi dengan instrument-instrumen baru dengan tujuan untuk menciptakan efektivitas dalam implementasinya mengenai perkembangan dalam tatanan internasional (*international order*) antara lain dikemukakan Jonsson tentang penambahan jumlah dan tipe aktor internasional dengan perluasan agenda diplomasi. Diplomasi kembali dimodifikasi dengan metode-metode yang lebih spesifik sehingga proses diplomasi dapat dilaksanakan secara menyeluruh dan total. Begitu banyak istilah-istilah diplomasi yang muncul, seperti *Cultural Diplomacy*, *Public Diplomacy*, *Culinary Diplomacy*, *Multi-Track Diplomacy* dan lain sebagainya.²³

Pada diplomasi public berkaitan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, faktor yang sangat penting yang berpengaruh terhadap perkembangan diplomasi adalah revolusi di bidang teknologi komunikasi dan transportasi. Kecepatan dan kemudahan transportasi dan komunikasi telah mengurangi peranan diplomat. Perkembangan media elektronik dan teknologi informasi telah mengurangi pentingnya diplomat dalam mengumpulkan informasi,

²²S.L. Roy, *Diplomasi*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1984, hal. 1

²³<http://publicdiplomacy.org/pages/index.php?page=about-public-diplomacy> (diakses pada tanggal 5 Juni 2015)

dan dalam kecepatan pengambil keputusan bereaksi secara segera terhadap peristiwa internasional melalui saluran diplomasi tradisional.²⁴

Menurut *Library of Congress study of U.S International and Cultural Programs and Activities prepared for the Committee on Foreign Relations of the U.S Senate*, istilah diplomasi publik digunakan pertama kali tahun 1965 oleh Edmund Gullion dari *Fletcher School of Law and Diplomacy at Tufts University* digunakan dalam rangka pendirian *Fletcher of the Edward R. Murrow Center of Public Diplomacy*. Dalam katalog *Fletcher School of Tufts University*, diplomasi publik didefinisikan sebagai “*cause “and effect of public attitudes and opinions which influence the formulation and execution of foreign policy.*”²⁵

Penyelenggaraan diplomasi didasarkan kepada perkembangan teori diplomasi yang sejalan dengan perkembangan sejarah penyelenggaraan diplomasi. Istilah diplomasi publik menurut Dean Edmund Gullion dari *Fletcher School of Law Diplomacy, Universitas Tufts, Amerika Serikat*, pada tahun 1965 bahwasannya:

*“By public diplomacy we understand the means by which governments, private groups and individuals influence the attitudes and opinions of other peoples and governments in such a way as to exercise influence on their foreign policy decisions.”*²⁶

Berdasarkan dengan semua definisi yang di atas, dapat dikatakan bahwa diplomasi publik merupakan komunikasi pemerintah dengan publik yang berfungsi untuk mempromosikan kepentingan nasional melalui pemahaman, menginformasikan, dan mempengaruhi publik di luar negeri melalui pemerintah dan publik sebagai aktornya.

Praktek diplomasi saat ini dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut adalah revolusi dalam teknologi dan informasi, peningkatan peran media

²⁴Carlsnaes, Walter, et al. (ed). 2002. Handbook of International Relations. London: Sage Publications. Hal. 215-217

²⁵Hansen, Allen C. 1984. Public Diplomacy in the Computer Age. New York: Praeger Special Studies, Praeger Scientific. Hal. 2-5

²⁶ Edward R. Murrow Center for The Study and Advancement of Public Diplomacy, Difinitions of Public Diplomacy, The Fletcher School, Tufts University, Massachusetts

masa, globalisasi di bisnis dan system keuangan sehingga meningkatkan aktifitas diplomasi ekonomi, peningkatan partisipasi publik dalam hubungan internasional, perkembangan isu antar negara seperti hak asasi manusia, lingkungan, pengungsi terorisme dan kriminalitas internasional. Hal ini membawa implikasi bahwa permasalahan internasional saat ini sedang berada dalam tanggung jawab public secara umum. Pertimbangan ini membuat banyak negara saat ini sedang berusaha untuk memperkuat peran warga negaranya dalam diplomasi. Para pendukung dari diplomasi publik percaya bahwa saat ini tidak ada fenomena atau isu baik dalam isu domestik maupun internasional yang terlepas dari analisa publik. Salah satu contohnya adalah perkembangan organisasi non pemerintah atau NGO yang mencapai lebih dari 16.000 yang menangani beberapa permasalahan internasional.²⁷

Dalam diplomasi publik, praktek pertama yang perlu dilakukan sebuah negara adalah nation branding atau memberi negaranya sebuah ‘merek’ dalam rangka mempromosikannya dengan cara yang lebih baik dan mudah. *Brand* atau ‘merek’ ini biasanya merepresentasikan sesuatu yang spesifik dan khas dari negara tersebut, baik dalam bentuk produk, motto, gambar, atau secara sederhana dengan konsep dan ide. Simon Anholt mendeskripsikan *nation branding* ini sebagai pendekatan kebijakan strategis yang dirancang untuk menciptakan sebuah jenis kekuatan yang pada akhirnya bisa memberikan negara yang bersangkutan mempunyai reputasi yang lebih baik dari sebelum adanya *brand* tersebut. Dengan kata lain, gagasan tentang *brand* negara ini lebih dari sekedar terlihatnya kekhasan negara tersebut, namun juga meliputi konteks usaha bersama dari seluruh elemen negara untuk memanfaatkan dan seefektif mungkin keistimewaan ciri khas negara ini untuk meningkatkan citra negara di luar negeri.²⁸ Contoh paling baik adalah apa yang dilakukan oleh pemerintah Australia, dengan memanfaatkan kepopuleran dari bentang alam dan karakteristik masyarakatnya yang unik; luas,

²⁷Tonny Dian Effendi, “*Diplomasi Publik Sebagai Pendukung Hubungan Indonesia-Malaysia*”, hlm.3

²⁸Simon Anholt. 2007. *Place Branding and Public Diplomacy* 1, no.1. hal. 4-11

dan beragam, pemerintah Australia kemudian meluncurkan brand '*Australia Unlimited*'.²⁹

2.3. Industry Pangan Halal

Pemahaman mengenai industry pangan halal berkaitan dengan konsep halal secara umum. Artinya bagaimana industri tersebut dikembangkan harus sesuai dengan ketentuan halal sebagaimana dalam syariaah Islam. Hal terpenting disini termasuk adanya jaminan dari lembaga sertifikasi yang kompeten berkaitan dengan produk yang dihasilkan pada aktivitas industry tersebut.

Konsep halal secara umum berkaitan dengan makanan dan minuman yang sesuai dengan prinsip dasar kitab suci Alquran yang diyakini oleh umat Islam, segala objek atau kegiatan yang diizinkan untuk digunakan atau dilaksanakan, dalam agama Islam. Istilah ini dalam kosakata sehari-hari lebih sering digunakan untuk menunjukkan makanan dan minuman yang diizinkan untuk dikonsumsi menurut Islam, menurut jenis makanan dan cara memperolehnya. Pasangan halal adalah *thayyib* yang berarti 'baik'. Suatu makanan dan minuman tidak hanya halal, tetapi harus *thayyib*; apakah layak dikonsumsi atau tidak, atau bermanfaat bagi kesehatan. Indikator makanan halal secara metodologis mencakup : proses suply produk tersebut, tata kelola halal dengan adanya institusi halal, kepedulian dari masyarakat dan sosial.

Namun demikian terminologi halal dalam perdagangan internasional berkesinambungan dengan ketetapan FAO dan WHO tentang standar keamanan produk makanan dan minuman. Sehingga terminologi halal telah menjadi bagian dari standar internasional dalam *codex alimentarius* sejak tahun 1997. Isi codex tersebut meliputi definisi halal dan penggunaannya pada kemasan produk untuk menunjukkan kehalalan dari suatu produk. *Codex Alimentarius* diakui dalam perdagangan internasional sebagai referensi internasional sebagai dasar

²⁹Australia Trade Commission.Australia Unlimited.<http://brandaustralia.gov.au/>

penyelesaian sengketa keamanan pangan dan perlindungan konsumen.³⁰ Dengan adanya pengakuan konsep halal, maka sertifikasi halal menjadi instrumen penting dalam mendapatkan akses pasar dan memperkuat daya saing produk di pasar internasional.

Pangan yang halal adalah pangan yang diizinkan untuk dikonsumsi atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya. Atau diartikan sebagai segala sesuatu yang bebas dari bahaya duniawi dan ukhrawi. Dalam hal ini, pangan yang baik dapat diartikan sebagai pangan yang memiliki cita rasa baik, sanitasi higienis baik dan kandungan gizinya yang baik. Konsumsi makanan halal merupakan kewajiban bagi setiap Muslim. Ketentuan halal dan haramnya suatu bahan pangan berasal dari Allah SWT. Ketentuan ini tercantum di dalam Al-Quran dan Hadis. Menurut Apriyantono (2001), kriteria makanan atau minuman halal diantaranya :³¹

1. Tidak boleh mengandung sesuatu yang dianggap haram menurut hukum Islam.
2. Pada tahap persiapan, proses, transportasi, dan penyimpanan menggunakan peralatan yang bebas dari sesuatu yang dianggap haram menurut hukum Islam.
3. Pada tahap persiapan, proses, transportasi, dan penyimpanan tidak terjadi kontak langsung dengan makanan yang haram menurut hukum Islam.

Pada kajian ini karena berkaitan dengan ketentuan pada perdagangan internasional, maka cakupan dan definisi halal sebagaimana ketentuan dalam Codex Alimentarius yaitu : makanan halal adalah makanan yang diijinkan berdasarkan aturan hukum Islam antara lain tidak mengandung bagian yang bertentangan dengan hukum Islam, disiapkan, diproses, didistribusikan dan

³⁰ About codex <http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/about-codex/en/diakses> pada 17 Maret 2016

³¹ <https://core.ac.uk/download/pdf/32377557.pdf> “EVALUASI PROSES SERTIFIKASI HALAL INDONESIA DI LEMBAGA PENKAJIAN PANGAN, OBAT-OBATAN, DAN KOSMETIKA MAJELIS ULAMA INDONESIA (LPPOM MUI)” diakses pada tanggal 20 Maret 2017

disimpan dengan cara dan peralatan yang tidak bertentangan dengan hukum Islam.³²

Peraturan Pemerintah No.69 tahun 1999 pasal 1 ayat 5 bahwa pangan halal adalah pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, baik yang menyangkut bahan baku pangan, bahan tambahan pangan, bahan bantu dan bahan penolong lainnya termasuk bahan pangan yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan iradiasi pangan, dan yang pengelolaannya dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum agama Islam.³³

Sedangkan industri pangan menekankan pada sebagaimana konsep industri, industri adalah usaha untuk memproduksi barang jadi dengan bahan baku atau bahan mentah melalui proses produksi penggarapan dalam jumlah besar sehingga barang tersebut dapat diperoleh dengan harga serendah mungkin tetapi dengan mutu setinggi-tingginya. Perindustrian industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan/atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri³⁴ berkaitan dengan konsep industri tersebut, maka yang dimaksud dengan industri pangan adalah memproduksi atau memproses bahan pangan dalam jumlah besar sehingga memperoleh nilai ekonomis, termasuk dengan perekayasaan pangan melalui penambahan bahan lainnya. Sebagai bahan pokok, maka industri pangan merupakan industri primer yang diharapkan kemandiriannya. Sehingga industri pangan seharusnya mempunyai prakarsa (i) melakukan eksplorasi sumber pangan lokal dan mengembangkannya menjadi produk pangan dalam rangka memberikan aneka pilihan pangan bagi konsumen, dengan tetap menjamin keamanan, gizi dan mutu produk pangan; sesuai dengan kondisi dan kebutuhan riil konsumennya,

³² The Codex General Guidelines for the Use of the Term “Halal” were adopted by the Codex Alimentarius Commission at its 22nd Session, 1997. They have been sent to all Member Nations and Associate Members of FAO and WHO as an advisory text, and it is for individual governments to decide what use they wish to make of the Guidelines

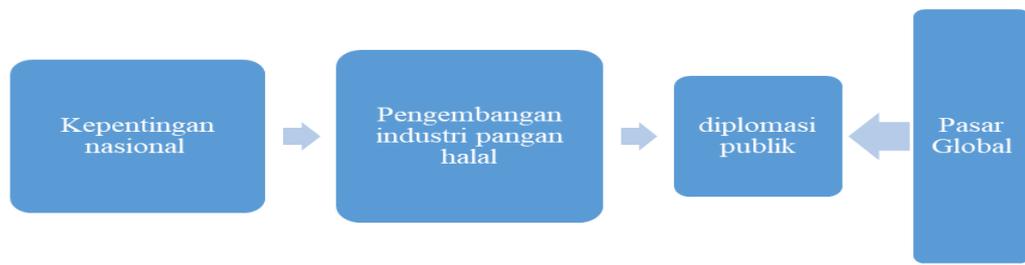
³³ DrH Wiku Analisis Kebijakan Nasional MUI dan BPOM dalam Labeling Obat dan Makanan, Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia 2008...dst p. 9

³⁴ <https://www.scribd.com/doc/238729027/Klasifikasi-Industri-Makanan>

serta (ii) memberdayakan masyarakat lokal untuk berperan aktif mengembangkan sistim pangan nasional.³⁵

Fokus pada penelitian ini merupakan industri pangan halal, sehingga kemandirian melalui eksplorasi sumber pangan lokal dan pemberdayaan masyarakat harus sejalan dan sesuai dengan ketentuan pangan halal. artinya ada sertifikasi dari lembaga yang berwenang, dalam hal ini LPPOM MUI untuk memberikan sertifikasi pada produk hasil industri pangan tersebut.

Dengan demikian alur berfikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1. Alur Berfikir Penelitian

³⁵https://www.researchgate.net/profile/Purwiyatno_Hariyadi2?enrichId=rgreq-256d4055d1886e22ea1c08afc4c8ac01-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzI2OTcwODc3MTtBUzoxNzYxNjg5Mzg1MTY0ODBA MTQxOTAxMzM1NjMwNg%3D%3D&el=1_x_10&_esc=publicationCoverPdf

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Prosedur-prosedur kualitatif memiliki pendekatan yang lebih beragam dalam penelitian akademik ketimbang metode-metode kuantitatif. Penelitian kualitatif juga memiliki asumsi-asumsi filosofis, strategi-strategi penelitian, dan metode-metode pengumpulan analisis, dan interpretasi data yang beragam. Meskipun prosesnya sama, prosedur-prosedur kualitatif tetap mengandalkan data berupa teks dan gambar, memiliki langkah-langkah unik dalam analisis datanya, dan bersumber dari strategi-strategi penelitian yang berbeda-beda.³⁶ Oleh karena itu, dalam penelitian kualitatif dituntut untuk dapat mengolah data menjadi sebuah deskripsi penelitian yang dianalisis terhadap data tersebut. Dalam proses pengumpulan data, validasi akan sangat dipengaruhi oleh interpretasi dalam menganalisa data dan implementasi teori terkait topik yang dibahas.

Prosedur-prosedur kualitatif memiliki pendekatan yang lebih beragam dalam penelitian akademik ketimbang metode-metode kuantitatif. Penelitian kualitatif juga memiliki asumsi-asumsi filosofis, strategi-strategi penelitian, dan metode-metode pengumpulan analisis, dan interpretasi data yang beragam. Meskipun prosesnya sama, prosedur-prosedur kualitatif tetap mengandalkan data berupa teks dan gambar, memiliki langkah-langkah unik dalam analisis datanya, dan bersumber dari strategi-strategi penelitian yang berbeda-beda.³⁷ Dengan demikian, penelitian ini mengaplikasikan pendekatan kualitatif yang bertujuan mendeskripsikan public diplomasi dalam pengembangan industry pangan halal Indonesia. Penelitian ini masuk dalam jenis penelitian deskriptif-analitis yang menggambarkan dan mencoba mencari penjelasan eksplanasi ilmiah dari realitas kebutuhan pangan halal dunia dan pengembangan pangan halal di Indonesia.

³⁶ John W. Cresswell, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*, Pustaka Pelajar, 2010, hal. 258.

³⁷ *Ibid*

Berdasarkan tujuan penelitian, metode penelitian ini adalah metode deskriptif analisis. Metode deskriptif analisis, yaitu suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.³⁸ Metode penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.³⁹

Pendekatan ini dipilih karena memiliki pandangan yang lebih luas dalam mencari pola hubungan antar konsep.⁴⁰ Pendekatan kualitatif menurut Lisa Harrison “amat berguna karena dengan cara ini orang bisa bebas dan menyajikan pandangannya sesuai dengan term mereka sendiri.”⁴¹

3.2 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif analisis artinya adalah data yang diperoleh melalui proses analisa menggunakan studi kepustakaan, kemudian dianalisa dengan menggunakan konsep-konsep yang telah diuraikan. Dengan perolehan data berdasarkan proses tersebut, maka penelitian semacam ini menggunakan proses deskriptif dan analisis. Data-data sekunder yang diperoleh dari studi pustaka akan dideskripsikan secara naratif pada bagian-bagian awal laporan penelitian. Dalam hal merupakan review literatur dengan menggunakan konsep-konsep utama.

³⁸Moh.Nazir, Ph.D. 2009.*Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia. hal 54

³⁹Moh. Nazir, *Ibid.*, hal 54

⁴⁰ Muhammad Idrus. 2009. *Metode Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Erlangga. hal.147

⁴¹ Lisa Harrison, , 2007“*Metodologi Penelitian Sosial*”. Jakarta : Kencana Prenada Media Group, hlm. 87.

3.3 Unit Analisa dan Unit Eksplanasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan variabel-variabel yang dapat membantu menjawab permasalahan. Variabel terbagi dalam Unit Analisa dan Unit Eksplanasi. Unit Analisa dalam penelitian ini berfokus kepada diplomasi public Indonesia, Unit Ekplanasi yaitu pelaksanaan diplomasi public Indonesia dalam pengembangan industry pangan Indonesia.

3.4 Teknik Pengolahan Data

Menurut Danandjaja, studi kepustakaan merupakan suatu langkah penting yang harus dilakukan seorang peneliti sebagai usaha awal untuk mencegah terjadinya duplikasi atau sebagai salah satu cara untuk mendapatkan inspirasi.⁴² Selain itu, studi kepustakaan juga dilakukan berkaitan dengan konsep-konsep yang dipergunakan dalam penelitian ini. Dengan melakukan pengambilan data melalui studi kepustakaan, untuk memperoleh referensi mengenai definisi konsep-konsep dan hasil-hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya. Teknik pengumpulan data menggunakan data sekunder yang mengacu pada studi kepustakaan sebagai bagian dalam teknik pengumpulan data utama, baik secara primer maupun data sekunder. Pencarian data-data penelitian dilakukan melalui metode studi pustaka atau literatur dari berbagai buku, artikel, jurnal, *e-book*, website berita yang terkait dengan penelitian. Berdasarkan kerangka pemikiran, tinjauan pustaka dan metode penelitian, maka pengolahan data berkaitan dengan tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini :

⁴² Etty Indriati, Ph.D, Menulis Karya Ilmiah: Artikel, Skripsi, Tesis dan Disertasi, Pt. Gramedia Pustaka Utama, 2006. Hal. 4. Pemikiran James Danandjaja tentang *Metode Penelitian Kepustakaan* juga dapat dilihat pada Jurnal Antropologi Nomor 52, Antropologi Universitas Indonesia halaman 82-92



Gambar 3.1. Tahapan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 6 (enam) bulan berikut penjelasan tahapan penelitian:

Studi literature dilakukan guna mendapatkan informasi dengan topic penelitian yang dilakukan. Berdasarkan studi literature maka dapat dilakukan analisa kebutuhan objek penelitian. Pengumpulan data sebagai dasar untuk mengetahui bagaimana kepentingan nasional sebagaimana yang termakstub dalam UUD 1945 untuk mensejahterakan rakyat melalui industri pangan halal terutama untuk kemandirian pangan. Selanjutnya dilakukan pengempulan data yang berkaitan dengan diplomasi publik, dalam hal ini data yang berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat lokal terutama usaha kecil menengah pada industri pangan halal yang tersertifikasi. Serta berkaitan dengan nation branding yang berkaitan dengan penerimaan pasar internasional terhadap

pangan halal, keterlibatan industri pangan halal lokal pada peningkatan hubungan dan kerjasama antar negara berkenaan dengan pengembangan industri pangan halal.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Danandjaja, studi kepustakaan merupakan suatu langkah penting yang harus dilakukan seorang peneliti sebagai usaha awal untuk mencegah terjadinya duplikasi atau sebagai salah satu cara untuk mendapatkan inspirasi. Dengan melakukan pengambilan data melalui studi kepustakaan, untuk memperoleh referensi mengenai definisi konsep-konsep dan hasil-hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya. Teknik pengumpulan data menggunakan data sekunder yang mengacu pada studi kepustakaan sebagai bagian dalam teknik pengumpulan data utama, baik secara primer maupun data sekunder. Pencarian data-data penelitian dilakukan melalui metode studi pustaka atau literatur dari berbagai buku, artikel, jurnal, *e-book*, website berita yang terkait dengan penelitian.

BAB 4. HASIL DAN ANALISIS

Analisa pada penelitian ini berdasarkan deskripsi variabel teori dan konsep yang digunakan dalam metode penelitian. Sehingga pada analisis menjelaskan tentang kepentingan nasional Indonesia dan implementasi diplomasi publik Indonesia. Pada kepentingan nasional difokuskan pada kepentingan nasional bidang pangan terutama kemandirian pangan yang kemudian difokuskan lagi pada industri pangan halal. sedangkan pada analisis yang berkaitan dengan diplomasi publik, membatasi pada pemberdayaan masyarakat lokal sebagai stakeholder dan nation branding Indonesia untuk mendukung pengembangan industri pangan halal Indonesia pada pasar global. Berdasarkan deskripsi masing-masing variable tersebut, untuk menganalisis bagaimana diplomasi publik berperan dalam pengembangan industri pangan halal Indonesia dilihat dari dua hal, yaitu adanya kerjasama pengembangan industri pangan halal Indonesia dengan negara lain dan penerimaan produk hasil industri pangan halal Indonesia pada pasar global. Diplomasi publik dapat dikategorikan memiliki peran positif dalam pengembangan industri pangan halal Indonesia apabila ada peningkatan dalam kerjasama pengembangan pangan halal dan penerimaan produk pangan halal dalam perdagangan global. Cakupan waktu dalam penelitian untuk melihat peran diplomasi publik dibatasi antara tahun 2004 sejak disepakati dalam Kongres WHFC (*World Halal Food Council*) 2004 antar lembaga sertifikasi halal untuk membuat standar pemeriksaan halal yang sama untuk seluruh negara anggota Dewan Halal Dunia hingga tahun 2017.

4.1. Kepentingan Nasional Indonesia Bidang Pangan

Pangan merupakan kebutuhan dasar manusia dan menjadi bagian dari hak asasi. Apabila kebutuhan pangan tidak tercukupi, maka hak asasi manusia juga belum terpenuhi. Sehingga pada beberapa kasus, tidak terpenuhinya kebutuhan pangan mendorong tindakan anarkis yang mengarah pada ketidakstabilan negara.

Demikian juga dengan Indonesia, pangan menjadi bagian Kepentingan nasional Indonesia bidang pangan yang tertuang dalam Undang Undang nomor 18 tahun 2012 tentang Pangan menjelaskan tentang ketahanan pangan dan kedaulatan pangan. Pada ketahanan pangan menekankan pada terpenuhinya kebutuhan pangan masyarakat, sedangkan pada kedaulatan pangan menekankan pada kemandirian system pangan berdasarkan potensi sumber daya lokal. Sehingga pangan menjadi sektor unggulan nasional dalam pembangunan. Berdasarkan ketahanan dan kedaulatan pangan tersebut salah satu hal yang menjadi misi presiden Joko Widodo secara umum adalah mewujudkan kualitas hidup manusia yang Tinggi, Maju dan Sejahtera serta mewujudkan Bangsa yang berdaya saing.⁴³ Untuk menjadikan bangsa yang berdaya saing, salah satu potensi lokal yang dimiliki Indonesia adalah sumber daya pangan lokal. Sumber daya pangan lokal memiliki kepribadian dan kebudayaannya tersendiri mengingat Indonesia adalah Negara agraris dengan masing-masing wilayah memiliki kebudayaan agraris tersendiri.

Indonesia memiliki potensi sumber daya pertanian yang cukup besar. Sumberdaya hayati pertanian Indonesia antara lain berupa berbagai tumbuhan dengan 5000 jenis jamur, 400 jenis tanaman penghasil buah, 370 jenis tanaman penghasil sayuran, 70 jenis tanaman berumbi, 60 jenis tanaman penyegar dan 55 jenis tanaman. Selain itu terdapat 12 persen spesies mamalia dan 17 persen burung didunia ada di Indonesia, yang beberapa menjadi bagian dari potensi sumber daya pangan.⁴⁴ Dengan potensi sumber daya tersebut, maka idealnya kebutuhan pangan Indonesia dengan mudah terpenuhi. Beberapa tumbuhan, jamur, buah, sayuran, tanaman berumbi dan beberapa tanaman lainnya merupakan tanaman yang dapat dikonsumsi manusia serta dikategorikan halal. Begitu juga dengan beberapa species fauna termasuk ikan yang cukup melimpah, merupakan bagian dari bahan pangan. Adanya aktivitas perdagangan dan globalisasi,

⁴³ Rencana Strategis Tahun 2015-2019 Deputi Bidang Koordinasi Pangan dan Pertanian, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia hal.9

⁴⁴ Rencana Strategis Tahun 2015-2019 Deputi Bidang Koordinasi Pangan dan Pertanian, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, hal 6

kebutuhan pangan bukan hanya keberadaan bahan pangan yang melimpah, namun juga berkaitan dengan akses pangan yang dimiliki oleh masyarakat. Terlebih ketika bahan pangan tersebut menjadi komoditas perdagangan, maka untuk mendapatkan bahan pangan tersebut hanya dapat dilakukan melalui perdagangan meskipun bahan pangan tersebut didepan mata. Dapat dikatakan disini bahwa meskipun petani berperan aktif dalam mengolah pangan, namun tidak serta merta petani dengan mudah mendapatkan pangan yang telah diolahnya. Hal ini karena bahan pangan yang mereka persiapkan telah menjadi komoditas perdagangan. Kondisi inilah yang kemudian dapat berpengaruh terhadap kemandirian dan kedaulatan pangan.

Oleh karena itu kepentingan nasional Indonesia bidang pangan menjadi bagian dari pembangunan nasional dalam TRISAKTI, yaitu ; berdaulat dibidang politik, berdikari dibidang ekonomi serta kepribadian dalam budaya.⁴⁵ Kepentingan nasional Indonesia bidang pangan merupakan bagian dari sasaran pokok pembangunan nasional yang tertuang dalam RPJMN tahun 2015 – 2019 khususnya terkait bidang ekonomi, yaitu ketahanan pangan. Pembangunan pangan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia berkelanjutan berdasarkan pada kedaulatan pangan, kemandirian pangan dan ketahanan pangan. Pemenuhan kebutuhan dasar tersebut harus mengutamakan produksi dalam negeri dengan memanfaatkan sumber daya dan kearifan lokal.

Kedaulatan pangan sendiri terdiri dari tiga pilar, pilar *pertama* berkaitan dengan *availability* (ketersediaan), berkaitan dengan pasokan dan produksi dalam negeri atau sumber daya lokal dalam memenuhi kebutuhan pangan, *kedua accessibility* (keterjangkauan fisik dan ekonomi), berkaitan dengan kemampuan masyarakat dalam mengakses atau memenuhi kebutuhan pangan mengingat pangan sebagai bagaian dari komoditas perdagangan yang bernilai ekonomis. pilar

⁴⁵ Rencana Strategis Tahun 2015-2019 Deputi Bidang Koordinasi Pangan dan Pertanian, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia hal.12

ketiga berkaitan dengan *stability* (stabilitas pasokan dan harga), yaitu keberlanjutan pasokan pangan dengan harga yang dapat dijangkau masyarakat.

Sebagaimana fokus pada penelitian ini, maka kepentingan nasional Indonesia bidang pangan terbagi dalam dua sub-bab yaitu tentang kemandirian pangan dan industri pangan halal. Pada kemandirian pangan, sebagaimana pada Undang Undang nomor 18 tahun 2012 tentang Pangan, ada keterkaitan antara kedaulatan dan kemandirian pangan. Pada kedaulatan pangan terdapat kemandirian pada sistem pangan berdasarkan potensi sumber daya lokal. Asumsinya jika terdapat kemandirian pangan, maka akan terbentuk kedaulatan pangan. Penelitian ini memfokuskan keterkaitan ketahanan dan kemandirian pangan sebagai bagian dari kepentingan nasional dengan pengembangan potensi sumber daya yang melalui industri pangan halal. Sedangkan pada sub-bab berikutnya mendeskripsikan tentang industri pangan halal yang berkembang di Indonesia. Batasan ini dilakukan mengingat kepentingan nasional Indonesia bidang pangan sangat luas dan kompleks. Batasan ini untuk mengerucutkan pembahasan pada kepentingan nasional Indonesia bidang pangan sebagai bentuk kemandirian melalui industri pangan halal.

4.1.1. Kemandirian Pangan Indonesia

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya bahwa kemandirian pangan menekankan pengelolaan potensi sumber daya lokal. Sebagai negara agraris, sumber daya lokal mengacu pada bahan pangan yang dihasilkan dari aktivitas pertanian masyarakat sebagai potensi sumber daya pangan. Sumber daya pangan lokal ialah makanan yang berasal dan dibuat dari produk setempat dan diproses dengan sumber daya dan kearifan lokal. Pangan lokal merupakan salah satu contoh pengetahuan tradisional yang dapat memberikan kebanggaan suatu bangsa, kelompok etnik, atau masyarakat di wilayah tertentu karena pengetahuan tersebut memberi identitas daerah.⁴⁶ Pangan lokal yang beragam juga mengandung

⁴⁶ <https://makanantradisionalsehat.wg.ugm.ac.id/2017/01/05/pemanfaatan-umbi-umbian-lokal-diantara-persaingan-beras-dan-terigu/>

beragam gizi yang mampu menunjang kesehatan manusia. dengan mengembangkan pangan lokal secara tidak langsung mendukung *availability*, *accessibility* dan *stability* kepentingan pangan Indonesia. Selain itu akan berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal sebagai pengelola dan penyedia bahan pangan lokal. Sayangnya dengan adanya globalisasi, kebutuhan pangan bukan hanya sekedar kebutuhan pokok, terutama pada masyarakat kelas menengah dan atas. Apa yang dimakan atau bahan pangan juga menjadi bagian dari gaya hidup. Sehingga secara tidak langsung berpengaruh terhadap penerimaan dan pengembangan bahan pangan lokal. Sebagai contoh dengan adanya restoran waralaba asing yang masuk ke Indonesia yang mengenalkan burger dengan bahan roti, ataupun waralaba yang mensyaratkan penggunaan bahan baku impor dari *home country*, perlahan berpengaruh terhadap permintaan atau kebutuhan terhadap bahan pangan atau sumber daya lokal. Oleh karena itu, globalisasi menjadi tantangan tersendiri bagi kemandirian pangan Indonesia selain tantangan internal lainnya.

Pada laporan *global food security* September 2017, secara keseluruhan terjadi peningkatan ketahanan pangan Indonesia dari peringkat 71 di tahun 2016 ke 69 di tahun 2017. Sebagaimana rincian berikut ;

Tabel 4.1. Global Food Security Index Indonesia

Category	Rank	Score
Overall	69	51,3 (+0,2)
Availability	64	54,4 (+0,1)
Affordable	68	50,8 (+0,5)
Quality & Safety	86	44,1
Natural Resources & Resilience	109	46,5

Sumber : Data diolah penulis⁴⁷

⁴⁷ <http://foodsecurityindex.eiu.com/Country/Details#Indonesia>

Berdasarkan data tersebut, keamanan dan kualitas pangan di Indonesia, sumber daya dan ketahanan alam masih berada posisi bawah dibandingkan kategori lainnya. Hal ini dapat diasumsikan bahwa pangan Indonesia masih belum optimal dalam mengupayakan kualitas dan keamanan pangannya. Kualitas dan keamanan ini berkaitan dengan standarisasi dalam pengembangan pangan, terutama sebagai komoditas dalam perdagangan. Jumlah penduduk Indonesia yang selalu bertambah setiap tahun juga berpengaruh terhadap ketersediaan bahan pangan. Sebagai negara agraris, pemenuhan kebutuhan pangan idealnya bukanlah hal yang sulit. Didukung oleh kondisi dan posisi geografis Indonesia, merupakan potensi yang sangat penting dalam ketahanan pangan. Namun ternyata hal yang sedikit terlupakan adalah telah terjadi eksploitasi sumber daya alam dalam memenuhi kebutuhan pangan. Kebijakan dan aktivitas food estate yang dikembangkan pemerintah pada implementasinya berdampak pada kerusakan dan pengurangan daya dukung lingkungan hidup. Sehingga pada kategori *natural resources and resilience*, posisi Indonesia sangat rendah yang dihitung dari 113 negara.⁴⁸

Sebagai tanggapan atas kondisi tersebut, pemerintah Indonesia melalui kementerian Pertanian mengembangkan Kegiatan Desa Mandiri Pangan dilaksanakan di desa-desa terpilih yang mempunyai rumah tangga miskin dan beresiko rawan pangan dan gizi, dengan dasar pemilihannya adalah FIA 2005/FSVA 2009 dan Desa rawan pangan, dengan jumlah RTM (Rumah Tangga Miskin) lebih dari 30 % dari jumlah KK berdasarkan hasil survey Data Dasar Rumah Tangga (DDRT).⁴⁹

Kawasan Mandiri Pangan adalah Kawasan yang dibangun dengan melibatkan keterwakilan masyarakat yang berasal dari desa-desa atau kampung-kampung terpilih (terdiri dari 5 kampung/desa) dalam satu kecamatan, untuk menegakkan masyarakat miskin di daerah yang rentan terhadap rawan pangan

⁴⁸ <http://www1.wfp.org/>

⁴⁹ <http://bkp.pertanian.go.id/statis-44-kawasanmandiripangan.html>

menjadi kaum mandiri.⁵⁰ Kemandirian pangan adalah kemampuan negara dan bangsa dalam memproduksi pangan yang beraneka ragam dari dalam negeri yang dapat menjamin pemenuhan kebutuhan pangan yang cukup sampai di tingkat perseorangan dengan memanfaatkan potensi sumber daya alam, manusia, sosial, ekonomi, dan kearifan lokal secara bermartabat.⁵¹

Tujuan kegiatan Kawasan Mandiri Pangan yaitu:

1. meningkatkan pemberdayaan masyarakat miskin di daerah yang rentan terhadap rawan pangan untuk mewujudkan ketahanan pangan masyarakat berlandaskan kemandirian;
2. meningkatkan pengelolaan kelembagaan masyarakat untuk ketahanan pangan masyarakat; dan
3. meningkatkan dukungan lintas sektor untuk pengembangan prasarana sarana perdesaan dan perekonomian masyarakat.⁵²

Berdasarkan pedoman teknis maka pada tahun 2017, sasaran kawasan kemandirian pangan adalah Rumah Tangga Miskin (RTM) berdasarkan hasil analisa DDRT/Data Kemiskinan BPS/Data Kemiskinan lainnya di daerah yang rentan terhadap rawan pangan yang mempunyai potensi pengembangan komoditas unggulan pada Tahap Pengembangan (tahun II) di 78 kawasan, 77 kabupaten/kota, 23 provinsi.

Kerawanan pangan dapat dibedakan menjadi 2, yaitu rawan pangan transien dan rawan pangan kronis. Rawan pangan kronis merupakan suatu keadaan rawan pangan berkelanjutan yang terjadi sepanjang waktu, disebabkan oleh keterbatasan Sumber Daya Alam (SDA) dan keterbatasan kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam mengakses pangan dan gizi, sedangkan

⁵⁰ http://bkp.pertanian.go.id/tinymcpuk/gambar/file/Pedoman_Teknis_KMP_TA_2017.pdf

⁵¹ http://bkp.pertanian.go.id/tinymcpuk/gambar/file/Pedoman_Teknis_KMP_TA_2017.pdf hal.4

⁵² Pedoman Teknis Kawasan Mandiri Pangan Tahun Anggaran 2017, Badan Ketahanan Pangan Kementerian Pertanian, 2017 hal.8

rawan pangan transien merupakan suatu keadaan rawan pangan yang bersifat mendadak dan sementara yang disebabkan oleh kejadian berbagai musibah yang tidak dapat diduga sebelumnya, seperti: bencana alam (gempa bumi, gunung meletus, banjir bandang, tsunami) dan konflik sosial.⁵³

Menilik definisi dan cakupan pangan berdasarkan pedoman teknis kawasan mandiri pangan, pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati produk pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, peternakan, perairan, dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, dan bahan lainnya yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan/atau pembuatan makanan atau minuman. Definisi dan cakupan ini lebih luas daripada definisi tentang tanaman pangan yang hanya membatasi pada segala jenis tanaman yang di dalamnya terdapat karbohidrat dan protein sebagai sumber energi manusia. Tanaman pangan juga dapat dikatakan sebagai tanaman utama yang dikonsumsi manusia sebagai makanan untuk memberikan asupan energi bagi tubuh. Umumnya tanaman pangan adalah tanaman yang tumbuh dalam waktu semusim.⁵⁴ Sehingga untuk menambahkan cakupan pengertian, perlu tambahan tentang tanaman hortikultura. Tanaman hortikultura adalah budidaya tanaman perkebunan. Namun pengertian tersebut belum menggambarkan hortikultura yang sebenarnya. hortikultura memfokuskan pada budidaya tanaman buah, tanaman bunga atau tanaman hias, tanaman sayuran, dan tanaman obat-obatan. Ciri yang lekat pada tanaman hortikultura adalah produknya yang bersifat perisabel atau mudah rusak karena segar.⁵⁵ dari kedua definisi tersebutpun masih belum cukup dan perlu ditambahkan tentang peternakan, perikanan dan kehutanan beserta pengolahannya. Luasnya cakupan dan definisi pangan inilah yang menunjukkan bahwa sumber daya pangan sangatlah beragam, sehingga manusia perlu mengoptimalkan pemanfaatannya.

⁵³ Pedoman Teknis Kawasan Mandiri Pangan Tahun Anggaran 2017, Badan Ketahanan Pangan Kementerian Pertanian, 2017 hal.10

⁵⁴ <https://seputarpertanianoke.blogspot.co.id/2016/01/pengertian-dan-jenis-jenis-tanaman.html>

⁵⁵ <https://seputarpertanianoke.blogspot.co.id/2016/01/pengertian-dan-jenis-jenis-tanaman.html>

Keberagaman pangan lokal sebagai sumber daya alam yang berpotensi untuk dikembangkan cukup banyak. Untuk pengganti beras sebagai bahan pangan pokok Indonesia, terdapat ketela pohon, garut atau arairut, sukun, jagung, sagu, kentang, ubi jalar, dan talas.⁵⁶ Bahan pangan tersebut bukan hanya sebagai pengganti pangan pokok berupa karbohidrat, namun juga mengandung zat lain yang bermanfaat bagi tubuh. Konsumsi pangan manusia lebih terfokus pada beberapa tanaman pangan saja. Akibatnya, secara global, sekitar 80% dari total asupan energi diperoleh hanya dari 12 spesies saja, yaitu 8 spesies serealia seperti *barley*, jagung, *millet*, padi, *rye*, sorgum, tebu, dan gandum serta 4 umbi-umbian seperti singkong, kentang, ubi jalar dan yam. (Grivetti & Ogle, 2000).

Berdasarkan hal tersebut, maka hal mendasar yang berkaitan dengan kemandirian dan kerawanan pangan adalah **akses** terhadap pangan. Pada akses pangan, masyarakat bukan hanya sekedar mengupayakan ketersediaan pangan, namun juga mampu untuk mendapatkan pangan tersebut. Pangan menjadi komoditas sehingga ketika masyarakat miskin, termasuk buruh tani dapat mengakses pangan sebagai komoditas. Permasalahan menjadi kompleks ketika terjadi disparitas pada akses untuk mendapatkan komoditas tersebut. Pemenuhan kebutuhan pangan dalam hal ini adalah kemandirian pangan, bukan hanya sekedar mampu meningkatkan produksi bahan pangan, namun juga berkaitan dengan kemampuan masyarakat miskin atau yang disebut dengan rumah tangga miskin untuk mengakses bahan pangan tersebut. Hal ini karena kelompok masyarakat dengan kategori miskin bukan hanya dipedesaan, namun juga di perkotaan sebagai imbas masalah urbanisasi. Oleh karena itu kemandirian pangan pada penelitian ini lebih menekankan pada pengelolaan bahan pangan lokal untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing komoditas pangan dalam negeri dan luar negeri. Daya saing pangan dalam negeri menjadi perhatian dengan adanya globalisasi dan perdagangan bebas yang memudahkan aliran perdagangan termasuk komoditas pangan dengan adanya komoditas pangan impor. Keberadaan komoditas pangan impor ini pada awalnya untuk mendukung pemenuhan

⁵⁶ <http://gopanganlokal.miti.or.id/ragam-jenis-pangan-lokal-indonesia/>

kebutuhan pangan domestik yang belum terpenuhi dari hasil produksi pangan nasional. Namun demikian dalam pasar, termasuk perdagangan internasional, permintaan terhadap suatu komoditas bukan hanya sekedar kebutuhan, namun telah menjadi bagian dari gaya hidup dan selera pasar. Sehingga untuk menjawab tantangan tersebut pemerintah Indonesia juga memperhatikan daya saing pangan lokal.

Pangan sebagai kebutuhan pokok diharapkan juga menjadi nilai tambah bukan hanya bagi petani, namun juga masyarakat secara luas. Sebagaimana pada Undang undang No.18 tahun 2012 tentang Pangan pasal 4 (e) bahwa penyelenggaraan pangan bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing komoditas pangan dalam negeri dan luar negeri. Dalam hal ini untuk mendapatkan nilai tambah dan memiliki daya saing, maka salah satu hal yang dapat dilakukan adalah melalui perdagangan baik domestik maupun internasional. Produk pangan sebagai bagian dari pemenuhan kebutuhan pokok manusia bukan hanya sekedar serelias yang menghasilkan karbohidrat, namun juga mengandung gizi yang memberikan manfaat bagi kesehatan manusia. Untuk memenuhi hal tersebut, maka diperlukan penganekaragaman pangan sebagaimana diatur pada pasal 42 tentang penganekaragaman pangan. Upaya untuk penganekaragaman pangan bukan hanya dilakukan melalui aktivitas pertanian sebagai pemasok sumber daya pangan dengan diversifikasi, pengembangan lahan, teknologi pangan dan pengenalan bahan pangan, namun juga dilakukan dengan penguatan usaha mikro, kecil dan menengah bidang pangan (pasal 42h) dan pengembangan industri pangan yang berbasis pangan lokal (42i). Oleh karena itu, berdasarkan ketentuan dalam undang – undang tersebut, maka kemandirian pangan juga didukung dan mendukung pengembangan industri pangan.

Industri pangan di Indonesia menurut pelaporan Badan Pusat Statistik (BPS) masuk dalam golongan pokok antara makanan dan minuman. BPS mencatat, industri makanan dan minuman mampu menyumbangkan PDB industri nonmigas pada triwulan III/2017 sebesar 34,95% atau tertinggi dibanding sektor lainnya. Kinerja industri makanan dan minuman setiap tahun disebut cukup

menjanjikan dengan rata-rata di atas pertumbuhan sektor manufaktur. Pada triwulan III/2017, pertumbuhan industri makanan dan minuman tercatat sebesar 9,46% atau naik dibanding capaian di triwulan II/2017 yang sekitar 7,19%. kontribusi tenaga kerja sektor industri didominasi oleh industri makanan sebanyak 3.316.186 orang atau sebesar 21,34%. Sementara itu, pada periode Januari-September 2017, nilai investasi industri makanan dan minuman mencapai Rp27,9 triliun untuk penanaman modal dalam negeri (PMDN), sedangkan nilai investasi untuk penanaman modal asing (PMA) sebesar USD1,4 miliar.⁵⁷ Per 2011, misalnya. Industri makanan dan minuman mencatatkan angka pertumbuhan 10,98 persen. Kemudian, berturut-turut 19,33 persen pada 2012, 4,07 persen pada 2013, 9,49 persen pada 2014, 7,54 persen pada 2015, dan 8,46 persen pada 2016.⁵⁸

Industri pangan merupakan salah satu dari 22 kegiatan ekonomi utama dalam percepatan pembangunan Indonesia pada renstra 2025. Oleh karena itu pengembangan industri pangan juga termasuk dalam inisiatif inovasi 1-747. Inisiatif ini berarti bahwa sebagai input, maka diperlukan 1 persen dari GDP untuk melakukan penelitian dan pengembangan pada bidang tersebut. Dilanjutkan dengan 7 langkah perbaikan, 4 wahana perbaikan, dan 7 sasaran dari visi Indonesia 2025. Industri pangan merupakan salah satu dari industri kebutuhan dasar, sehingga percepatannya sangat dibutuhkan. Pelaksanaan percepatan ini bukan hanya dilaksanakan oleh pelaku industri pangan dalam skala besar, namun juga melalui pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah. Hal ini sejalan dengan RPJMN (Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional) bidang ekonomi dengan permasalahan dan isu strategis pengembangan UMKM. Permasalahan dan isu strategis tersebut diangkat berdasarkan kondisi bahwa telah terjadi penurunan pada sektor industri baik migas maupun non migas, sejak tahun 2000 hingga 2013 yang mendorong pemerintah untuk meningkatkan industri.

⁵⁷ <https://ekbis.sindonews.com/read/1255346/34/industri-makanan-dan-minuman-kontributor-terbesar-pdb-manufaktur-1510057336>

⁵⁸ <http://ekonomi.kompas.com/read/2017/11/24/153929226/begini-cara-menjaga-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman>

Kebijakan ini disebut dengan reindustrialisasi atau mendorong akselerasi pertumbuhan industri untuk menangkal bahkan membalikkan gejala deindustrialisasi yang secara singkat dapat disebut reindustrialisasi.⁵⁹ Wujud pelaksanaan reindustrialisasi ini salah satunya melalui pengembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah).

UMKM memiliki peran dan kontribusi yang cukup besar dalam perekonomian, yaitu menyediakan lapangan kerja terbesar yaitu 97,2 persen, dan menyumbang sekitar 56,5 persen pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2012. Pelaku usaha skala mikro, kecil dan menengah menempati bagian terbesar dari seluruh aktivitas ekonomi rakyat Indonesia mulai dari petani, nelayan, peternak, petambang, pengrajin, pedagang, dan penyedia berbagai jasa bagi rakyat yang meliputi sektor-sektor primer, sekunder dan tersier. Jumlah UMKM pada tahun 2013 tercatat mencapai 57,9 juta unit usaha, meningkat dari 52,8 juta unit pada tahun 2009. Jumlah tenaga kerja yang terlibat dalam UMKM mencapai 114,1 juta orang pada tahun 2013 meningkat dari 96,2 juta orang pada tahun 2009. Koperasi juga terus berkembang dan berperan sebagai wahana untuk meningkatkan kesejahteraan sosial dan ekonomi anggotanya. Jumlah koperasi meningkat dari 170.411 unit (2009) menjadi 203.701 unit (2013) dengan penyerapan tenaga kerja melalui koperasi diperkirakan sebanyak 473.604 orang pada tahun 2013.

Mengutip data Kementerian Koperasi dan UKM, Rabu 7 Juni 2017, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 61 persen terdiri dari usaha mikro 30,3 persen, usaha kecil 12,8 persen, dan usaha menengah 14,5 persen. Sedangkan kontribusi koperasi terhadap PDB mencapai sekitar 23,12 persen.⁶⁰ Dari total pekerja di Indonesia yang mencapai 110 juta orang, sekitar 107 juta orang masuk dalam struktur Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau

⁵⁹ Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2015 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015-2019, RPJMN 3-19

⁶⁰ <http://ekonomi.metrotvnews.com/mikro/ObzWV8dk-menaikkan-kelas-umkm-demi-perekonomian-indonesia>

UMKM. Ini berarti porsi orang yang bekerja sebagai UMKM mencapai sekitar 97,3 persen. Dengan kata lain, hanya 2,7 persen pekerja dengan jumlah sekitar 3 juta orang yang bekerja pada perusahaan-perusahaan atau korporasi besar. Para petani, nelayan, penjual warteg, pedagang pasar, pemulung, buruh bangunan, tukang ojek tentu merupakan golongan UMKM. Mereka merupakan para pelaku usaha mikro atau orang-orang yang bekerja di sektor informal. Orang-orang yang membuka toko, pabrik, industri pengolahan skala kecil hingga menengah juga masuk dalam golongan UMKM. Sebagian usaha kecil dan menengah, ada yang sudah berbentuk badan usaha, seperti koperasi, yayasan, *Commanditaire Vennootschap* (CV) atau bahkan Perusahaan Terbatas (PT). Jika sudah berbentuk badan usaha, maka dikategorikan sebagai sektor formal.⁶¹

Berdasarkan kondisi tersebut, maka UMKM menjadi penting, termasuk yang memfokuskan usahanya pada bidang pangan. UMKM di bidang pangan juga menghasilkan produk pangan yang memiliki ciri khas lokal Indonesia, baik dari segi komposisi, rasa, maupun cara mengonsumsinya, sehingga dapat dikategorikan sebagai produk budaya.⁶² Sehingga ada keterkaitan antara kemandirian pangan dengan industri pangan melalui pengembangan UMKM pangan untuk ketahanan pangan dalam kerangka kepentingan nasional.

4.1.2. Industri Pangan Halal Indonesia

Industri pangan merupakan industri primer yang diharapkan kemandiriannya. Sehingga industri pangan seharusnya mempunyai prakarsa (i) melakukan eksplorasi sumber pangan lokal dan mengembangkannya menjadi produk pangan dalam rangka memberikan aneka pilihan pangan bagi konsumen, dengan tetap menjamin keamanan, gizi dan mutu produk pangan; sesuai dengan kondisi dan kebutuhan riil konsumennya, serta (ii) memberdayakan masyarakat lokal untuk berperan aktif mengembangkan sistem pangan nasional.⁶³ Sebagai

⁶¹ <http://ekonomi.kompas.com/read/2016/06/09/084045026/umkm.dan.ketidakberdayaannya>

⁶² <https://www.researchgate.net/publication/259255415>, keamanan pangan dalam rangka...dst.

⁶³ https://www.researchgate.net/profile/Purwiyatno_Hariyadi2?enrichId=rgreq-256d4055d1886e22ea1c08afc4c8ac01-

industri primer, industri makanan dan minuman juga merupakan industri strategis yang mendorong pertumbuhan produksi sektor pertanian, peternakan, perikanan dan hortikultura lainnya. Hal yang terpenting bahwa industri pangan selalu dibutuhkan sehingga selalu membutuhkan tenaga kerja untuk mengembangkannya. Menurut ketua Aspipin (Asosiasi Pengusaha Pangan dan Pengusaha Minuman), terjadi pertumbuhan omzet industri pangan Indonesia pada semester I-2017 tercatat pada angka Rp.1.400 triliun. Industri pangan didominasi oleh pelaku UMKM sebanyak 1,57 juta usaha dengan pekerja sebanyak 3,77 juta pekerja. Penghasilan kotor industri pangan ini mencapai Rp.180 triliun pertahunnya. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan industri makanan seperti pengenalan produk, rasa dan kemasan baru, pertumbuhan kelas menengah, berkembangnya toko retail modern serta meningkatnya kesadaran akan kesehatan. Kesadaran akan kesehatan ini berperan penting dalam menentukan daya saing dan daya tahan UMKM.⁶⁴ hal ini karena permintaan konsumen yang dipengaruhi oleh produk industri besar yang menerapkan standar berkaitan dengan kesehatan dan keamanan makanan. Bagi industri besar standar tersebut menjadi persyaratan untuk dapat diterima pasar yang lebih luas termasuk pasar internasional. Industri besar bukan hanya mampu menyesuaikan diri dengan permintaan pasar, namun juga mampu mempengaruhi tingkah laku konsumen berdasarkan standar internasional termasuk berdasarkan *codex alimentarius* dan standar halal.

Industri pangan halal Indonesia, sebagaimana disinggung sebelumnya bahwa keberadaan industri pangan halal berkaitan dengan sertifikasi halal yang diterima baik pada produk maupun pada industrinya. Hal ini karena definisi dan cakupan halal bukan hanya sekedar produk tersebut tidak mengandung bahan yang dikategorikan halal, namun juga berkaitan dengan proses, *packing*

[XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzI2OTcwODc3MTtBUzoxNzYxNjg5Mzg1MTY0ODBA MTQxOTAxMzM1NjMwNg%3D%3D&el=1_x_10&_esc=publicationCoverPdf](#)

⁶⁴ <https://economy.okezone.com/read/2017/09/23/320/1781629/luar-biasa-potensi-industri-makanan-indonesia-capai-rp1-500-triliun> diakses pada 7 Juli 2017

(pengemasan), penyimpanan hingga pendistribusian. Sertifikasi menjadi jaminan keamanan dan kenyamanan konsumen dalam mengkonsumsi pangan tersebut. Sehingga selalu diupayakan pemenuhannya oleh pelaku industri. Pelaku industri pangan di Indonesia sebagaimana industri pada umumnya dikategorikan berdasarkan cakupannya, seperti industri besar, menengah dan kecil. Sebagaimana ketentuan dalam undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, maka demikian juga dengan cakupan industri sebagaimana diatur dalam undang-undang nomor 5 tahun 1984 tentang perindustrian. Maka industri pangan halal merupakan usaha pengolahan bahan pangan yang melakukan aktivitas ekonomi baik skala mikro, kecil, menengah dan juga besar yang mendasarkan aktivitasnya pada ketentuan halal dan mendapatkan sertifikasi halal. Cakupan definisi usaha berdasarkan jenis data yang diambil oleh badan pusat statistik Indonesia yaitu suatu unit ekonomi yang melakukan aktivitas dengan tujuan menghasilkan barang/jasa untuk dijual atau ditukar dengan barang lain dan ada seseorang atau lebih yang bertanggung jawab dan punya kewenangan untuk mengelola usaha tersebut.⁶⁵ Demikian juga dengan ketentuan dan cakupan industri mikro dan kecil dengan batasan Industri Kecil adalah perusahaan industri yang tenaga kerjanya antara 5-19 orang sedangkan Industri Mikro adalah perusahaan industri yang tenaga kerjanya antara 1-4 orang.⁶⁶

Industri pangan di Indonesia mencakup makanan dan minuman terdiri dari industri besar, sedang, mikro dan kecil. Jumlah industri pada sektor makanan dan minuman mengalami peningkatan setiap tahunnya sebagaimana dapat dilihat pada tabel 4.2. Peningkatan ini diikuti dengan peningkatan jumlah tenaga kerja, dan juga peningkatan output yang dihasilkan. Peningkatan ini menunjukkan bahwa industri pangan, dalam hal ini makanan dan minuman merupakan industri strategis yang mampu mendukung pembangunan karena menyerap tenaga kerja dan menghasilkan nilai ekonomis. Peningkatan sangat terlihat pada industri makanan, namun bukan berarti tidak terjadi peningkatan pada industri minuman.

⁶⁵ <https://www.bps.go.id/subject/35/usaha-mikro-kecil.html#subjekViewTab1>

⁶⁶ <https://www.bps.go.id/subject/170/industri-mikro-dan-kecil.html#subjekViewTab1>

Hal ini dapat dilihat sebagai potensi untuk mengembangkan industri minuman mengingat beragamnya potensi budaya lokal dalam hal pengolahan bahan

Tahun	Sedang dan Besar		Mikro		Kecil	
	Makanan	Minuman	Makanan	Minuman	Makanan	Minuman
2010	5248	328	881590	29848	48320	547
2011	5463	335	872869	32516	118403	1408
2012	5662	345	871898	51069	70712	2605
2013	5795	367	1008890	45508	158651	1962
2014	5975	374	1125425	43293	73066	1401
2015	6453	422	1473205	45922	93814	1208

minuman. Selama ini pengembangan dan inovasi pada industri minuman masih mengacu pada minuman yang dihasilkan oleh industri besar, demikian juga dengan pemasaran dan promosi yang cukup intens membuat konsumen terpapar dengan produk tersebut.

Tabel 4.2 Jumlah Industri Makanan dan Minuman⁶⁷

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas muslim. Produk halal telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia meskipun Indonesia bukanlah negara Islam, namun produk halal menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, masyarakat non muslim Indonesia telah lama mengembangkan toleransi dengan muslim Indonesia, sehingga untuk menyiapkan dan memenuhi kebutuhan pangan juga mengedepankan toleransi dengan standar halal. Sejak tahun 1984, pemerintah Indonesia membentuk badan sertifikasi halal dibawah MUI (Majelis Ulama Indonesia) melalui LPPOM MUI. Kiprah lembaga ini cukup membuktikan bahwa sebagai negara mayoritas muslim Indonesia menjadi acuan dan tempat bertanya bagi negara lain tentang pengelolaan dan pengawasan produk

⁶⁷ Diolah penulis berdasarkan data dari BPS, <http://www.bps.go.id>

halal. Terbukti banyak negara mengadopsi Sistem Jaminan Halal (SJH) dan Sistem Sertifikat Halal MUI, dan bahkan menjadi role model sertifikat halal dunia, mulai dari Asia, Australia, Afrika, Eropa hingga Amerika.⁶⁸ Lebih dari 50 lembaga mengadopsi sistem standar halal yang ditetapkan oleh MUI. MUI juga memprakarsai berdirinya Pusat Halal Food, berpusat di Indonesia dan ketuanya juga dari Indonesia.⁶⁹

Pada 11 Oktober 2017, pemerintah Indonesia mendirikan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang diresmikan oleh menteri Agama Lukman. Hingga penelitian ini dilaksanakan, BPJPH masih melengkapi perangkat kelembagaan, infrastruktur, regulasi, prosedur kerja layanan sertifikasi, system pengawasan serta kerjasama baik domestic maupun global. Banyak aspek yang perlu disosialisasikan ke public terkait dengan ketentuan jaminan halal, terutama kepada pelaku usaha. Sebagaimana UU No.33 tahun 2014, BPJPH mempunyai mandate untuk menerbitkan produk sertifikasi halal. Untuk hal ini BPJPH bekerjasama dengan MUI. Berikutnya MUI bersama dengan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM) berwenang mengeluarkan fatwa kehalalan suatu produk, melakukan sertifikasi terhadap lembaga pemeriksa halal dan auditor-auditor yang bergerak dalam industry halal.⁷⁰ Untuk menjalankan tugas ini, BPJPH telah bekerjasama dengan MUI yang memiliki sekitar 1.500 auditor dan telah menjalin kerjasama dengan beberapa perguruan tinggi yang kompeten,⁷¹ seperti Institute Pertanian Bogor, Universitas Gajah Mada, Universitas Indonesia, Univeristas Islam Indonesia dan lain-lain, yang mempunyai kajian pangan. Selain itu di Jakarta juga dikembangkan kawasan halal Jakarta Industrial Estate Pulogadung (JIEP) sebagai bagian dari rencana Jakarta International Halal Hub (JIHH).⁷²

⁶⁸ <https://kemenag.go.id/berita/read/506759/menag-lukman--lppom-mui-role-model-sertifikasi-halal-dunia>

⁶⁹ <https://kemenag.go.id/berita/read/505865/bpjph-diresmikan--menag--peran-mui-tetap-penting>

⁷⁰ <https://kemenag.go.id/berita/read/506725/peraturan-pemerintah-jaminan-produk-halal-segera-terbit>

⁷¹ <https://kemenag.go.id/berita/read/506787/pemerintah-bahas-rpp-jaminan-produk-halal>

⁷² <http://kampusmanajemenhalal.com>

Berdasarkan ketentuan tersebut, maka negara wajib hadir dalam memberikan jaminan kehalalan produk. Selain itu ada lembaga pengawas atau yang disebut dengan Halal Watch yang berperan sebagai penghubung antara masyarakat sebagai konsumen, pelaku usaha, pemerintah sebagai pelaksana undang-undang. Halal Watch yang didirikan pada 23 Januari 2013 di Jakarta telah aktif melakukan advokasi konsumen khususnya muslim dan pendampingan kepada pelaku usaha.⁷³

Ketentuan mengenai sertifikasi halal di Indonesia baik bagi usaha maupun produk harus dilakukan peninjauan ulang setiap 2 tahun sekali, artinya sertifikat halal hanya berlaku selama 2 tahun. Sehingga jumlah akan selalu berubah terutama setiap 2 tahun. Kaji ulang ini dilakukan untuk menjaga sertifikasi demi keamanan dan kenyamanan konsumen. Namun demikian sudah cukup banyak industri pangan halal Indonesia yang telah bersertifikasi halal baik yang masih menjadi konsumsi domestik maupun yang telah diekspor menjadi komoditas internasional.

Pada tahun 2014 lalu dari total industri makanan dan minuman dalam negeri yang telah bersertifikasi halal 120 ribu produk⁷⁴ menjadi tantangan bagi BPJPH untuk mensosialisasikan dan menerapkan sertifikasi halal. Kondisi ini sebenarnya juga bukan hanya tantangan BPJPH namun juga kinerja pemerintah secara keseluruhan dalam upaya kemandirian pangan. Produk pangan yang dihasilkan oleh industry dalam negeri masih belum semuanya memenuhi standar kesehatan dan keamanan pangan, dalam hal ini produk yang dihasilkan belum tersertifikasi oleh BPPOM. Oleh karena itu pemerintah juga berupaya untuk mensosialisasikan dan mendorong industry pangan dalam negeri untuk memenuhi standard dan mengembangkan kreatifitas serta potensi sumber daya local. Salah satunya dengan memberikan pangan award bagi industry pangan oleh kementerian perdagangan. Pemberian award ini salah satunya untuk meningkatkan daya saing produk Indonesia. Bahwa hal yang perlu diperhatikan

⁷³ <http://halalwatch.or.id/tentang-indonesia-halal-watch/>

⁷⁴ Wawancara Direktur LPPOM MUI; Sistem Halal Diadopsi di Luar Negeri, pada m.mediaindonesia.com

untuk meningkatkan daya saing bukanlah sekedar kreativitas, namun juga berkaitan dengan standarisasi yang diakui oleh pasar internasional. Oleh karena itu pemerintah juga mengembangkan Standar Nasional berkaitan dengan keamanan dan kesehatan pangan. Misalnya pengolahan yang higienis *sesuai good manufacturing practices* (GMP) dan menerapkan *sanitation standard operating procedure* (SSOP) atau Sertifikat Kelayakan Pengolahan yang diterbitkan oleh Ditjen Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan Kementerian Kelautan Perikanan (KKP). KKP memiliki 155 SNI, termasuk 90 SNI produk perikanan antara lain abon ikan, siomay, nugget, ikan pindang, ikan asin kering, dan fillet ikan beku.⁷⁵

Upaya yang telah dilakukan pemerintah menerapkan standar pangan tersebut sangat berkaitan dengan sertifikasi halal. Hal ini karena untuk mendapatkan sertifikasi halal, produk pangan harus memenuhi standar kesehatan dan keamanan pangan. Dalam penerapan standar dan regulasi mutu dan keamanan pangan, KKP terus mendorong kesadaran pelaku UMKM di daerah melalui sosialisasi, bimbingan teknis, kunjungan lapangan, serta sarana pengolahan

4.2. Diplomasi Publik

Sebagaimana dijelaskan pada tinjauan pustaka berkaitan dengan cakupan dan definisi diplomasi publik, maka diplomasi publik merupakan komunikasi pemerintah dengan publik yang berfungsi untuk mempromosikan kepentingan nasional melalui pemahaman, menginformasikan, dan mempengaruhi publik di luar negeri melalui pemerintah dan publik sebagai aktornya. Publik disini mencakup komunikasi antara pemerintah dengan publik, baik kelompok maupun individu untuk mempromosikan kepentingan nasional kepada publik diluar negeri. Berkaitan dengan fokus penelitian, maka publik diplomasi menekankan pada komoditas pangan halal, terutama hasil industri pangan untuk dapat diterima lebih luas didunia internasional.

⁷⁵<http://www.mediaindonesia.com/news/read/79245/baru-24-persen-umkm-terapkan-cara-produksi-pangan-sesuai-standar/2016-11-23>

Pemerintah Indonesia melalui kebijakan yang telah dikeluarkan berkaitan dengan pengembangan produk pangan halal diimplementasikan dalam pengembangan industri pangan halal dan kemandirian pangan. Bahwa ada hal yang harus digarisbawahi bahwa ketika pangan telah menjadi komoditas, maka kebutuhan pangan bukan hanya sekedar kebutuhan pokok, namun juga adanya *demand* (permintaan) berdasarkan kebutuhan tambahan dan selera konsumen. Pada bab mengenai diplomasi public ini membagi dalam sub bab pemberdayaan masyarakat local dan nation branding. Pembagian berdasarkan cakupan diplomasi public yang menekankan adanya keterlibatan masyarakat local dalam pencapaian tujuan nasional. Keterlibatan ini diartikan dengan pemberdayaan karena bukan hanya sekedar terlibat namun juga melakukan aktivitas positif termasuk berinisiatif yang bernilai tambah dalam pencapaian tujuan nasional. Sedangkan pada nation branding merupakan wujud pencitraan suatu negara dengan keunggulan yang dimiliki. Wujud ini merupakan bagian dari hasil pemberdayaan masyarakat dalam mencapai tujuan nasional.

4.2.1. Pemberdayaan Masyarakat Lokal

Pemberdayaan masyarakat lokal dalam diplomasi publik menekankan pada internal stakeholder pada produk pangan halal Indonesia. Internal stakeholder ini bukan hanya produsen, namun juga konsumen pengguna produk pangan halal. Pada penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa konsumen produk pangan halal di Indonesia bukan hanya kelompok muslim yang menjadikan pangan halal sebagai kebutuhan dan kewajiban, namun juga masyarakat luas yang melihat perlunya mengkonsumsi pangan yang telah terjamin standarnya. Pangan halal yang telah tersertifikasi berarti telah melewati beberapa tahapan yang berkaitan dengan keamanan dan kesehatan pangan. Sehingga konsumen pangan halal bersertifikasi didalam negeri cukup luas. Sedangkan bagi produsen, sebagaimana pada sub bab sebelumnya dalam kemandirian pangan dan industry pangan halal, menunjukkan bahwa untuk mencapai tujuan nasional berupa kemandirian pangan perlu memberdayakan sumber daya dan potensi local. Potensi dan sumber daya local dalam hal ini adalah masyarakat Indonesia sendiri.

Implementasi dari pemberdayaan masyarakat local dalam hal ini juga menyangkut produsen pada industry pangan local.

Pada sub bab sebelumnya bahwa peran aktif masyarakat pada pengembangan dan kemandirian pangan terlihat dengan semakin meningkatnya jumlah industry makanan dan minuman. Peningkatan ini menunjukkan aktivitas positif berkaitan dengan pemberdayaan sumber daya dan potensi local mengingat keragaman sumber daya pangan local. Data berkaitan dengan sertifikasi halal pada produk industry tersebut belum tercatat secara detail. Hal ini mengingat bahwa makanan dan minuman, terutama hasil produksi UMKM dengan mudah diterima dipasar domestik tanpa adanya sertifikasi dari BPPOM ataupun LPPOM MUI. Salah satu kendala dalam implementasi kebijakan pangan halal adalah kesadaran baik produsen maupun konsumen pada produk pangan. Sosialisasi masih diperlukan bagi keduanya. Pada produsen dengan produk pangan yang telah menjadi komoditas perdagangan internasional, dalam hal ini sudah memasuki pasar ekspor, pentingnya sertifikasi pada produk telah menjadi kesadaran tersendiri. Sosialisasi bahwa sertifikasi akan memberikan nilai lebih bagi komoditas atau produk yang diperdagangkan selalu menjadi perhatian pemerintah. hanya saja hasilnya belum maksimal. Salah satunya karena minat untuk berkompetisi dengan produk pangan luar masih rendah. pada beberapa negara, produk pangan hanya dapat diterima apabila mencantumkan sertifikasi terutama sertifikasi keamanan dan kesehatan pangan. Sertifikasi ini menunjukkan bahwa produk pangan tersebut telah memenuhi standar yang telah ditentukan. Demikian halnya dengan sertifikasi halal. Hal inilah yang kemudian menjadi bagian dari nilai tambah produk atau komoditas perdagangan,

Masih adanya sikap konsumen yang kurang peduli dengan sertifikasi juga menjadi tantangan tersendiri. Terlebih jika produk pangan tersebut sedang menjadi tren. Tren makanan dan minuman, termasuk yang berasal dari negara lain dengan mudah diterima oleh konsumen. Terutama pada produk makanan dan minuman yang terbuat dari sayur dan buah yang secara umum masuk kategori bahan pangan halal. Produk tersebut dengan mudah dapat diterima meskipun tidak

bersertifikasi halal dan pada proses pembuatannya menggunakan bahan lain yang harus jelas kehalalannya, seperti penggunaan susu, keju, rum, gelatin dan lainnya. Secara sederhana, jika selama konsumen tidak memperlakukannya dan dapat diterima, maka kondisi produk tidak menjadi masalah bagi produsen. Sehingga dapat dikatakan disini pemberdayaan masyarakat lokal baik pada produsen maupun konsumen ini terkait dengan kesadaran untuk bersikap selektif terhadap bahan pangan yang digunakan untuk proses produksi dan nilai lebih / tambah bagi produk pangan yang bersertifikasi.

Meskipun Indonesia memiliki jumlah muslim mayoritas, namun pemahaman dan kesadaran terhadap sertifikasi halal masih membutuhkan perhatian. Sejak didirikan pada tahun 2017, BPJPH (Badan Pengelola Jaminan Produk Halal) mulai aktif dan menerima pelayanan pada bulan Oktober 2018. Dengan didirikan badan ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran dan pemahaman konsumen dan produsen akan produk bersertifikasi halal. Meskipun demikian beberapa kalangan telah melakukan aktivitas dukungan kepada pemerintah, termasuk kalangan akademisi. Beberapa universitas di Indonesia mendirikan lembaga pengkajian produk halal. Seperti Institute Pertanian Bogor, Universitas Brawijaya, Universitas Hassanudin Makasar membentuk lembaga pengkajian pangan halal yang mendorong dan memfasilitasi pengelolaan pangan halal. Universitas Islam Indonesia di Yogyakarta juga mengembangkan *Halal Industrial Park* (HIP) sebagai lembaga terintegrasi bagi pengembangan produk halal yang membantu dan mendorong UMKM dalam mengembangkan produk halal melalui riset.

Disisi lain, keberadaan lembaga sertifikasi halal Indonesia, yang sebelumnya berada dibawah BPPOM MUI, oleh beberapa kalangan dikategorikan sebagai lembaga yang kompeten dalam mengelola sertifikasi halal. Bahkan beberapa negara melakukan kerjasama dengan Indonesia terkait pengelolaan lembaga sertifikasi halal yang kompeten, ini terlihat dari adanya permintaan untuk diadakannya pelatihan tentang sertifikasi halal dari beberapa negara seperti

Taiwan, Jepang, bahkan Australia dan beberapa negara Uni Eropa mengharapkan dukungan dari Indonesia dalam mengembangkan lembaga sertifikasi halal.

4.2.2. Nation Branding

Nation branding, atau jenama, merupakan hal yang harus dimiliki suatu negara untuk mengenalkan identitasnya dimata internasional. Dengan adanya brand akan memudahkan negara dalam memperkenalkan diri dan mempromosikan nilai yang ditawarkan. Pada dunia pemasaran, brand menjadi sangat penting bahkan sebagai bagian dari investasi. Dikatakan investasi karena melalui brand, nilai yang ditawarkan suatu negara, baik itu berupa barang dan jasa menjadi lebih mudah diingat dengan segala ciri dan kekhasan yang dimiliki. Sehingga inilah yang disebut dengan *competitive identity*. Sedangkan pada negara kondisinya lebih kompleks, karena harus melingkupi semua hal yang dimiliki oleh negara tersebut. Nation branding yang merupakan *competitive identity* dipengaruhi oleh persepsi orang. Artinya persepsi orang terhadap suatu hal dapat menjadi lebih penting daripada pesan itu sendiri. Oleh karena itu diplomasi publik menjadi tidak bermanfaat jika tidak memiliki kekuatan untuk mempengaruhi. Sehingga diplomasi publik harus berkoordinasi dengan semua pihak terutama pembuat kebijakan, untuk mampu meningkatkan reputasi.⁷⁶ Demikian juga, untuk meningkatkan daya tawar menawar suatu negara dalam dunia internasional, maka suatu negara juga perlu memiliki brand tersendiri. Idealnya brand suatu negara melingkupi semua bidang, yang menjadi ciri karakter negara tersebut. Hal ini sebagaimana pemikiran Simon Anholt tentang *Nation Branding* bahwa hal tersebut akan membantu negara meningkatkan reputasi dan image negara. brand juga dapat menjadi kekuatan dan peningkatan kualitas negara dengan mengkombinasikan enam dimensi, antara lain : pariwisata, ekspor (perdagangan), *governance*, investasi, culture & heritage serta masyarakatnya. Jika digambarkan sebagai sebagai :

⁷⁶ Simon Anholt, . 2007. *Place Branding and Public Diplomacy* p.29



Gambar 4.1. Nation Branding

Berdasarkan pemikiran Anholt tersebut, idealnya Indonesia dalam membuat Nation branding ada keterkaitan antara satu sektor dengan sektor lainnya. Selama ini branding yang lebih dikenal luas oleh masyarakat dan dunia internasional mengenai Indonesia adalah wonderful Indonesia. Branding ini diusung oleh Kementerian Pariwisata sejak tahun 2011. Wonderful Indonesia mengandung elemen *nature, culture, people, food, value for money*.⁷⁷ Elemen tersebut berkaitan dengan sumber daya dan tujuan yang ingin dicapai. Branding wonderful Indonesia tersebut lebih dikenal karena sosialisasi dan informasi pariwisata cukup luas yang juga memanfaatkan kemajuan teknologi. Sayangnya branding tersebut belum berkaitan dengan sektor lainnya dan lebih terfokus pada sektor pariwisata. Sehingga berdasarkan hal tersebut, orang mengenal Indonesia berawal dari pariwisata. Bahkan ada suatu kasus bahwa orang luar lebih mengenal Bali daripada Indonesia. Tidak ada yang salah apabila mengenal suatu negara berawal dari destinasi wisata. Hal ini juga terjadi pada beberapa negara yang

⁷⁷ http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/561/jbptunikompp-gdl-mulkisulai-28046-7-12_uniko-2.pdf
p.8

dikenal karena destinasi pariwisatanya. Apabila hal itu juga berpengaruh terhadap peningkatan sektor lainnya, maka dapat dikatakan sebagai *competitive identity*.

Presiden Joko Widodo pernah mengatakan bahwa *nation branding* Indonesia masih lemah. Indonesia berada di tingkat 5,2%. Sementara, *brand power* pariwisata di Thailand berada pada tingkat 9,4% dan Singapura di 8,6%. Rata-rata dunia pun di angka 7,7%. Untuk itu presiden menuntut langkah konkret mengenai program *nation branding*. Sebagai upaya untuk berkontribusi terhadap *nation branding* Indonesia. Sedangkan Hermawan Kertajaya pun mengingatkan bahwa *branding* bukan hanya ke eksternal namun harus bisa memotivasi internal *stakeholders*. *Nation branding* Indonesia yang menggunakan *Wonderful Indonesia* mempunyai tiga misi utama, yaitu menjadi *national brand*, *umbrella brand*, dan *humanistic brand* yang mencerminkan Indonesia di mata *stakeholders*-nya. Sebab itu *Unity in Diversity* sebagai slogan Indonesia harus bisa menjadi *positioning* dari *Wonderful Indonesia* dan menonjolkan ciri khas Indonesia dari 5P-nya, yakni *product*, *place*, *process*, *people*, dan *power-player*,” tutup Hermawan.⁷⁸

Dikarenakan hingga awal tahun 2018, belum ada kesepakatan berkaitan dengan *nation branding* yang menyangkut semua sektor, maka *nation branding* yang mendasari pengembangan analisa dalam penelitian ini adalah *nation branding Wonderful Indonesia*. Sebagaimana dijabarkan diatas bahwa *unity in diversity* menjadi slogan *positioning*, maka keberagaman agama juga menjadi bagian dari *branding* tersebut, termasuk produk pangan halal yang menjadi kebutuhan utama masyarakat muslim Indonesia.

⁷⁸ <http://marketeers.com/47638-2/> diakses pada Desember 2017

4.3. Analisis Diplomasi Publik Dalam Pengembangan Industry Pangan Halal Indonesia

Analisis pada sub bab ini berdasarkan operasionalisasi variabel dari teori dan konsep dalam penelitian. Berdasarkan operasionalisasi variabel teori diplomasi publik berkaitan dengan pengembangan industri halal, maka salah satu indikator bahwa diplomasi publik telah dijalankan adalah adanya kerjasama Indonesia baik yang dilakukan oleh pemerintah ataupun sektor swasta dalam pengembangan industri pangan halal. Kerjasama diasumsikan sebagai bentuk upaya pencapaian kepentingan nasional bidang pangan terutama pada industri pangan halal. Kerjasama menunjukkan bukti penerimaan actor lain terhadap Indonesia. Berikutnya indikator lain bahwa diplomasi publik telah dijalankan adalah adanya penerimaan produk hasil industri pangan halal Indonesia dalam perdagangan internasional. Penerimaan dalam perdagangan internasional menjadi bukti riil bahwa diplomasi yang disampaikan berkaitan dengan kepentingan nasional telah tercapai. Pada analisa ini tidak membahas tentang bagaimana pelaksanaan diplomasi dalam forum internasional, karena diplomasi public lebih banyak dilakukan oleh public (masyarakat).

4.3.1. Kerjasama Pengembangan Industri Pangan Halal

Kerjasama berkaitan dengan pengembangan industry pangan halal diawali dengan pengembangan industry pangan itu sendiri untuk memenuhi standar kesehatan dan keamanan pangan yang dilanjutkan dengan penerapan sertifikasi halal. Sebagaimana dijelaskan sebelumnya bahwa lembaga sertifikasi halal Indonesia telah menjadi contoh bagi pengembangan sertifikasi halal negara lain. Maka hal ini merupakan pintu bagi kerjasama pengembangan industry.

Sebagaimana pemikiran Anholt, bahwa variable dalam *nation branding* diantaranya adalah ekspor pada barang dan jasa. Dalam hal ini pangan halal merupakan salah satu produk dalam komoditas pangan internasional. Sertifikasi halal yang telah diatur dalam codex alimentarius menjadi nilai tambah bagi komoditas pangan. Meskipun Indonesia menempati posisi ke 11 sebagai pemasok

pangan halal dunia tetapi lembaga sertifikasi halal Indonesia didunia telah menjadi acuan dalam pembentukan dan pembuatan regulasi halal bagi beberapa negara. Hal ini dibuktikan dengan adanya kerjasama yang diinisiasi negara dan lembaga non negara dengan BPPOM MUI.

Berdasarkan Anholt pula bahwa komoditas perdagangan secara tidak langsung membawa serta nilai-nilai budaya yang dianut suatu negara. Industri pangan yang berkembang di Indonesia, terutama yang dikembangkan melalui UMKM, beberapa merupakan hasil budaya lokal. Hasil budaya lokal yang dimaksud bukan hanya menggunakan hasil pertanian lokal, namun juga budaya pengolahan pangan. Pengembangan budaya lokal serta didukung dengan sertifikasi halal akan menjadi nilai tambah bagi produk industry pangan Indonesia untuk bersaing pada perdagangan internasional. UMKM menjadi bagian penting dalam pengembangan produk halal. Hal ini karena pelaku usaha UMKM sangat memanfaatkan jaringan media dan komunikasi yang ada termasuk melalui transaksi elektronik. Kerjasama berkaitan dengan diplomasi public pangan halal antara lain dikembangkan oleh lembaga sertifikasi halal, dalam hal ini adalah LPPOM MUI dengan lembaga sertifikasi halal negara lain, universitas maupun kelompok masyarakat.

Misalnya LPPOM MUI menandatangani nota kesepahaman dengan Aladin Street yang menjadi e-marketplace produk halal. Salah satu bentuk kerjasama adalah membantu UMKM yang sudah mendapatkan sertifikat halal untuk meningkatkan kualitas produknya. Aladin Street beroperasi di 25 negara. Bentuk kerjasama lainnya adalah mempromosikan standar halal MUI ke dunia internasional dan menjadi mitra LPPOM MUI.⁷⁹ Selain itu, sebelumnya LPPOM MUI juga bekerjasama dengan GS1 sebuah perusahaan berstandar global yang berfokus pada identifikasi penomeran barcode internasional. Kerjasama ini bertujuan untuk memberikan informasi yang akurat dan transparan berkaitan dengan produk halal seperti otentifikasi data halal yang akan dicek dengan data

⁷⁹ Aladin Street kerjasama dengan LPPOM MUI, <http://m.republika.co.id>, diakses pada 1 April 2018

center yang ada di LPPOM MUI. Informasi ini sebagai bentuk layanan konsumen sehingga diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan public terhadap produk pangan halal Indonesia. Hal ini juga karena terjadi peningkatan pertumbuhan bisnis halal 9,3 pertahun.⁸⁰

Sejak awal didirikan hingga saat ini, dalam memberikan sertifikasi halal bekerjasama dengan beberapa kementerian serta sejumlah perguruan tinggi di Indonesia seperti Institut Pertanian Bogor, Universitas Muhammadiyah Dr. Uhamka, univeristas Wahid Hasyim Semarang, serta Univeritas Muslimin Indonesia Makasar. System jaminan halal yang dirancang oleh LPPOM MUI juga telah diadopsi oleh lembaga-lembaga sertifikasi halal luar negeri dalam 39 lembaga di 23 negara. Berkaitan kerjasama dengan negara lain, LPPOM MUI juga membuka kantor representative di beberapa negara seperti Sincung Halal for Taiwan di Taipei, Korea Selatan di Busan dan Seoul serta Shanghai di China.⁸¹ LPPOM MUI melakukan pelatihan auditor halal di beberapa negara. Pelatihan ini terkait permintaan beberapa perusahaan di China. Pelatihan ini diadakan oleh perwakilan LPPOM MUI di yang berada di kota Shanghai. LPPOM MUI juga membuka perwakilan di Busan Korea Selatan. Perbukaan ini didasari oleh pertimbangan bahwa Busan merupakan kota industry yang banyak masuk ke Indonesia namun belum memiliki sertifikasi halal. Sebagai bentuk perlindungan terhadap konsumen Indonesia, maka LPPOM MUI memfasilitasi sertifikasi halal bagi produk dari Busan. Langkah ini termasuk perlindungan terhadap masyarakat muslim di Korea Selatan. Selain di Busan, LPPOM MUI juga membuka perwakilan di kota Seoul.

Keberadaan perwakilan lembaga sertifikasi halal Indonesia di negara lain semakin membuktikan bahwa Indonesia meskipun bukan negara Islam dan sebagai negara dengan mayoritas muslim yang beragam latar belakang budayanya, memiliki kompetensi sebagai negara dengan lembaga sertifikasi halal yang diakui. Hal ini juga dibuktikan bahwa LPPOM MUI berhasil meraih

⁸⁰ LPPOM MUI jalin kerjasama dengan GS1 untuk berikan informasi Halal yang akurat, Maya Safira, Detikfood, <https://m.detik.com> diakses pada 1 April 2018 pukul 16.48 WIB

⁸¹ <https://halalmui.org>

sertifikat ISO 17065 dari Komite Akreditasi Nasional (KAN). Raihan ini juga membuktikan bahwa LPPOM MUI telah menjalankan proses sertifikasi halal sesuai standar internasional. Demikian juga produk yang telah disertifikasi juga memiliki tingkat penerimaan yang tinggi. Penerimaan sertifikat itu juga berkaitan dengan diterbitkannya HAS 23000 tahun 2013 oleh LPPOM MUI sebagai persyaratan sertifikasi halal yang kemudian diadopsi dan diduplikasi oleh negara lain termasuk World Halal Food Council (WHFC). HAS 23000 memiliki dua bagian, pertama tentang persyaratan sertifikasi halal: kriteria system jaminan halal dan kedua tentang kebijakan dan prosedur sertifikasi.⁸² Pengaturan dan pengelolaan sertifikasi halal di Indonesia meskipun dilaksanakan oleh ulama dan peneliti, namun kinerja dan kerjasama antar keduanya berjalan dengan baik, sehingga tercapai kesepakatan bersama terkait ketentuan sertifikasi halal.

Sebagai bentuk perlindungan dan pencapaian kepentingan nasional terkait pangan halal, LPPOM MUI juga sangat selektif dalam menerima dan bekerjasama dengan lembaga sertifikasi halal negara lain. Sehingga tidak semua lembaga sertifikasi halal dari luar negeri mendapat pengakuan dari LPPOM MUI. Ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi bahwa suatu lembaga sertifikasi halal dianggap kompeten, antara lain: 1) harus memiliki badan hukum; 2) memiliki kantor permanen; 3) memiliki dewan fatwa dan tim ilmuwan; 4) memiliki prosedur operasional; 5) memiliki system database yang baik; 6) merupakan anggota WHFC; dan 7) memiliki kerjasama yang baik dengan LPPOM MUI. Hingga awal tahun 2018, terdapat 42 lembaga sertifikasi halal yang diakui oleh LPPOM MUI yang berasal dari 32 negara.⁸³

Analisa berkaitan dengan diplomasi public ditunjukkan dengan adanya kerjasama dengan negara lain, terutama yang dilakukan oleh lembaga sertifikasi halal Indonesia yang diwakili oleh LPPOM MUI. Kerjasama ini menunjukkan

⁸² Persyaratan Sertifikasi Halal MUI pada <http://www.halalmui.org>

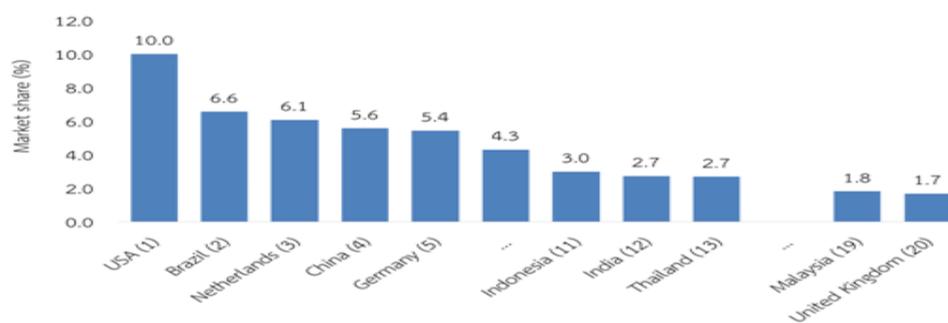
⁸³ Halal Corner, Mengapa ada Lembaga Sertifikasi Halal Luar Negeri yang Tidak Diakui LPPOM MUI? <http://halalcorner.id> diakses pada 1 April 2018 pukul 20.41 WIB

bahwa untuk mengembangkan industri pangan halal sebagai bagian dari kepentingan kemandirian pangan diperlukan kesadaran produsen dalam hal ini termasuk UMKM untuk mendapatkan sertifikasi pangan halal bagi komoditas pangannya. Sertifikasi halal merupakan nilai lebih yang akan didapat baik bagi komoditas itu sendiri maupun bagi perusahaan yang bersangkutan. LPPOM MUI menjadi actor yang berperan penting dalam pengelolaan produk pangan halal juga berperan dalam mensosialisasikan ketentuan pangan halal. Apa yang telah dilakukan LPPOM MUI merupakan bagian dari diplomasi public yang menempatkan Indonesia sebagai negara yang kompeten dalam sertifikasi komoditas halal.

4.3.2. Penerimaan Produk Hasil Industri Pangan Halal Indonesia

Sebagaimana hasil laporan penelitian sebelumnya tentang implementasi kebijakan pangan halal Indonesia bahwa salah satu hal yang mendasari kebijakan tersebut adalah konteks realitas. Realitas bahwa Indonesia merupakan negara pemasok pangan halal dunia. Hal ini dapat dilihat sebagaimana pada gambar berikut yang menunjukkan bahwa Indonesia sebagai negara eksportir pangan halal dunia yang menempati posisi 11 dengan persentase 3 persen.

Figure 4: The shares of global halal food in 1st half of 2016, by major exporters.



Source: Global Trade Atlas.

Gambar 4.2. Eksportir Global Pangan Halal⁸⁴

⁸⁴ <http://www.thaihalalfoods.com/EN/industry.php?id=16> Interests of the Global Halal Food Market. Conclusion and Recommendations Total Trade of the Global Halal Food Market Potential Halal Food Markets and other interesting markets

Disisi lain, kebutuhan pangan halal Indonesia juga sangat besar mengingat besarnya jumlah populasi Indonesia, terutama yang beragama Islam. Ini dapat dibuktikan dengan adanya data bahwa Indonesia menjadi pangsa pasar terbesar dari negara-negara anggota Konferensi Islam.

Tabel 4.3. Pasar Pangan Utama di Organisasi Kerjasama Islam⁸⁵

Country	Size (US\$ billion)
Indonesia	190
Turkey	168
Pakistan	108
Iran	97
Egypt	95
Bangladesh	60
Saudi Arabia	53
Nigeria	38
Iraq	35
Algeria	35

Berdasarkan kedua hal tersebut dapat dikatakan bahwa penerimaan produk hasil industri pangan halal Indonesia cukup tinggi, namun kebutuhan domestik juga tinggi. Hasil penelitian sebelumnya juga mencatat bahwa *market based view* pangan halal Indonesia dalam kondisi seri atau stagnan. Pada diplomasi public, peran masyarakat, termasuk konsumen juga cukup besar dalam mempromosikan pangan halal. Dalam hal ini konsumen turut berperan dalam mempengaruhi selera atau kecenderungan pasar untuk mengonsumsi produk pangan bersertifikasi halal. LPPOM MUI dalam hal ini juga turut berperan dalam membentuk image bahwa produk pangan bersertifikat halal lebih terjamin, sehat dan aman. Produk pangan halal Indonesia dapat diterima pada pasar internasional salah satunya juga karena image yang melekat dengan karena sertifikasi halal tersebut. Pada diplomasi public image atau *nation branding* dapat terbentuk dari adanya aktivitas

⁸⁵ International Trade Center, 2015, *From Niche to Mainstream; Halal Goes Global*, Geneva, Switzerland, p.7

perdagangan terutama komoditas ekspor. Produk industri pangan halal Indonesia baik yang diproduksi dalam skala besar maupun kecil melalui UMKM pada beberapa kasus mendapatkan image tersendiri sebagai komoditas halal. Sehingga dalam aktivitas perdagangan internasional, beberapa negara menahan komoditas produk pangan yang tidak masuk kategori halal, masuk dalam perdagangan dengan Indonesia. Artinya negara lain membatasi ekspor produk pangan yang tidak terindikasi halal masuk ke Indonesia. Demikian juga pada produk pangan yang masuk dalam kategori halal tetapi belum mendapatkan sertifikasi halal, komoditas / produk tersebut juga diharapkan dengan sukarela mendaftarkannya ke LPPOM MUI. Untuk mendapatkan sertifikasi halal tersebut membutuhkan proses yang terkadang dianggap atau dikategorikan sebagai hambatan non tariff. Namun mengingat pasar pangan halal Indonesia cukup besar, maka komoditas pangan import bersertifikasi halal akan lebih mudah diterima pasar Indonesia dan akan mendapatkan nilai lebih.

Sebagai perbandingan dapat dilihat pada penerimaan busana muslim Indonesia atau modest fashion. Salah satu komoditas halal yang dapat dijadikan sebagai acuan bagi pengembangan nation branding Indonesia adalah *modest fashion*. Dikatakan sebagai komoditas halal, karena ketentuan tentang modest fashion didasarkan dari syariah Islam tentang berbusana, terutama bagi perempuan. Modest fashion Indonesia diperdagangkan secara retail. Beberapa kali designer Indonesia membawa modest fashion baik dalam ajang *haut couture* maupun yang *ready to wear*. Sehingga modest fashion identik dengan Indonesia. Identik inilah yang sebenarnya berpotensi bagi Indonesia untuk membentuk nation branding berdasarkan konsep halal tersebut. Berdasarkan perbandingan tersebut, dapat dikatakan bahwa produk pangan halal juga berpotensi menjadi identitas Indonesia. Jika produk pangan halal identik dengan Indonesia, maka potensi yang ada dapat dimanfaatkan untuk menempatkan Indonesia sebagai negara pemasok pangan halal terbesar didunia. Hanya saja untuk mewujudkan hal ini diperlukan kerjasama dengan sector lainnya seperti pertanian, perikanan, pariwisata, ekonomi dan industri kreatif untuk dapat lebih memanfaatkan potensi yang ada dan dapat meningkatkan kualitas dalam persaingan pangan halal dunia.

BAB 5. KESIMPULAN

Diplomasi publik pada pengembangan industri pangan halal Indonesia didasarkan pada kepentingan nasional Indonesia dalam mengembangkan kemandirian pangan. Kemandirian pangan dapat dilakukan dengan memberdayakan masyarakat lokal untuk memenuhi dan mengolah sumber daya pangan yang ada dan tersedia mengingat Indonesia adalah negara agraris baik melalui industri besar maupun UMKM. Pangan sebagai sumber daya strategis menempatkan pangan sebagai bagian dari komoditas perdagangan internasional. Ketentuan dalam perdagangan internasional menjadikan kompetisi semakin tinggi. Sertifikasi halal menjadi bagian dalam ketentuan perdagangan internasional yang pada satu sisi dianggap sebagai hambatan non tarif. Berdasarkan kondisi tersebut, penting bagi Indonesia untuk mengupayakan kemandirian pangan termasuk pangan halal. Upaya melalui diplomasi publik merupakan salah satu cara mengingat peran publik yang semakin berkembang. Salah satu peran kunci dalam diplomasi publik pangan halal adalah apa yang telah dilakukan oleh LPPOM MUI.

Produk industri pangan halal Indonesia telah diterima secara global, namun Indonesia bukanlah pemasok utama. Disisi lain Indonesia juga konsumen pangan halal terbesar. Untuk meningkatkan kompetensi dan pemenuhan kepentingan nasional pada kemandirian pangan, diplomasi publik yang dilakukan LPPOM MUI membawa Indonesia sebagai negara yang kompeten dalam sertifikasi halal. Pada pengelolaan produk pangan halal, LPPOM MUI telah menjadi lembaga sertifikasi halal kompeten yang menjadi acuan bagi negara lain terutama sejak ditetapkannya HAS 23000 sebagai acuan persyaratan dan prosedur sertifikasi halal. Bahkan ketentuan ini telah diadopsi dan menjadi acuan beberapa negara termasuk WHFC. Adopsi ini terjadi karena banyaknya kebutuhan untuk mendapatkan sertifikasi halal. Sehingga komoditas dengan sertifikasi halal telah menjadi bagian dari komoditas yang dibutuhkan. Selain itu keberadaan

perwakilan LPPOM MUI di luar negeri menunjukkan bahwa Indonesia memiliki kompetensi dalam pengelolaan komoditas halal.

Meskipun Indonesia bukan negara Islam dan hanya sebagai negara dengan pemeluk muslim mayoritas, namun identitas sebagai negara yang menerapkan kaidah dan nilai-nilai Islam telah melekat di Indonesia. Komoditas dengan identitas halal yang mengacu pada syariah Islam telah menjadi trend dan kebutuhan tersendiri dari masyarakat dunia. Sebagai negara mayoritas muslim, Indonesia telah cukup maju dalam mengedepankan identitas halal dalam berbagai komoditasnya. Salah satu komoditas halal yang dapat dijadikan sebagai acuan bagi pengembangan nation branding Indonesia adalah busana muslim atau *modest fashion*. Nation branding menjadi hal penting dalam diplomasi public karena membentuk *image* dan menjadi sarana mengkomunikasi kepentingan nasional. *modest fashion* identik dengan Indonesia. Identik inilah yang sebenarnya berpotensi bagi Indonesia untuk membentuk nation branding berdasarkan konsep halal tersebut. Jika *modest fashion* Indonesia telah mendapatkan tempat tersendiri pada perdagangan internasional, maka pangan halal juga berpotensi untuk menempati posisi yang sama.

Melalui diplomasi publik yang telah dilakukan LPPOM MUI secara tidak langsung akan menempatkan Indonesia sebagai negara dengan kompetensi dan identitas halal. *Image* atau *nation branding* yang berkembang lebih menunjukkan bahwa ketika berbicara tentang produk halal dan sertifikasi halal, maka perhatian dunia menuju Indonesia. Potensi ini menjadi peluang bagi pengembangan industri pangan halal Indonesia baik skala besar maupun UMKM untuk lebih mampu berkompetisi dengan produk pangan halal dari negara lain.

DAFTAR PUSTAKA

Buku /e-book

- Ali Ya'qub, Mustafa, 2010, *Kriteria Halal-Haram untuk Pangan, Obat-Obatan dan Kosmetika Menurut Al-Qur'an dan Hadits*, Jakarta: Pustaka Firdaus, 2010
- Anholt, Simon. 2007. *Place Branding and Public Diplomacy* 1, no.1. hal. 4-11
- Brian White, 2005, "Diplomacy" dalam Baylis, John dan Steve Smith (eds.). *The Globalization of World Politics: An Introduction to International Politics*, Oxford: Oxford University Press, [Chapter 17].¹⁸ S.L Roy, (1995), *Diplomasi*, Jakarta: PT. Grafindo Raja Perkasa,
- Carlsnaes, Walter, et al. (ed). 2002. *Handbook of International Relations*. London: Sage Publications.
- Cresswell, John W., 2010, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*, Jakarta :Pustaka Pelajar
- Dian Effendi, Tonny, "Diplomasi Publik Sebagai Pendukung Hubungan Indonesia-Malaysia", hlm.3
- Edward R. Murrow Center for The Study and Advancement of Public Diplomacy, *Definitions of Public Diplomacy*, The Fletcher School, Tufts University, Massachusetts
- Harrison, Lisa, , 2007, *Metodologi Penelitian Sosial*". Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Hansen, Allen C. 1984. *Public Diplomacy in the Computer Age*. New York: Praeger Special Studies, Praeger Scintific. Hal. 2-5
- Holsti, KJ *Internationals politics, A Framework for Analysis*, Prentice Hall of India, NewDelhi, Third Edition
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Erlangga.
- Indriati, Etty, 2006, *Menulis Karya Ilmiah: Artikel, Skripsi, Tesis dan Disertasi*, Pt. Gramedia Pustaka Utama.

- Jemadu, Aleksius. 2008. *Politik Global Dalam Teori dan Politik*, Yogyakarta: Graha Ilmu. Hal.
- Nazir, Moh., Ph.D. 2009. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Roy, SL, 1991, *Diplomacy*, terjemahan Harwanto & Mirsawati, Rajawali Press, Jakarta,
- Rockower, Paul S.. 2011. Projecting Taiwan :*Taiwan's Public Diplomacy Outreach*. Institute of International Relations, National Chengchi University, Taipei, Taiwan : Issues and Studies vol. 47 Maret 2011. hal. 107-152
- Theodore A.C & James H.W,1999, *Pengantar Hubungan Internasional: Keadilan dan Power*. Bandung: CV. Putra A Bardin
- Vandana, A. 1996, *Theory of International Politics*. Chris Church College: Kampur University. hal. 131

Makalah / Laporan / Disertasi / Tesis/ Skripsi

- Adisasmito, Wiku, “Analisis Kebijakan Nasional MUI dan BPOM dalam Labeling Obat dan Makanan”, Makalah Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia, 2008, hal. 5.
- Arin Fithriana, Laporan Penelitian Pelaksanaan Kebijakan Pangan Halal Indonesia Untuk Meningkatkan Daya Saing Indonesia, Univeritas Budi Luhur November 2017, hal. 50
- Farihah, Oni, “Upaya Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Yang Mencantumkan Label Halal Atau Haram”, Program Studi Muamalah Ekonomi Perbankan Islam Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon 2015
- Hafizh, Ahmad Tinjauan Terhadap Perkembangan Jaminan Produk Halal dalam Hukum Indonesia, (Tesis, Fakultas Hukum Universitas Indonesia), hlm. 56.
- Hakim, Lukmanul, Bahan Seminar Nasional Halal dan Focus Group Discussion di Universitas Djuanda Bogor, 15 Desember 2014, h. 2.
- Jati, Sumunar, Wakil Direktur LPPOM MUI dalam wawancara dengan peneliti di Global Halal Center LPPOM MUI Bogor, 29 Mei 2015.

Yulia, Lady. (2015). *Halal lifestyle makin mendunia*, Makalah Islam (tidak diterbitkan), Padang: Universitas Andalas. Hal. 1

Jurnal

Apriyantono, Anton, "LPPOM MUI Harus Diperkuat", Jurnal Halal, No. 99 Th. XVI Tahun 2013, Jakarta: LPPOM MUI, hlm. 48

Awaisu, Braimah Imurana, et all, The Politics of Public Policy and Problem of Implementation in Africa : An Apraisal of Ghana's National Health Insurance Scheme in Ga East District", "International Journal of Humanities & Social Science" Vol. 4 No.4 (Special Issues Februari 2014) p. 199.

Danandjaja, James, *Metode Penelitian Kepustakaan*, Jurnal Antropologi Nomor 52, Antropologi Universitas Indonesia halaman 82-92

Djamil, Fathurrahman, "Kalau Banyak Lembaga Fatwa, Umat Bisa Bingung", Jurnal Halal, No. 100 Th. XVI Tahun 2013, Jakarta: LPPOM MUI, hlm. 48-49

Maulidia, Rahmah, "Urgensi Regulasi dan Edukasi Produk Halal Bagi Konsumen", *Justitia Islamica*, Vol 10/No.2/Juli-Des.2013. hal 360

Sudaryanto, T. Dan A. Munif. "Pelaksanaan Revitalisasi Pertanian". Volume 10 No.2, Desember 2005.

Tambunan, Amirsyah, "Hak Konsumen dalam Perspektif UU No. 8 Tahun 1999", Jurnal Halal, No.101 Th. XVI Tahun 2013, Jakarta: LPPOM MUI, hlm. 16

Waras, Nidya Sayekti, *Jaminan Produk Halal dan Perspektif Kelembagaan*, Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik, Vol. 5 No. 2 Desember 2014, hal 193-204

Dokumen

State of The Global Islamic Economic Report 2016/17, Thomson Reuter, DinarStandard, Dubai The Capital Of Islamic Economy.

Indonesia, (1999), Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 37 Tahun 1999 Tentang Hubungan Luar Negeri.

International Trade Center, 2015, *From Niche to Mainstream; Halal Goes Global*, Geneva, Switzerland

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2015 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015-2019

Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM MUI, Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika MUI, , (Jakarta: LPPOM MUI, 2008)

Rencana Strategis Tahun 2015-2019 Deputi Bidang Koordinasi Pangan dan Pertanian, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia

Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan

Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 09/Per/M.KUKM/VI/2016, Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia Nomor 07/Per/M.Kukm/Vii/2015 Tentang Rencana Strategis Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Tahun 2015 – 2019

Pedoman Teknis Kawasan Mandiri Pangan Tahun Anggaran 2017, Badan Ketahanan Pangan Kementerian Pertanian, 2017

Internet

<http://bkp.pertanian.go.id/bkpsumsel/tinymcpuk/gambar/file/Industri%20Pangan%20-%20Sebuah%20Pendapat%20dari%20Warga%20Negara%20Indonesia.pdf>

9 lembaga sertifikasi halal yang diakui Asia yang diakui LPPOM MUI
<https://food.detik.com/read/2015/01/02/124822/2792446/901/2/9-lembaga-sertifikasi-halal-asia-yang-diakui-lppom-mui>

https://www.researchgate.net/profile/Purwiyatno_Hariyadi2?enrichId=rgreq-256d4055d1886e22ea1c08afc4c8ac01-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzI2OTcwODc3MTtBUzoxNzYxNjg5Mzg1MTY0ODBAMTQxOTAxMzM1NjMwNg%3D%3D&el=1_x_10&_esc=publicationCoverPdf

<https://tirto.id/pasar-halal-indonesia-9dH> diakses pada 1 November 2017 pukul 17.23 WIB

<http://publicdiplomacy.org/pages/index.php?page=about-public-diplomacy>
(diakses pada tanggal 5 Juni 2015)

Australia Trade Commission.Australia Unlimited.<http://brandaustralia.gov.au/>

About codex <http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/about-codex/en/diakses> pada 17 Maret 2016

<https://core.ac.uk/download/pdf/32377557.pdf> “EVALUASI PROSES SERTIFIKASI HALAL INDONESIA DI LEMBAGA PENGKAJIAN PANGAN, OBAT-OBATAN, DAN KOSMETIKA MAJELIS ULAMA INDONESIA (LPPOM MUI)” diakses pada tanggal 20 Maret 2017

The Codex General Guidelines for the Use of the Term “Halal” were adopted by the Codex Alimentarius Commission at its 22nd Session, 1997. They have been sent to all Member Nations and Associate Members of FAO and WHO as an advisory text, and it is for individual governments to decide what use they wish to make of the Guidelines

<https://www.scribd.com/doc/238729027/Klasifikasi-Industri-Makanan>

https://www.researchgate.net/profile/Purwiyatno_Hariyadi2?enrichId=rgreq-256d4055d1886e22ea1c08afc4c8ac01-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzI2OTcwODc3MTtBUzoXNzYxNjg5Mzg1MTY0ODBAMTQxOTAxMzM1NjMwNg%3D%3D&el=1_x_10&_esc=publicationCoverPdf

<https://makanantradisionalsehat.wg.ugm.ac.id/2017/01/05/pemanfaatan-umbi-umbian-lokal-diantara-persaingan-beras-dan-terigu/>

<http://foodsecurityindex.eiu.com/Country/Details#Indonesia>

<http://www1.wfp.org/>

<http://bkp.pertanian.go.id/statis-44-kawasanmandiripangan.html>

http://bkp.pertanian.go.id/tinymcepuk/gambar/file/Pedoman_Teknis_KMP_TA_2017.pdf p.4

<http://gopanganlokal.miti.or.id/ragam-jenis-pangan-lokal-indonesia/>¹

<https://ekbis.sindonews.com/read/1255346/34/industri-makanan-dan-minuman-kontributor-terbesar-pdb-manufaktur-1510057336>

<http://ekonomi.kompas.com/read/2017/11/24/153929226/begini-cara-menjaga-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman>

<http://ekonomi.metrotvnews.com/mikro/ObzWV8dk-menaikkan-kelas-umkm-demi-perekonomian-indonesia>

<http://ekonomi.kompas.com/read/2016/06/09/084045026/umkm.dan.ketidakberdayaannya>

<https://www.researchgate.net/publication/259255415>

https://www.researchgate.net/profile/Purwiyatno_Hariyadi2?enrichId=rgreq-256d4055d1886e22ea1c08afc4c8ac01-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzI2OTcwODc3MTtBUzoxNzYxNjg5Mzg1MTY0ODBAMTQxOTAxMzM1NjMwNg%3D%3D&el=1_x_10&_esc=publicationCoverPdf

<https://economy.okezone.com/read/2017/09/23/320/1781629/luar-biasa-potensi-industri-makanan-indonesia-capai-rp1-500-triliun> diakses pada 7 Juli 2017

<https://www.bps.go.id/subject/35/usaha-mikro-kecil.html#subjekViewTab1>

<https://www.bps.go.id/subject/170/industri-mikro-dan-kecil.html#subjekViewTab1>

<https://kemenag.go.id/berita/read/506759/menag-lukman--lppom-mui-role-model-sertifikasi-halal-dunia>

<https://kemenag.go.id/berita/read/505865/bpjph-diresmikan--menag--peran-mui-tetap-penting>

<https://kemenag.go.id/berita/read/506725/peraturan-pemerintah-jaminan-produk-halal-segera-terbit>

<https://kemenag.go.id/berita/read/506787/pemerintah-bahas-rpp-jaminan-produk-halal>

<http://kampusmanajemenhalal.com>

<http://halalwatch.or.id/tentang-indonesia-halal-watch/>

Wawancara Direktur LPPOM MUI; Sistem Halal Diadopsi di Luar Negeri, pada m.mediaindonesia.com

<http://www.mediaindonesia.com/news/read/79245/baru-24-persen-umkm-terapkan-cara-produksi-pangan-sesuai-standar/2016-11-23>

http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/561/jbptunikompp-gdl-mulkisulai-28046-7-12_uniko-2.pdf p.8

<http://marketeers.com/47638-2/>

Aladin Street kerjasama dengan LPPOM MUI, <http://m.republika.co.id>, diakses pada 1 April 2018

LPPOM MUI jalin kerjasama dengan GS1 untuk berikan informasi Halal yang akurat, Maya Safira, Detikfood, <https://m.detik.com> diakses pada 1 April 2018 pukul 16.48 WIB

<https://halalmui.org>

Persyaratan Sertifikasi Halal MUI pada <http://www.halalmui.org>

Halal Corner, Mengapa ada Lembaga Sertifikasi Halal Luar Negeri yang Tidak Diakui LPPOM MUI? <http://halalcorner.id> diakses pada 1 April 2018 pukul 20.41 WIB

<http://www.thaihalalfoods.com/EN/industry.php?id=16> Interests of the Global Halal Food Market. Conclusion and Recommendations Total Trade of the Global Halal Food Market Potential Halal Food Markets and other interesting markets