
Sertifikasi Halal Sebagai Bagian Strategi Ekonomi Pemerintahan Shinzo Abe

Erni Puspitasari^{1*)} dan Indun Roosiani^{1*)}

Universitas Darma Persada, Jakarta, Indonesia

*)Surel korespondensi: ernipus05@gmail.com, iroosiani@gmail.com,

Kronologi naskah

Diterima: 2 Februari 2021; Direvisi: 25 Februari 2021; Dipublikasikan: 15 Desember 2021

ABSTRAK: Pada masa pemerintahan Shinzo Abe Jepang mulai berkiprah pada industri halal sebagai diversifikasi pendapatan negara. Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis latar belakang sertifikasi produk halal Jepang yang terkait dengan strategi ekonomi pemerintahan Shinzo Abe. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat berbagai latar belakang dilakukannya sertifikasi halal pada produk Jepang antara lain menyusutnya populasi Jepang, sehingga menurunnya tingkat konsumsi makanan, sementara itu muslim Jepang dan muslim dunia dari tahun ke tahun meningkat tajam sehingga berdampak kepada meningkatnya tingkat kebutuhan terhadap produk halal, munculnya tren hidup halal, dan tingginya pasar halal dunia. Dengan alasan tersebut Jepang melakukan sertifikasi halal terhadap produknya sebagai syarat agar dapat mendistribusikan produknya tidak hanya domestik tetapi juga luar negeri. Berbagai strategi dilakukan Jepang dalam memperkenalkan produk halalnya antara lain dengan melibatkan usaha kecil dan menengah, kerjasama luar negeri, berbagai pameran, berbagai seminar halal dan pendidikan

Kata kunci: sertifikasi, produk, strategi ekonomi, Shinzo Abe

ABSTRACT: During the Shinzo Abe government, Japan began to take part in the halal industry as a diversification of state revenues. The aims of this study is to analyse the background of Japanese halal product certification related to the economical strategy of the Shinzo Abe government. The research method used is descriptive qualitative. The results show that there are various backgrounds why Japan conduct halal certification on its products, among others the decreasing of Japan population then resulting in a decrease in the level of food consumption, meanwhile Japanese Muslims and world Muslims have increased sharply from year to year so that it has an impact on the increasing level of demand for halal products, the emergence of the trend of halal living, and the high world halal market. For this reason, Japan conducts halal certification for its products as a condition in order to be able to distribute its products not only domestically but also abroad. Various strategies were carried out by Japan in introducing its halal products, among others, by involving small and medium enterprises, foreign cooperation, various exhibitions, and various halal seminars and educations.

Keywords: *certification, product, economic strategy, Shinzo Abe*

PENDAHULUAN

Masuknya pendatang muslim ke Jepang dapat dibagi ke dalam 3 fase, yakni pendatang yang datang dari sub benua India, pada akhir abad 19 yang menetap di Tokyo, Yokohama dan Kobe. Generasi kedua adalah yang muslim Tatar dan Turki yang datang ke Jepang karena melarikan diri dari kekuasaan komunis pada awal abad 20 an, lalu generasi ketiga adalah muslim Indonesia, dan Malaysia.

Sementara itu perkembangan Islam di Jepang yang terbesar terjadi pada pertengahan tahun delapan puluhan bersamaan dengan gelembung ekonomi sehingga Jepang memerlukan banyak tenaga kerja, hal ini disiasati dengan merekrut para tenaga kerja asing yang salah satunya dari negara muslim antara lain dari Indonesia, Bangladesh, India, Iran, Afganistan Afrika, Turki dan negara negara Arab lainnya. Disamping sebagai tenaga kerja ada juga yang datang sebagai pelajar. Beberapa diantara mereka bahkan ada yang menikah dengan warga Jepang sehingga memiliki ijin tinggal permanen di Jepang. Perkawinan campur ini juga memunculkan generasi muslim baru di Jepang.

Seiring bertambahnya jumlah muslim di Jepang, mendorong munculnya kebutuhan tempat ibadah, toko toko yang menjual produk halal serta berbagai organisasi yang menaungi para muslim tersebut. Organisasi muslim tersebut antara lain Asosiasi Islam di Hokkaido, Asosiasi Persahabatan Islam Jepang di Kyoto, Asosiasi Dakwah Islam di Osaka, Asosiasi Islam di Nara, Asosiasi Wanita Muslim di Osaka dan Kyoto, Asosiasi Wanita Muslim di Osaka dan Kyoto, dan Asosiasi Kebudayaan Arab di Tokyo.

Pada dasarnya semua agama merupakan pondasi moral dan keyakinan yang membentuk masyarakatnya secara positif. Sementara itu Islam memiliki potensi besar untuk dapat mengatasi antara lain masalah sosial, rasisme, ketidaksetaraan, dan disparitas gender. Meskipun Jepang pada awalnya tidak begitu ramah terhadap Islam pada masa lalu, tetapi dalam beberapa tahun terakhir mereka cenderung untuk menerima dalam hal pemahaman terhadap budaya dan agama yang berbeda dari mereka. Muslim di Jepang berasal dari Berbagai latar belakang budaya, ras, kebangsaan, etnis, dan gaya hidup yang berbeda. Muslim di Jepang Sebagian menjalankan agama mereka secara ketat, dan Sebagian lainnya lebih liberal (Malone, nd).

Meningkatnya jumlah muslim di Jepang juga didorong oleh masuknya para mahasiswa

muslim dari berbagai negara, sehingga muncul kebutuhan makanan halal yang disediakan di kantin Universitas. Universitas Osaka mempelopori tersedianya menu makanan halal di kantin Universitas diikuti oleh beberapa universitas lain. makanan halal yang disajikan diberi label halal, tetapi apakah ini benar benar halal, belum dapat dipastikan. Sehingga perlu ada Lembaga yang menjamin kehalalan dari berbagai makanan yang disajikan. Kebutuhan akan makanan halal juga muncul di sekolah sekolah, karena terdapat siswa muslim. Sementara itu makanan yang disediakan pihak sekolah tidak bisa dijamin kehalalannya, sementara siswa muslim tidak memiliki alternative pilihan, kecuali membawa bekal, tetapi hal ini sedikit membuat kekhawatiran mereka akan diasingkan karena menu makan mereka yang berbeda (Yusof & Shutto, 2012).

Pada masa pemerintahan Shinzo Abe, semakin banyaknya pendatang muslim , maka makanan halal sangat diperlukan, karena itu perusahaan Jepang harus memasuki pasar makanan halal baik dalam maupun luar negeri, karena sebagian budaya Jepang, terkait dengan bahan yang tidak halal yakni babi dan alcohol. Konsep halal tidak terbatas hanya pada bahan produk, tetapi juga pada prosesnya. Sehingga membutuhkan perombakan besar besaran. Jepang juga harus melakukan disertiifikasi produk tidak hanya bergantung kepada bidang bidang yang sudah ada sebagai sumber ekonomi baru.

Sementara itu pasar produk halal dalam negeri tidak terlalu besar, mengingat jumlah muslim Jepang yang relative sedikit, maka Jepang juga membidik pasar produk halal untuk kepentingan ekspor. Untuk kepentingan ekspor maka perlu bagi Jepang untuk melakukan sertifikasi produknya agar dapat diekspor ke berbagai negara muslim. Sertifikat ini harus berlaku secara internasional dengan mengacu kepada badan sertifikasi yang sudah diakui dunia antara lain JAKIM dari Malaysia dan MUI dari Sertifikasi produk halal pada era pemerintahan Shinzo Abe juga dimaksudkan sebagai diversifikasi pendapatan domestic pada bidang industri makanan, pariwisata dan pendidikan. Salah targetnya adalah industri makanan halal, pariwisata syariah yang ditujukan untuk wisatawan muslim, dan untuk pendidikan targetnya adalah mahasiswa mahasiswa dari negara negara muslim.

Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini adalah *A Study on the Halal Food Supply Chain in Japan from an Inbound Perspective* yang ditulis oleh Daisuke Kitayama Masato Takanokura, Mituharu Ogiya, Siti Hawa Radin Eksan, dan Mohd Helmi Ali . Penelitian ini

membahas mengenai meningkatnya jumlah muslim di Jepang dan banyaknya kunjungan muslim ke Jepang yang berdampak kepada adanya kebutuhan akan makanan halal. Hal ini membuat perusahaan Jepang mulai memproduksi makanan halal. Sementara itu makanan dapat dikatakan halal harus ada legalitas yang menunjukkan hal tersebut yakni berupa sertifikat halal. Pemberian sertifikat halal dapat diberikan oleh badan sertifikasi yang ada di Jepang. Pemberian sertifikat halal dapat diberikan bila produk tersebut memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan diantaranya adalah pendistribusian, dan penyimpanan, dan hal ini masih menjadi kendala bagi Jepang. Sementara itu banyak produk makanan yang ramah muslim tetapi belum memiliki sertifikat halal. Mahalnya biaya serifikasi juga masih menjadi kendala bagi perusahaan perusahaan Jepang. Sertifikat halal hanya berlaku selama 1 tahun dan dapat diperbarui kembali. Dengan demikian penelitian ini hanya berfokus kepada sertifikasi pada produk makanan saja.

Penelitian saya lebih fokus kepada latar belakang Jepang berkiprah pada produk halal secara global baik barang maupun Jasa, mengingat jumlah populasi muslim dunia yang terus meningkat yang berdampak kepada naiknya permintaan produk halal. Kemudian untuk memenuhi syarat maka produk tersebut harus memiliki sertifikat halal yang dikeluarkan oleh badan sertifikasi. Hal ini menyebabkan bermunculannya badan sertifikasi di Jepang yang belum memiliki otoritas tunggal karena masih menginduk kepada badan sertifikasi asing. Bagi Jepang di bawah pemerintahan Shinzo Abe sertifikasi produk halal merupakan disertifikasi pendapatan dan merupakan strategi dalam meningkatkan perekonomian Jepang.

Dalam penelitian ini yang menjadi permasalahan adalah apa latar belakang Jepang berkiprah dalam industri halal dunia, sehingga perlu untuk melakukan sertifikasi produk halalnya, serta strategi apa yang dilakukan pemerintahan Shinzo Abe dalam mewujudkan industri halal Jepang menjadi salah satu diversifikasi pendapatan negara sehingga mampu meningkatkan perekonomian Jepang.

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka dengan demikian yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis latar belakang Jepang berkiprah dalam industri halal dunia, kemudian alasan pendirian berbagai badan sertifikasi, serta strategi yang dijalankan

pemerintahan Shinzo Abe agar industri halal Jepang merupakan diversifikasi pendapatan negara dan dapat meningkatkan perekonomian Jepang.

LANDASAN TEORI

Munculnya Islam sebagai agama Samawi terakhir pada 1400 tahun yang lalu, berimplikasi terhadap munculnya berbagai aturan hidup yang harus selaras dengan aturan agama, mulai dari ibadah, interaksi sosial, berpolitik, bahkan hingga ke masalah pemenuhin kebutuhan jasmani yang salah satunya adalah makanan. Dalam ajaran Islam, seseorang harus mengkonsumsi barang yang halal, baik zatnya maupun dalam mendapatkannya. Dengan demikian makanan halal telah ada sejak 1400 tahun yang lalu.

Halal adalah sesuatu yang dengannya terurailah buhul yang membahayakan, dan Allah memperbolehkan untuk mengerjakan. halal dalam Islam mencakup berbagai hal antara lain makanan, penyembelihan hewan, perburuan, alcohol, narkoba, pakaian perhiasan, rumah, usaha profesi, perkawinan, insting, hubungan seksual, mengatur kelahiran, cerai, kepercayaan terhadap tradisi, interaksi ekonomi, hiburan, hubungan kemasyarakatan, dan hubungan muslim dengan non muslim. (Qardhawi, 2000). Halal yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mengenai makanan, minuman, berbagai produk produk yang digunakan untuk tubuh, dan berbagai layanan jasa yang diberikan.

Definisi halal menurut Majelis Ulama Indonesia, halal artinya dibenarkan, lawan dari halal adalah haram yang artinya dilarang atau tidak dibenarkan menurut Syariat Islam, sedangkan Thoyyib dimakna sebagai bermutu dan tidak membahayakan. Dalam ajaran Islam pada dasarnya semua makanan halal, hanya beberapa saja yang diharamkan. Makanan haram bisa jadi halal bilamana dalam keadaan darurat, dan halal bisa menjadi haram kalau dikonsumsi secara berlebihan. Halal tidak hanya menyangkut makanan dan minuman atau benda yang berwujud, tetapi juga berkaitan dengan perbuatan, sehingga terdapat perbuatan halal dan ada perbuatan haram. (Rofi'i, 2010).

Pengertian halal dalam makanan dan minuman meliputi beberapa aspek antara lain. Halal secara zatnya atau bahan pembuatannya, halal dalam proses pembuatannya, dan halal dalam pemerolehannya. Untuk makanan terdapat beberapa makanan yang sudah jelas keharamannya yakni bangkai, darah, babi, dan khamr. Makanan halal bisa jadi haram kalau perlakuan yang dikenakannya menyimpang dari ajaran Islam yakni, penyembelihan yang tidak

dilakukan oleh seorang muslim, penyembelihan hewan yang ditujukan untuk berhala, hewan yang disembelih darahnya harus keluar secara tuntas, dengan demikian urat nadi lehernya harus putus, daging hewan halal yang tercemar bahan yang tidak halal baik bahan tambahan maupun alat yang digunakan.

Halal adalah istilah dalam bahasa Arab yang bermakna diperbolehkan dan lawannya adalah haram yang artinya dilarang dikonsumsi oleh umat Islam. Pada umumnya semua makanan adalah halal kecuali yang berasal dari beberapa hewan yang dilarang dikonsumsi oleh seorang muslim antara lain anjing, babi, hewan buas, hewan yang menjijikan, makanan yang mengandung alkohol, makanan yang mengandung bahan yang membahayakan tubuh, makanan dan minuman yang dapat memabukan, seperti minuman beralkohol, dan narkotika. Sementara itu dalam memberikan perlakuan pada hewan yang sebenarnya halal, tetapi akan menjadi haram ketika dalam melakukan penyembelihannya tidak manusiawi dan tidak sesuai syariah yakni disembelih dengan menyebut nama Allah.

Penjelasan yang lain dari halal adalah apa yang diperlakukan sesuai atau berdasarkan syariah maka disebut dengan halal. Halal merujuk kepada makanan, kosmetik dan yang lainnya yang diproduksi tanpa menggunakan daging babi, alkohol dan yang lainnya yang dilarang oleh Islam. Halal menyangkut bahan, proses pembuatan, jalur produksi, penyimpanan, transportasi, dan penjualan. Dengan kata lain rantai halal dan haram harus terpisah secara fisik (Mori, nd).

Sampai tahun 2010 perusahaan makanan dan kuliner Jepang belum tertarik untuk memproduksi makanan halal untuk konsumsi dalam negeri, karena sebagian besar orang Jepang tidak paham tentang konsep makanan halal. Selain itu bagi orang Jepang produk halal adalah sesuatu yang sensitif karena berkaitan dengan agama, aturan yang rumit untuk diterapkan. Pada sisi yang lain sebagian besar makanan Jepang mengandung babi dan alkohol.

Sementara itu sertifikasi halal di Jepang adalah halal adalah pemberian sertifikat yang dikeluarkan oleh organisasi yang ditunjuk untuk memberikan pernyataan halal mengenai produk makanan, minuman, dan komoditas layanan berdasarkan peraturan organisasi tersebut. Untuk saat ini tiap badan sertifikasi memiliki standar halal yang berbeda beda. Begitu juga dengan negara, tiap negara memiliki standar halal yang berbeda beda, dan logo tiap perusahaan maupun

negara juga berbeda. Badan sertifikasi Jepang sampai saat ini masih menginduk ke berbagai lembaga sertifikasi halal Malaysia, Indonesia, dan Timur Tengah. Standarisasi kehalalan di Jepang menyesuaikan dengan standar yang dipersyaratkan oleh lembaga lembaga tersebut.

Organisasi halal yang aktif di Jepang sangat sulit untuk disatukan untuk membentuk satu badan sertifikasi halal yang tunggal. Terdapat berbagai kendala antara lain:

1. Di dalam organisasi halal aktif yang dipimpin oleh oleh warga Jepang asli terdapat perbedaan antara etnis Jepang dan non Jepang, Orang Jepang berpikir bahwa masalah Islam harus ditentukan dengan hati hati dan menjadi tanggung orang Jepang sendiri dan tidak diatur oleh dan dikelola oleh orang non Jepang. Sementara itu menurut non Jepang bahwa makanan halal adalah bagian dari kewajiban muslim untuk mengontrol makanan halal dan mengeluarkan sertifikat halal. Sementara itu karena Jepang bukan merupakan negara muslim maka tidak memiliki otoritas tunggal seperti Indonesia, Malaysia, Mesir dan Arab Saudi.
2. Terdapat Interpretasi yang berbeda tentang Islam di antara para anggota yang berada di organisasi halal. Beberapa asosiasi halal berpendapat bahwa model Islam yang mewakili Jepang adalah Islam moderat. Mereka menyebutnya sebagai "Islam Jepang" yakni perpaduan antara esensi ajaran Islam dan budaya serta tradisi Jepang. Islam Jepang adalah memeluk Islam sebagai sebuah keyakinan, sebuah inspirasi, sumber norma, nilai dan etika dalam kehidupan sosial politik dan ekonomi, tetapi pada saat yang bersamaan menjadi menghormati, mematuhi budaya dan tradisi Jepang.
3. Standar kehalalan yang terdapat pada setiap organisasi berbeda antara satu dengan yang lain, karena memiliki sikap dan orientasi yang berbeda terhadap kehalalan itu sendiri. Satu kelompok menjadikan halal sebagai bagian dari dakwah dan pengabdian kepada masyarakat, sedangkan kelompok yang lain berorientasi kepada ekonomi (Utriza, 2016).

Anggota dari konsorsium halal sepatutnya harus memiliki platform yang sama, jika hal ini terwujud, maka masalah otoritas akan terselesaikan, tahap berikutnya adalah membentuk dewan ulama Jepang. Dewan ulama terdiri dari ulama Jepang dan melibatkan ulama dari luar negeri seperti Indonesia dan Malaysia. Tugas dewan ulama adalah bekerja untuk menetapkan standar syariah dari proses sertifikasi halal. Konsorsium halal mendukung hal

hal yang bersifat ilmiah, bila mana hal ini dapat terwujud maka Jepang akan memiliki otoritas tunggal mengenai sertifikat halal. Sehingga keberagaman di Jepang dapat memberikan kontribusi dalam menyukseskan industri halal Jepang.

Berdasarkan jenis datanya maka penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami fenomena yang dialami subjek penelitian secara menyeluruh dan dengan deskripsi dalam bentuk kata dan bahasa, dalam konteks yang wajar dan dengan menggunakan metode ilmiah (Moleong 2007).

Sementara itu pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif. Penelitian dengan pendekatan deskriptif adalah penelitian yang berusaha menceritakan pemecahan masalah berdasarkan data yang ada. Dengan demikian penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian yang ditujukan untuk memperoleh informasi tentang latar belakang sertifikasi halal di Jepang terkait dengan strategi ekonomi yang dilakukan pemerintahan Shinzo Abe. Melalui penelitian ini diharapkan mampu mengungkapkan situasi dan permasalahan yang dihadapi Jepang dalam mengoptimalkan sertifikasi halal agar dapat membangun industri halalnya ke tingkat dunia.

HASIL PENELITIAN DAN ANALISA

1. Latar Belakang Sertifikasi halal Jepang.

Terdapat berbagai latar belakang mengapa Jepang melakukan serufikasi terhadap produk produknya. Latar belakang ini tidak hanya muncul dari dalam negeri Jepang, tetapi juga karena adanya faktor dari luar Jepang. Faktor faktor tersebut antara lain akan dijabarkan pada paparan di bawah ini.

a) Penurunan Populasi di Jepang

Menurut sensus penduduk pada tahun 2015 jumlah penduduk Jepang adalah 127,09 juta jiwa. Jumlah ini termasuk jumlah penduduk non Jepang. Berdasarkan hasil proyeksi tingkat kesuburan, Jepang diperkirakan akan memasuki periode penurunan jumlah populasi yang Panjang. Populasi diperkirakan akan turun hingga menjadi 110,92 juta jiwa pada tahun 2040, dan akan terus turun hingga jatuh di bawah angka 100 juta jiwa yakni menjadi sekitar 99,24 juta jiwa pada tahun 2953, dan akan menjadi 88,08 pada tahun 2065(National Institute of Population and Social Security Research, 2017).

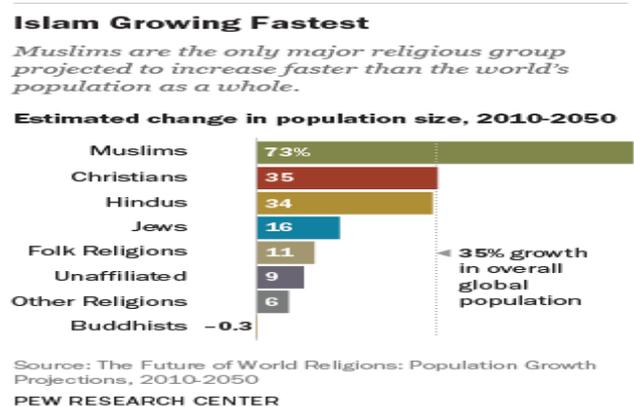
Proyeksi mengenai penyusutan jumlah populasi di Jepang memang tidak sama antara

peneliti satu dengan peneliti yang lain. Seorang peneliti mengemukakan penurunan jumlah populasi yang lebih ekstim yakni pada tahun 2060 diperkirakan populasi Jepang turun akan menjadi 86,737, dari 128,057 pada tahun 2010. Dampak negatvnya adalah akan mempengaruhi besaran kebutuhan makanan di Jepang. Dengan situasi yang seperti ini, maka pemerintah harus meningkatkan ekspor pangan ke berbagai negara. Bagi Jepang pasar muslim sangat menarik, karena pada tahun 2050 diperkirakan jumlahnya akan meningkat menjadi 2,76 milyar, yang merupakan 29,7% dari total penduduk dunia. Oleh karena itu diperkirakan muslim di seluruh dunia akan menghabiskan US\$ 1.914 milyar untuk kebutuhan makanan pada tahun 2021, yang merupakan 18,3% dari pasar dunia. Dalam kondisi seperti ini usaha kecil dan menengah Jepang diharapkan dapat berkontribusi (Fujiwara, 2017).

b) Meningkatnya Populasi Muslim Dunia

Sebuah pusat penelitian yang mengkhususkan penelitian mengenai kelompok agama memproyeksikan bahwa jumlah muslim dunia akan melampaui kelompok Kristen yang selama ini menjadi kelompok agama terbesar di dunia. Secara keseseluruhan populasi muslim meningkat dua kali lipat dari pertumbuhan populasi dunia. Populasi dunia diproyeksikan tumbuh 32% dalam beberapa decade ke depan, sementara itu jumlah muslim diproyeksikan tumbuh menjadi 70%, yakni dari 1,8 milyar pada tahun 2015 menjadi 3 milyar pada tahun 2060, Pada tahun 2015 jumlah muslim dunia sebesar 24,1% dari total jumlah populasi dunia, dan diprediksi 45 tahun ke depan diperkirakan akan menjadi 31,1% dari total penduduk dunia.(Lipka &Hackett 2017).

Grafik 1. Proyeksi Pertumbuhan Muslim dari Tahun 2010 Hingga tahun 2050



Sumber: The Future of World Religions: Population

Growth Projections, 2010-2050, (Pew Research 2017)

Grafik di atas memaparkan prediksi pertumbuhan muslim dunia antara 2010 hingga 2050 sekitar 73%. Perkembangan muslim dunia banyak disebabkan berbagai antara lain tingkat kesuburan wanita muslim tinggi, dan perpindahan dari agama lain, Dengan pertumbuhan penduduk yang demikian pesat maka tentu saja akan berdampak meningkatnya konsumsi produk halal dunia.

c) Munculnya Tren Halal dan Pasar Halal Dunia

Dengan populasi yang 1,8 milyar orang, maka pada tahun 2017 diperkirakan pengeluaran untuk konsumsi mencapai 2,1 triliun dollar, dan ekonomi Islam akan terus berkembang secara stabil. pengeluaran di seluruh sektor gaya hidup adalah US\$2,1 Trilyun dollar sedangkan sektor keuangan Islam memiliki total aset 2,4 triliun dollar pada tahun 2017. Makanan dan minuman menempati posisi pertama pengeluaran muslim yakni sebesar 1,3 triliun dollar, lalu diikuti oleh pakaian sebesar 270 milyar dollar, media dan hiburan 209 milyar dollar, perjalanan 177 milyar dollar, pengeluaran obat-obatan 87 milyar dollar, dan untuk kosmetik 61 milyar dollar.

Selaras dengan perkembangan teknologi, produk produk yang ditujukan untuk konsumsi muslim juga mengalami perkembangan. Banyak perusahaan yang telah mengadopsi blockchain untuk pembayaran, untuk mengkonfirmasi kepatuhan terhadap standar halal, atau melacak produk makanan, kosmetik, dan farmasi dari pabrik ke pengecer. Teknologi pintar juga diaplikasikan dalam pakaian, seperti GPS yang mampu menunjukkan tempat sholat yang terdekat yang dapat dijangkau.

Pada sisi yang lain, hal menjadi tren baru, yakni yang dikenal dengan trend “gaya hidup halal” halal menjadi pilihan orang, karena fakta menunjukkan bahwa secara ilmiah bahwa produk yang diberi perlakuan halal memiliki kualitas yang lebih bersih dan lebih sehat. Hal ini memperlihatkan bahwa halal hanya ditujukan secara eksklusif untuk muslim saja. Hal ini menjadikan alasan negara non muslim di Asia Timur berpartisipasi dalam mengembangkan industri halal.

d) Melemahnya Nilai Mata Uang Yen

Jatuhnya nilai mata uang yen memungkinkan wisata ke Jepang terjangkau oleh

para wisatawan, dan hal ini berdampak kepada meningkatnya jumlah wisatawan ke Jepang. Sektor pariwisata merupakan salah satu strategi pemerintahan Shinzo Abe. Shinzo Abe menargetkan 20 juta wisatawan pada tahun 2020 bersamaan dengan olimpiade, tetapi hal ini tidak dapat terealisasi karena adanya pandemi corona, dan olimpiade baru dilaksanakan pada tahun 2021 dengan tidak melibatkan penonton yang diharapkan hadir sebagai wisatawan. Walaupun begitu pariwisata Jepang terus meningkat dari tahun 2013, bahkan pada tahun 2015 jumlah wisatawan mencapai 19,7 juta orang (Adidaya, 2016) jadi target 20 juta wisatawan pada tahun 2020 bukanlah sesuatu yang terlalu berlebihan.

e) Meningkatkan Populasi Muslim di Jepang

Perkembangan Islam di Jepang yang terbesar adalah pada pertengahan tahun delapan puluhan, dimana terjadi lonjakan besar besarnya masuknya imigran muslim yang berasal dari Indonesia, Pakistan, Pakistan, Bangladesh, India, Srilangka, Iran, Afganistan, Afrika, Turki, dan dunia Arab. Mereka pada umumnya ada yang karena studi, maupun dengan alasan ekonomi. Beberapa dari mereka menikah dengan wanita Jepang, sehingga memiliki hak tinggal permanen dan memiliki kewarganegaraan Jepang. Mereka beranak pinak dan inilah yang menjadi generasi selanjutnya dari para imigran muslim di Jepang. Hal inilah yang mendorong munculnya kebutuhan akan masjid, ruang sholat, dan toko toko yang menjual produk halal.

Pada fase gelembung ekonomi yang kuat, dan tingginya nilai tukar yen, menjadi daya Tarik para imigran untuk datang ke Jepang untuk mendapatkan penghasilan dan mengirimkannya ke negara asal. Para pekerja migran tersebut dipekerjakan di pabrik atau di proyek pembangunan Gedung yang kekurangan tenaga kerja. Pada tahun 1980 an Jepang memiliki perjanjian bebas visa untuk wisatawan dari Pakistan, Bangladesh dan Iran. Hal ini berakibat banyak yang secara ilegal tinggal jangka waktu yang pendek dengan melakukan kerja, tetapi banyak juga yang bekerja tanpa memiliki visa kerja, atau yang yang status kependudukannya telah berakhir atau over stay ((Yamagata, 2019)). Dalam kondisi ini diperkirakan jumlah muslim di Jepang mencapai 100.000 (Tanada 20015), berhubung jumlah pekerja yang tidak memiliki dokumen syah meningkat pesat, maka pada tahun 1989 Jepang melakukan penangguhan bebas visa dengan Pakistan dan Bangladesh, dan 1992 dengan Iran. Hal ini berakibat menurunnya dengan cepat masuknya orang orang dari negara negara tersebut, lalu pemerintah Jepang

juga melakukan pengetatan dalam keimigrasian. Bagi pekerja yang tidak memiliki dokumen yang syah kembali ke negara asalnya. Sementara itu para pekerja yang memiliki ijin tinggal jangka Panjang karena melakukan pernikahan dengan warga Jepang, tetap tinggal di Jepang ((Yamagata, 2019)).

Para pekerja muslim yang datang pada saat itu rata rata adalah laki laki dengan kisaran usia antara 20 an hingga 30 tahunan, hingga pernikahan antara pekerja migran dengan perempuan Jepang meningkat pada saat itu. Diperkirakan sekitar 80% pekerja Pakistan dan Iran menikahi perempuan Jepang, dan 50% dari orang Bangladesh telah menikahi perempuan Jepang pada tahun 2000. Para pekerja ini, terutama Pakistan akhirnya memiliki bisnis yang sukses di Jepang. Mereka sukses berbisnis di bidang mobil bekas, dan industry makanan. Mereka hidup nyaman secara hukum dan finansial.

Setelah fase masuknya muslim dari Pakista, Iran dan Bangkadesh berakhir, muslim Indonesia mulai berdatangan ke Jepang pada tahun 1990 an, mereka rata rata datang sebagai teknisi, pekerja magang, atau mahasiswa. Sementara itu dari tahun 2007 para perawat Indonesia mulai datang ke Jepang, yakni pasca penandatanganan kerja sama kemitraan ekonomi antara Jepang dengan Indonesia. Pada sisi yang lain pemerintah Jepang juga mempromosikan kebijakan peningkatan penerimaan mahasiswa internasional, hal ini secara signifikan meningkatkan jumlah muslim di Jepang (Tanada 2015) Pada tahun 2010 berdasarkan statistic penduduk asing diperkirakan terdapat 100.000 muslim non Jepang di Jepang, dan meningkat menjadi 130.000 pada tahun 2016. Dengan sebaran 33000 orang Indonesia, diikuti oleh Pakistan dan Bangladesh. Selain bertambahnya muslim non Jepang, karena banyaknya terjadi pernikahan campuran dan lahirnya anak anak dari pernikahan tersebut maka diperkirakan pada tahun 2016 terdapat 40.000 muslim Jepang (Yamagata, 2019).

Meningkatnya jumlah muslim di Jepang juga didorong oleh masuknya para mahasiswa muslim dari berbagai negara, sehingga muncul kebutuhan makanan halal yang disediakan di kantin Universitas. Universitas Osaka mempelopori tersedianya menu makanan halal di kantin Universitas diikuti oleh beberapa universitas lain. makanan halal yang disajikan diberi label halal, tetapi apakah ini benar benar halal, belum dapat dipastikan. Kebutuhan akan makanan halal juga muncul di sekolah sekolah,

karena terdapat siswa muslim. Sementara itu makanan yang disediakan pihak sekolah tidak bisa dijamin kehalalannya, sementara siswa muslim tidak memiliki alternative pilihan, kecuali membawa bekal, tetapi hal ini sedikit membuat kekhawatiran mereka akan diasingkan karena menu makan mereka yang berbeda (Yusof & Shutto, 2012)

Perkembangan muslim di Jepang tentu saja berimplikasi terhadap pemenuhan kebutuhan berbagai produk halal mulai dari makanan, kosmetik, obat obatan dan berbagai produk lainnya. Pada awalnya para imigran muslim Jepang mendatangkan berbagai makanan halal dari negara mereka masing masing. Mereka impor secara terbatas, dan dijual di kalangan terbatas. Lambat laun bermunculan toko toko kecil yang menjual makanan halal dalam jumlah yang terbatas dan untuk kalangan muslim saja. Selain toko toko kecil, bermunculan juga rumah rumah yang menjual berbagai produk halal yang masih diimpor. Sangat sulit sekali menemukan produk halal untuk makanan khas Jepang, lambat laun karena banyaknya permintaan akan makanan Jepang yang halal, maka bermunculan berbagai produk makanan Jepang yang halal. Sebagai syarat bahwa produk tersebut dapat dinyatakan halal, maka produk tersebut harus dapat menyertakan kehalalannya dengan cara lolos sertifikasi produk halal. Hal ini memicu bermunculannya badan sertifikasi produk halal di Jepang.

Sebelumnya untuk memenuhi kebutuhan makan para umumnya muslim memasak di rumah atau makan di restoran yang menyajikan masakan yang berasal dari negara nya. Pada saat berada di luar rumah, mereka cenderung memesan seafood atau menu vegetarian bila harus makan di gerai makanan lokal. Pada saat berbelanja mereka biasanya akan menanyakan bahan yang digunakan dalam produk tersebut melalui layanan konsumen.

Bahan makanan halal pada saat itu umunya diimpor sehingga standar halalnya mengikut asal produsen produk tersebut. Pada tahun 2012 belum terdapat sertifikasi standar halal internal. Sementara itu kebutuhan makanan halal semakin meningkat. Sehingga pada saat hari raya muslim kadang terjadi penjualan makanan halal antar orang perorang

Sementara itu Pada masa pemerintahan Shinzo Abe, semakin banyaknya pendatang muslim , maka makanan halal sangat diperlukan, karena itu perusahaan Jepang harus memasuki pasar makanan halal baik dalam maupun luar negeri, karena sebagian budaya Jepang, terkait dengan bahan yang tidak halal yakni babi dan alcohol. Konsep halal tidak terbatas hanya pada bahan produk, tetapi juga pada prosesnya. Sehingga membutuhkan perombakan besar besaran.

Jepang juga harus melakukan disertifikasi produk tidak hanya bergantung kepada bidang bidang yang sudah ada sebagai sumber ekonomi baru.

2. Sertifikasi Produk Halal

Bagi Jepang masalah sertifikasi produk halal adalah sesuatu yang wajib dilakukan bila ingin berbisnis dengan negara negara dengan mayoritas penduduk muslim, tidak hanya terbatas pada industri manufaktur, tetapi juga pada sektor jasa dan logistik. Bidang logistik memegang peranan yang penting dalam rantai pasokan hasil produksi, namun karena Jepang adalah negara non muslim dan pemerintahnya tidak mengatur soal agama dan tidak ikut campur tangan soal agama, maka hal ini akan bertentangan dengan pasal 20 Konstitusi Jepang tahun 1974, sehingga hal ini secara otomatis akan berpengaruh terhadap pemerolehan sertifikasi halal.

Bisnis makanan halal di Jepang dikenal sangat potensial namun terdapat beberapa kendala terutama bagi industri kecil dalam mendapatkan sertifikasi halal salah satunya adalah mengenai biaya perolehan sertifikasi halal yang berkisar 300.000 yen. Sementara itu penjaminan integritas kehalalan makanan di Jepang juga harus melalui proses yang penuh tantangan dan masih memiliki banyak kendala.. Pada sisi yang lain sistem sertifikasi halal menjadi bagian penting untuk memastikan status kehalalan suatu produk. Menurut lembaga swasta Food Diversity Inc., untuk menjual produknya ke pasar Muslim, perusahaan Jepang harus berusaha keras untuk mendapatkan sertifikasi halal dari berbagai negara. Padahal, mendapatkan sertifikasi halal bukan hal yang mudah karena persyaratan yang harus dipenuhi perusahaan sangat ketat (Konety et.al, 2021).

Dalam pemerolehan sertifikat halal terdapat dua cara utama untuk mendapatkan sertifikat halal di Jepang. Salah satunya dengan mengajukan permohonan langsung ke lembaga inspeksi/sertifikasi yang disetujui oleh negara tujuan ekspor. Sedangkan cara kedua adalah dengan mengajukan atau memperoleh sertifikasi dari lembaga di Jepang yang telah diberikan kewenangan oleh lembaga sertifikasi di masing-masing negara tujuan ekspor. Oleh karena itu, isu sertifikasi halal menjadi salah satu tantangan besar bagi Jepang untuk menembus pasar Muslim.

Perusahaan yang berusaha mendapatkan sertifikasi halal yang sah harus memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh masing-masing

lembaga sertifikasi dan memperbaharui sertifikasinya setiap tahun dalam setiap pembaruan maka akan dilakukan audit ulang oleh badan sertifikasi yang ditunjuk. Ada kalanya sertifikat halal yang dikeluarkan sebuah badan sertifikasi tidak diterima di negara tujuan ekspor oleh karena itu pabrik dan pabrikan Jepang harus memperoleh beberapa sertifikasi sesuai dengan persyaratan masing-masing negara tujuan ekspor.

Saat ini, ada beberapa badan otoritas sertifikasi halal di Jepang seperti yang tercantum di tabel berikut ini.

Tabel 2. Badan Otoritas Sertifikasi Halal di Jepang

Table 3
Halal Certification Authority Bodies in Japan

Country / Region Body	Malaysia - JAKIM	Indonesia - MUI		UAE - ESMA
		Slaughter	Food Processing	Flavoring
Japanese Certifying Body (Abbreviation)				
Japanese Muslim Association (JMA)	✓		✓	✓
Japan Halal Association (JHA)	✓			✓
Japan Halal Unit Association (JHUA)	✓			
Japan Islamic Trust (JIT)	✓			✓
Muslim Professional Japan Association (MPJA)	✓	✓	✓	
Nippon Asia Halal Association (NAHA)	✓			
Emirates Halal Center (EHC)				✓

Sumber: (Yamaguchi, 2019 dalam Konety (2021)

Saat ini, terdapat beberapa badan otoritas sertifikasi halal di Jepang seperti yang tercantum dalam tabel 4.1. Badan tersebut mengawasi sertifikasi barang-barang tertentu, seperti penyembelihan makanan pengolahan dan bumbu, dengan izin dari lembaga otoritas halal asing, termasuk Jakim (Malaysia), MUI (Indonesia), dan ESMA (UEA). Ini semua dilakukan oleh pemerintah Jepang untuk memberikan jaminan bahwa pemerintah Jepang serius dan berusaha semaksimal mungkin untuk memenuhi standar halal sehingga dapat menciptakan kepercayaan bagi pasar Muslim.

Menurut perwakilan Food Diversity Inc. sebagai salah satu sektor swasta yang berperan penting dalam mengembangkan industri halal di Jepang, tanpa arah yang terpusat, seperti lembaga sertifikasi halal, jasa restoran, misalnya, harus menangani semuanya secara mandiri. Akibatnya, sulit untuk mempertahankan standar yang konsisten dari barang dan jasa yang diizinkan karena restoran mencari sertifikasi dari badan yang berbeda,

sehingga proses sertifikasi halal menjadi rumit dan semakin mahal (Konety et.al,2021).

Industri halal yang sedang berkembang di Jepang memprakarsai pembentukan organisasi nirlaba, Japan Halal Association (JHA), yang berperan mengawasi sertifikasi halal gerai makanan dan barang, juga melakukan pendekatan untuk fasilitas sholat. JHA adalah lembaga yang memenuhi syarat dan diakui dari International Halal Alliance (IHI) dan anggota berlisensi dari JAKIM. JHA menggunakan standar JAKIM Malaysia untuk membantu produsen atau gerai makanan mendapatkan sertifikasi halal di Jepang. Selain itu, JHA melakukan pelatihan dan sertifikasi untuk manajer Halal di perusahaan Jepang (Japan Halal Association, 2012). Alhasil, beberapa perusahaan wisata Jepang pun terdorong untuk memperkenalkan paket wisata halal bagi wisatawan muslim yang berbasis di Tokyo dan Osaka.

Berikut ini adalah beberapa badan sertifikasi halal di Jepang Halal Japan Corporation (**HJC**) Halal Japan Corporation (HJC) merupakan perusahaan yang berfungsi sebagai lembaga yang mendukung dan bekerjasama di bidang halal secara umum, termasuk sertifikasi halal oleh JAKIM, Malaysia. HJC juga membantu perusahaan dari perolehan sertifikasi halal hingga pengelolaan dan pemeliharaan. Selain itu, HJC juga menyediakan layanan satu atap untuk semua yang ingin memperoleh Halal Global, mulai dari pemeriksaan spesimen, audit fasilitas, pengaturan pemeriksaan JAKIM, persiapan dokumen, penerjemahan hingga layanan penghubung JAKIM. Dengan dukungan Operasional Komite Halal setiap perusahaan yang sudah memperoleh sertifikasi akan mendapatkan pelatihan penanggung jawab halal dan administrator.

HJC bermitra dengan dengan lembaga halal JAKIM (Jabatan Kemajuan Islam) karena Malaysia berpenduduk lebih dari 60% muslim. Malaysia juga merupakan satu-satunya negara di dunia yang menetapkan standar halal dan dikelola secara ketat. Selain itu Malaysia juga menjadi anggota OKI (Organisasi Kerjasama Islam) sejak awal berdirinya, sehingga Malaysia juga menjalin kerjasama dengan 56 negara muslim. Saat ini, JAKIM menjadi satu-satunya lembaga pemerintah di dunia yang melakukan

sertifikasi halal secara ketat, maka JAKIM diterima di sebagian besar negara Islam. Dengan logo sertifikasi JAKIM (gambar di bawah) pada produk, maka distribusinya tersedia di negara-negara tersebut.

Badan serifikasi halal Jepang lainnya adalah Muslim Profesional Japan Association (MPJA) Muslim Profesional Japan Association (MPJA) merupakan salah satu lembaga sertifikasi halal terkemuka di Jepang. Sejak didirikan tahun 2013, MPJA telah berkomitmen untuk membantu konsumen halal melalui penerbitan sertifikasi halal dan advokasi penyebaran halal di Jepang. Salah satu layanan utama MPJA adalah memberikan sertifikasi halal kepada industri lokal.

Untuk menunjukkan komitmen dalam menyebarkan halal, MPJA telah disertifikasikan diakui oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) sejak tahun 2015, Jabatan Agama dan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) sejak tahun 2016 dan Kantor Komite Islam Thailand (CICOT) sejak tahun 2018. Sebagai salah satu Lembaga Sertifikasi Halal yang diakui, MPJA telah mempromosikan dan menerapkan standar halal yang tepat untuk meningkatkan kepercayaan konsumen di dalam dan luar negeri. MPJA juga menjadi anggota World Halal Food Council (WHFC) sejak tahun 2015. WHFC mewakili 46 lembaga sertifikasi halal termasuk dari Asia, Australia, Selandia Baru, Amerika dan Eropa dengan total formasi 26 negara (MPJA Mutual-Recognition: Muslim Japan Association).

MPJA memegang level tertinggi di industri dalam hal standar sertifikasi Halal, karena mempertahankan hubungan internasional dengan badan sertifikasi halal utama di industri. Dengan demikian, MPJA dapat mengeluarkan tanda sertifikasi yang sangat efektif di banyak bagian dunia Muslim. Saat ini, MPJA secara resmi disetujui (saling diakui) oleh lembaga sertifikasi halal luar negeri berikut:

1. Badan Pengembangan Islam Malaysia (JAKIM)
2. Majelis Ulama Indonesia (MUI)
3. Komite Sentral Islam Thailand (CICOT)

3. Strategi Ekonomi sebagai Implementasi Sertifikasi Halal

Jepang termasuk 60 negara non muslim yang ingin mencitakan bahwa negaranya merupakan destinasi wisata yang ramah muslim. Dengan demikian Jepang berupaya untuk mengembangkan

industry pariwisata halal. Guna mewujudkan hal ini pemerintah Jepang bekerja sama dengan usaha kecil dan usaha menengah. Usaha kecil menengah sendiri juga telah menjalin kerjasama dengan negara negara dengan mayoritas muslim seperti Malaysia dan Indonesia. Usaha kecil menengah di Jepang juga menyediakan berbagai fasilitas ramah muslim untuk muslim di Jepang. Dalam rangka terus mengembangkan industri halal, maka pemerintah Jepang juga menjalin kerjasama dengan negara dengan mayoritas muslim.

a) Menjalinkan Kerjasama dengan Negara mayoritas Muslim

Dalam mengembangkan industri halal, Jepang tidak dapat bekerja sendiri untuk mencapai tujuan nasionalnya yakni untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, maka Jepang berusaha untuk menjalin kerjasama dengan negara lain, salah satunya dalam bidang pariwisata halal. Industri pariwisata sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi Jepang, dengan demikian secara tidak langsung bila wisatawan muslim datang ke Jepang, maka pemerintah Jepang berkewajiban untuk memenuhi kebutuhannya selama di Jepang sebagai bentuk apresiasi terhadap kedatangannya. Dengan demikian pengembangan industri halal merupakan kepentingan nasional Jepang.

Dalam industri pariwisata, promosi adalah bagian yang sangat penting, hal ini juga dilakukan oleh Jepang. Melalui Japan National Travel Organisation i. Organisasi ini melakukan promosi dengan ikut serta berpartisipasi dalam Travell Fair di berbagai negara, mengundang wisatawan langsung, dan juga melalui iklan di berbagai media baik melalui publikasi cetak, maupun elektronik.

Guna meningkatkan jumlah wisatawan, khususnya wisatawan muslim, maka pemerintah Jepang berupaya menyediakan berbagai fasilitas yang dibutuhkan wisatawan muslim selama di Jepang. Selain makanan yang halal, pemerintah juga menyediakan fasilitas yang ramah muslim lainnya. Untuk mengenalkan Jepang sebagai destinasi wisata yang ramah muslim, maka pada Januari tahun 2014 diselenggarakan Seminar mengenai potensi wisata syariah dan pemenuhan makanan yang memiliki standar halal yang diselenggarakan oleh Halal Development Foundation Japan (HDFJ). (Pesat, nd)

Usaha lain yang dilakukan pemerintah Jepang dalam menarik wisatawan muslim dengan menempatkan staffnya antara lain di Indonesia dan Malaysia guna menganalisis kebutuhan wisata muslim di Jepang Pemerintah Jepang juga

melakukan berbagai pelatihan untuk para pelaku bisnis halal melalui Halal Summit pada tahun 2014.

Meningkatnya jumlah wisatawan muslim yang meningkat setiap tahun, berdampak semakin agresifnya pemerintah Jepang dalam melakukan diplomasi, salah satunya adalah diplomasi kuliner. Jepang berusaha mempekenalkan makanan khasnya agar lebih dapat dinikmati oleh semua kelompok, termasuk muslim.

Kerjasama antara Jepang dengan Malaysia dan Indonesia dalam industri pariwisata syariah tidak hanya sebatas tentang upaya penyediaan makanan halal, atau seminar, tetapi juga untuk mengembangkan usaha kecil menengah Jepang.

Jepang adalah negara yang memiliki kepedulian yang tinggi terhadap usaha kecil dan menengah, karena usaha kecil dan menengah memiliki posisi yang kuat dalam mendukung industri Jepang. Usaha kecil menengah merupakan bidang yang memberikan kontribusi yang signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi Jepang.

Pada era pemerintahan Shinzo Abe, dalam rangka pengembangan usaha kecil dan menengah, salah satunya memberikan perlakuan istimewa antara lain meringankan beban pajak jika perusahaan tersebut melakukan inovativ. Kebijakan dan strategi Abenomics membuat kondisi ekonomi Jepang menjadi lebih baik, walaupun masih memerlukan dukungan (Susilo 2017 dalam Pesat,nd). Dengan kesadaran yang tinggi, bagi Jepang usaha kecil menengah sangat penting untuk stabilitas negara.

Pemerintah Jepang mendukung usaha kecil dan menengah Jepang untuk bersinergi dengan industri kecil dan menengah Indonesia dalam memproduksi berbagai kebutuhan antara lain makanan, obat obatan, dan kosmetik. Pemerintah Jepang juga memberikan kemudahan kepada usaha kecil dan menengah untuk mengembangkan pariwisata halal. Pemerintah Jepang juga menyediakan dana hingga 6 Milyar yen pada tahun 2014 dengan subsidi 50% untuk pembelian fasilitas priduk halal untuk usaha kecil dan menengah di Jepang.

b) Kerjasama Jepang Malaysia.

Jepang menyadari bahwa Malaysia adalah pelopor dalam penerapan sertifikasi terhadap produk yang ditujukan untuk kaum muslim. Jepang sangat merasa sangat cocok dengan standar tinggi yang diterapkan Malaysia dalam hal sertifikasi halal. Malaysia adalah pelopor dalam pengembangan dalam hal sertifikasi, produksi, dan distribusi makanan halal ke berbagai negara non muslim. Pemerintah Jepang mengirimkan beberapa utusannya

untuk mempelajari lebih lanjut tentang produk halal. Melalui Malaysia External Trade Corp. (MATRADE) dan Japan External Trade Organisation. Kerjasama dalam bidang produk halal dikembangkan.

Melalui kerjasama ini pemerintah Malaysia juga memberikan kemudahan bagi Jepang untuk berinvestasi pada industri halal di Malaysia. Pemerintah Malaysia juga mendorong lebih banyak perusahaan Jepang untuk terlibat dalam industri halal. Melalui kerjasama ini Pemerintah Jepang juga banyak melakukan impor produk halal dari Malaysia. Produk halal ini akan disebar di berbagai gerai di Jepang. Semua produk yang didatangkan dari Malaysia telah mendapatkan sertifikat halal dari Majelis Ulama Malaysia. Produk halal yang didatangkan dari Malaysia antara lain hasil pertanian, peternakan, makanan, minuman, obat-obatan, hingga kosmetik. Pemerintah Jepang berharap bahwa produk halal akan memberikan kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi Jepang.

c) Kerjasama Jepang Indonesia

Indonesia adalah negara dengan jumlah muslim terbesar di dunia, sehingga hal ini menjadi pasar yang baik untuk produk halal Jepang baik dari sektor barang maupun jasa. Indonesia mendorong industri pariwisata halal di Jepang dengan cara menghadiri berbagai pertemuan yang digelar pemerintah Jepang dalam mempromosikan berbagai produk halalnya. Pertemuan tersebut antara lain adalah Halal Expo di Asakusa Tokyo pada tahun 2017 (Pesat, nd). Bentuk kerjasama yang lain adalah dalam bidang perdagangan dan investasi, yang melibatkan usaha kecil menengah antara kedua negara.

Kerjasama ini sangat penting dalam menunjang ekonomi kedua negara, Pemerintah Indonesia juga memfasilitasi usaha kecil menengah Indonesia untuk berpartisipasi dalam berbagai pameran halal di Jepang dengan menyajikan berbagai produk halalnya. Indonesia berharap produk dari usaha kecil menengah Indonesia dapat dipasarkan di Jepang baik makanan, fashion atau produk lainnya. Maraknya industri halal Jepang menjadi rangsangan yang baik untuk industri kecil dan menengah Indonesia untuk berperan lebih aktif untuk memasarkan produknya. Pada sisi yang lain, Jepang melalui usaha kecil dan menengahnya melakukan investasi di Indonesia dengan memproduksi berbagai produk halal dengan tujuan ekspor.

d) Penyediaan Fasilitas Ramah Muslim

Industri halal yang terus berkembang di Jepang mendorong pemerintah Jepang meningkatkan pembangunan berbagai fasilitas ramah muslim agar mampu lebih banyak lagi menarik wisatawan muslim dan memenuhi kebutuhan para wisatawan muslim selama di Jepang. Sampai saat ini pasar utama wisata halal Jepang adalah dari Timur Tengah dan Asia Tenggara yang mayoritas beragama Islam. Pada tahun 2016 sekitar 1,7 juta wisatawan muslim atau hampir 60% dari total wisatawan muslim berasal dari negara ASEAN seperti Indonesia, Malaysia dan Singapura yang masing-masing mewakili 27%, 23%, dan 5%. (Saville & Mahbubi 2021). Jumlah ini akan meningkat karena adanya kebijakan bebas visa yang telah diterapkan sejak 2014 untuk Indonesia dan 2013 untuk Malaysia.

Fasilitas ramah muslim yang disediakan bagi wisatawan antara lain, makanan yang halal. Pada tahun 2017 terdapat 161 restoran yang telah memiliki sertifikat halal. Restoran ini pada umumnya terletak di kota besar seperti Tokyo, Osaka, Hokkaido dan Kyoto, dan sangat sulit ditemui di kota-kota kecil, padahal sebagian wisatawan Indonesia lebih suka mengunjungi kota-kota kecil untuk memperkaya pengetahuan serta menikmati budaya tradisional Jepang. Sementara itu terdapat juga restoran yang telah memiliki.

Fasilitas berikutnya adalah toilet yang menyediakan air sebagai pembasuhnya, karena pada umumnya toilet di Jepang adalah toilet kering. Air sangat penting bagi umat Islam dalam hal kesucian. Bagi wisatawan muslim toilet yang tidak menyediakan air menjadi hal yang kurang nyaman. Namun saat ini Jepang sudah menyediakan teknologi bilasan dengan air setelah menggunakan kamar mandi, dan ketersediaan kamar mandi jenis ini sudah tersebar luas di Jepang.

Tempat sholat adalah fasilitas ramah muslim yang sangat penting. Saat ini terdapat 241 tempat yang digunakan untuk sholat di seluruh Jepang baik berupa masjid atau tempat yang difungsikan untuk sholat. Bagi seorang muslim menjalankan sholat 5 waktu adalah kewajiban utama. Saat ini untuk tempat strategis seperti Stasiun Tokyo, Stasiun Osaka, bandar udara Kansai, dan bandar udara Narita telah dilengkapi dengan ruangan untuk sholat. Usaha kecil dan menengah yang terdapat di daerah-daerah kunjungan wisata diajak bekerjasama oleh pemerintah Jepang untuk menyediakan musholla kecil bagi para muslim.

Sayangnya ketersediaan tempat sholat ini tidak semuanya dilengkapi dengan tempat berwudhu, sehingga terpaksa menggunakan wastafel untuk

berwudhu. Pada sebuah situs internet terdapat 192 tempat yang dapat difungsikan sebagai tempat sholat baik di tempat yang tersebar di seluruh Jepang yang dilengkapi dengan keterangan fasilitas yang disediakan. Hanya saja banyak yang tidak dilengkapi dengan fasilitas berwudhu. (Prayer Space in Japan, nd). Jumlah tempat untuk sholat semakin bertambah, tetapi banyak yang minim penggunaannya karena akses yang sulit, sehingga minim penggunaan. Banyak tempat sholat yang salah difungsikan sehingga menjadi tempat sholat. Sementara itu sebuah musholla di pusat perbelanjaan di Suita Osaka digunakan tidak hanya digunakan oleh pengunjung tetapi juga oleh para pegawai yang bekerja di area tersebut. Ruangannya tersebut digunakan 30 kali dalam sebulan. Berita ini menyebar ke mana mana hingga penggunaan musholla ini semakin meningkat. Cara penggunaan musholla ini dengan meminta ijin kepada staf pelayanan untuk membukanya, karena sulit untuk membiarkan ruangan terbuka karena banyak orang yang datang dan pergi. (Kyodo News, 2019).

Ken Michi seorang professor di sekolah Pascasarjana Studi Asia Pasifik mengatakan bahwa tidak cukup hanya menambah jumlah musholla tetapi masyarakat Jepang juga perlu memahami mengapa ruangan sholat diperlukan yaitu dengan cara mempelajari adat dan budaya muslim, dan kemudian mengembangkan tempat tersebut di mana orang dapat dengan mudah menggunakannya. Dengan kata lain bahwa musholla harus dapat digunakan kapanpun ketika waktu sholat dan dapat dengan mudah diakses oleh muslim yang berkunjung ke Jepang.

e) Pendidikan

Strategi lain dalam meluaskan pasar halal Jepang yakni melalui pendidikan. Dalam rangka meningkatkan daya saing dalam bidang pendidikan, serta memberikan para mahasiswanya lingkungan kampus internasional, maka kementerian pendidikan tinggi, Kebudayaan, Olahraga, dan Ilmu Pengetahuan dan teknologi Jepang (MEXT) sejak tahun 2009 telah meluncurkan Program Global 30 dengan tujuan menarik 300.000 mahasiswa asing selama 5 tahun ke depan. 13 universitas pertama yang terpilih berada di daerah yang memiliki populasi muslim besar yakni Tokyo, Osaka, Kyoto, Sendai, Tsukuba, Nagoya dan Kyushu.

Program ini memungkinkan para mahasiswa muslim untuk datang dan belajar di salah satu

universitas ini. Para pasca sarjana pada umumnya telah menikah dan cenderung membawa keluarganya ke Jepang, hal ini meningkatkan jumlah populasi muslim di Jepang, lalu selama mereka melakukan studi maka kebutuhan terhadap produk halal otomatis akan meningkat. (Yusof, Shutto, 2012). Meningkatnya konsumsi produk halal akan berimbas kepada peningkatan pendapatan negara.

KESIMPULAN

Terdapat berbagai latar belakang dalam sertifikasi produk di Jepang, faktor internal antara lain karena menurunnya populasi Jepang sehingga menyebabkan menurunnya konsumsi barang, sementara itu pada sisi yang lain jumlah muslim di Jepang meningkat. Faktor eksternal yang menyebabkan adalah meningkatnya populasi muslim dunia dan munculnya tren halal serta tinggi pasar halal dunia, sehingga Jepang yang merupakan negara industri ambil bagian dalam industri ini.

Untuk memenuhi syarat agar dapat terlibat dalam industri halal global, maka produk produk Jepang harus mendapat sertifikat halal untuk menjamin kehalalan produk tersebut. Hal ini berimplikasi munculnya badan sertifikasi halal di Jepang, antara lain yang terkemuka adalah Halal Japan Corporation (HJC), dan Muslim Profesional Japan Association (MPJA). Badan sertifikasi di Jepang tidak memiliki otoritas tunggal sehingga harus memakai standar halal yang dikeluarkan oleh badan sertifikasi asing yang sudah mapan antara lain JAKIM dari Malaysia dan MUI dari Indonesia.

Setelah mendapatkan sertifikasi halal untuk produknya, maka Jepang harus melakukan strategi agar produknya dapat dikenal dan dapat dikonsumsi oleh muslim baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Strategi yang dilakukan antara lain adalah kerjasama luar negeri antara lain Indonesia dan Malaysia, dalam memproduksi produk halal, lalu melalui berbagai pameran dan seminar, serta melalui jalur pendidikan.

REFERENSI

<https://www.waseda.jp/top/en/news/53405>

- Adidaya, Y. A. (2016). *Halal in Japan: History, Issues and Problems - The Effect of the "Halal Boom" Phenomenon on Japanese Society and Industry* (Issue June, pp. 1–64).
- Kitayama Daisuke, Takanokura Masato, Ogiya, Mituharu (nd) A Study on the Halal Food Supply Chain in Japan from an Inbound Perspective Proceedings of the International MultiConference of Engineers and Computer Scientists 2018 Vol II IMECS 2018, March 14-16, 2018, Hong Kong
- Konety et.al. (2021). *Japan's Rational Choice in Developing the Halal Industry*. Mimbar, Vol.37, No.1st (June,2021), pp.00-00
- Mori, Takayuki, *The present condition and the subject of Halal in Japan, In comparison with Malaysia* , Kobe : University of Marketing and Distribution Sciences
- National Institute of Population and Social Security Research. (2017). *Population Projections for Japan: 2016 to 2065 (in Japanese)*. 62. <http://www.ipss.go.jp/index-e.asp>
- Tatsuya Fujiwara, R. binti M. I. (2017). Issues of Japan Halal Industry: An Exploration of Potential Obstacles to Japanese Smesâ Export Development. *International Journal of Supply Chain Management*, 6(2).
- Lipka, Michael, Hackett, Conrad (2017) Why Muslims are the world's fastest-growing religious group
<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/04/06/why-muslims-are-the-worlds-fastest-growing-religious-group/>
- Pesat ,Js, Nd Chapter IV Japanese Government Strategy In Developing Halal Tourism Industry In Japanese“Smes”
http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/23451/8.%20CHAPTER%20IV.pdf?sequence=8&isAllowed=y%20http_
- Saville, Ramadhona, Mahbubi, Akhmad, (2021) Assessing Muslim travellers' preferences regarding food in Japan using conjoint analysis: An exploratory study on the importance of prayer room availability and halalness,
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2405844021011762#bib80>
- Tanada,Hirofumi (2017)Ever growing Muslim community in the world and Japan