

POTRET INDUSTRI HALAL *FASHION*: RANTAI NILAI DAN DAMPAKNYA TERHADAP PEREKONOMIAN MASYARAKAT KOTA PEKALONGAN

Indah Purwanti¹

Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Negeri Islam K.H.

Abdurrahman Wahid Pekalongan

indah.purwanti@uingusdur.ac.id

Abstract

The development of industry has become a booster for economic development because, with the conversion of agricultural land and professions, the industry has become one of people's choices. The halal industry became a trending field for Indonesian entrepreneurs and workers because the demand for halal products in the world is increasing. The city of Pekalongan is famous for its production of textiles, batik, and ready-to-wear fashion and according to data, the fashion industry drives the people's economy. This article aims to determine the involvement of actors in the global halal fashion industry value chain scheme and to determine the economic conditions of urban communities with the existence of the halal fashion industry. The method to be used is literature study and field study. The literature study is to seek an understanding of the global industry value chain while field studies are to explore the halal fashion value chain in Pekalongan City. Data collection was in the form of a literature review and interviews. The results of a literature review found that in the global halal fashion industry, Indonesia imports more than it exports. The value of the halal fashion industry is also not as much as the halal food and beverage processing industry. Meanwhile, in the industrial value chain, each company applies a margin to be used as profit. The condition of halal fashion exports in Pekalongan City has only penetrated the domestic market and only a few are involved in the export market. Meanwhile, the halal fashion industry ecosystem is currently in the planning and development stage.

Keywords: *halal value chain, halal fashion industry, export.*

Abstrak

Perkembangan industri menjadi pendongkrak pembangunan ekonomi karena dengan adanya alih fungsi lahan pertanian dan profesi, maka industri menjadi salah satu penggerak ekonomi masyarakat. Industri halal pada masa ini adalah ladang bagi para pengusaha dan tenaga kerja Indonesia, karena permintaan akan produk halal di dunia semakin banyak. Kota Pekalongan terkenal dengan produksi tekstil, batik dan fashion siap pakai dan menurut data, industri fashion menggerakkan perekonomian masyarakat. Artikel ini bertujuan untuk mengetahui keterlibatan pelaku dalam skema rantai nilai industri halal fashion global dan untuk mengetahui kondisi perekonomian masyarakat kota dengan keberadaan industri halal fashion. Metode yang akan digunakan adalah studi literatur dan studi lapangan. Studi literatur untuk mencari pemahaman tentang rantai nilai industri global sedangkan studi lapangan untuk menelusuri rantai nilai halal fashion di Kota Pekalongan. Pengumpulan data berupa telaah literatur dan wawancara. Hasil telaah literatur ditemukan bahwa dalam industri fashion halal global, Indonesia mengimpor lebih banyak daripada melakukan ekspor. Nilai industri fashion halal juga tidak sebanyak industri pengolahan makanan dan minuman halal. Sedangkan dalam rantai nilai industri, setiap perusahaan menerapkan margin untuk kemudian digunakan sebagai keuntungan. Kondisi ekspor halal fashion di Kota Pekalongan baru merambah pasar dalam negeri dan sedikit yang berkecimpung di pasar ekspor. Sedangkan untuk ekosistem industri halal fashion saat ini ada dalam tahap perencanaan dan pengembangan.

Kata Kunci: *rantai nilai industri, halal fashion industry, ekspor.*

PENDAHULUAN

Indonesia, memiliki ragam kebudayaan dan salah satunya terkenal sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Indonesia memiliki potensi besar menjadi pemain global di industri halal. Dengan catatan, para pemangku dan seluruh elemen masyarakat perlu terlibat dalam usaha

mendorong dan mengembangkan industri halal nasional. Dalam Laporan Ekonomi dan Keuangan Syariah Indonesia 2020 yang dirilis Bank Indonesia, kontribusi rantai nilai halal atau halal value chain (HVC) terhadap pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) terus tumbuh. Pemerintah telah menyusun Masterplan Ekonomi Syariah 2019-2024

sebagai strategi mewujudkan Indonesia sebagai produsen produk halal dunia. Di sisi industri, Kementerian Perindustrian bersama Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal dan Majelis Ulama Indonesia berupaya merealisasikan penguatan rantai nilai halal melalui pembentukan Kawasan Industri Halal (KIH). Selain pembuatan kawasan, Kementerian Agama juga membuat beberapa regulasi terkait jaminan produk halal, layanan sertifikasi halal dan penyelenggaraan bidang jaminan social produk halal. Di sisi perekonomian dan keuangan, Kementerian Keuangan bersama Bank Indonesia telah memfasilitasi ekosistem perbankan dan ekonomi berbasis Syariah.

Pekalongan, adalah kota penghasil batik yang terkenal, namun berdasarkan data dari BPS kota Pekalongan, terdapat penurunan jumlah industry manufaktur selama 3 tahun terakhir. Data mengemukakan bahwa pada tahun 2021 terdapat penurunan sebesar 13.79% dibandingkan tahun 2020. Nilai ekspor Kota Pekalongan sendiri pada tahun 2021 mencapai Rp. 423 689,94 juta dengan perolehan terbesar dari sector industry sebesar Rp. 172 060,94 juta. Tahun 2021, Kota Pekalongan juga mengalami penurunan dari segi realisasi dan volume barang produksi ekspor.

Sektor-sektor industry manufaktur ini kemudian terbagi menjadi subsector dengan jenis industry: industry makanan; industry pengolahan tembakau; industry tekstil; industry pakaian jadi; industry kayu, barang dari kayu dan anyaman; industry bahan kimia dan barang bahan kimia; industry farmasi, produk obat kimia dan obat tradisional; industry karet barang karet dari plastic; dan industry barang logam, bukan mesin dan peralatannya. Industri tekstil menempati posisi teratas dengan jumlah 44 perusahaan tekstil atau sebesar 60% dari total perusahaan manufaktur lain di Kota Pekalongan. Berdasarkan data di atas, bisnis pakaian (fashion) masih menjadi primadona di kalangan pebisnis di Kota Pekalongan.

Setiap industri perlu untuk memetakan rantai nilai atau value chain, yaitu serangkaian

kegiatan bisnis yang mana pada setiap tahapan atau langkahnya mampu menghasilkan nilai atau manfaat pada barang atau jasa yang diproduksi. Pengaruh nilai rantai pasok dapat ditemukan pada proses pra-produksi dan post-produksi. Nilai inilah yang menjadikan sebuah produk sebagai nilai tambah produk. Faktor pada proses pra-produksi yaitu pengembangan produk, design produk dan branding, sedangkan factor pada proses post-produksi adalah marketing, distribusi dan retailing (pemasaran). Rantai nilai inilah yang nantinya akan menentukan keunikan dari masing-masing brand industry serta produk yang akan dipasarkan.

Dari segi pemerintahan, sebagai perumus kebijakan, aspek-aspek berikut perlu diimplementasikan dalam rantai nilai halal supaya adanya saling berkesinambungan dan dapat bersaing dalam bisnis, diantaranya: adanya regulasi yang jelas; membangun ekosistem melalui integrasi antara unit-unit usaha baik usaha kecil, menengah, dan besar; mengembangkan fokus produk yang kompetitif dan produksi dan pemasaran yang lengkap dari ujung ke ujung (end to end). Peran pemerintah dalam merumuskan strategi untuk peningkatan produk halal melakukan hal-hal seperti menggabungkan berbagai instrumen yang tersedia yaitu memanfaatkan instrumen kebijakan, seperti kebijakan relaksasi ekspor-impor untuk produk halal tujuan ekspor, menguatkan akses pasar produk halal Indonesia di pasar luar negeri, dan menyiapkan berbagai program untuk penguatan pelaku usaha ekspor produk halal.

Dalam setiap siklus bisnis yang fluktuatif, terlebih kita dalam masa pasca pandemic, tahun ini saatnya produsen bangkit lagi dalam menjalankan usahanya setelah dua tahun terlimbas dampak pandemic. Produsen selainya mengembangkan sebuah perencanaan yang kompetitif untuk bersaing kembali di sector perdagangan. Strategi pengembangan produk dan proses pemasaran diasumsikan berinovasi sesuai dengan kondisi pasar pasca pandemic. Berdasarkan

penjelasan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai: Potret Industri Halal Fashion: Rantai Nilai Dan Dampaknya Terhadap Perekonomian Masyarakat Kota Pekalongan.

METODE

Peneliti menggunakan metode kualitatif untuk penelitian ini. Metode kualitatif menurut Bungin (2007:68) bertujuan untuk menggambarkan berbagai kondisi, situasi dan fenomena sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, atau gambaran tentang kondisi, situasi maupun fenomena tertentu. Sedangkan studi kasus yang digunakan pada penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi masalah, mendefinisikan kasus dan mengembangkan proposisi.

A. Sumber data

Sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data primer, yang dimaksud dengan data primer adalah menelusuri subjek penelitian yang terkait dengan judul penelitian, yaitu: kbid perdagangan ekspor, kbid perindustrian, masyarakat, dan salah satu wirausaha batik yang sudah mengeluti bidang ekspor.

2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui penelusuran literature dan penelitian terdahulu untuk menghimpun data yang sifatnya mendukung data primer.

B. Teknik Pengumpulan Data

Ada dua teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kajian literatur dan wawancara. Untuk studi literatur, peneliti mengumpulkan jurnal dan buku yang membahas tentang konsep rantai nilai, pengelolaan industry halal dan relevansi rantai nilai terhadap perekonomian masyarakat. Setelah mempelajari terlebih dahulu konsep dan sasaran pada rantai nilai global, peneliti memetakan konsep, tujuan dan sasaran dalam rantai nilai global dan unsur-unsur yang perlu diperhatikan dalam

pengelolaan industry fashion halal serta kajian tentang dampak rantai nilai.

C. Teknik Pengolahan Data

Tahap selanjutnya, penulis melakukan validasi lapangan guna mencari data terkait mekanisme rantai nilai pada industry fashion halal.

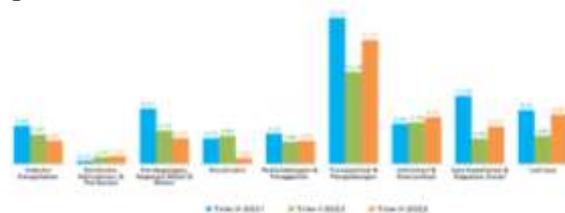
HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kajian Literatur

1.1. Rantai Nilai Global pada Industri Halal

Semenjak revolusi industry hadir dalam keseharian masyarakat Indonesia, sector perindustrian menjadi salah satu unsur pendapatan negara, sekaligus mengerakan perekonomian masyarakat. Adanya permintaan dan penawaran akan produk halal, menyebabkan Indonesia berperan dalam perekonomian halal, bukan saja dari hal permintaan konsumen, karena mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim, tetapi juga dari penawaran produksi jasa atau barang halal.

Berdasarkan Berita Resmi Statistik bahwa tahun 2022, dari sector penerimaan mengalami pertumbuhan sebesar 5,44% dan pertumbuhan tersebut merata di setiap sector usaha. Berikut data statistic penerimaan dari lapangan usaha;



Sumber: Berita Resmi Statistik No. 60/08/Th. XXV, 5 Agustus 2022

Data di atas mendeskripsikan bahwa sector industry pengolahan masih menyumbang pendapatan negara sebesar 4% dan dibandingkan dengan sector usaha lain. Walaupun demikian, ada penurunan dari segi pertumbuhan sector industry pada triwulan ke-2 tahun 2022.

Dalam memenuhi permintaan penduduk muslim dunia akan produk-produk halal yang meliputi; pangan, farmasi, kosmetik, fashion, travel dan media, sebanyak 2 triliun

US Dollar telah dikonsumsi masyarakat muslim dunia pada tahun 2022¹.

Indonesia mempertahankan posisinya pada The Global Islamic Economy Indicator dalam State of the Global Islamic Economy (SGIE) Report 2022 yang diluncurkan DinarStandard di Dubai, Uni Emirate Arab. Ekspor makanan halal ke negara-negara OKI meningkat 16 persen pada 2021. Nilainya akan terus meningkat seiring dengan inisiatif dari pemerintah dan stakeholder dalam meluncurkan sistem data kodifikasi produk halal untuk mencatat nilai perdagangan global produk halal Indonesia².

Berikut adalah proyeksi industri halal yang dihasilkan masyarakat Organisasi Kerjasama Islam pada tahun 2022:



Gambar 1: Peringkat Negara OKI dalam Produksi Industri Halal 2022

Sumber: State of the Global Islamic Economy (SGIE) Report 2022, DinarStandard (2022)

Berdasarkan data di atas, sector keuangan Syariah menempati posisi tertinggi diikuti dengan sector makanan halal, fashion halal, travel halal, farmasi dan kosmetik halal, dan sector terakhir media hiburan. Ada kesempatan untuk memperbaiki kinerja pada semua sector, terlebih dari tiga sector utama yaitu; keuangan, pangan dan fashion. Untuk industry fashion halal, Indonesia bahkan menempati posisi tiga besar di antara negara Organisasi Kerjasama Islam.

Di bawah ini adalah table export dan impor yang dilakukan negara-negara Organisasi Kerjasama Islam, dan sangat disayangkan, ekspor kita masih cukup rendah dibandingkan negara-negara lain yang bukan

anggota OKI. Sedangkan dari segi impor produk halal, Indonesia menempati posisi yang sama dengan Turki. Jika dibandingkan dengan pendapatan ekspor, maka Indonesia mengalami deficit perdagangan internasional sebesar 12,6 Milyar US\$.

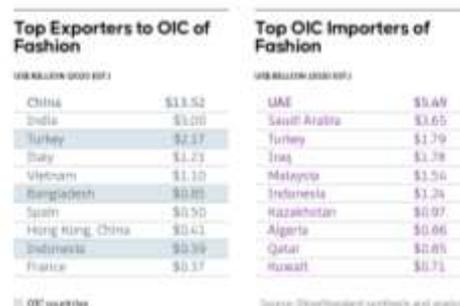


Gambar 2: Tabel Ekspor dan Impor Produk Halal

Sumber: State of the Global Islamic Economy (SGIE) Report 2022, DinarStandard (2022)

Dampak pandemic covid-19 membuat siklus bisnis di seluruh dunia melambat. Ada beberapa produk halal yang masih menjadi primadona, yaitu sector pangan dan keuangan Syariah. Pada sector industry fashion, ada beberapa kendala diantaranya; terhambatnya rantai pasok bahan baku untuk produksi garmen dan produsen sepatu, beberapa toko apparel tutup sehingga mempengaruhi transaksi jual-beli langsung kepada konsumen, dan bursa saham pada industry fashion seperti Adidas, GAP, dan H&M bereaksi negative terhadap transisi pasca pandemic juga resesi global.

Berikut adalah table eksportir dan importir untuk produk fashion halal di seluruh dunia:



Gambar 3: Negara Eksportir dan Importir Halal Fashion tahun 2022

¹ State of Global Islamic Economy Report 2022

² Berita yang dikutip dari laman:

<https://halal.kemenperin.go.id/indonesia-pertahankan-posisi-keempat-dalam-sgie-2022/> diakses pada tanggal 20 September 2022

Sumber: State of the Global Islamic Economy (SGIE) Report 2022, DinarStandard (2022)

Dari table di atas, Indonesia turut serta sebagai ekporter pakaian jadi untuk negara-negara OKI, walaupun nilainya masih sangat kecil dibandingkan dengan negara lain. Ada hal yang lucu dari mekanisme kita terhadap rantai halal global adalah rasio impor dan ekspor kita yang selalu beriringan dan berbanding terbalik. Seolah-olah kita memproduksi sedikit dan mengkonsumsi lebih dari sedikit.

1.2. Rantai Nilai dalam Industri

Porter (1985) dalam bukunya, *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, mengemukakan beberapa strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk mengembangkan usahanya sehingga dapat bersaing secara simultan. Secara sederhana, keunggulan kompetitif dapat dilihat pada apa yang menghasilkan biaya tambahan dan menciptakan nilai bagi pembeli. Rantai nilai itu sendiri lebih rumit dan kompleks dibandingkan dengan kepuasan konsumen dan profit perusahaan. Pada aktivitas rantai nilai ditemukan konektivitas antara para pedagang, baik pedagang besar, menengah dan kecil. (pada rantai *suppliers*), konektivitas pada tingkat konsumen, dan rantai organisasi perusahaan.

Terminology nilai menurut Porter (1985) yang dapat dirangkum menjadi beberapa kategori sebagai berikut:

- Nilai (*value*) pada keunggulan kompetitif, yaitu besaran nilai yang dibayarkan pembeli untuk sebuah produk yang dihasilkan oleh sebuah firma. Nilai diukur dengan total pendapatan. Refleksi dari harga yang ditetapkan perusahaan dan unit yang dapat dijualnya
- Rantai nilai menampilkan nilai total dari aktivitas nilai dan margin.
- Aktivitas nilai adalah serangkaian aktivitas fisik dan teknologi yang dijalankan perusahaan.

- Margin adalah perbedaan antara nilai total dan biaya kolektif dari performa aktivitas nilai.

Aktivitas rantai nilai kemudian terbagi menjadi dua jenis, yaitu aktivitas primer dan aktivitas pendukung. Aktivitas primer adalah aktivitas yang terlibat dalam proses penciptaan barang produksi sampai barang tersebut ada di tangan penjual (melalui proses penjualan dan setelahnya). Aktivitas primer meliputi logistic dalam firma, operasi, logistic ke luar firma, marketing dan penjualan, dan pelayanan. Sedangkan aktivitas pendukung adalah sarana penyokong aktivitas primer seperti: pengadaan/perencanaan, teknologi, sumber daya manusia, dan infrastruktur internal perusahaan.

Berdasarkan teori tersebut, untuk melihat rantai nilai dari sebuah firma diperlukan komponen aktivitas nilai dan margin yang dikeluarkan. Aktivitas nilai dilihat dari input primer dan sekunder (pendukung) setelah itu dilakukan perbandingan dengan margin yang dalam hal ini adalah perbedaan (selisih) dari nilai total dan performa aktivitas nilai.



Gambar 4: Struktur General Rantai Nilai (Porter: 1985)

Rantai nilai adalah alat untuk mendiagnosa keunggulan komparatif dan dari rantai nilai tersebut kita dapat menemukan cara untuk berkreasi dan mempertahankan keunggulan perusahaan. Porter (1985) mengatakan bahwa rantai nilai juga dapat mempengaruhi pola perdagangan internasional.

1.3. Integrasi Perusahaan dalam Rantai Nilai Global

Rantai nilai global membawa perubahan revolusional dalam perdagangan internasional, industrialisasi dan pembangunan ekonomi. Dari kasus

pandemic kemarin, kita dapat melihat contoh nyata bagaimana saat ini perekonomian antar negara saling bergantung satu dengan yang lain. Global Value Chain Report 2021 (2021) mengarisbawahi bahwa peran rantai nilai global tidak hanya pada produk manufaktur tetapi pada asset yang tidak berwujud, seperti merek, desain unik, teknologi yang dipatenkan, dan pengetahuan manajemen rantai pasokan, dapat menentukan kemampuan perusahaan untuk memimpin *global value chain* dan mengambil manfaat darinya.

Global Value Chain Report 2021 (2021) lebih lanjut memberikan contoh rantai nilai perusahaan Apple.inc yang memberikan nilai sebesar 56% dari produksi iPhone X karena bekerja sama dengan perusahaan lain di luar negaranya untuk memproduksi iPhone X. Sejumlah perusahaan mempertimbangkan biaya produksi, faktor geografis, tenaga kerja, dan distribusi untuk memetakan rantai nilai dari sebuah produk.

Beberapa pandangan positif dari efek kausal perdagangan internasional diantaranya meningkatkan kompetisi, memperluas pasar produksi dan meningkatkan akses input produksi. Hal tersebut yang menjadikan nilai rantai global pada perdagangan memberikan banyak kesempatan untuk pertumbuhan produksi dibandingkan dengan menghasilkan produk final. Perusahaan bisa bekerja sama dengan beberapa supplier yang menerapkan biaya rendah dan menjadikannya mitra dalam perdagangan global. Keuntungan yang didapat perusahaan rintisan salah satunya adalah transfer teknologi untuk meningkatkan kapabilitas perusahaan.

1.4. Rantai Nilai Global dan Implikasinya

Rantai nilai memiliki cakupan yang luas jika disandingkan dengan skema perdagangan internasional. Rantai nilai global berafiliasi dengan kondisi perekonomian suatu negara dilihat dari data PDB. Bolwig (2010) mengungkapkan bahwa dalam rantai nilai global antara negara maju dan

negara berkembang dapat diteliti dari aspek vertical dan horizontal. Aspek vertical dilihat pada tata kelola rantai nilai, yaitu pemilihan aktor-aktor yang bekerja sama dalam rantai nilai tersebut dan pengelolaan teknis dalam proses industry. Kedua, unsur *upgrading* dimana pihak-pihak yang bekerja sama menyusun penilaian untuk meng-*upgrade* setiap proses yang sedang berlangsung, semisal dalam proses sudah melakukan efisiensi organisasi. Ketiga, penetapan standarisasi dalam proses produksi, seperti menggunakan teknologi ramah lingkungan, memberi insentif kepada orang local dan yang lainnya. Sedangkan aspek horizontal dilihat dari relevansi aspek-aspek vertical terhadap kesejahteraan masyarakat yang terkena dampak industry. Seperti partisipasi masyarakat, tingkat kemiskinan, kesenjangan, isu gender, ketenagakerjaan dan lingkungan.

Adapun Kaplinsky (2000) dalam artikelnya menyebutkan bahwa rantai nilai global berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat, terutama masalah kesenjangan antara pendapatan nasional dengan pendapatan individu masyarakat. Kaplinsky melontarkan kritik terhadap analisis rantai nilai karena hanya melihat pada aktivitas bisnis perusahaan dan keterkaitannya dengan perdagangan, tidak meluas kepada kondisi masyarakat yang berperan di dalam bisnis tersebut.

Literatur tentang dampak rantai nilai global masih beragam, beberapa jurnal melontarkan pernyataan pesimis, dimana dalam industry dan perdagangan, keuntungan atau nilai positif masih belum berdampak signifikan kepada masyarakat luas, sedangkan dampak secara nasional (dilihat dari PDB masing-masing negara yang terlibat dalam rantai nilai global) ada peningkatan dari segi rasio PDB.

2. Hasil Observasi Lapangan

2.1. Potret Industri Halal Fashion Kota Pekalongan

Dari hasil wawancara (11/10/2022) dengan Kepala Bidang Ekspor dari Dinas

Perdagangan Kota Pekalongan, Junaenah mengungkapkan bahwa ada 21 perusahaan yang bergerak di bidang ekspor dengan jenis usaha yang berbeda-beda. Berikut data yang pelaku eksportir dan total nilai ekspor kota Pekalongan pada tahun berjalan 2022:

Gambar 5: Data Pelaku Eksportir Kota Pekalongan Tahun 2022 (Terlampir Data Asli)

Sumber: Kabid Ekspor Dinas Perdagangan Kota Pekalongan 2022

Menurut pemaparan beliau, kebanyakan dari pelaku eksportir mendapatkan sendiri *traders* dari luar negeri, sehingga pemerintah kota hanya memfasilitasi hal-hal yang diperlukan eksportir sampai dengan pengiriman barang lewat Pelabuhan Tanjung Mas, Semarang. Insentif untuk mendorong ekspor belum diberikan, namun pemerintah kota mendukung dengan mempersiapkan fasilitas agar kegiatan ekspor berlangsung dengan baik. Adapun kendala dalam mempersiapkan eksportir lain yaitu promosi dan membantu pemasaran produk ke luar negeri.

Lanjut beliau, sampai saat ini peminat ekspor didominasi oleh pedagang millennial dengan memanfaatkan relasi di social media (telegram, instagram dan whatsapp) dan juga kemudahan transaksi keuangan di dunia digital. Untuk pelaku usaha ini, belum ada di antara mereka yang meminta penjaminan produk halal. Sejalan dengan hal ini dikatakan beberapa negara tidak meminta lisensi halal dalam proses berdagang. Pelaku usaha di bidang fashion juga lebih banyak memenuhi pasar Indonesia daripada mengekspor barangnya ke luar negeri. Junaeti memberi contoh bahwa salah satu perusahaan fashion muslim terkenal di

Pekalongan, *Qonita*, memilih untuk memenuhi kebutuhan pasar dalam negeri daripada ke luar negeri.

Berdasarkan wawancara dengan Kabid Dinas Perindustrian, Bu Ninik Pemerintah Kota Pekalongan telah menargetkan pada tahun 2024, seluruh Industri Kecil Menengah (IKM) sektor makanan dan minuman yang dijual di Kota Pekalongan harus menyangand halal produk. Agenda berikutnya adalah mengenai pariwisata halal, yang mana mayoritas masyarakat di Kota Pekalongan beragama Islam. Sedangkan dalam sektor industri fashion halal memang belum ada data, karena baru tahap awal perencanaan terkait pemetaan industri fashion halal di Kota Pekalongan.

Untuk regulasi produk halal sendiri, menurut narasumber, regulasi halal yang berkaitan dengan industri telah diterbitkan oleh pihak MUI untuk mendukung program Pemerintah sesuai UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Sedangkan Kota Pekalongan sendiri belum menerbitkan regulasi yang mengatur tentang industri halal. Mayoritas pedagang di Pekalongan belum mengantongi sertifikasi halal, padahal pemerintah telah menyelenggarakan berbagai seminar, sosialisasi dan memfasilitasi UMKM yang akan melakukan sertifikasi halal, terutama pada sector pangan.

Dari penjabaran narasumber, peneliti memperoleh gambaran terkait industry fashion halal di Kota Pekalongan yaitu, walaupun mayoritas masyarakat adalah pembatik dan pedagang batik, komoditas fashion yang ditawarkan sebatas permintaan dalam negeri. Sedangkan untuk ekspor, Kota Pekalongan mempunyai beberapa perusahaan besar diantaranya; CV. Shamlan Putra, CV. Jacky Batik, PT. Raveena Garmenindo, CV. Tembaga Batik dan CV. Trimitra Setia Usaha. Pangsa industri halal fashion di luar negeri bergantung dengan usaha *traders* dalam negeri dengan luar negeri.

2.2. Permasalahan pada Industri Halal Berorientasi Ekspor

Untuk sector ekspor, sebenarnya ada beberapa perusahaan yang bergerak pada bidang *fashion* sudah melakukan

perdagangan ekspor. Komoditas *fashion* tersebut antara lain; sarung, pakaian jadi, dan bahan tekstil. Sektor usaha menengah masyarakat sudah banyak yang berprofesi sebagai penyedia *fashion*, seperti batik, daster dan beberapa pakaian muslim/muslimah, tetapi hanya untuk memenuhi permintaan dalam negeri. Di sector ekspor halal, pemerintah Kota Pekalongan masih focus untuk meningkatkan sector makanan dan minuman halal dengan memfasilitasi UMKM yang berorientasi pasar pangan.

Permasalahan menurut narasumber salah satunya adalah ketika mayoritas masyarakat atau pelaku usaha ketika diberikan sosialisasi mereka menerima hal tersebut. Akan tetapi untuk implementasinya, banyak yang tidak melaksanakannya. Seperti mendaftarkan sertifikasi jaminan produk halal. Sedangkan dari segi ekspor, terkadang pemerintah kesulitan dalam memperoleh *traders* dari luar, sehingga perlu inisiatif dari *traders* dalam negeri untuk mencari pembeli dari luar negeri.

2.3. Implikasi Rantai Nilai Global di Kota Pekalongan

Rantai nilai yang diterapkan industry, baru melibatkan sector UMKM untuk industry batik rumahan. Mayoritas UMKM tersebut tidak mengantongi sertifikasi halal. Padahal pemerintah kota sudah memfasilitasi untuk program sertifikasi halal. Sector UMKM pada pangsa *fashion* sendiri cukup banyak melibatkan masyarakat sekitar, sehingga Pekalongan sendiri terkenal dengan produksi batik dan baju batik siap pakai. Kondisi ini sangat baik karena melibatkan elemen masyarakat sekitar sebagai tenaga kerja, *seller*, distributor dan produsen utama. Tetapi potensi pasar ekspor industry halal *fashion* tidak berkelanjutan, karena rendahnya permintaan dari luar negeri.

KESIMPULAN dan SARAN

Industri *fashion* bagi masyarakat Kota Pekalongan merupakan identitas bisnis dalam suatu wilayah. Hal ini dikarenakan mayoritas masyarakat berperan sebagai pedagang, produsen, tenaga kerja dan distributor kain batik, sarung dan olahannya

untuk permintaan masyarakat di seluruh pelosok Indonesia. Dari segi ekspor, peran industry *fashion* belum berperan maksimal, walaupun ada beberapa perusahaan yang sudah menembus pasar ekspor dengan produk-produk seperti sarung, pakaian jadi dan bahan baku tekstil.

Sedangkan industry halal, saat ini belum ada minat dari masyarakat untuk mensertifikasikan produknya, walaupun di satu sisi, pemerintah Kota Pekalongan telah melakukan sosialisasi dan memfasilitasi masyarakat yang mau mensertifikasikan produknya. Adapun konsentrasi pemerintah kota saat ini untuk sertifikasi halal adalah untuk menangani produk-produk olahan makanan dan minuman.

Perdagangan produk *fashion*, khususnya batik, sarung dan olahannya berperan dalam perekonomian masyarakat Kota Pekalongan. Adapun hasil dari segi ekspor juga sangat berperan dalam meningkatkan PDB Kota Pekalongan dengan menyumbang 21% dari sector manufaktur, walaupun dalam hal ini, sector *fashion* dan tekstil dijadikan satu kategori dengan industry olahan lainnya.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, pemerintah pusat memprioritaskan produk yang bernilai besar pada ekspor halal, yaitu makanan dan minuman. Hal ini telah sesuai dengan kajian teori di atas, bahwa sector makanan dan minuman halal memang memiliki nilai tertinggi pada rantai industry halal global. Sedangkan untuk produk *fashion*, sebaiknya pemerintah memberikan dukungan terhadap pengusaha yang ingin merintis produk *fashion* bernilai ekspor, seperti memberikan insentif dan melakukan kerjasama dengan negara-negara yang memakai produk halal *fashion*.

DAFTAR PUSTAKA (12pt)

Badan Pusat Statistik Kota Pekalongan. 2021. Profil Industri Manufaktur Besar dan Sedang 2021. Pekalongan: Badan Pusat Statistik Kota Pekalongan.

Badan Pusat Statistik Kota Pekalongan. 2022. *Kota Pekalongan dalam Angka 2022*.

Pekalongan: Badan Pusat Statistik Kota Pekalongan.

Asian Development Bank et.al. 2021. *Global Value Chain Development Report 2021: Beyond Production November 2021*. Tersedia: <https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/igo/> diakses 17 Maret 2022

DinarStandard. 2022. *State of The Global Islamic Economy Report: Unlocking Opportunity*. Tersedia <https://www.dinarstandard.com/post/state-of-the-global-islamic-economy-report-2022> diakses 18 September 2022

Porter, Michael.E. 1985. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.

Bugin, Prof. Dr. H M. Burhan (2017) *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana

Kaplinsky, R. 2000. *Globalisation and Unequalisation: What Can Be Learned from Value Chain Analysis?*, *The Journal of Development Studies*, 37:2, 117-146, DOI: 10.1080/713600071

Muflihini, M. Dliyaul. 2019. Indikator Halal dalam Industri Halal Fashion. *Saujana* vol.1 no. 01, 53-69

Bolwig, Simon et. al. 2010. *Integrating Poverty and Environmental Concerns into Value Chain Analysis: A Conceptual Framework*. *Development Policy Review* 28 (2): 173-194

Fariedi, Anisa Ilmi et.al. 2019. *Development Model of Halal Fashion Industry in Indonesia*. Proceeding: 1st Halal International Conference and Exhibition 2019

Prasetyawati, Meri dan Sudarwati, Wiwik. 2017. *Identifikasi Aktivitas Rantai Pasok Industri Hijab Pemula Berdasarkan Value Chain Analysis*. Prosiding SNTI dan SATELIT 2017 (pp. H87-95). Malang: Jurusan Teknik Industri Universitas Brawijaya.