



UNIVERSITI
TEKNOLOGI
MARA

Cawangan Terengganu

INFO

USAHAWAN

Edisi 31 (Jan - Jun 2024)

Usahawan Pemacu Ekonomi Mapan

ISSN 1823-6421



BULETIN ADALAH HAK MILIK KEKAL MASMED
UiTM CAWANGAN TERENGGANU

Sekilas Pandang Industri Makanan Halal Di Malaysia

Noor Malinjasari Binti Ali,¹ Roseziahazni Abd Ghani¹, A'tiqah Rashidah Abu Samah¹, Nur Muslimah Kamilah Abdullah¹, Yau'mee Hayati Mohd Yusoff¹, Rahayu Izwani Borhanddin², Roszainora Setia³, Kardina Kamaruddin⁴, Hasmi Mokhlis⁵, Aff Zuhri Mohamad Khodri Harahap¹

¹Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA Cawangan Terengganu, Malaysia

²Fakulti Perakaunan, Universiti Teknologi MARA, Cawangan Johor, Malaysia

³Akademi Pengajian Bahasa, Universiti Teknologi MARA, Cawangan Terengganu, Malaysia

⁴Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA Cawangan Kedah, Malaysia

⁵Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA, Cawangan Melaka, Malaysia

emel koresponden: hasmi@uitm.edu.my

Usahawan adalah orang yang mempunyai ciri-ciri mencari maklumat dan menjadi proaktif dan untuk itu, industri halal membuka ruang untuk para usahawan mengembangkan sayap perniagaan mereka kerana makanan halal menyediakan pasaran yang luas untuk para usahawan mencuba Nasib. Malaysia telah pun dikenali sebagai antara pengeluar utama makanan halal dan menjadi Negara yang telah menubuhkan indikator makanan halal seperti logo halal JAKIM (Jabatan Kemajuan Islam Malaysia). Dilaporkan bahawa pasaran global untuk makanan dan gaya hidup halal mencecah USD3.7 trillion pada tahun 2019. Ini menunjukkan bahawa potensi pasaran untuk sektor makanan halal di peringkat antarabangsa. Di Malaysia, nilai industri makanan halal mencecah RM37.7 billion yang boleh dikatakan merupakan perkembangan yang pesat dalam industri makanan halal. Industri makanan telah memberikan lebih perhatian kepada keperluan halal bukan sahaja demi memenuhi tuntutan agama untuk yang beragama Islam mencari makanan yang halal tetapi juga memperluaskan potensi pasaran halal kepada pengguna bukan beragama Islam.

Permintaan terhadap makanan halal di pasaran antarabangsa meningkat kerana tiga faktor penting iaitu pertama, pertumbuhan populasi Muslim, peningkatan kuasa membeli di kalangan pengguna Muslim dan kesedaran terhadap kehendak Islam mengenai yang halal dan yang haram. Di Malaysia, keperluan kepada makanan halal dimulakan oleh JAKIM dan dibangunkan menjadi sebuah industri oleh HDC (*Halal Development Centre*). Menurut statistik yang disediakan oleh mereka, dagangan makanan halal meliputi 60.0 peratus daripada keseluruhan dagangan global produk-produk halal.

Walau bagaimanapun, kepatuhan kepada amalan halal telah diberi perhatian yang banyak kepada makanan halal berbanding

produk-produk lain. Muslim lebih sensitive kepada isu makanan halal daripada produk dan perkhidmatan lain.

Kenyataannya, makanan halal terutama daging yang halal telah diberi perhatian bukan setakat di Malaysia tetapi di seluruh dunia. Untuk keseluruhan produk halal, penerimaan umum terhadap makanan halal di kalangan pengguna global adalah kesan daripada kepatuhan kepada agama dan ciri-ciri khusus makanan yang mendapat persijilan halal iaitu bersih syaria, bersih zat dan selamat untuk dimakan. Daripada perspektif global, Malaysia telah dianggap sebagai pemain utama dalam pasaran makanan halal. Haram adalah konsep yang berlawanan dengan halal iaitu tidak dibenarkan dalam syariat Islam. Komitmen Kerajaan Malaysia dalam membangunkan industri halal adalah sangat mengagumkan menurut persepsi negara Muslim yang lain.

Tambahan pula, Malaysia menjadi contoh dalam mempromosikan makanan halal dengan menggabungkan faktor agama dan faktor saintifik seperti kebersihan, keselamatan dan Kesihatan. Johan Fisher (2008) telah menekankan perkara ini dalam laporan EMBO (*European Molecular Biology Organization* (EMBO)) dengan menyatakan bahawa Malaysia telah mempromosikan halal sebagai jambatan antara tuntutan agama dan pendekatan piawaian saintifik dan sebagai contoh padanan antara Islam kontemporari, perniagaan dan pengguna Muslim.

Sungguhpun begitu, permintaan daripada peringkat nasional mahupun global terhadap makanan halal oleh pengguna Muslim menjadikan ia satu bentuk perdagangan yang bersifat komersial. Peraturan asas mengenai makanan halal perlu diperhatikan dan perlu memtahui peraturan Islam dalam soal halal dan haram. Secara teknikal, makanan halal perlu

disediakan dan diproses serta dibuat secara hygienik untuk keselamatan pengguna. Ini termasuk proses penyembelihan, penguapan, pameran dan penyediaan bahan makanan itu sendiri. Apatah lagi dalam al-Quran, beberapa penekanan diberikan kepada unsur Tayyib atau makanan berkualiti (yang halal lagi baik).

Sebagai kesimpulan, mencari makanan halal adalah menjadi kewajipan setiap Muslim dan moga Malaysia terus maju dalam industri makanan halal di peringkat global dan mampu membangunkan sebuah ekonomi yang pesat melalui pelbagai aktiviti perniagaan usahawan Muslim yang boleh membanggakan umat Islam di seluruh dunia.

Rujukan

- [1] Abdul Ghafur Hamid, ed., *Islam in Human Rights Law: International, Malaysia and Islamic Perspective*, (Malaysia: Sweet and Maxwell, 2012).
- [2] Abdul Kadir Mohd. Ayub, "Remaja Melayu Tidak Sensitif Status Halal," *Dewan Masyarakat*, Mac 2011, 21.
- [3] Abdul Manaf Bohari, Cheng Wei Hin, Nurwahida Fuad, "An Analysis on the Competitiveness of Halal Food Industry in Malaysia: An Approach of SWOT And ICT Strategy," *Geografia Malaysia Journal of Society and Space* 9, no.1 (2013), 1-11.
- [4] Abdul Raufu Ambali and Ahmad Naqiuddin Bakar, "Halal Food and Products in Malaysia: People's awareness and Policy Implications," *Intellectual Discourse* 21, no. 1 (2013), 7-32.
- [5] Ahmad Azrin Adnan, "Islamic Consumer Behavior (ICB): Its Why and What," *International Journal of Business and Social Science* 2, no. 21 (2011), 157- 165.
- [6] Aiedah Abdul Khalek, Sharifah Hayaati and Hairunnisa Mohd Ibrahim, "A Study On The Factors Influencing Young Muslims' Behavioral Intention In Consuming Halal Food In Malaysia," *Shariah Journal* 23, no. 1 (2015), 53-74.

