

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Industri produk halal global diperkirakan akan memberikan kontribusi positif yang signifikan, khususnya dalam mendorong pertumbuhan sektor ekonomi. Merujuk pada data yang dipublikasikan *State of the Global Islamic Economy* tahun 2022, total pengeluaran untuk berbagai produk halal termasuk makanan dan minuman, obat-obatan, serta kebutuhan gaya hidup yang mendukung pola hidup *halal lifestyle* mencapai nilai 2,8 triliun dolar AS. *Halal lifestyle* atau gaya hidup halal dianggap semakin relevan bagi masyarakat luas, terutama setelah terjadinya pandemi COVID-19 yang mendorong individu untuk lebih selektif dalam memastikan aspek kesehatan, kebersihan, serta keamanan dari setiap produk yang dikonsumsi (KNEKS, 2023).

Dalam hal konsumsi makanan, Al-Qur'an memberikan arahan yang jelas kepada umat Islam untuk hanya mengonsumsi makanan yang halal dan baik secara kesehatan. Perintah ini secara eksplisit tercantum dalam Al-Quran, yang berbunyi sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: “Wahai seluruh umat manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang ada di bumi, dan janganlah kamu mengikuti jejak langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.” (Qs. al-Baqarah: 168)

Ayat ini mengandung perintah untuk mengonsumsi makanan makanan yang sesuai dengan prinsip halal serta memiliki kualitas yang baik (*thayyib*). Konsep halal di sini tidak sekadar dimaknai sebagai label komersial atau merek dagang yang umum ditemukan di pasar global, melainkan mencerminkan kepatuhan terhadap ketentuan syariat Islam dalam aspek konsumsi (Wilson and Liu:2011), namun konsep halal juga memiliki makna yang lebih luas, yakni sebagai simbol rasa aman dan nyaman secara psikologis bagi seseorang yang mengonsumsinya (Bashir, 2020). Sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an diatas, perintah tersebut menjadikan keberadaan sertifikasi halal penting bagi para pelaku usaha. Sertifikasi ini berperan sebagai alat perlindungan bagi konsumen agar terhindar dari produk yang mengandung unsur *syubhat*, khususnya bagi masyarakat Indonesia dengan mayoritas konsumennya didominasi oleh pemeluk agama islam (Agus, 2017).

Pada tahun 2022, Indonesia kembali menempati posisi teratas sebagai negara dengan jumlah penganut islam tertinggi secara global. Yakni total jumlah penduduk beragama Islam di Indonesia mencapai sekitar 237.558.000 jiwa (Juniawati, 2022). Kondisi tersebut menjadi sebuah anugrah bagi negara Indonesia, karena memberikan peluang besar untuk berperan sebagai pusat pengembangan industri halal di tingkat global. Dengan dominasi populasi Muslim terbesar di tingkat global serta ditopang oleh kekayaan alam yang berlimpah, Indonesia memiliki peluang yang tinggi untuk bersaing dalam menghasilkan jenis-jenis produk halal yang mampu memenuhi standar internasional dan berkompetisi dengan negara lain.

Adapun potensi pengembangan *halal lifestyle* di Indonesia mencakup berbagai sektor, di antaranya adalah makanan dan minuman, layanan keuangan syariah, pariwisata ramah Muslim, fesyen muslim, media dan industri pariwisata halal, serta produk-produk seperti obat-obatan, kosmetik, dan layanan kesehatan yang berbasis halal (Adinugraha et al, 2019).

**Tabel 1.1**  
**Total Belanja Produk Halal di Dunia**

No	Sektor Industri Halal	Nilai realisasi dan prediksi (USD, miliar)			Posisi Indonesia	Nilai (USD, Miliar)
		2018	2024	Naik (%)		
1	Makanan	1,37	1,97	6,3	1	173
2	Keuangan	2,52	4,73	5,5	7	86
3	Travel	189	274	6,4	5	11
4	Fashion	283	402	6,0	3	21
5	Media dan Pariwisata	220	309	5,8	6	10
6	Farmasi	92	134	6,5	4	5
7	Kosmetik	64	95	6,8	2	4

Sumber: Thomson Reuters (2018)

Merujuk pada Tabel 1.1, dapat diketahui bahwa Indonesia berada diposisi teratas sebagai negara dengan konsumsi produk halal tertinggi di sektor makanan, dengan total nilai mencapai USD 173 miliar. Kondisi ini mencerminkan bahwa potensi pasar Indonesia dalam industri halal tergolong sangat besar, mengingat didukung oleh permintaan masyarakat lokal yang besar. Oleh karena itu, pemerintah Indonesia menetapkan visi strategis untuk menjadikan negara ini sebagai pusat industri halal terdepan di dunia pada tahun 2024. Salah satu bentuk komitmen pemerintah dalam mewujudkan visi tersebut diantaranya dengan mempercepat atau mengakselerasi penerapan Sistem

Jaminan Produk Halal (SJPH) melalui sertifikasi bagi produk para pelaku usaha. SJPH sendiri adalah serangkaian perangkat yang melibatkan keterlibatan pihak manajerial, pemanfaatan sumber daya serta sistem prosedural yang saling terikat guna memastikan produk memenuhi persyaratan halal secara konsisten dan *sustainable* (Mardesci, 2013).

Adapun regulasi yang ditetapkan pemerintah sebagai bentuk pemenuhan dan penjagaan hak-hak konsumen, termasuk UU Nomor 33 Tahun 2014 yang mengatur kewajiban sertifikasi halal untuk semua jenis produk makanan. Selanjutnya, pada tahun 2019, diterbitkan regulasi tambahan yang memuat ketentuan pelaksanaan UU Nomor 33 Tahun 2014 yaitu PP No.31 Tahun 2019 mengenai Jaminan Produk Halal. Regulasi ini menetapkan ketentuan sertifikasi halal menjadi *mandatory* yang sebelumnya bersifat *voluntary*, dengan masa transisi selama lima tahun sejak aturan tersebut mulai diberlakukan (Ningrum, 2022). Kemudian, pada 14 September 2021 Menteri Agama menetapkan regulasi terkini yaitu PMA No. 20 Tahun 2021 yang mewajibkan UMKM untuk mendapatkan sertifikasi halal. BPJPH memberlakukan kewajiban sertifikasi halal atas barang yang masuk dan diperjualbelikan di Indonesia secara bertahap, dimulai pada tanggal 17 Oktober 2019 dan berakhir pada tanggal 17 Oktober 2024. Namun, berdasarkan pencatatan statistik Sistem Informasi Halal (Sihalal) per Oktober 2024, baru sebanyak 5.302.257 barang yang telah mendapatkan sertifikasi halal dalam kurun waktu lima tahun, yaitu 2019–2024. Padahal, target minimal yang

ditetapkan oleh MUI pada tahun 2024 adalah tercapainya sertifikasi halal terhadap setidaknya 10 juta produk (Yana, 2023).

Mengacu pada amanat UU Nomor 33 Tahun 2014, kewajiban sertifikasi halal resmi diterapkan pada 18 Oktober 2024 untuk produk yang dipasarkan di Indonesia, dimulai dengan tiga kategori produk dari usaha kelas menengah dan besar. Yaitu pada (1) produk makanan dan minuman, (2) bahan baku, bahan tambahan pangan, serta bahan penolong yang digunakan dalam pembuatan makanan dan minuman, dan (3) produk hasil sembelihan beserta layanan jasa penyembelihannya. Ketiga golongan produk dari pelaku usaha menengah dan besar tersebut diharuskan sudah mengantongi sertifikat halal mulai 18 Oktober 2024. Jika belum mendapatkan sertifikat halal namun sudah beredar dipasaran, maka akan dikenakan sanksi melalui surat teguran hingga penghentian pemasaran produk. Sementara bagi pelaku UMK, kewajiban sertifikasi untuk tiga jenis produk tersebut diberi batas waktu untuk mendapatkan izin halal paling lambat hingga 17 Oktober 2026 (BPJPH, 2024).

Menurut Muhamad (2020), kendala dalam penerapan sertifikasi halal antara lain adalah belum optimalnya pelaksanaan UU JPH serta masih minimnya kesadaran pengusaha terkait sertifikat halal. Menurut Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati, hanya sekitar 1% dari total 64,2 juta pelaku UMKM yang telah memiliki sertifikasi halal (Emeria, 2022). Angka tersebut menunjukkan bahwasannya pengetahuan serta kesadaran UMKM terhadap sertifikasi halal masih berada pada tingkat yang perlu ditingkatkan lebih lanjut. Sementara itu, menurut situs resmi Majelis Ulama Indonesia (MUI), minimnya

angka sertifikasi halal disebabkan oleh minimnya informasi terkait proses dan pengetahuan mengenai sertifikasi halal (MUI, 2022). Oleh karena itu, dibutuhkan upaya sosialisasi serta edukasi yang lebih optimal kepada pelaku UMKM muslim, khususnya.

Beberapa penelitian yang mendukung studi mengenai religiusitas adalah riset yang dilakukan oleh (Pramintasari & Fatmawati, 2017) yang menyimpulkan bahwa keyakinan religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap kesadaran masyarakat terhadap produk makanan berlabel halal. Kemudian, penelitian oleh dari (Aulia, 2018) juga menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk pangan kemasan yang bersertifikasi halal. Disisi lain, hasil yang berbeda ditunjukkan oleh riset (Partini, 2022) yang menemukan bahwa tingkat religiusitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat konsumen dalam memutuskan pembelian produk makanan olahan halal. Perbedaan temuan ini mendorong peneliti untuk melakukan pengkajian ulang dengan menggunakan objek penelitian yang berbeda.

Berdasarkan hasil tinjauan pendahuluan dalam kajian ini, diketahui dari keseleruhan total 11.187 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah tervalidasi di Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Mikro Kota Bandung Tahun 2016-2024 (DISKOPUKM, 2024). Tercatat di bulan Maret 2024, masih 830 UMKM yang telah tersertifikasi halal (DISDAGIN, 2024). Fenomena ini menarik untuk diteliti lebih lanjut karena meskipun Kota Bandung sebagian

besar memiliki pelaku UMKM yang mayoritas beragama Islam, namun jumlah UMKM yang tersertifikasi halal baru mencapai 7,42% dari jumlah UMKM.

Menurut beberapa UMKM yang saya wawancarai dalam observasi awal yang dilakukan di Desa Padamukti, ditemukan beberapa fenomena menarik terkait kepatuhan sertifikasi halal di kalangan UMKM. Beberapa pelaku UMKM, terutama yang berskala mikro, menunjukkan pengetahuan dan kesadaran yang terbatas mengenai prosedur dan manfaat sertifikasi halal. Beberapa di antaranya bahkan tidak mengetahui adanya kewajiban sertifikasi halal untuk produk tertentu. Begitupun dengan kesadaran para UMKM, Nida (Wawancara, 18 Agustus 2024) salahsatu pengusaha basreng di Desa tersebut juga mengasumsikan bahwa produk yang mereka tawarkan sudah memenuhi kehalalan meskipun belum memiliki sertifikasi halal secara resmi, padahal secara hukum bahan bakunya terdapat titik kritis.

Merujuk pada uraian yang telah disampaikan, penelitian ini difokuskan pada pembahasan yang berjudul **“Pengaruh Tingkat Kesadaran dan Religiusitas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Terhadap Kepatuhan Sertifikasi Halal (Studi Pada Pelaku UMKM Kuliner di Kota Bandung)”**. Peneliti memilih judul ini karena pola *halal lifestyle* semakin digemari, terkhusus di industri makanan dan minuman yang mempunyai banyak potensi dalam mendukung industri halal agar terus berkembang. Keterlibatan pelaku UMKM kuliner dalam penerapan JPH melalui sertifikasi halal dinilai sangat penting karena dengan adanya sertifikasi terhadap barang yang diproduksi akan menghilangkan kekhawatiran masyarakat terhadap barang yang akan

dikonsumsinya. Lebih jauh lagi, produsen mendapatkan manfaat dari kesempatan besar untuk unggul di pasar global dengan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap keamanan produk mereka melalui sertifikasi halal. Sertifikasi halal juga mencerminkan tanggung jawab produsen dalam mematuhi ketentuan hukum yang berlaku guna menjamin dan melindungi kehalalan produk yang dikonsumsi calon konsumen.

## **B. Pembatasan Masalah**

Agar pembahasan dalam skripsi ini lebih terfokus dan sistematis, penulis menetapkan batasan kajian yang akan dianalisis. Fokus penelitian diarahkan pada pengaruh tingkat kesadaran dan religiusitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap kepatuhan sertifikasi halal. Ruang lingkup kajian dibatasi pada pelaku UMKM yang berlokasi di wilayah Kota Bandung. Lebih lanjut, jenis produk yang menjadi objek penelitian dibatasi hanya pada sektor makanan dan minuman (kuliner).

## **C. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana tingkat kesadaran pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah di Kota Bandung berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan sertifikasi halal?
2. Bagaimana tingkat religiusitas pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah di Kota Bandung berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan sertifikasi halal?

3. Bagaimana tingkat kesadaran dan religiusitas pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Bandung secara bersama berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan sertifikasi halal?

#### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menguji pengaruh tingkat kesadaran pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah di Kota Bandung terhadap kepatuhan sertifikasi halal.
2. Untuk menguji pengaruh tingkat religiusitas pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah di Kota Bandung terhadap kepatuhan sertifikasi halal.
3. Untuk menguji pengaruh tingkat kesadaran dan religiusitas pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah di Kota Bandung secara bersama berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan sertifikasi halal.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Merujuk pada fokus dan tujuan yang telah dirumuskan dalam penelitian ini, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa pemahaman dan pengetahuan baru mengenai pengaruh antara tingkat kesadaran serta religiusitas dengan kepatuhan dalam sertifikasi halal. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah bagi kalangan akademisi, terkhusus yang menekuni bidang ekonomi syariah, guna memperluas perspektif dan mendukung pengembangan kajian keilmuan di bidang tersebut.
2. Manfaat praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber acuan serta bahan pertimbangan bagi para praktisi di bidang ekonomi syariah

maupun otoritas yang memiliki kewenangan dalam urusan sertifikasi halal. Temuan penelitian ini diharapkan dapat mendorong pengembangan kebijakan serta praktik yang lebih baik dalam mendukung kepatuhan sertifikasi halal, sehingga output yang diperoleh dapat memberikan kontribusi nyata untuk khalyak luas, khususnya umat Muslim di Indonesia.

3. Bagi pembaca, diharapkan dapat memperkaya pengetahuan untuk berwirausaha dengan prinsip halal dan selanjutnya mengajukan sertifikasi halal yang berguna untuk kemajuan dan keberlangsungan usaha melalui hasil penelitian yang akan dicapai selanjutnya.

