

IMPLEMENTASI PROGRAM SERTIFIKASI HALAL GRATIS (SEHATI) DALAM MENDORONG MINAT PELAKU UMKM INDONESIA MENGAJUKAN SERTIFIKASI HALAL



Irma Yuliani 

*Korespondensi :

irmayuliani82@iainponorogo.ac.id

Afiliasi Penulis :

¹IAIN Ponorogo

Riwayat Artikel :

Penyerahan : 2 September 2024

Revisi : 15 Oktober 2024

Diterima : 17 November 2024

Diterbitkan : 30 Desember 2024

Kata Kunci :

Sertifikasi Halal, SEHATI, UMKM

Keyword :

Halal Certification, SEHATI, MSMEs

Abstrak

Salah satu program strategis yang dikeluarkan pemerintah dalam rangka menumbuh-berdayakan UMKM di Indonesia pasca covid-19 adalah sertifikasi halal. Pada tahun 2022 Kementerian Agama bersama dengan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) meluncurkan produk 10 Juta sertifikasi halal. Program sertifikasi halal ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing produk UMKM, baik di tingkat nasional maupun internasional. Penelitian ini merupakan studi eksploratif untuk menemukan faktor pendorong minat pelaku UMKM mengajukan sertifikasi halal khususnya bagi pelaku usaha di bawah dampingan LP3H UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Berdasarkan analisis piramida terbalik, penelitian ini menemukan bahwa faktor yang mempengaruhi minat pelaku UMKM mengajukan sertifikasi halal diantaranya: 1) faktor mandatory attributes, 2) faktor tingginya permintaan pasar akan sertifikasi halal, 3) faktor self branding, 4) pengaruh sosial, 5) halal awareness, dan 6) faktor paling sedikit adalah halal life style. Meski demikian, implementasi program sertifikasi halal gratis (SEHATI) pada LP3H UIN Sunan Kalijaga sudah cukup berhasil. Hal ini didasarkan pada kemampuan LP3H UIN Sunan Kalijaga dalam mengelola sumberdaya yang ada sehingga mampu mengimplementasikan program dengan cukup efektif dan efisien. Fakta ini didasarkan pada kemampuan LP3H UIN Sunan Kalijaga dalam memfasilitasi pendamping P3H sehingga melahirkan pendamping dalam kuantitas banyak dan memiliki kapasitas yang memadai, selain itu, kesuksesan LP3H UIN Sunan Kalijaga juga dapat dibuktikan dari jumlah sertifikasi halal yang telah terbit pada pelaku usaha.

One of the strategic programs issued by the government in order to empower MSMEs in Indonesia after Covid-19 is halal certification. In 2022 the Ministry of Religion together with the Halal Product Guarantee Agency (BPJPH) launched a product of 10 million halal certifications. This halal certification program is expected to be able to increase the competitiveness of MSME products, both at the national and international levels. This research is an exploratory study to find the factors driving the interest of MSME players in applying for halal certification, especially for business actors under the assistance of LP3H UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Based on the inverted pyramid analysis, this study found that the factors that influence the interest of MSME actors in applying for halal certification include: 1) mandatory attributes factor, 2) high market demand factor for halal certification, 3) self branding factor, 4) social influence, 5) halal awareness, and 6) the least factor is halal life style. However, the implementation of the free halal certification program (SEHATI) at LP3H UIN Sunan Kalijaga has been quite successful. This is based on the ability of LP3H UIN Sunan Kalijaga to manage existing resources so that it is able to implement the program quite effectively and efficiently. This fact is based on the ability of LP3H UIN Sunan Kalijaga to facilitate P3H assistants so as to produce assistants in large quantities and have adequate capacity, in addition, the success of LP3H UIN Sunan Kalijaga is also based on the ability of LP3H UIN Sunan Kalijaga in facilitating P3H assistants.

Pendahuluan

Pandemi covid-19 memberikan dampak yang signifikan terhadap penurunan lalu lintas ekonomi Indonesia (Ambali & Bakar, 2014; Amri, 2020). Adapun sektor ekonomi yang paling



terdampak akibat covid-19 adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) (Irawan, 2020). Jumlah penurunan produktivitas UMKM Indonesia selama pandemi covid-19 lebih dari 50%. Kondisi ini tentu sangat mengguncang stabilitas perekonomian nasional. Akibatnya, pendapatan negara yang didominasi oleh pendapatan UMKM menurun drastis. Dalam kondisi krisis seperti ini, maka UMKM di Indonesia membutuhkan perhatian khusus dalam bentuk program-program strategis yang dikeluarkan oleh pemerintah.

Salah satu program strategis yang dikeluarkan pemerintah dalam rangka menumbuh-berdayakan kembali UMKM di Indonesia adalah sertifikasi halal (Rusydiana & Firmansyah, 2018). Hal ini selaras dengan temuan penelitian bahwa faktor higienitas dan sanitasi lingkungan menjadi indikator penting bagi pengembangan produk UMKM di masa yang akan datang (Ambali & Bakar, 2014; Amri, 2020). Proses sertifikasi halal yang selalu mengutamakan kebersihan dan kehalalan produk diharapkan mampu menjawab permasalahan-permasalahan yang masih menjadi hambatan bagi pengembangan UMKM selama ini.

Selain itu, konsep konsumsi dalam islam yang mengedepankan nilai masalah juga menjadi pertimbangan penting akselerasi sertifikasi halal perlu dilakukan. Sertifikasi halal yang melekat pada produk UMKM diharapkan bukan hanya sekedar dapat menarik minat konsumen dalam memenuhi konsumsi yang relevan dengan nilai syariah, namun juga dapat memberikan masalah yang maksimum. Hal ini tentu sesuai dengan rasionalitas islami (Agit et al., 2024; Mannan & Nastangin, 1997; Rosihana et al., 2024).

Pada tahun 2022 Kementerian Agama bersama dengan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) meluncurkan produk 10 Juta sertifikasi halal. Peluncuran produk tersebut ditandai dengan kick off program sertifikasi halal gratis (SEHATI) bagi pelaku usaha Mikro (Pramuji, 2022). Adapun mekanisme yang digunakan pemerintah Indonesia dalam mempercepat proses sertifikasi halal yaitu dengan menyiapkan 100.000 Pendamping Proses Produk Halal (PPH). Rekrutmen Pendamping PPH dilakukan di 299 kecamatan yang tersebar di 13 provinsi di Indonesia. Para pendamping PPH akan berperan mendampingi dan membantu seluruh proses pengajuan sertifikasi halal hingga diterbitkan sertifikasi halal melalui mekanisme self declare (Nasucha, 2022).

Program sertifikasi halal di atas diharapkan mampu meningkatkan daya saing produk UMKM, baik di tingkat nasional maupun internasional. Selain dorongan dalam bentuk program strategis, pada dasarnya Indonesia juga telah memiliki modal sosial yang tinggi dalam pengembangan produk halal. Dominasi populasi muslim dengan persentase lebih dari 87% juga turut memberikan sumbangan yang berarti bagi pengembangan produk halal di Indonesia (BAPPENAS, 2019). Selain itu, berdasarkan laporan yang diterbitkan oleh Global Islamic Economy Report 2018-2019, Indonesia juga termasuk 10 besar konsumen produk halal dalam setiap sub- sektor industri halal (Standard, 2019)). Sumbangan-sumbangan tersebut layak menjadi justifikasi potensi Indonesia menuju pusat pengembangan industri halal terbesar di dunia (ORGANISATION OF ISLAMIC COOPERATION, 2018).

Meski Indonesia memiliki potensi yang sangat besar dalam pengembangan produk halal, akan tetapi masih terdapat beberapa kendala yang menghambat percepatan program. Beberapa kendala yang masih menjadi tantangan besar Indonesia dalam pengembangan produk halal diantaranya adalah 1) kendala kebijakan yang berhubungan dengan implementasi jaminan produk halal (JPH), mengingat masih sedikitnya sertifikasi halal pada produk UMKM di Indonesia; 2) kendala sumber daya manusia berkaitan dengan awareness pelaku usaha mikro terhadap sertifikasi halal; 3) kendala infrastruktur berhubungan dengan minimnya koordinasi antar lembaga yang menangani infrastruktur peningkatan sertifikasi halal; 4) kendala sosialisasi produk halal; 5) kendala produksi berkaitan

dengan halal supply chain management; serta 6) kendala definisi standar produk halal yang belum jelas (Djatiwiko & Pudyastuti, 2020; Majid et al., 2015; Widiastuti, 2020; Yuli & Wojtyla, 2020).

Sebagai upaya dalam menjawab kendala-kendala di atas, maka dibutuhkan strategi integrasi industri halal yang mencakup dua hal, pertama mengkaji faktor-faktor yang dapat meningkatkan preferensi produsen untuk memperoleh sertifikasi halal. Kedua menganalisis peran setiap pelaku dalam industri halal (Basyirah et al., 2023). Bagian ini sangat penting untuk diperhatikan oleh pemerintah Indonesia, sebab tanpa mengkaji dua hal tersebut visi pemerintah untuk meningkatkan sertifikasi halal pada produk UMKM akan sulit tercapai. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat meningkatkan minat pelaku UMKM Indonesia mengajukan sertifikasi halal melalui implementasi program SEHATI. Program SEHATI merupakan program lompatan yang dirancang oleh pemerintah guna meningkatkan jumlah sertifikasi halal produk UMKM di Indonesia (Rusyiana & Firmansyah, 2018). Apabila kita menelaah lebih jauh mengenai program SEHATI, setidaknya ada tiga strategi penting yang digunakan pemerintah dalam mendorong minat pelaku UMKM mengajukan sertifikasi halal, 1) sertifikasi bersifat gratis; 2) dilengkapi dengan fasilitas pendampingan melalui pendamping PPH (Pendamping proses produk halal), 3) himbuan pengajuan sertifikasi halal bersifat wajib (sesuai PP Nomor 39 Tahun 2021), terutama bagi UMKM produk makanan dan minuman. Tiga strategi ini kemudian dikemas oleh pemerintah menjadi program prioritas pemulihan ekonomi nasional di bidang industri halal tahun 2022 yang dikembangkan BPJPH.

Untuk mengukur bagaimana program SEHATI diprediksi mampu meningkatkan minat pelaku UMKM Indonesia mengajukan sertifikasi halal, penelitian ini mengadopsi akan menelusuri faktor penting yang mendorong para UMK mengajukan sertifikasi halal self declare. Penelitian ini juga akan dilengkapi dengan metode interview mendalam kepada beberapa pihak yang terkait, diantaranya adalah pelaku UMKM yang sudah memanfaatkan program SEHATI, pendamping proses produk halal (PPH), serta pihak BPJPH sebagai validator. Interview mendalam ini berupaya untuk menemukan strategi yang dapat dikembangkan sebagai dokumen pelengkap dari hasil evaluasi pada pengujian pertama.

Penelitian di bidang industri halal pada dasarnya bukanlah penelitian baru. Penelitian di bidang industri halal di Indonesia setidaknya sudah mulai mendapatkan perhatian kurang lebih mulai tahun 2000, dan ramai menjadi perhatian peneliti mulai tahun 2010 hingga saat ini. Diantara tema penelitian yang sudah banyak diteliti di bidang industri halal yaitu halal awareness, halal tourism, halal supply chain manajemen, halal food, maupun halal certification. Akan tetapi, dari sekian penelitian di bidang industri halal, utamanya mengenai halal certification, belum ditemukan penelitian yang berupaya mengungkap implementasi program SEHATI dalam mendorong minat pelaku UMKM Indonesia mengajukan sertifikasi halal.

Penelitian tentang sertifikasi halal pada dasarnya sudah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya, baik di tingkat nasional maupun internasional. Besarnya dampak dari sertifikasi halal pada suatu produk menyebabkan sertifikasi halal menjadi faktor penting bagi pengembangan industri halal (Khalek, 2014; Mobarakeh, 2011; Setyaningsih & Marwansyah, 2019; Yuliani & Khuwarazmi, 2022). Sertifikasi halal suatu produk mampu memberikan nilai lebih pada produk tersebut. Bahkan lebih dari itu, produk yang memiliki sertifikasi halal lebih digemari oleh konsumen dibandingkan yang tidak bersertifikasi halal (Setyaningsih & Marwansyah, 2019).

Terlepas dari dampak sertifikasi halal terhadap suatu produk, pada era sekarang, hampir seluruh negara yang konsen terhadap pengembangan industri halal sedang berlomba-lomba meningkatkan jumlah sertifikasi halal produk mereka. Misalnya di Malaysia, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yusuf et al., tentang hubungan antara sertifikasi halal dengan pertumbuhan

usaha makanan, ditemukan hasil bahwa sertifikasi halal menjadi indikator penting bagi pengembangan industri makanan di Malaysia (Yusuf et al., 2016). Penelitian lainnya di Malaysia juga menyebutkan bahwa faktor proses, informasi, dan individu/lembaga/organisasi yang terlibat dalam proses sertifikasi halal menjadi penentu keberhasilan program sertifikasi halal di Malaysia (Noordin et al., 2009). Sedangkan penelitian mengenai sertifikasi halal di India menyebutkan bahwa indikator proses, informasi, individu/lembaga/organisasi yang terlibat dalam proses sertifikasi halal, serta business views menjadi indikator penting keberhasilan proses sertifikasi halal di India (Khan & Haleem, 2016).

Tidak jauh berbeda dengan di Thailand, bahwa dukungan pemerintah dan sosialisasi informasi tentang sertifikasi halal menjadi faktor penting yang dapat meningkatkan minat UMKM Thailand mengajukan sertifikasi halal (Abdul, 2014). Selanjutnya pengujian dengan variabel lain menunjukkan bahwa faktor biaya yang tinggi menghambat minat pelaku usaha restoran di Thailand mengajukan sertifikasi halal (Wannasupchue et al., 2023).

Di Indonesia sendiri, penelitian serupa mengenai intensi pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Harbit (2022) menyebutkan bahwa faktor-faktor yang dapat meningkatkan minat pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal yaitu keyakinan akan kehalalan produk usaha mereka, pemahaman UMKM terhadap sertifikasi halal, kesadaran UMKM terhadap sertifikasi halal, serta biaya pengajuan sertifikasi halal (Harbit, 2022). Penelitian yang lain juga menyebutkan bahwa pada dasarnya sebagian besar pelaku UMKM di Indonesia telah menyadari pentingnya sertifikasi halal, namun kurangnya standardisasi informasi serta tingginya biaya pengajuan sertifikasi halal menjadi penghambat minat UMKM mengajukan sertifikasi halal (Kusumastuti & Rachmawati, 2017).

Perbedaan utama penelitian ini dengan penelitian terdahulu terdapat pada implementasi program SEHATI, yaitu sejauh mana kehadiran program SEHATI telah ditangkap oleh pelaku UMKM di Indonesia. Secara konsep dan mekanisme program sertifikasi halal gratis (SEHATI) ini berupaya mengujicoba strategi baru yang secara umum belum pernah diadopsi oleh negara lain. Faktor biaya yang tinggi masih menjadi permasalahan utama yang dihadapi oleh banyak negara. Program SEHATI hadir untuk menghapus stigma lama yang menyatakan bahwa proses sertifikasi halal adalah proses yang rumit dan mahal.

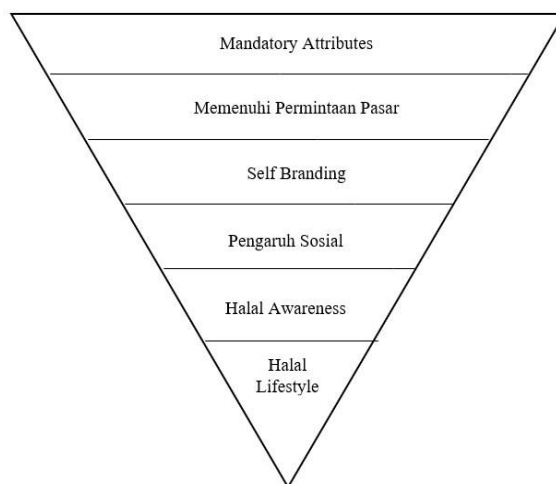
Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan jenis penelitian studi kasus. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi faktor yang mendorong minat pelaku UMKM mengajukan sertifikasi halal khususnya di daerah Yogyakarta. Penelitian ini memanfaatkan data primer berupa hasil wawancara dari beberapa informan kunci yang terdiri dari perwakilan LP3H UIN Sunan Kalijaga, Pendamping P3H dan juga enam pelaku usaha di bawah naungan LP3H UIN Sunan Kalijaga. Alasan pemilihan LP3H UIN Sunan Kalijaga sebagai objek penelitian diantaranya: 1) LP3H UIN Sunan Kalijaga termasuk LP3H dibawah Universitas yang memiliki pencapaian terbaik dalam hal pendampingan pelaksanaan program SEHATI (didasarkan pada jumlah sertifikasi yang terbit dan jumlah pendamping P3H yang banyak dan partisipatif), 2) LP3H UIN Suka memiliki keaktifan dalam menjalin kerjasama diluar program SEHATI yaitu dengan Desperindagkop dan BI dalam rangka menunjang sustainability pasca terbitnya sertifikasi halal, sehingga hal ini sangat bermanfaat bagi pelaku usaha. Alasan diatas menjadi pertimbangan penting dalam pemilihan objek penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Faktor yang mendorong minat pelaku UMKM mengajukan Sertifikasi Halal

Berdasarkan pemaparan data, dapat dianalisis bahwa faktor yang mendorong minat pelaku UMKM Yogyakarta mengajukan sertifikasi halal di antaranya yaitu, 1) Mandatory attributes; 2) memenuhi permintaan pasar; 3) self branding; 4) pengaruh sosial; 5) halal awareness; dan 6) halal lifestyle. Faktor-faktor tersebut jika divisualisasi maka membentuk piramida terbalik (Gambar 4.1). Maksud dari piramida terbalik ini menjelaskan urgensi dan faktor dominan yang mendorong pelaku UMKM mengajukan sertifikasi halal.



Gambar 1. Piramida Terbalik Faktor Yang Mendorong Minat Pelaku UMKM Mengajukan Sertifikasi Halal

Adapun analisis secara detail mengenai faktor-faktor tersebut antara lain:

1. Mandatory Attributes

Berdasarkan PP nomor 39 tahun 2021 mengenai Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal (PBJPH), Pemerintah telah memberikan regulasi secara sistemik sebagai upaya memberikan kemudahan bagi para pelaku usaha untuk melakukan sertifikasi halal melalui PBJPH sebagaimana dimaksud. Maka target yang dicanangkan pemerintah, yakni pada 17 Oktober 2024, setiap pelaku usaha memiliki kewajiban sertifikasi halal, dan ini akan dimulai untuk produk makanan, minuman, hasil sembelihan dan jasa penyembelihan, bahan baku, bahan tambahan pangan, dan bahan penolong untuk produk makanan dan minuman. Maka dari itu, dalam rangka suksesi tahapan pertama kewajiban sertifikasi halal, Pemerintah dalam hal ini memberikan kemudahan dalam pendaftaran sertifikasi halal dengan membuka sertifikasi halal gratis (Sehati). Pemerintah menyediakan sebanyak satu juta kuota yang diberikan bagi pelaku usaha mikro dan kecil (UMK) melalui skema pernyataan pelaku usaha (self-declare).

Konsumsi makanan halal sudah diatur di dalam Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UUJPH) yang menghubungkan berbagai komponen masyarakat. Terutama mereka yang tertarik dengan masalah Halal. UUJPH dalam hal ini memberikan ruang bersama bagi semua pihak yang berkepentingan dalam konteks topik dan permasalahan halal, sehingga dapat menemukan pemahaman dan pendekatan yang sama secara partisipatif, konstruktif, berkelanjutan dan saling melengkapi (integrasi sosial) agar proses audit dan sertifikasi halal dapat berjalan secara terarah. Pemerintah dalam hal ini mengupayakan partisipatif, transparan dan akuntabel.

Di sisi lain, memang para pelaku usaha ini merasa bahwa proses sertifikasi halal ini memang menjadi sebuah kebutuhan primer dalam rangka untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada produk yang mereka jual. Dalam perjalanannya, sebagian dari mereka sejak awal membangun usaha tidak terlalu peduli dengan proses sertifikasi halal, karena proses administrasinya yang cukup panjang dan mungkin berbiaya cukup mahal. Namun dengan adanya program dari pemerintah ini semakin membuat masyarakat untuk peduli terhadap sertifikasi halal ini. Kesadaran akan pentingnya sertifikasi halal ini memang harus dilakukan secara sistemik melalui jalur negara, karena hanya dengan inilah mimpi untuk mewujudkan Indonesia sebagai salah satu negara dengan pelayanan halal tourism terbaik di dunia.

Pemerintah dalam hal ini sudah tegas dan menargetkan bahwa di tanggal 17 Oktober 2024, semua pelaku usaha yang bergerak di sektor produk makanan, minuman, hasil sembelihan dan jasa penyembelihan, bahan baku, bahan tambahan pangan, dan bahan penolong untuk produk makanan dan minuman harus memiliki sertifikasi halal. Melalui kampanye di 1000 titik di seluruh Indonesia, Kementerian Agama melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal akan memberikan sanksi tegas kepada para pelaku usaha yang belum memenuhi syarat untuk proses sertifikasi halal. Karena hal ini merupakan amanah Undang-Undang untuk diimplementasikan di Lapangan. Salah satu sanksi terberat yang akan dicanangkan pemerintah bagi para pelaku usaha yang tidak mengikuti aturan kewajiban sertifikasi halal adalah dengan tidak mengizinkan peredaran produk mereka di masyarakat. Pemerintah dalam hal ini telah berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat, yakni dalam rangka memberikan keamanan, kenyamanan dan keselamatan kepada masyarakat dan tentunya memastikan produk yang bersertifikasi halal bisa dikonsumsi oleh masyarakat. Selain itu, sanksi sosial juga akan berjalan ketika para pelaku usaha tidak melakukan upaya sertifikasi halal, mengingat kesadaran masyarakat akan pentingnya sertifikasi halal belakangan ini sangat tinggi. Maka adanya sertifikasi halal suatu produk menjadi salah satu indikator penting masyarakat untuk memilih suatu produk. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah pelaku usaha UMKM di Indonesia pada tahun 2023 terdapat 67 juta UMKM yang bergerak di berbagai sektor, salah satunya di produk makanan dan minuman.

Pemerintah melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal menargetkan pada Oktober tahun 2024 akan diselenggarakannya sertifikasi halal sebanyak 10 juta secara gratis bagi para pelaku usaha. Namun problem yang muncul kemudian adalah kuota 10 juta sertifikasi halal ini masih cukup jauh dari data potensi para pelaku usaha UMKM sebagaimana data di atas.

Maka dari itu, kewajiban sertifikasi halal menjadi sebuah keharusan untuk dilakukan atau dipatuhi bagi para pelaku usaha, sehingga menghindarkan diri dari upaya sanksi administratif maupun sanksi sosial yang akan didapatkan oleh para pelaku usaha. Sertifikasi halal pada gilirannya sudah diatur sedemikian rupa oleh Pemerintah melalui Undang-Undang dengan regulasi yang sistemik dan terbuka, maka tidak ada alasan lagi untuk masyarakat pelaku usaha tidak melakukan upaya untuk sertifikasi halal terhadap produknya.

2. Memenuhi Permintaan Pasar

Faktor permintaan pasar menjadi salah satu instrumen penting dilakukannya sertifikasi halal oleh para pelaku usaha. Pada praktiknya, masyarakat atau konsumen memiliki kesadaran yang cukup tinggi mengenai pentingnya sertifikasi halal sebuah produk. Maka ketika suatu produk telah tersertifikasi halal, ia akan memiliki daya tawar yang lebih tinggi di masyarakat. Berikut hasil ulasan peneliti ketika wawancara dengan Endah, salah satu pelaku usaha makanan di Sleman.

“Melalui self declare ini, setelah sertifikat muncul, ada gak daya tawar tambahan dari yang sebelumnya ketika belum memiliki sertifikasi halal.”

“Ada. Namun karena yang beli itu ya orang yang ngaji sama saya, karena orang yang udah peduli sama halal itu lebih senang belanja sama orang terdekat, misalnya mau nanya gitu lebih enak, gak pakai gak enak-gak enakan, tapi kalau customer baru, yang memang belum kenal secara personal, yaudah mereka mau saya pakai halal atau enggak, ternyata tidak masalah. Kebanyakan kayak gitu sih, karena kalau customer baru dari instagram itu malah kebanyakan gak begitu nanyain tentang kehalalan, kecuali justru temen-temen di lingkungan sekitar saya, mereka nanya pakainya bahan apa saja. Ketika sertifikatnya dipasang di sosial media memang awarness lebih tinggi, terutama produk puding, aku kan gak produksi sendiri, ambil dari orang, puding kan umumnya ada rum nya, pasti aku selalu nanyain rumnya yang udah bersertifikasi halal apa belum? atau kadang aku nanya, rumnya pakai rum apa?. Tapi lumayan bisa menjaring lah ya kalau sertifikasinya diupload di instagram? Iya orang jadi ngeh dan bisa nambah value sih dari produknya.”

Dari hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa kesadaran para konsumen untuk menikmati produk yang bersertifikasi halal cukup tinggi. Sehingga permintaan pasar pada dasarnya cukup tinggi terhadap adanya sertifikasi halal suatu produk. Pelaku usaha UMKM di sisi lain juga dituntut untuk memiliki PIRT (Produk Industri Rumah Tangga) yang dikeluarkan oleh pemerintah sebagai bentuk izin resmi usaha tersebut, dan ini ternyata menambah nilai (value) produk bahkan pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan dari produk yang dimiliki para pelaku usaha.

Pola permintaan pasar mengenai sertifikasi halal suatu produk memang sudah menjadi trend belakangan ini. Trend pasar akan sertifikasi halal menjadi salah satu tolok ukur, sehingga sertifikasi halal menjadi sebuah kewajiban yang tidak bisa ditawar untuk sebuah produk makanan dan minuman. Dengan mayoritas masyarakat Indonesia yang beragama Islam, maka kebutuhan untuk sertifikasi halal di lapangan menjadi sebuah keniscayaan. Ini tentu berbanding dengan lurus dengan kebutuhan masyarakat Indonesia akan sertifikasi halal tersebut.

3. Self Branding

Adanya sertifikasi halal pada gilirannya menjadi sebuah self branding terhadap sebuah produk pelaku usaha. Hal ini berdasarkan penelitian Aslikhah dkk, (2023), bahwa pada praktiknya adanya sertifikasi halal suatu produk makanan dan minuman di masyarakat Kabupaten Pasuruan dapat meningkatkan branding produk para pelaku usaha. Konsumen dalam hal ini mengetahui merek produk sebuah UMKM karena melihat sebuah produk telah mendapatkan sertifikasi halal (brand awareness) dan kemudian mempunyai kesan tertentu terhadapnya (citra merek), dia kemudian akan mengasosiasikannya dengan serangkaian atribut dan mempertahankan merek tersebut dalam ingatannya. Namun juga terdapat kendala, yakni kendala yang dihadapi justru apa yang ingin disampaikan oleh pemasar belum tentu sama dengan yang dipersepsikan oleh konsumen sebagaimana yang diharapkan oleh pemasar itu sendiri.

Dalam konteks ini, nilai merek suatu produk bersertifikat halal dapat menyebabkan pengaruh diferensial positif melalui pengenalan terhadap sebuah merek akan membuat konsumen merespon terhadap suatu produk atau jasa. Merek dengan ekuitas merek yang kuat merupakan aset yang sangat berharga bagi para pelaku usaha. Dengan banyaknya merek produk yang ada di pasaran, maka produk yang telah bersertifikat halal menjadi keunggulan tersendiri bagi para pelaku usaha. Dengan kesadaran halal awareness, masyarakat tentu akan memilih produk yang sudah jelas

kehalalannya daripada produk yang tidak jelas dan berizin dalam proses produksinya. Di era teknologi seperti sekarang ini, para pelaku usaha umumnya juga menampilkan produk mereka di media sosial. Tujuan dibrandingnya produk mereka di sosial media sebagai wujud untuk meningkatkan pengaruh dan akses yang lebih luas untuk para konsumennya. Self Branding di medsos di sini juga menjadi salah satu indikator untuk menguatkan merk para pelaku usaha di mata konsumennya. Namun, jika produk mereka belum tersertifikasi halal, maka ada ketidakpuasan bahkan ketidakpedean untuk memasarkan produk mereka di media sosial. Belakangan ini, para pelaku usaha sektor UMKM banyak menampilkan produk mereka di berbagai platform media, mulai dari instagram, Tiktok, Facebook dan lain sebagainya. Mereka gencar melakukan branding diri untuk semakin melejitkan pangsa pasarnya di luar lingkungannya/wilayahnya.

Selain adanya sertifikasi halal dalam sebuah produk, izin edar melalui PIRT juga menjadi indikator penting dalam self branding suatu produk, khususnya di bidang kuliner rumahan. Pelaku usaha sektor UMKM memang perlu mendapatkan izin ini, karena ini bagian dari persyaratan administratif yang tentu akan bermanfaat bagi keberlangsungan peredaran produk mereka di masyarakat.

Menurut penelitian Prasetyaningsih dkk, (2020) menyatakan bahwa untuk proses PIRT, agar dapat dilakukan dengan baik oleh kelompok maka diberikan pelatihan atau wawasan tentang pengertian dan manfaat dari PIRT itu sendiri. PIRT dalam hal ini memiliki fungsi yang sangat penting bagi para pelaku usaha untuk prospek usaha mereka ke depannya, dan keunggulan PIRT di antaranya:

(1) produk layak jual dan mendapat kepercayaan dari konsumen, (2) keamanan mutu terjamin dan aman dikonsumsi, dan (3) produk dapat menjangkau pasar yang lebih luas di skala nasional. Sedangkan penelitian Purnama Sari & Lydia Irena, (2021) menyatakan salah satu hal yang menjadi pertimbangan konsumen ketika hendak membeli suatu produk adalah melihat nilai jual dari produk tersebut. Nilai jual produk ini dipengaruhi oleh PIRT karena konsumen merasa aman membeli produk yang sudah terjamin karena sudah layak diedarkan di pasaran. Ketika mitra UMKM menjual produknya baik melalui penitipan di Toko maupun di pasarkan sendiri, konsumen yang jeli akan menanyakan apakah produk yang sudah memiliki PIRT. Maka dari itu, prospek adanya sertifikasi halal dan izin edar melalui PIRT menjadi sebuah ukuran penting dalam memasarkan produk para pelaku usaha kepada para konsumennya.

4. Pengaruh Sosial

Pada praktiknya, pengaruh sosial juga cukup berdampak pada para pelaku usaha mengajukan sertifikasi halal. Yang dimaksud pengaruh sosial di sini dapat berasal dari himbuan Paguyuban mereka, himbuan dari Disperindag, sosialisasi di Pasar, sosialisasi di acara rutinitas lingkungan, sosialisasi yang disponsori oleh agenda politik partai, ajakan PPH, hingga ajakan dari sesama pelaku usaha itu sendiri. Artinya, para pelaku usaha bisa dipengaruhi oleh realitas sosialnya dalam rangka mendorong minat mengajukan sertifikasi halal.

Para pelaku usaha UMKM umumnya memiliki paguyuban tersendiri di masing-masing wilayahnya. Untuk itu, ketika kelompok mereka menggalakkan untuk mengajukan sertifikasi halal dengan segala dampak positifnya, anggota mereka yang lainnya tentu akan banyak mengajak paguyuban mereka untuk melakukan proses sertifikasi halal.

Disperindag sebagai perwakilan Pemerintah dalam ini tentu memiliki tugas untuk bersosialisasi kepada para pelaku usaha di sektor UMKM. Disperindag dalam hal ini memberikan himbuan kepada para pelaku usaha segera mengajukan sertifikasi halal untuk mengikuti aturan pemerintah. Proses sertifikasi halal juga menjadi agenda politik partai dan pencalonan anggota parlemen di

masyarakat. Untuk terjun ke masyarakat, mereka semacam mengagendakan berbagai program, salah satunya dengan juga menjadikan program sertifikasi halal sebagai agenda kampanyenya di masyarakat konstituennya. Selain mereka melakukan sosialisasi program politiknya ke depan untuk para pendukungnya. Mereka juga menjadikan program sertifikasi halal sebagai bagian dari upaya mendukung kebijakan pemerintah. Program sertifikasi halal dijadikan sebagai media kampanye untuk mendulang suara masyarakat, khususnya para pelaku usaha.

Kemudian tentu ajakan para Pendamping Proses Produk Halal (PPH), yang ditugaskan oleh organisasi Pendamping PPH, mulai dari Halal Center berbagai Kampus di Indonesia. Selain itu, lembaga pendamping PPH di luar universitas juga berpartisipasi dalam akselerasi sertifikasi halal ini, seperti seperti Ikatan Sarjana Nahdlatul Ulama (ISNU) Jawa Timur. Ajakan para Pendamping PPH ini juga merupakan bentuk pengaruh sosial yang kuat terhadap para pelaku usaha. Mengingat itu merupakan tanggung jawab moralnya untuk mencari pelaku usaha yang bergerak di sektor UMKM, khususnya yang membutuhkan sertifikasi halal.

5. Halal Awareness

Kesadaran akan pentingnya halal ini merupakan faktor penting dalam relasi produsen dan konsumen. Apalagi para pelaku usaha meyakini bahwa menjamin kehalalan suatu produk bukan hanya tanggung jawab produsen/penjual itu sendiri kepada konsumennya. Namun lebih dari itu juga tanggung jawab para produsen kepada Allah SWT. Beberapa informan menyadari bahwa dengan melakukan proses produksi yang sesuai dengan prinsip halalan thoyyiban, maka produksi yang dihasilkan akan memberi dampak keberkahan yang lebih besar dibanding hanya mengejar volume penjualan.

Kesadaran akan prosedur halal ini adalah bentuk refleksi diri para pelaku usaha atau produsen untuk berhati-hati dalam memilah dan memilih komponen bahan yang akan menjadi bagian dari produknya. Islam sendiri mengajarkan bahwa kita harus mengkonsumsi makanan yang halal, sebagaimana tersurat dalam Al-Baqarah ayat 168. Konsistensi para pelaku usaha untuk sadar akan pentingnya halal ini tentu relevan dengan spiritualitas dalam Islam. Dalam konteks ini, kesadaran akan pentingnya halal ini menjadi sebuah kesadaran teologis dan juga pada gilirannya menuntut akan makanan yang dikonsumsi oleh masyarakat itu baik dan aman serta sesuai dengan ajaran Islam. Mengenai kesadaran akan halal ini bukan hanya dilakukan oleh pelaku usaha yang muslim, bahkan yang non-muslim pun juga memiliki kesadaran yang tinggi dalam upaya menjaga kehalalan produknya. Hal ini yang dijumpai oleh penulis ketika mewawancarai pengusaha pempek dari Sleman.

6. Halal Lifestyle

Belakangan ini, sertifikasi halal sudah menjadi sebuah trend bahkan lifestyle masyarakat di Indonesia. Tidak tanggung-tanggung transformasi menuju halal lifestyle ini, para pelaku usaha juga tidak terlalu memperdulikan cita rasa produk, yang penting produk yang dihasilkan mereka itu sesuai dengan prosedur sertifikasi halal yang sudah ditetapkan oleh pemerintah.

Berdasarkan nilai Global Islamic Economy (GIE) tahun 2022, Indonesia menjadi salah satu negara di dunia dengan masyarakatnya yang menerapkan halal lifestyle yang potensial tinggi dalam kehidupannya. Bahkan Indonesia menempati posisi ke-4 dengan data dari Global Islamic Economy Report. Tak mengejutkan jika kemudian banyak industri, termasuk perbankan yang mulai menawarkan produk halal sesuai dengan prinsip hidup halal lifestyle di Indonesia. Yang dimaksud dengan halal lifestyle di sini adalah gaya hidup halal yang merujuk pada kewajiban seorang muslim dalam mengkonsumsi dan menggunakan segala sesuatu yang dikategorikan halal menurut ajaran

Islam. Halal lifestyle berkonotasi pada cara Anda menjalani hidup dengan mengedepankan dan menjaga prinsip halal pada setiap aspek kehidupan. Dalam hal ini, gaya hidup halal tidak hanya diterapkan pada makanan yang akan dimakan oleh kita, lebih dari itu juga produk yang digunakan, kebiasaan, aktivitas, tingkah laku, minat dan ketertarikan, hingga pilihan produk asuransi syariah. Halal lifestyle ini pada akhirnya mendorong seorang muslim untuk menggunakan, mengonsumsi, dan menaruh minat pada produk-produk yang sudah dijamin halal sesuai dengan prinsip ajaran Islam. Pada gilirannya, umat Islam tentu akan sangat memperhatikan bagaimana suatu produk diproduksi, diolah, dikelola, didapatkan, dan sebagainya untuk memastikan kehalalannya.

Kesimpulan

Secara umum LP3H UIN Sunan Kalijaga sudah cukup layak untuk menjadi pilot project dalam implementasi program sertifikasi halal gratis (SEHATI). Hal ini didasarkan pada kemampuan LP3H dalam mengelola sumberdaya yang ada sehingga mampu mengimplementasikan program dengan cukup efektif dan efisien. Fakta ini didasarkan pada kemampuan LP3H UIN Sunan Kalijaga dalam memfasilitasi P3H sehingga melahirkan pendamping dalam kuantitas banyak dan memiliki kapasitas yang memadai, selain itu, kesuksesan LP3H UIN Sunan Kalijaga juga dapat dibuktikan dari jumlah sertifikasi halal yang telah terbit pada pelaku usaha

Referensi

- Agit, A., Putra, I., Putra, G. K., Prameswari, F. D., Hani, U., Pudjiastuti, A., Nugroho, M., Astuti, F. Y., Pratiwi, N. A., & Nuryakin, R. A. (2024). *Pengantar Manajemen Usaha*. PT Penamuda Media.
- Ambali, A. R., & Bakar, A. N. (2014). People's awareness on halal foods and products: potential issues for policy-makers. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 121, 3–25.
- Amri, A. (2020). Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 123–131.
- BAPPENAS. (2015). *Masterplan Arsitektur Keuangan Syariah Indonesia*. BAPPENAS.
- Basyirah, L., Hapsara, O., & Hamidah, S. (2023). *KONSEP BISNIS ISLAM*. Mafy Media Literasi Indonesia.
- Djarmiko, A., & Pudyastiwati, E. (2020). Obstacles And Challenges Of Indonesia's Micro, Small And Medium Enterprises (UMKM) In Facing The Covid-19 Pandemic. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 8(3), 117–123.
- Harbit, A. A. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pelaku Usaha Untuk Mengajukan Sertifikasi Halal Produk UMKM di Kota Balikpapan*. Politeknik Negeri Jakarta.
- Irawan, A. (2020). Challenges and opportunities for small and medium enterprises in eastern Indonesia in facing the Covid-19 pandemic and the new normal era. *TIJAB (The International Journal of Applied Business)*, 4(2), 79–89.
- Khalek, A. A. (2014). Young consumers' attitude towards halal food outlets and JAKIM's halal certification in Malaysia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 121, 26–34.
- Khan, M. I., & Haleem, A. (2016). Understanding "halal" and "halal certification & accreditation system"-a brief review. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 1(1), 32–42.
- Kusumastuti, R. D., & Rachmawati, R. (2017). Motives and challenges of small businesses for halal certification: the case of Indonesia. *World Journal of Social Sciences*, 7(1), 136–146.
- Majid, M. A. A., Abidin, I. H. Z., Majid, H., & Chik, C. T. (2015). Issues of halal food implementation in Malaysia. *Journal of Applied Environmental and Biological Sciences*, 5(6), 50–56.
- Mannan, M. A., & Nastangin, M. (1997). *Teori dan praktek ekonomi Islam*. Pt. Dana Bhakti Prima Yasa.
- Mobarakeh, N. S. (2011). The relation between the organizational culture and creativity of managers and experts of Khuzestan physical education organization. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 15, 3648–3650. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.04.350>

- Nasucha, A. F. (2022). *Klik ptsp.halal.go.id Untuk Daftar Rekrutmen Pendamping PPH Kemenag, Dibuka hingga 31 Agustus 2022*. <https://www.tribunnews.com/nasional/2022/08/15/klik-ptsp-halal-go-id-untuk-daftar-rekrutmen-pendamping-pph-kemenag-dibuka-hingga-31-agustus-2022>
- Noordin, N., Noor, N. L. M., Hashim, M., & Samicho, Z. (2009). Value chain of Halal certification system: A case of the Malaysia Halal industry. *European and Mediterranean Conference on Information Systems, 2008*, 1–14.
- ORGANISATION OF ISLAMIC COOPERATION. (2018). *Strategic Roadmap for Development of Islamic Tourism in OIC Member Countries* (Issue July).
- Pramuji, S. (2022). *BPJPH: Akselerasi 10 Juta Sertifikasi Halal Dukung Pemulihan Ekonomi Nasional*. <https://www.kemenag.go.id/nasional/bpjph-akselerasi-10-juta-sertifikasi-halal-dukung-pemulihan-ekonomi-nasional-7tyclr>
- Rosihana, R. E., Simanjuntak, M., Wahyuni, S., Hidayat, F., Hastalona, D., Nainggolan, E., Januarty, W., Elmizan, G. H., Salmiah, S., & Mistriani, N. (2024). *Pengantar Ekonomi*. Yayasan Kita Menulis.
- Rusydiana, A. S., & Firmansyah, I. (2018). Strategi pengembangan lembaga keuangan mikro syariah di Indonesia: pendekatan matriks IFAS EFAS. *Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 46–74.
- Setyaningsih, E. D., & Marwansyah, S. (2019). The effect of halal certification and halal awareness through interest in decisions on buying halal food products. *Syiar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(1), 65–79.
- Standard, D. (2019). State of the global Islamic economy report 2019/20. *Dubai International Financial Centre*, 1–174.
- Wannasupchue, W., Mohamad, S. F., Ishak, F. A. C., & Ungku Zainal Abidin, U. F. (2023). Challenges to obtain halal certification among restaurants in northeast Thailand. *Journal of Islamic Marketing*, 14(2), 607–621.
- Widiastuti, T. (2020). Hambatan dan Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia. *UNAIR News*.
- Yuli, S. B. C., & Wojtyla, E. (2020). Challenges and strategies in developing human resources for the halal industry: Evidence from Indonesia. *Journal of Innovation in Business and Economics*, 4(02), 77–86.
- Yuliani, I., & Khuwarazmi, A. (2022). Does Hijrah Trends Create a Different Decision on Behavior Consumption of Indonesian Muslims? *Bulletin of Islamic Economics*, 1(1), 9–23.
- Yusuf, A. H., Shukor, S. A., & Bustamam, U. S. A. (2016). Halal certification vs business growth of food industry in Malaysia. *Journal of Economics, Business and Management*.