

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Industri Halal dan UMKM

a. Industri Halal

Industri berasal dari bahasa latin, yaitu industria yang artinya buruh atau tenaga kerja. Istilah industri sering digunakan secara umum dan luas, yaitu semua kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dalam rangka mencapai kesejahteraan. Definisi Industri menurut Sukirno adalah perusahaan yang menjalankan kegiatan ekonomi yang tergolong dalam sektor sekunder. Kegiatan itu antara lain adalah pabrik tekstil, pabrik perakitan dan pabrik pembuatan rokok. Industri merupakan suatu kegiatan ekonomi yang mengolah barang mentah, bahan baku, barang setengah jadi atau barang jadi untuk dijadikan barang yang lebih tinggi kegunaannya.¹³

Potensi bisnis industri halal di dunia sangat besar. Saat ini berbagai negara, baik negara muslim maupun non-muslim berlomba-lomba menggarap potensi bisnis syariah. Berdasarkan laporan *Global Islamic Economy Report 2016/2017* nilai belanja makanan dan gaya hidup (*food and lifestyle sector expenditure*) Muslim di sektor halal dunia mencapai US\$1,9 triliun pada tahun 2015 dan diperkirakan akan naik menjadi US\$

¹³ Sadono, *Pengantar Teori Ekonomi Mikro* (Jakarta: PT. Karya Grafindo Persada, 1995), hlm. 54

3 pada tahun 2021. *Global Islamic Economy Report* tahun 2016/2017 menempatkan Malaysia, United Arab Emirates dan Bahrain secara berurutan di peringkat teratas sebagai negara yang paling berkembang dalam industri halal di dunia. Dalam *Global Islamic Economy Report* tahun 2016/2017 Indonesia menempati posisi 10, jauh tertinggal dari Malaysia yang berada di posisi pertama.¹⁴

Dalam mengembangkan potensi industri halal di Indonesia, tentunya kita akan mendapatkan tantangan. Tantangan ini bisa berasal dari segi eksternal dan dari segi internal. Dari segi eksternal, tantangan yang dihadapi Indonesia adalah: pertama, banyaknya negara pesaing. Negara-negara pesaing tersebut diantaranya adalah Malaysia, Brunei Darussalam, Turki, Pakistan, Qatar, Uni Emirat Arab, dan lain sebagainya. Bahkan, ada negara pesaing yang termasuk ke dalam negara non-muslim. Negara-negara ini diantaranya Australia, Thailand, Singapura, United Kingdom, Italia, dan lain sebagainya. Agar tidak ketinggalan, Indonesia harus bisa memanfaatkan dengan baik potensi yang dimilikinya. Bila tidak, maka Indonesia hanya akan menjadi konsumen di pasar yang besar dan menjanjikan ini. Sementara itu, tantangan internal yang dialami Indonesia yaitu: pertama, kurangnya *halal awareness* pada masyarakat Indonesia. Selain itu, pemahaman masyarakat Indonesia terhadap konsep halal masih dirasa kurang. Ada

¹⁴ Siska Lis Sulistiani, "Analisis Maqashid Syariah dalam Pengembangan Hukum Industri Halal di Indonesia", *Jurnal Law&Justice*, Vol. 3 Nomor. 2 2018, hlm. 94

banyak masyarakat Indonesia yang menganggap bahwa semua produk di pasar adalah produk halal. *Halal awareness* memiliki keterkaitan dengan religiusitas dan pengetahuan mengenai konsep halal. Religiusitas memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap perilaku konsumsi produk halal dibanding pengetahuan terhadap suatu produk halal. *Halal awareness* dipengaruhi oleh tingkat keyakinan agama, alasan kesehatan, label/logo halal, tingkat eksposur yang baik, identitas diri dan paparan media.¹⁵

Maka, untuk meningkatkan *halal awareness* di Indonesia, kuncinya adalah dengan melakukan sosialisasi. Sosialisasi harus dilakukan secara terus menerus secara langsung ataupun tidak langsung. Sosialisasi secara langsung bisa dilakukan dengan membuat kajian keagamaan tentang konsep halal, mengadakan seminar bertemakan industri halal, mengadakan kunjungan ke lembaga pendidikan, serta mengadakan *event* dan pameran industri halal. Sementara itu, sosialisasi secara tidak langsung dapat dilakukan dengan perantara berbagai media. Pada media cetak, sosialisasi bisa dilakukan dengan membuat artikel pada koran dan majalah, membuat buku dan komik mengenai konsep halal seperti yang dilakukan Majelis Ulama Indonesia (MUI).

¹⁵ Bahtiar Adamsah dan Ganjar Eka Subakti, “Perkembangan Industri Halal terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia”, *Indonesian Journal of Hall*, Vol. 5 Nomor. 1, hlm. 74

b. UMKM

UMKM merupakan kepanjangan dari Usaha Mikro Kecil Menengah. UMKM sendiri pada dasarnya adalah sebuah usaha atau bisnis yang dijalankan oleh perorangan, kelompok, atau badan usaha. UMKM di Indonesia diklasifikasikan menjadi Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah. Pengertian UMKM Pengertian UMKM adalah usaha yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha. Lebih jelasnya, pengertian UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dalam UU tersebut disebutkan UMKM adalah sesuai dengan jenis usahanya yakni usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Penggolongan UMKM dilakukan dengan batasan omset per tahun, jumlah kekayaan atau aset, serta jumlah karyawan. Usaha yang tak masuk sebagai UMKM adalah dikategorikan sebagai usaha besar.¹⁶

Adapun kriteria UMKM di jelaskan dalam Bab V Pasal 6 Undang Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM sebagai berikut:¹⁷

¹⁶ Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008, Usaha Mikro Kecil dan Menengah, <https://komputerisasi-akuntansi-d4.stekom.ac.id/informasi/baca/Pengertian-dan-Kriteria-UMKM-Menurut-Undang-Undang/80de71af402e6d711782f27fa3083d30a2d80103#:~:text=Usaha%20kecil%20UMKM%20adalah%20suatu,tidak%20langsung%20dari%20usaha%20menengah> diakses pada 6 Juli 2023 pukul 21.00 WIB

¹⁷ Kriteria UMKM menurut Undang-undang, <https://www.gramedia.com/literasi/umkm/> diakses pada 6 Juli 2023 pukul 21.10 WIB

- 1) Usaha mikro adalah sebuah usaha bisa dikatakan sebagai UMKM bila memiliki keuntungan dari usahanya sebesar Rp. 300.000.000, dan memiliki aset atau kekayaan bersih minimal sebanyak Rp. 50.000.000. Kriteria dalam UMKM adalah sebuah usaha yang dimiliki oleh suatu lembaga atau badan usaha, atau perseorangan.
- 2) Usaha kecil adalah usaha yang memiliki pendapatan atau keuntungan dengan jumlah yang lebih kecil. Hasil keuntungan dari penjualan yang masuk kategori usaha kecil ini berkisar dari angka Rp. 300.000.000 sampai dengan Rp. 2.500.000.000.
- 3) Usaha menengah adalah usaha yang dijalankan oleh seseorang, lembaga, atau kelompok yang berpatokan dengan peraturan UU. Untuk dapat disebut sebagai usaha menengah, terdapat dua ciri-ciri. Pertama, usaha menengah memiliki keuntungan dari usahanya sebesar Rp. 2.500.000.000 sampai dengan Rp. 50.000.000.000 dalam satu tahun. Sementara kekayaan bersih yang dimiliki oleh usaha menengah adalah sebesar Rp. 500.000.000 dalam satu tahun.

2. Sosialisasi

a. Definisi Sosialisasi

Menurut Soejono Dirjosisworo¹⁸ sosialisasi adalah proses belajar, yaitu suatu proses akomodasi dengan mana individu menahan, mengubah

¹⁸ Anwar, "Paradigma Sosialisasi dan Kontribusinya Terhadap Pengembangan Jiwa Beragama Anak". *Jurnal Al-Maiyyah*, Vol. 11 No. 1 2018 Hlm. 68

simpul-simpul dalam dirinya dan mengambil alih cara hidup atau kebudayaan masyarakat.

Lindriati Et Al mengemukakan sosialisasi merupakan suatu proses yang dilakukan di dalam mempelajari suatu nilai, norma, kebiasaan, tingkah laku, serta semua hal yang terkait dengan proses tersebut yang dilakukan secara efektif sehingga individu dapat berpartisipasi secara efektif di dalam menjalani kehidupan sosialnya dalam sehari-hari.¹⁹

Charlotte Buchler mendefinisikan sosialisasi sebagai proses yang membantu individu-individu belajar dan menyesuaikan diri, bagaimana cara hidup dan berpikir kelompoknya agar ia dapat berperan dan berfungsi dalam kelompoknya.²⁰

Bruce J. Cohen mendefinisikan sosialisasi sebagai proses-proses manusia mempelajari tata kehidupan dalam masyarakat, untuk memperoleh kepribadian dan membangun kapasitasnya agar berfungsi dengan baik sebagai individu maupun sebagai anggota suatu kelompok.²¹

Karel J. Veeger mendefinisikan sosialisasi sebagai suatu proses belajar mengajar, melalui individu belajar menjadi anggota masyarakat,²² di mana prosesnya tidak semata-mata mengajarkan pola-pola perilaku

¹⁹ Oktovie Ekgea Sawitri, "Sosialisasi Keluarga Dalam Membentuk Kepribadian Anak (Studi Pada Keluarga Rumah Tangga Guru Ma Islamiyah)" *Jurnal Hasil Pemikiran, Penelitian, dan Pengembangan Keilmuan Sosiologi Pendidikan*. Vol. 8. No. 2 2021 Hlm. 11

²⁰ Yakin Ngguna, "Proses Sosialisasi Nilai Sosial Dalam Keluarga Di Kelurahan Pamona Kecamatan Pamona Puselemba Kabupaten Poso Provinsi Sulawesi Tengah" *Jurnal Ilmiah Society*. Vol. 5 Nomor. 5 2013 Hlm. 9

²¹ *Ibid.*

²² *Ibid.*

sosial kepada individu, tetapi juga individu tersebut mengembangkan dirinya atau melakukan proses pendewasaan dirinya. Ada beberapa tujuan dari sosialisasi yaitu:²³

- a. Memperkenalkan apa yang akan disampaikan

Sosialisasi dimaksudkan untuk menginformasikan masyarakat yang dituju atau ditargetkan.

- b. Untuk menarik perhatian Masyarakat

Kegiatan sosialisasi perlu disajikan dengan cara yang menarik perhatian masyarakat agar masyarakat tertarik dan mengingat pesan-pesannya

- c. Memperoleh pemahaman

Sosialisasi yang terencana dengan baik akan memudahkan individu untuk memahami pesan yang dikomunikasikan.

- d. Meningkatkan kemampuan berkomunikasi

Sebelum melakukan sosialisasi seseorang harus belajar bagaimana cara berkomunikasi yang efektif.

- e. Menerapkan Grand Strategy.

Intinya adalah adanya sosialisasi diharapkan dapat membantu seseorang memahami hal-hal yang tidak ia ketahui agar menjadi pemahaman baru dan dapat dilaksanakan. Sosialisasi dalam hal ini dapat dilakukan oleh

²³ Abidah Dwi Rahmi Satiti and others, 'Sosialisasi Dan Pelatihan Implementasi Akad-Akad Dan Produk Perbankan Syariah Pada Koperasi Wanita Desa Tambakrigadung Kecamatan Tikung Kabupaten Lamongan', TRIDARMA: Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM), 3.1 (2020), 84–88.

siapa saja, baik itu pihak berwenang atau seseorang yang memang betul-betul paham akan sertifikasi halal tersebut

b. Indikator Sosialisasi

Menurut Edy Sutrisno bahwa untuk mengetahui efektif atau tidaknya suatu program dapat diketahui dengan lima indikator program;²⁴

1. Pemahaman Program, yaitu untuk mengetahui sejauh mana masyarakat dapat memahami program. Melalui program maka segala bentuk rencana akan lebih terorganisir dan lebih mudah untuk dioperasikan. Dengan memperhatikan kelompok sasaran maka suatu program dapat dikatakan efektif atau tidak.
2. Tepat Sasaran, yaitu bagaimana program yang dirancang oleh pengelola kepada kelompok sasaran atau sejauh mana suatu lembaga berhasil merealisasikan sasaran yang hendak dicapai.
3. Tepat Waktu, yaitu untuk penggunaan waktu dalam pelaksanaan program, harus sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan sebelumnya. Dengan waktu yang tepat maka program akan berjalan efektif.
4. Tercapainya Tujuan, yaitu untuk mengetahui apakah tujuan dari dibentuknya program sudah tercapai atau belum.

²⁴ Sutrisno, Edy. *Budaya Organisasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 125-126

5. Perubahan Nyata, yaitu untuk mengetahui bagaimana bentuk perubahan nyata sebelum dan sesudah adanya program tersebut. Sehingga dapat diukur melalui sejauh mana program tersebut memberikan suatu efek atau dampak serta perubahan nyata bagi masyarakat.

3. Sertifikasi Halal

a. Pengertian Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal merupakan sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM-MUI) yang menyatakan suatu produk sudah sesuai dengan syariat Islam. Sertifikasi halal ini dapat digunakan pembuatan label halal. Undang-undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal berusaha untuk menyelesaikan kekhawatiran masyarakat dengan memberikan aturan yang jelas mengenai penerbitan sertifikat halal. Sertifikat halal itu sendiri merupakan sebagai bentuk pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh MUI.²⁵

Menurut Nurcahyo dan Hudransyah sertifikasi halal adalah jaminan keamanan bagi umat Islam untuk dapat mengkonsumsi produk makan sesuai ajaran umat Islam. Fatwa MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at Islam disebut juga dengan sertifikasi

²⁵ Fuadi, dkk, "Studi Literatur Implementasi Sertifikasi Halal Produk UMKM", *Jurnal EMT*, Vol.6 No.1, hlm. 120

halal. Sertifikasi Halal merupakan syarat untuk mendapatkan ijin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang dinyatakan oleh Direktori Produk Halal Indonesia.²⁶

Sertifikasi halal juga menandakan sebagai proses pemeriksaan secara rinci terhadap kehalalan produk yang pada akhirnya diputuskan kehalalannya dalam bentuk fatwa MUI. Produk yang telah lolos uji sertifikasi halal oleh MUI dapat dibuktikan dengan adanya logo halal yang tercantum dalam kemasan produk.

Menurut tata hukum Islam aturan dasar dari segala sesuatu adalah halal, namun terdapat perintah kepada umat muslim untuk mengonsumsi makanan atau minuman yang baik (*halalan thayyiban*).²⁷ Hal tersebut dapat menjadi dasar bagi umat muslim bahwa mengonsumsi makanan dan minuman harus yang baik dan bermanfaat bagi tubuh. Kehati-hatian dalam memilih produk pada akhirnya semakin meningkat, tetapi dengan adanya penjaminan produk halal, keraguan untuk mengonsumsi produk menjadi berkurang karena telah ada lembaga penjamin kehalalan.²⁸

²⁶ Nurcahyo, A. & Hudrasyah, H., "The Influence of Halal Awareness, Halal Certification, and Personal Societal Perception Toward Purchase Intention", *A Study of Instant Noodle Consumption of College Student in Bandung*, Vol 6. Nomor 1 2017, hlm. 62

²⁷ Fadilah, Nor., "Jangan Makan Barang Haram" *Dampak Buruk Asupan yang Dilarang Islam terhadap Kesehatan*. Banguntapan Jogjakarta. Najah 2013, hlm. 91

²⁸ Sarwat. A. Lc., M.A., *Halal atau Haram*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama 2014, hlm. 40

b. Regulasi Sertifikasi Halal

Berikut adalah beberapa regulasi yang mengatur tentang sertifikasi halal di Indonesia:

- 1) Undang-undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Tujuan dari adanya Undang-undang ini yaitu memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan produk. Disamping itu, dari sisi produsen untuk meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual produk halal.²⁹
- 2) Peraturan Pemerintah (PP) No. 31 Tahun 2019 tentang Peraturan Pelaksanaan UU No. 33 Tahun 2014 (UU JPH). Dalam peraturan tersebut dijelaskan bahwa tugas, wewenang, serta fungsi dari institusi yang terkait dalam sertifikasi halal diantaranya BPJPH, MUI dan LPH.³⁰
- 3) Peraturan Menteri Agama No. 26 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal. Dalam peraturan ini disebutkan bahwa Jaminan Produk Halal atau JPH adalah kepastian hukum terhadap kehalalan suatu produk yang dibuktikan dengan sertifikasi halal.³¹

²⁹ Undang-undang No 33 tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal

³⁰ Rosyidatush Shofiyah dan Lailatul Qadariyah, "Sertifikasi Halal bagi Pelaku UMKM Sektor Pangan yang Telah Bersertifikasi Halal di Kabupaten Bangkalan". *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, Volume 5 Nomor 2 2022 hlm. 250

³¹ Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia nomor 26 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal.

- 4) Keputusan Menteri Agama (KMA) No. 982 Tahun 2019 tentang Layanan Sertifikasi Halal. Keputusan Menteri Agama tersebut menerangkan tentang penetapan layanan sertifikasi halal dalam masa peralihan serta peran BPJPH, MUI, dan LPPOM MUI dalam layanan sertifikasi halal.
- 5) Peraturan Pemerintah (PP) No. 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal. Dalam hal ini, pemerintah (menteri) bertanggung jawab dalam menyelenggarakan JPH.

c. Sistem Jaminan Produk Halal

1) Komitmen dan Tanggung Jawab

Menurut Subanegara, yang mengutip pendapat Meyer dan Allen bahwa komitmen terdiri dari tiga dimensi, yaitu:³²

- a. Komitmen afektif (*Affective Commitment*) Komitmen yang melibatkan perasaan memiliki dan terlibat dalam organisasi, perusahaan atau kelompok lainnya.
- b. Komitmen Kontinuans (*Continuance Commitment*) Merupakan dimensi komitmen atas dasar biaya yang akan ditanggung oleh karyawan jika meninggalkan organisasi atau perusahaan. Pada dimensi ini yang menentukan komitmen adalah faktor rasional

³² Subanegara, Boy SH. Sumber Daya Manusia Rumah Sakit. "*Konsorium Rumah Sakit Islam Jateng DIY*", 2006 hlm. 141.

bagi pertimbangan untung-rugi yang didapat anggota organisasi atau perusahaan.

- c. *Komitmen Normatif (Normative Commitment)* Komitmen yang melibatkan perasaan karyawan untuk tinggal di sebuah organisasi. Dimensi ini melibatkan dedikasi seseorang untuk tinggal dalam sebuah organisasi atau perusahaan.

2) Bahan

Bahan makanan adalah segala sesuatu yang terkandung dalam makan tersebut. Dalam pemikiran Islam, makanan halal tidak hanya persoalan tentang mengandung bagian hewan yang tidak halal untuk dimakan atau digunakan oleh umat Islam. Namun, ada juga kriteria tertentu yang harus dianggap seperti makanan halal juga mencakup aspek keselamatan dan kualitas yang sangat terkait dengan penanganan, pengolahan, peralatan, alat bantu pengolahan, pengemasan, penyimpanan, transportasi, distribusi dan ritel.³³

Bahan Produk memiliki indikator yaitu keakraban bahan produk mempengaruhi minat beli, informasi tentang bahan-bahan pada produk sangat penting, terminologi kompleks yang digunakan dalam menjelaskan bahan produk sulit dipahami,

³³ Nor Lailla & Irfan Tarmizi, "Pengaruh Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan di Food Court UMJ" *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*, 2020 hlm. 4

bahan yang tidak familiar menimbulkan kecurigaan dalam hal kehalalan, artinya bahan produk mencerminkan keamanan dan kualitas produk.

3) Proses Produk Halal (PPH)

Proses produk halal adalah rangkaian kegiatan untuk menjamin kehalalan Produk mencakup penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan dan penyajian produk.³⁴

Dalam proses produk halal ini memiliki syarat yang harus dipenuhi:

a) Ormas dan Lembaga Keagamaan Islam

- Telah berdiri minimal 10 tahun
- Memiliki minimal 5 orang ahli agama yang memahami syariat kehalalan produk
- Memiliki unit yang menangani pendampingan PPH

b) PTN/PTS

- Terakreditasi
- Memiliki unit yang pendampingan menangani PPH
- Menyiapkan tenaga ahli yang memiliki kompetensi relevan dengan tugas pendampingan PPH

³⁴ Peraturan Pemerintah No 39 tahun 2021 tentang proses produk halal

- c) Instansi pemerintah atau badan usaha selama bermitra dengan ormas, lembaga keagamaan Islam berbadan hukum dan perguruan tinggi

Dalam hal ini selain harus memenuhi persyaratan proses produk halal juga harus memiliki tenaga pendamping PPH. Pendamping PPH adalah tenaga/seseorang yang melakukan proses verifikasi dan validasi pernyataan kehalalan oleh pelaku usaha. Pendampingan PPH adalah Kegiatan mendampingi Pelaku Usaha mikro dan kecil dalam memenuhi persyaratan pernyataan kehalalan Produk

4) Produk

Pengertian produk (*product*) menurut Kotler & Armstrong adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai sarana untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Produk dipandang penting oleh

konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.³⁵

Berikut ini adalah definisi mengenai produk Kotler dan Keller mengemukakan bahwa “Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide”.³⁶ Sedangkan Tjiptono mengemukakan bahwa “Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminati, dibeli, dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan”.³⁷

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa produk adalah segala sesuatu baik berwujud barang atau jasa yang digunakan untuk memuaskan konsumen, dimana setiap barang atau jasa tersebut memiliki manfaat yang berbeda.

5) Pemantauan dan Evaluasi

Monitoring merupakan suatu kegiatan mengamati secara seksama suatu keadaan atau kondisi, termasuk juga perilaku atau kegiatan tertentu, dengan tujuan agar semua data masukan

³⁵ Kotler & Amstrong, “*Marketing Managemen*”. Edisi 14 New Jersey:Prentice Hall Published . Jakarta : Erlangga. 2016 hlm. 346

³⁶ Kotler & Keller, “*Manajemen Pemasaran*” Jilid 1. Jakarta : Erlangga 2016 hlm. 4

³⁷ Tjiptono, “*Manajemen Jasa*” . Yogyakarta : ANDI. 2015 hlm. 95

atau informasi yang diperoleh dari hasil pengamatan tersebut dapat menjadi landasan dalam mengambil keputusan tindakan selanjutnya yang diperlukan. Tindakan tersebut diperlukan seandainya hasil pengamatan menunjukkan adanya hal atau kondisi yang tidak sesuai dengan yang direncanakan semula.³⁸

Sedangkan evaluasi adalah penggunaan metode penelitian siosial untuk secara sistematis menginvestigasi efektivitas program. Menilai kontribusi program terhadap perubahan (Goal) dan menilai kebutuhan perbaikan atau perluasan program (rekomendasi).³⁹

d. Manfaat Sertifikasi Halal

1) Memberikan ketenangan terhadap konsumen

Manfaat pertama bagi pelaku UMKM yang memiliki sertifikasi halal yakni memberikan ketenangan terhadap konsumen dalam mengkonsumsi produk UMKM nya. Dengan label halal yang tertera pada kemasan produk, konsumen akan mendapatkan ketenangan akan kehalalan produk yang dikonsumsi. Terkadang sering terdapat konsumen yang hanya akan membeli produk dengan label halal. Hal ini bertujuan untuk menyakinkan konsumen akan kehalalan produk yang mereka konsumsi.⁴⁰

³⁸ Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2006

³⁹ Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional

⁴⁰ Waro & Samsuri “Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia”, *Al Maal*, Vol. 2 Nomor. 1 2020 hlm. 103-104

2) Produk yang dihasilkan akan memiliki *Unique Selling Point*

Selanjutnya manfaat memiliki sertifikasi halal bagi pelaku UMKM adalah produk yang dihasilkan akan memiliki *Unique Selling Point*. Hal ini dapat bermanfaat sebagai salah satu cara bersaing dengan kompetitor, tentunya mempunyai sertifikasi halal bisa menjadi daya *USP* karena memiliki kelebihan yang tidak dimiliki kompetitor lain.

3) Dapat memperluas jangkauan pasar global

Yang terakhir dari manfaat sertifikasi halal bagi pelaku UMKM yakni dapat memperluas jangkauan pasar global. Pada dasarnya setiap pelaku UMKM tentu ingin terus mengembangkan pemasaran produknya bahkan hingga menembus pasar global. Setiap produk yang sudah menjangkau pasar global atau yang sudah melakukan ekspor ke luar negeri sudah dipastikan penjualannya akan meningkat pesat.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini penulis jadikan sebagai acuan dan rujukan dari penelitian yang akan dilakukan. Dimana beberapa penelitian terdahulu dijadikan sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian yang dilakukan peneliti yang disesuaikan dengan topik penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti yakni tentang literasi sertifikasi halal pada pelaku UMKM.

Table 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Nurul Huda ⁴¹	Pemahaman Produsen Makanan tentang Sertifikasi Halal (Studi Kasus di Surakarta)	Produsen makanan di wilayah Surakarta tersebut sudah memahami terkait makanan halal dan mereka menganggap penting kehalalan suatu produk. Adapun pemahaman terkait sertifikasi halal terbagi menjadi dua kelompok. Pertama, produsen mengetahui terkait sertifikasi halal, maksud, tujuan dan urgensi dari sertifikasi halal. Kedua, produsen makanan belum mengetahui akan sertifikasi halal. Adapun urgensi dari sertifikasi halal tersebut yaitu terjaminnya kehalalan suatu produk, menguntungkan dari sisi <i>marketing</i> dan lebih meyakinkan konsumen.

⁴¹ Nurul Huda, "Pemahaman Produsen Makanan tentang Sertifikasi Halal (Studi Kasus di Surakarta)" *Isharaqi*, Vol. 10 Nomor 1, 2012

			Mereka yang tidak mengetahui akan sertifikasi halal menganggap tidak penting karena kehalalan produk bukan dari label.
	Persamaan	Pembahasan yang diteliti terkait pemahaman sertifikasi halal pada UMKM dengan pendekatan kualitatif	
	Perbedaan	Lokasi penelitian	
2.	Akim, Neneng Konety, Chandra Purnama, Monita Hizma Adilla ⁴²	Pemahaman Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Jatinangor terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal pada Produk Makanan	Pemahaman UMKM terhadap sertifikasi halal tergolong masih rendah hal ini dibuktikan dengan masih sedikitnya UMKM yang bersertifikasi halal. Walaupun banyak UMKM yang mengaku produknya halal, tetapi hal ini masih sebatas klaim sepihak dari mereka saja. Dasar klaim halal tersebut disandarkan pada kriteria halal secara umum dan sederhana, yaitu hanya sebatas diproduksi oleh orang Islam, tidak mengandung Babi, dan bukan berasal dari bangkai. Rendahnya

⁴² Akim, dkk.

			pemahaman sertifikasi halal disebabkan karena minimnya kegiatan sosialisasi sertifikasi halal yang dilakukan oleh lembaga pemerintah, lembaga keagamaan ataupun komponen masyarakat lainnya.
	Persamaan	Titik fokus penelitian terkait pemahaman sertifikasi halal UMKM terkait sertifikasi halal	
	Perbedaan	Metode penelitian	
3.	Hayyun Durrotul Faridah ⁴³	Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi	Dalam penelitian ini membahas terkait sejarah, perkembangan dan implementasi dari sertifikasi halal di Indonesia. Salah satunya sebelum dan sesudah adanya UU JPH No. 33 Tahun 2014
	Persamaan	pembahasan terkait sertifikasi halal	
	Perbedaan	perbedaan dengan penelitian ini yaitu pada fokus peneliti kepada pelaku usaha produk makanan di Kelurahan Kahuripan terkait literasi sertifikasi halal	
4.	Biky Zulfikri Rahmat	Literasi <i>Halal Food</i> dan	Kegiatan pengabdian kepada

⁴³ Hayyun Durrotul Faridah, "Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi" *Journal of Halal Product and Research*, Vol.2 Nomor 2, 2019

	Qiny Shonia Elis Nurhasanaha Agus Ahmad⁴⁴	Sertifikasi Halal bagi Pelaku Usaha Makanan Ringan di Desa Cukangkawung Kabupaten Tasikmalaya	masyarakat yang dilaksanakan pada pengrajin home industry Makanan ringan di Desa Cukangkawung Kecamatan Sodonghilir Kabupaten Tasikmalaya telah berlangsung dengan baik. Hal ini terlihat dari animo peserta yang mengikuti pelatihan ini terlihat sangat antusias. Dalam kegiatan pelatihan, para peserta sangat antusias mengikuti setiap instruksi dari instruktur. Tahap pertama
--	---	--	--

⁴⁴ Biky Zulfikri, dkk., “Literasi *Halal Food* dan Sertifikasi Halal bagi Pelaku Usaha Makanan Ringan di Desa Cukangkawung Kabupaten Tasikmalaya” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia* Vol.6 Nomor 1 2023

			kegiatan diawali dengan pelaksanaan Pre-Test terkait literasi para peserta terhadap Halal Foods. Dari hasil pretest, <5% peserta belum mengetahui dan memahami bagaimana proses pengajuan sertifikasi halal. Meskipun begitu, mereka sudah memahami bagaimana konsep halal haram dalam islam secara umum baik itu pengetahuan dasar di bangku sekolah formal maupun sekolah non formal.
	Persamaan	Pembahasan terkit sertifikasi halal pada pelaku usaha	

	Perbedaan	Metode Penelitian	
5.	Rosyidatush Shofiyah, Lailatul Qadariyah ⁴⁵	Sertifikasi Halal bagi Pelaku UMKM Sektor Pangan yang Telah Bersertifikasi Halal di Kabupaten Bangkalan	Kabupaten Bangkalan memiliki banyak potensi pengembangan produk pangan dengan bahan olahan yang ada sekeliling masyarakat sendiri. Pengawasan dan pendampingan UMKM terus dilakukan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Bangkalan untuk mewujudkan wadah pengembangan serta kerjasama seluas-luasnya sebagai salah satu implementasi visi misi pemerintah Kabupaten Bangkalan yakni berorientasi kepada peningkatan pemberdayaan masyarakat.
	Persamaan	Pembahasan tentang literasi sertifikasi halal	
	Perbedaan	Lokasi penelitian	

⁴⁵ Rosyidatush Shofiyah dan Lailatul Qadariyah, "Sertifikasi Halal bagi Pelaku UMKM Sektor Pangan yang Telah Bersertifikasi Halal di Kabupaten Bangkalan". *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*,. Volume 5 Nomor 2 2022

C. Kerangka Pemikiran

Peranan sertifikasi halal dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pada Pasal 4 huruf c disebutkan bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur dan mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.⁴⁶ Terkait dengan hal tersebut, maka produsen berkewajiban untuk memberikan informasi kepada konsumennya bahwa produk makanan tersebut halal atau haram untuk dikonsumsi. Hal ini juga yang mewajibkan setiap produk makanan memiliki label di dalam menentukan produk tersebut halal atau haram untuk dikonsumsi.

Peranan sertifikasi halal bagi produsen dapat berperan sebagai pertanggung-jawaban produsen kepada konsumen muslim, dapat meningkatkan rasa kepercayaan konsumen, dapat meningkatkan citra sekaligus daya saing perusahaan, dapat berfungsi sebagai strategi memperluas pemasaran yang kemudian dapat meningkatkan keuntungan, omset dan daya saing produsen/perusahaan itu sendiri.⁴⁷

Pemerintah menjadi semakin prihatin tentang penggunaan sertifikasi halal untuk item sebagai jumlah makanan, minuman, obat-obatan, dan produk kosmetik tubuh. Kehalalan suatu barang yang dikonsumsi masyarakat merupakan masalah yang serius dan mendesak, oleh karena itu produk yang akan dikonsumsi harus halal dan bebas dari zat-zat yang diharamkan. Oleh sebab itu, semua orang dapat

⁴⁶ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta; Kencana Prenada Media Group, 2013), hlm. 131.

⁴⁷ O Syaeful Bakhri, “Analisis Kepemilikan Sertifikasi Halal terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Pelaku Industri Kecil dan Menengah” *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, Vol.5 No.1, 2020, hlm. 55

memastikan kehalalan suatu produk, dengan demikian sertifikasi halal memberikan dokumentasi penetapan MUI terhadap fatwa halal suatu produk merupakan syarat yang harus dipenuhi.⁴⁸

Literasi terkait sertifikasi halal masyarakat khususnya para pelaku UMKM tergolong masih rendah. Literasi sertifikasi halal merupakan pengetahuan dan pemahaman seseorang atau masyarakat tentang suatu produk yang akan mereka konsumsi. Dimana suatu produk halal atau haram tidak terbatas hanya pada label halal nya saja tetapi tentang hukum Islam (syariat) itu sendiri.

Sosialisasi menurut Lindriati adalah suatu proses yang dilakukan di dalam mempelajari suatu nilai, norma, kebiasaan, tingkah laku, serta semua hal yang terkait dengan proses tersebut yang dilakukan secara efektif sehingga individu dapat berpartisipasi secara efektif di dalam menjalani kehidupan sosialnya dalam sehari-hari.⁴⁹

Dalam menganalisis ketercapaian suatu program maka perlu adanya suatu indikator yang dapat menggambarkan keberhasilan program tersebut termasuk dalam menganalisis program sosialisasi Sertifikasi Halal di Kota Tasikmalaya, menurut Menurut Edy Sutrisno bahwa untuk mengetahui efektif atau tidaknya suatu program dapat diketahui dengan lima indikator program;⁵⁰

⁴⁸ Kementerian Agama Republik Indonesia, 2015

⁴⁹ Oktovie Ekgea Sawitri, "Sosialisasi Keluarga Dalam Membentuk Kepribadian Anak (Studi Pada Keluarga Rumah Tangga Guru Ma Islamiyah)" *Jurnal Hasil Pemikiran, Penelitian, dan Pengembangan Keilmuan Sosiologi Pendidikan*. Vol. 8. No. 2 2021 Hlm. 11

⁵⁰ Sutrisno, Edy. *Budaya Organisasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 125-126

1. Pemahaman Program
2. Tepat Sasaran
3. Tepat Waktu
4. Tercapainya Tujuan
5. Perubahan Nyata

Kesadaran Produsen sangat membantu dalam menjaga kualitas dan kehalalan produknya, bahkan seharusnya menjadi suatu keharusan, hal ini dikarenakan mayoritas penduduk negara Indonesia adalah beragama Islam. Bahwasanya produsen harus menggunakan bahan-bahan yang halal, dan menghindari bahan-bahan yang tidak halal, dalam pembuktiannya yaitu menggunakan sertifikat halal.

Dalam hal ini peneliti melakukan observasi dan wawancara pada pelaksana Sosialisasi Sertifikasi Halal Pada Pelaku UMKM di Kota Tasikmalaya menggunakan lima indikator yaitu a. Pemahaman Program b. Tepat Sasaran c. Tepat Waktu d. Tercapainya Tujuan e. Perubahan Nyata.

Dengan demikian untuk mengetahui Sosialisasi Sertifikasi Halal Pada Pelaku UMKM tersebut, peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian terkait Sosialisasi Sertifikasi Halal Pada Pelaku UMKM di Kota Tasikmalaya.

