

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini perkembangan gaya hidup halal cenderung sangat berpengaruh terhadap peluang bisnis industri produk halal. Sektor makanan dan minuman halal saat ini menjadi peluang baru dalam mendorong pertumbuhan industri halal. Konsep produk halal dianggap sebagai sesuatu yang dapat menjamin terhadap kualitas bahan baku, kebersihan produksi, kesehatan sekaligus keselamatan bagi konsumen¹. Kehalalan suatu produk secara keseluruhan meliputi aspek bahan baku, alat produksi, yang harus halal dan tayyib bagi konsumen khususnya konsumen muslim². Mengingat sesuai syariat Islam bahwasannya mengkonsumsi produk halal merupakan perintah umat muslim sebagaimana Allah SWT berfirman di dalam Al Quran surat Al-Baqarah ayat 168:

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

“Wahai manusia! makanlah dari (makanan yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu”.

Dalam hal ini peran pelaku UMKM pada penerapan jaminan produk halal sangatlah penting, karna dengan tersertifikasinya produk halal membantu menghilangkan kekhawatiran masyarakat terhadap produk yang dikonsumsi³. Oleh karna itu, setiap produsen mempunyai tanggung jawab untuk menjamin perlindungan konsumennya pada produk yang dikelolanya dan sudah seharusnya

¹ Talisa Rahma Pramintasari and Indah Fatmawati, ‘Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, Dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal’, *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8.1 (2017), 1–33
<https://journal.umy.ac.id/index.php/mb/article/view/3922/3384>.

² Najib Rasid Raisqi and Fariana Andi, ‘Implementasi Sertifikasi Halal Pada Produk Pangan Dalam Rangka Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Dominos Pizza)’, *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*, 8.1 (2022), 39–51.

³ Warto and Samsuri Samsuri, ‘Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia’, *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2.1 (2020), 98
<<https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>>.

selaku pelaku usaha entah itu perorangan atau yang sudah berbadan hukum tentunya sangatlah harus mempunyai sertifikat halal, yang mana dalam hal ini merupakan tanggung jawab dari BPJPH (Badan Pengelola Jaminan Produk Halal) sesuai dengan Undang Undang No. 33 tahun 2014 dengan melakukan sertifikasi halal⁴.

Manfaat sertifikasi halal bagi produsen diantaranya, produk yang sudah tersertifikasi halal akan lebih mendapatkan kepercayaan di hati konsumen karena keamanan produk yang terjamin aman. Kemudian produk memiliki peluang untuk unggul dalam pasar global. Namun hal tersebut tidak cukup berpengaruh terhadap masyarakat di kabupaten Bangkalan yang notabene seorang muslim dengan total penduduk 1.076.000 jiwa⁵.

Berdasarkan beberapa penelitian, religiusitas seharusnya akan berbanding lurus dengan niat pelaku UMKM dalam melakukan sertifikasi halal, tetapi secara fakta dilapangan, masyarakat Madura khususnya kabupaten Bangkalan yang dikenal masyarakatnya religius, tetapi disini tidak banyak pelaku UMKM yang melakukan sertifikasi halal pada produk yang dikelolanya. Secara teoritik hal ini menunjukkan terjadinya inkonsistensi pada beberapa penelitian yang hasil penelitiannya menyatakan kesadaran halal pada pelaku UMKM terdapat adanya pengaruh terhadap niat berperilaku sedangkan dalam kajian lain, diketahui kesadaran halal itu tidak mempunyai pengaruh, maka pengaruhnya tidak signifikan terhadap niat berperilaku, sehingga adanya inkonsistensi hasil penelitian tersebut menjadikan alasan mengapa penelitian ini dilakukan.

Beberapa faktor dalam penelitian ini yang diduga berpengaruh dalam memprediksi keputusan pelaku UMKM di Bangkalan untuk melakukan sertifikasi halal diantaranya adalah religiusitas yaitu konsistensi pada diri seseorang mengenai

⁴ Fuadi, Andri Soemitra, and Zuhri M. Nawawi, 'Studi Literatur Implementasi Sertifikasi Halal Produk UMKM', *Jurnal EMT KITA*, 6.1 (2022), 118–25 <<https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.541>>.

⁵ Ahmad Makhtum and Muhammad Ersya Faraby, 'Sertifikasi Produk Halal Untuk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Bangkalan', *Jurnal Justisia Ekonomika: Magister Hukum Ekonomi Syariah*, 5.1 (2021), 99–108 <<https://doi.org/10.30651/justeko.v5i1.8761>>.

keyakinan terhadap agama⁶. Salah satu penelitian yang menggunakan variabel religiusitas oleh Hairunnas Esa yang berjudul “pengaruh religiusitas, pengetahuan, dan pemahaman tentang produk halal terhadap keputusan sertifikasi halal oleh produsen UMKM HIPMI Jember” menyampaikan tidak adanya pengaruh pada religiusitas dengan keputusan sertifikasi halal oleh UMKM HIPMI Jember. Faktor berikutnya adalah kesadaran halal yaitu mengukur seberapa pahamnya seorang muslim terhadap konsep halal pada makanan yang baik untuk dikonsumsi seorang muslim⁷. Berikutnya hasil temuan Talisa pada penelitiannya mengenai “pengaruh keyakinan religius, peran sertifikasi halal, paparan informasi, dan alasan kesehatan terhadap kesadaran halal masyarakat pada produk makanan halal” yang memperlihatkan bahwasannya kesadaran halal mempunyai pengaruh terhadap sertifikasi halal. Selanjutnya yaitu faktor literasi merupakan kemampuan bagi seorang muslim untuk mengerti mana barang atau jasa yang disebut halal atau haram sesuai hukum Islam⁸. Berdasarkan penelitian oleh Anis Setyowati yang berjudul “pengaruh literasi halal dan religiusitas terhadap minat konsumsi produk halal masyarakat kabupaten Madiun” menunjukkan bahwasannya literasi halal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat konsumsi pada produk halal. Faktor diduga berikutnya adalah niat berperilaku sertifikasi halal suatu keinginan hati yang kuat untuk mengerjakan tanpa ragu-ragu⁹. Pada penelitian Mutiara rahayu menjelaskan bahwa seorang konsumen akan memiliki niat atau motivasi dalam menggunakan produk halal apabila pada lingkungan sekitarnya banyak yang beralih mengkonsumsi produk yang sudah jelas kehalalannya.

⁶ Muhammad Nailul Author, ‘PENGARUH TINGKAT RELIGIUSITAS, DAN BRAND LIKING TERHADAP PENGABILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN HALAL SERTIFIKAT MUI DENGAN SIKAP TERHADAP MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Konsumen Kebab Turki Baba Rafi Di Malang)’, *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2018, 10–27.

⁷ Aditya Tamara, *PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, KESADARAN HALAL, DAN BAHAN MAKANAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK MAKANAN HALAL (Studi Pada Mahasiswa Muslim Institut Teknologi Sumatera) Skripsi Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gela, Skripsi*, 2021.

⁸ Safaah Restuning Hayati and Syah Amelia Manggala Putri, ‘Analisis Literasi Halal, Label Halal, Islamic Branding, Dan Religious Commitment Pada Pembelian Makanan Di Tsabita Halal Bakery’, *SHAHIH: Journal of Islamicate Multidisciplinary*, 6.2 (2021), 164–76 <<https://doi.org/10.22515/shahih.v6i2.3895>>.

⁹ Riswan Fourenta, ‘Pengaruh Persepsi Nilai, Persepsi Resiko, Dan Kepercayaan Terhadap Niat Berperilaku’, 1.1 (2017), 1–19.

Berdasarkan penyampaian di atas penelitian ini menggunakan beberapa variabel yang salah satunya yaitu variabel dikotomi dengan metode analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) melalui pendekatan *Partial Least Square* (PLS). Hal ini berbeda sekali dengan penelitian-penelitian relevan sebelumnya, karna pada penelitian kuantitatif yang menggunakan variabel dikotomi pada umumnya yang menggunakan metode SEMPLS.

1.2 Rumusan Masalah

Terdapat beberapa rumusan masalah yang akan diteliti diantaranya sebagai berikut:

1. Apakah religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap sertifikasi halal ?
2. Apakah kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap sertifikasi halal ?
3. Apakah literasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap sertifikasi halal ?
4. Apakah niat berperilaku sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap sertifikasi halal?
5. Apakah religiusitas berpengaruh positif dan signifikan melalui niat berperilaku sertifikasi halal terhadap sertifikasi halal?
6. Apakah literasi halal berpengaruh positif dan signifikan melalui kesadaran halal terhadap sertifikasi halal?
7. Apakah kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan melalui niat berperilaku sertifikasi halal terhadap sertifikasi halal?

1.3 Tujuan Penelitian

▪ Tujuan Penelitian

- a. Mengetahui religiusitas berpengaruh terhadap pelaku UMKM dalam melakukan sertifikasi halal.
- b. Untuk mengetahui kesadaran halal berpengaruh terhadap pelaku UMKM dalam melakukan sertifikasi halal.
- c. Untuk mengetahui literasi halal berpengaruh terhadap pelaku UMKM dalam melakukan sertifikasi halal.

- d. Untuk mengetahui niat berperilaku sertifikasi halal berpengaruh terhadap berpengaruh pelaku UMKM dalam melakukan sertifikasi halal.
- e. Untuk mengetahui religiusitas berpengaruh melalui niat berperilaku sertifikasi halal terhadap pelaku UMKM dalam melakukan sertifikasi halal.
- f. Untuk mengetahui literasi halal berpengaruh melalui kesadaran halal terhadap pelaku UMKM dalam melakukan sertifikasi halal.
- g. Untuk mengetahui kesadaran halal berpengaruh melalui niat berperilaku sertifikasi halal terhadap pelaku UMKM dalam melakukan sertifikasi halal.

▪ **Manfaat Penelitian**

1. Bagi peneliti

Diharapkan hasil dari penelitian ini bisa bermanfaat terutama untuk peneliti sebagai pijakan dalam penelitian selanjutnya yang terkait dengan keputusan pelaku umkm melakukan sertifikasi halal, dengan mengadaptasi dan memodifikasi teori dan hasil temuan pada penelitian ini.

2. Bagi Pembaca

Dapat menjadi referensi untuk para pembaca guna memberikan wawasan mengenai perluasan akan faktor-faktor yang diduga berpengaruh atau munculnya faktor lain dalam penelitian ini, serta bagaimana implementasinya dalam memprediksi keputusan pelaku UMKM untuk melaksanakan sertifikasi halal, selain itu harapan dari penulis tentang penelitian ini yaitu dapat memberikan pengetahuan kepada para pelaku UMKM di Bangkalan khususnya produsen pada sektor kuliner yang belum bersertifikasi halal nantinya akan lebih paham mengenai apa itu sertifikasi halal dan pentingnya sertifikasi halal baik bagi produsen maupun konsumennya, sehingga membuat pelaku UMKM untuk menyegerakan pensertifikasian halal produk yang dikelolanya.

Begitu pula kepada para pembaca yang statusnya sebagai konsumen untuk mendukung peningkatan kesadaran halal baik bagi diri sendiri dengan mengonsumsi produk yang sudah terjamin kehalalannya, karna dengan hal ini tentunya akan membuat para produsen melakukan sertifikasi halal.

3. Bagi Universitas

Dapat menjadi referensi ilmiah dengan informasi-informasi yang terpercaya terkhusus dibidang studi Ekonomi Islam atau bidang-bidang lainnya yang terkait.

1.4 Target Luaran

Untuk memenuhi luaran wajib dari penelitian MBKM Riset ini, maka target luaran yang penulis pilih yaitu publikasi ilmiah hasil riset ini di jurnal nasional terakreditasi. Pada kesempatan ini hasil penelitian ini akan penulis terbitkan di jurnal ekonomi syariah dan bisnis: Maro yang terakreditasi Sinta 5 dan akan dipublikasikan pada bulan Mei mendatang tahun 2023. Informasi mengenai jurnal dapat dilihat pada link berikut: <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/maro>

1.5 Jadwal Penelitian

Tabel 1.1
Jadwal penelitian

No.	Rencana Kegiatan	Bulan/Thn 2022				
		Agustus	September	Oktober	November	Desember
1.	Sosialisasi program MBKM riset					
2.	Pengajuan judul penelitian					
3.	Pengajuan perizinan tempat penelitian					
4.	Penulisan proposal penelitian					
5.	Pelaksanaan seminar proposal					
6.	Penyusunan instrument penelitian					
7.	Pengumpulan data dengan menemui informan					
8.	Proses pengolahan dan penganalisisan data					
9.	Laporan kemajuan penelitian					
10.	Pengerjaan artikel jurnal					
11.	Submit artikel					
12.	Penyusunan laporan akhir penelitian					
13.	Pembuatan poster tentang hasil penelitian					
14.	Pengumpulan laporan akhir & poster ke LPPM					
15.	Penyusunan laporan akhir untuk Fakultas					