

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini jumlah penduduk Muslim di dunia mencapai 1.938.613.645 dimana jumlah tersebut setara dengan 22% dari total keseluruhan jumlah penduduk di Dunia. Indonesia salah satu negara dengan penduduk Muslim terbesar di Dunia. Laporan dari MABDA bertajuk *The Muslim 500: The World's 500 Most Influential Muslims, 2022* dimana terdapat 231.055.500 jumlah penduduk muslim di Indonesia. Jumlah tersebut sama dengan 86.7% dari total jumlah penduduk di Indonesia (The Royal Islamic Strategic Studies Center, 2021). Berdasarkan laporan dari *State of the Global Islamic Economy Report 2022*, Indonesia menempati posisi ke 2 dalam bidang Halal Food (Dinar Standard, 2021). Kondisi tersebut tentu mendorong Indonesia untuk terus meningkatkan jaminan produk halal pada makanan dan minuman.

Definisi dari makanan dan minuman halal yaitu zat atau kandungannya halal, cara mendapatkannya dengan cara halal, prosesnya dilakukan dengan cara halal, dan minuman tidak halal (minuman yang memabukkan) (Haleem & Khan, 2017). Makanan halal berperan penting dalam perubahan ekonomi global dan lingkungan sosial politik agama (Haleem & Khan, 2017) selain itu juga menjadi kebutuhan dasar seorang muslim yang harus dipenuhi agar seorang muslim tersebut dapat melanjutkan hidupnya. Dalam sektor ini Indonesia memiliki peluang yang sangat menjanjikan (Fathoni & Syahputri, 2020). Pada tahun 2022 di bidang makanan halal, Indonesia menghabiskan \$146,7 miliar nilai tersebut menunjukkan nilai tertinggi dibandingkan dengan Bangladesh, Egypt, Pakistan, Nigeria sehingga menjadikan Indonesia sebagai pasar terbesar dalam bidang makanan dan minuman halal di dunia. Halalnya sebuah produk memiliki peluang yang besar dalam pangsa pasar mengingat salah satu fokus MEA bagi bangsa-bangsa ASEAN yaitu menjadikan kawasan tersebut memiliki ekonomi yang merata dan prioritas utamanya pada Usaha Kecil Menengah (UKM) (Zainal, 2019). Berdasarkan pernyataan dari Deputy Bidang Usaha Mikro Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2021, UMKM berbasis halal memiliki potensi

yang sangat besar mengingat setiap tahunnya jumlah populasi muslim terus meningkat. Menurut undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) sertifikat halal menjadi payung hukum bagi kehalalan produk. Sertifikasi halal atau *halal certification* menjadi bentuk perlindungan bagi umat muslim untuk mengonsumsi makanan yang sesuai dengan ajaran agama Islam dimana dengan adanya sertifikasi halal pada produk makanan menandakan bahwa produk tersebut memiliki kualitas, kebersihan, dan higienis. (Tejawati, 2019). Dengan adanya sertifikat halal tersebut akan memudahkan pelaku usaha (produsen atau eksportir) untuk memasarkan produknya di negara lain karena dengan adanya label halal yang tercantum lebih mudah diterima oleh konsumen produk halal. (Warto & Zainal, 2020)

Di Indonesia, berdasarkan informasi dari *website* Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang diakses pada tanggal 12 September 2022, terdapat 31.535 jumlah pelaku usaha terdaftar dengan 5.183 sertifikat halal terbit yang artinya masih banyak pelaku usaha yang belum mendapatkan sertifikasi halal sebagai jaminan kehalalan suatu produk padahal dalam Peraturan Pemerintah (PP) No. 31 Tahun 2019 Pasal 2 ayat 1 menyebutkan bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikasi halal. Bersumber dari berbagai studi literatur berikut beberapa problematika yang harus dihadapi UMKM dalam proses sertifikasi halal 1. Belum terpenuhinya persyaratan kelengkapan dokumen, 2. Pelaku usaha masih memiliki modal yang minim, 3. Pemenuhan kriteria halal yang masih menjadi kendala, 4. Penggunaan bahan halal yang harus disertai kebersihan fasilitas produk terjaga, serta 5. Kurang tergeraknya pelaku usaha untuk mengurus sertifikasi halal karena rasa malas. (Muhamad, 2020).

Kesadaran merupakan tahap awal dari proses adopsi terhadap produk atau ide baru. (Murod et al., 2019). Kesadaran dalam konsep halal didefinisikan sebagai proses informasi untuk meningkatkan kesadaran bagi umat Muslim terhadap apa yang boleh dimakan, diminum, dan digunakan. (Ambali & Bakar, 2014) Kesadaran halal merupakan sesuatu hal yang diketahui berdasarkan pemahaman seorang Muslim terhadap halal dan mengutamakan mengonsumsi makanan halal. (Pratiwi et al., 2022). Berdasarkan penelitian (Yunus et al., 2014)

dan (Aziz & Chok, 2012) halal *awareness* seorang Muslim memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen pada suatu produk. Sejalan dengan pernyataan tersebut, menurut (Jannah & Al-banna, 2021) halal *awareness* berpengaruh terhadap minat beli konsumen sementara itu, halal *awareness* pelaku usaha dipengaruhi oleh pengetahuan, sertifikasi halal, dan religiusitas.

Penelitian ini dilaksanakan di empat kabupaten yang ada di Pulau Madura yaitu Kabupaten Bangkalan, Kabupaten Sampang, Kabupaten Pamekasan, dan Kabupaten Sumenep. Berikut beberapa sektor yang memiliki potensi besar di Pulau Madura yaitu sektor kelautan dan perikanan, peternakan, pertanian dan perkebunan. Berdasarkan data Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Pemerintah Provinsi Jawa Timur, 2019 (Herlambang, 2019) bahwa kontribusi produksi garam sebesar 81,55%, perikanan sebesar 47,8%, rumput laut sebesar 95%, sapi sebesar 21,08%, kacang tanah sebesar 30,56%, kacang hijau sebesar 43,82%, jagung sebesar 11,62%, mente sebesar 61,33%, tembakau sebesar 28,83% dan kelapa sebesar 21,82% terhadap wilayah Jawa Timur. Selain itu, berdasarkan (S. T. Astuti & Hidayat, 2021) sektor akomodasi dan makan minum merupakan sektor yang memiliki kemampuan untuk dapat berkontribusi dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Pulau Madura.

Berdasarkan penelitian (Purnama Sari et al., 2017) menyebutkan bahwa kabupaten Bangkalan dan Sampang masih relatif tertinggal dengan kabupaten Pamekasan dan Sumenep. Hal itu ditunjukkan dari indikator IPM (Indeks Pembangunan Masyarakat) rendah sehingga menekan laju pertumbuhan ekonomi daerah tersebut. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penulis akan mengkaji tentang faktor-faktor yang memengaruhi halal *awareness* terhadap UMKM yang ada di Pulau Madura.

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui tingkat *awareness* UMKM di Pulau Madura.
- b. Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi halal *awareness* UMKM di Pulau Madura.

1.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan penelitian (Farida Diyan Pertiwi, Maslichah, 2022) menyatakan bahwa halal *awareness* berpengaruh terhadap pelaku usaha. Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap halal *awareness*, sedangkan religiusitas dan sertifikat halal berpengaruh terhadap halal *awareness*. Sejalan dengan pernyataan tersebut berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Jannah & Al-banna, 2021) mengatakan bahwa kesadaran halal berpengaruh positif terhadap niat beli konsumen. Dari sisi pelaku usaha, kesadaran halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ketertelusuran halal. Sertifikasi halal, religiusitas, dan pengetahuan merupakan antecedent kesadaran halal di kalangan pelaku usaha. Menurut (Akin & Okumuş, 2020) pengetahuan halal dapat menimbulkan kesadaran halal sejalan dengan pernyataan tersebut menurut pengetahuan halal mempengaruhi kesadaran halal masyarakat. Menurut Wijaya, 2018 dalam (Desmayonda & Trenggana, 2019) labelisasi halal secara langsung ataupun tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui religiusitas, sedangkan menurut (Desmayonda & Trenggana, 2019) label halal tidak mampu memengaruhi keputusan pembelian tanpa melalui religiusitas. Menurut (Ambali & Bakar, 2013) keyakinan agama, paparan, peran sertifikasi halal melalui logo atau label halal, dan alasan kesehatan menjadi faktor penting yang berpengaruh terhadap konsumsi halal. Berdasarkan beberapa penelitian yang dijabarkan maka hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: Aktivitas ibadah berpengaruh signifikan terhadap halal *awareness* pelaku UMKM di Pulau Madura.

H2: Keyakinan tentang pangan halal berpengaruh signifikan terhadap halal *awareness* pelaku UMKM di Pulau Madura.

H3: Pengetahuan tentang pangan halal berpengaruh signifikan terhadap halal *awareness* pelaku UMKM di Pulau Madura.

H4: Alasan kesehatan berpengaruh signifikan terhadap halal *awareness* pelaku UMKM di Pulau Madura.

H5: Label halal berpengaruh signifikan terhadap halal *awareness* pelaku UMKM di Pulau Madura.

H6: Aktivitas ibadah, keyakinan tentang pangan halal, pengetahuan tentang pangan halal, alasan kesehatan, dan label halal berpengaruh terhadap halal *awareness* pelaku UMKM di Pulau Madura.

1.4 Luaran Penelitian

Rencana Luaran dari penelitian ini adalah :

- a. Laporan Kemajuan Penelitian
- b. Laporan Akhir Penelitian
- c. *Logbook* kegiatan penelitian
- d. Poster
- e. Publikasi Ilmiah di jurnal Nasional terakreditasi.