

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Munculnya pariwisata halal di Indonesia dan fenomena gaya hidup halal telah berkembang pesat. Hal ini terlihat dari berbagai aspek, mulai dari model hijab, toko-toko syariah, dan pakaian yang menutup aurat hingga penerapan fitur-fitur halal dalam sektor perjalanan, hotel, wisata halal, kosmetik, dan industri lainnya.

Konsep halal kini semakin banyak diterapkan dalam sektor bisnis, seperti hotel, travel, pariwisata halal, kosmetik, dan industri makanan. Pada 17 Oktober 2024, Kementerian Agama Indonesia menargetkan produksi 10 juta barang halal dengan tujuan menjadikan Indonesia sebagai pemimpin global dalam produksi makanan halal. Upaya ini didukung oleh Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH), yang dirancang oleh pemerintah untuk memastikan regulasi terkait produk halal berjalan dengan baik.

Seperti yang tercantum dalam Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 172, yang menjadi pedoman dalam mengonsumsi makanan halal, produk konsumsi halal menjadi salah satu tuntutan utama bagi masyarakat Muslim Indonesia dalam aktivitas konsumsi sehari-hari. Berdasarkan Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, yang mengamankan penjualan produk halal untuk barang konsumsi Muslim di Indonesia, sudah menjadi kewajiban bahwa produk konsumsi yang beredar di pasar harus mencantumkan label halal untuk memastikan kepada pelanggan bahwa produk yang mereka pilih adalah halal. Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah organisasi yang bertanggung jawab mengeluarkan sertifikasi halal ini. Pertama, produk makanan: umat Muslim harus mengonsumsi makanan yang halal. Selain makanan, barang-barang yang mendukung ibadah, seperti pakaian, juga berada di bawah pengawasan MUI sehingga label halal dapat dipasang pada barang-barang tersebut. Hal ini juga berlaku untuk sajadah. (Hidayat, 2022)

Pada era saat ini, produsen lokal di Indonesia berusaha menarik konsumen dengan menyediakan produk yang semakin bersaing. Akibatnya, barang konsumsi yang beredar di Indonesia berasal dari produsen lokal dan barang impor dari luar negeri. Karena banyaknya pilihan yang tersedia, konsumen harus berhati-hati dalam memilih barang agar tidak tertipu

membeli produk yang tidak diketahui kehalalannya. Sangat penting bagi produsen lokal untuk memahami penggunaan label halal yang tepat pada produk mereka, yang harus mengikuti pedoman yang diberikan oleh MUI. Beberapa produsen dengan berani menerapkan label halal pada produk mereka tanpa terlebih dahulu mendaftarkan diri ke MUI untuk pemeriksaan dan fatwa; tindakan ini melanggar hukum karena hanya MUI yang berwenang memberikan label halal pada suatu produk. Produsen barang konsumsi yang ditujukan untuk Indonesia, negara dengan mayoritas penduduk Muslim, wajib mencantumkan label halal dari MUI sesuai dengan amanat Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UU JPH).(Warto & Samsuri, 2020)

Pemerintah daerah secara khusus diinstruksikan oleh pemerintah pusat untuk mempercepat proses sertifikasi halal. Melalui Organisasi Perangkat Daerah (OPD) yang dalam penelitian ini penulisan Organisasi Perangkat Daerah akan disingkat dengan (OPD). pemerintah dapat menjamin bahwa barang-barang tersebut mematuhi standar syariah melalui arahan ini. Pada penelitian ini penulis melakukan Limitasi Penelitian yang hanya berfokus pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Kabupaten Sumenep. Konsep komunikasi yang digunakan oleh OPD Disperindag dan Dinkop Kabupaten Sumenep yaitu konsep komunikasi organisasi karena fokus komunikasinya pada komunikasi eksternal. OPD sebagai sebuah organisasi pemerintah melakukan komunikasi dengan UMKM yang merupakan pihak eksternal. Komunikasi ini bertujuan untuk menyampaikan informasi tentang sertifikasi halal khususnya di Kabupaten Sumenep.;

Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Kabupaten Sumenep berupaya mempengaruhi pelaku usaha dan UMKM agar mau melakukan sertifikasi halal melalui berbagai langkah strategis. Salah satu cara yang ditempuh adalah dengan mengadakan pelatihan dan penyuluhan terkait sertifikasi halal, bekerja sama dengan dinas terkait seperti Disperindag Provinsi. Apabila sumber daya dan dana tersedia, kegiatan ini lebih mudah dilaksanakan, tetapi jika terbatas, Disperindag meningkatkan komunikasi dan kolaborasi dengan pihak-pihak terkait. Sebagai fasilitator, Disperindag juga berfokus pada kegiatan yang mendukung pertumbuhan ekonomi UMKM di Sumenep. Sosialisasi dilakukan secara langsung dengan konsep komunikasi persuasif melalui paguyuban UMKM, seperti “Tera Bulen,” yang memudahkan komunikasi dan membangun hubungan baik dengan para pelaku usaha. (Syahadatina, 2023)

Total UMKM yang ada di Kabupaten Sumenep Saat ini sebanyak 282.711, dan untuk Sebagian data UMKM yang sudah mendaftarkan produk mereka untuk sertifikasi halal di

tahun 2024 ini sudah sebanyak 132 UMKM. Di sektor industri kecil menengah (IKM) sudah sebanyak 199 produk yang telah mendapatkan sertifikasi halal, dengan rincian 42 IKM pada 2019, 37 IKM pada 2020, 40 IKM pada 2021. Produk industri kecil menengah (IKM) ini juga sudah tersebar di beberapa pasar besar seperti, 10 IKM di Tunjungan Plaza, 8 IKM di Bank Syariah Indonesia (BSI), 8 IKM di Transmart Surabaya, dan 20 IKM di Indomart. Dengan data yang sudah terlampir, hal ini masih menunjukkan bahwa belum dapat dilihat kenaikan signifikan pada pendaftaran sertifikasi halal di Kabupaten Sumenep.

Pemerintah Kabupaten Sumenep telah melakukan berbagai kegiatan, seperti pendekatan langsung, penyuluhan, dan pembinaan kepada UMKM, serta penyampaian informasi mengenai sanksi melalui Organisasi Perangkat Daerah (OPD) hingga kecamatan. Disperindag dan Dinas Koperasi berkolaborasi dengan Kemenag untuk membuka tenant di pasar mingguan, memfasilitasi pendaftaran sertifikasi halal. Selain itu, Kemenag mendorong pesantren di Sumenep agar mengembangkan dan mengolah produk sendiri untuk meningkatkan kemandirian ekonomi. Target Kabupaten Sumenep pada tahun ini adalah mendaftarkan lebih dari 200 pelaku usaha untuk mendapatkan sertifikasi halal dari total 3.000 pelaku usaha yang ada di wilayah tersebut.

Hambatan dalam komunikasi persuasif untuk meningkatkan akselerasi sertifikasi halal di Kabupaten Sumenep terletak pada rendahnya pemahaman dan kesadaran para pelaku UMKM akan pentingnya sertifikasi halal sebagai modal untuk bersaing di pasar luar wilayah. Beberapa pelaku usaha belum memprioritaskan sertifikasi halal karena merasa tidak terlalu membutuhkannya dalam menjalankan bisnis sehari-hari. Meskipun pihak Organisasi Perangkat Daerah (OPD) telah melakukan sosialisasi, upaya ini hanya efektif bagi UMKM yang sudah memahami manfaat sertifikasi halal dalam mendukung keberlanjutan bisnis mereka. Sebagai fasilitator, OPD akan terus melakukan pembinaan dan pendampingan meski menghadapi tantangan, dengan harapan lebih banyak pelaku usaha dapat tersertifikasi.

Selain itu, hambatan lain muncul karena beberapa pelaku UMKM belum merasakan manfaat langsung dari sertifikasi halal, dan kurangnya pemahaman tentang sanksi yang dapat dikenakan jika tidak melakukan sertifikasi. Keterbatasan kemampuan teknologi (gaptek) terutama di kalangan pelaku usaha usia lanjut turut menjadi kendala dalam proses pendaftaran yang berbasis digital. Dinas terkait sudah bekerja sama dengan Pusat Pembinaan dan Pengawasan Halal (P3H) serta membuat berbagai terobosan untuk membantu pelaku usaha. Tantangan lain juga ditemukan pada aspek legalitas usaha, di

mana banyak pelaku usaha belum memiliki izin. Oleh karena itu, dinas harus mendampingi mereka dalam pengurusan izin usaha terlebih dahulu sebelum melanjutkan proses sertifikasi halal. Keberagaman usia dan latar belakang masyarakat menjadi faktor yang mempengaruhi efektivitas sosialisasi, sehingga dinas harus berupaya menyesuaikan metode pendekatan agar sertifikasi halal dapat diakses secara luas dan optimal.

Penulis tertarik melakukan penelitian ini dengan memilih Kabupaten Sumenep sebagai objeknya, dikarenakan kabupaten sumenep merupakan Kabupaten yang memiliki potensi cukup besar di pulau Madura, mengingat lokasi Kabupaten Sumenep yang strategis dimana hal ini menjadikan Kabupaten Sumenep memiliki potensi yang cukup besar untuk pertumbuhan ekonomi yang lebih baik. Akan tetapi masih banyak Pelaku Usaha atau UMKM belum memiliki Sertifikasi Halal, berdasarkan hal tersebut menjadikan hal yang urgensi atau keadaan darurat yang harusnya segera dilakukan perbaikan, demi menjaga kepercayaan konsumen baik nasional maupun internasional serta meningkatkan daya saing secara nasional maupun internasional dan tentunya bisa berdampak secara langsung ekonomi masyarakat khususnya para Pelaku Usaha atau UMKM di Kabupaten Sumenep. Maka berdasarkan hal tersebut penulis melakukan penelitian ini dengan judul **“KOMUNIKASI PERSUASIF ORGANISASI PERANGKAT DAERAH DALAM MENINGKATKAN AKSELERASI SERTIFIKASI HALAL DI KABUPATEN SUMENEP (STUDI KOMUNIKASI PERSUASIF PADA DISPERINDAG DAN DINKOP)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan OPD Disperindag dan Dinkop untuk dapat meningkatkan percepatan akselerasi sertifikasi halal di Kabupaten Sumenep ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peran Organisasi Perangkat Daerah (OPD) dalam mempercepat proses sertifikasi halal di Kabupaten Sumenep, dengan fokus khusus pada efektivitas komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) serta Dinas Koperasi (Dinkop).

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Peneliti berharap penelitian ini dapat berguna bagi kajian studi ilmu komunikasi, terutama bagi penelitian serupa selanjutnya yaitu penelitian terkait komunikasi persuasif. Selain itu peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat sebagai pendukung penelitian pembentukan optimalisasi peran OPD dalam mengakselerasi sertifikasi halal yang ada di Kabupaten Sumenep.

1.4.2 Manfaat Praktis

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan pengetahuan terhadap masyarakat luas dan berharap penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi terkait optimalisasi peran OPD dalam mengakselerasi sertifikasi halal yang ada di Kabupaten Sumenep.