

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak berlakunya Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH), seluruh produk yang ada di Indonesia diwajibkan untuk mendapatkan sertifikat halal. Hal ini sejalan dengan UU JPH pasal 4 yang menjelaskan bahwa produk yang beredar dan diperjualbelikan diwajibkan bersertifikasi halal yang berlaku terhitung lima tahun sejak disahkannya UU JPH yaitu pada Oktober 2019 (Aliyudin et al., 2022). Kementerian Agama Republik Indonesia menjelaskan bahwa ada dua skema pendaftaran sertifikasi halal yaitu *self declare* dan *reguler* (kemenag.go.id). Skema *Self declare* merupakan pernyataan pelaku usaha yang mana skema ini berlaku apabila produk yang didaftarkan memiliki kriteria dengan proses produksi yang dipastikan kehalalannya dan proses yang sederhana serta menggunakan bahan yang tidak memiliki resiko (Nadhila et al., 2024).

Berdasarkan UU JPH, produk halal mencakup barang dan layanan terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimia, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang konsumen yang digunakan oleh masyarakat (Adiyanto & Amaniyah, 2023). Sertifikasi halal merupakan pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia dan telah diatur berdasarkan UU JPH. Maka pemerintah menerbitkan Peraturan Pemerintah (PP) No 31 tahun 2019 tentang pelaksanaan Jaminan Produk Halal pada bulan Oktober 2019 (Shofiyah & Qadariyah, 2022). Kepemilikan sertifikat halal ini memberi keuntungan bagi produsen maupun konsumen. Jika ditinjau dari

perspektif pelaku usaha, persepsi sertifikasi halal mempunyai hubungan dan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap persepsi peningkatan penjualan pelaku usaha mikro dan kecil (UMK) (Segati, 2018).

Menurut data Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) di Indonesia, khususnya Provinsi Jawa Timur, sekitar 361.201 SH (Sertifikat Halal) telah diterbitkan. Dari jumlah tersebut, terdapat tiga kabupaten/kota dengan peringkat tertinggi sesuai dengan jumlah klasifikasi SH: Jember, Sido'arjo, dan Surabaya. Di wilayah Madura, jumlah pelaku usaha tersebar di empat kabupaten, yaitu Bangkalan, Sampang, Pamekasan, dan Sumenep. Berdasarkan skala usahanya, pelaku usaha tersebut dikelompokkan ke dalam kategori usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Sementara itu, informasi yang dipublikasikan oleh Kementerian Agama menunjukkan bahwa struktur pasar domestik Indonesia masih didominasi oleh UMK dengan jumlah mencapai hampir 65 juta unit usaha. Dari keseluruhan UMK tersebut, sekitar 70% bergerak pada sektor makanan, minuman, dan kuliner (Bima et al., 2025). Angka ini memperlihatkan bahwa setiap tahapan dalam *halal value chain* perlu dijaga. Mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, sampai distribusi, semuanya harus sesuai supaya kehalalan produk tetap terjamin (Laila & Alim, 2024).

Berdasarkan adanya Peraturan Kementerian Agama nomor 20 tahun 2021 tentang Sertifikasi Halal bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil, salah satu proses pengajuan sertifikat halal adalah *self declare* (bpjph.halal.go.id). *Self declare* merupakan pernyataan produk halal dari pelaku usaha berdasarkan pemahaman mereka sendiri serta kepatuhan terhadap persyaratan produk halal, sehingga mengurangi beban birokrasi dan biaya yang berkaitan dengan proses sertifikasi halal (Pratikto et al., 2023). Pendamping Produk Halal (PPH) dari lembaga

pendamping melakukan verifikasi dan validasi di tempat pelaku usaha. Dokumen *self declare* akan dibawa ke sidang fatwa untuk memperoleh penetapan halal yang akan menjadi landasan bagi Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) untuk mengeluarkan sertifikat halal (Laila & Alim, 2024).

Penelitian Musataklima (2021), penerapan skema *self-declare* dalam sertifikasi halal memberikan manfaat yang cukup besar bagi UMK. skema ini tidak hanya memudahkan pelaku usaha dalam memperoleh sertifikasi halal, tetapi juga memberikan kepastian bagi konsumen bahwa produk yang dikonsumsi telah memenuhi ketentuan halal. Adanya penyederhanaan prosedur membuat pelaku UMK lebih mudah mengakses layanan sertifikasi, terutama bagi usaha yang selama ini terkendala oleh biaya maupun proses administrasi yang relatif panjang. Oleh karena itu, pemerintah menjadikan skema *self-declare* sebagai salah satu strategi untuk mempercepat pencapaian target sertifikasi halal nasional sekaligus memperluas jumlah UMK yang memiliki sertifikat halal. Meskipun prosesnya dibuat lebih sederhana, sertifikasi melalui skema *self-declare* tetap dilaksanakan dengan mengacu pada ketentuan yang berlaku. Daud, (2023) menjelaskan bahwa pernyataan yang disampaikan oleh pelaku usaha tidak langsung ditetapkan sebagai sertifikat halal, tetapi terlebih dahulu melalui proses verifikasi dan validasi oleh Pendamping Proses Produk Halal (PPH). Setelah tahapan tersebut dinyatakan memenuhi persyaratan, barulah sertifikasi ditetapkan oleh pihak yang berwenang. Dengan demikian, skema *self-declare* tidak hanya memberikan kemudahan bagi pelaku usaha, tetapi juga tetap menjaga kepercayaan masyarakat terhadap kehalalan produk yang telah disertifikasi.

Dalam sudut pandang tata kelola syariah, sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai persyaratan administratif, tetapi juga mencerminkan penerapan

prinsip-prinsip syariah dalam pengelolaan usaha. Mahsun (2025) menegaskan bahwa daya saing industri halal tidak cukup dibangun melalui labelisasi formal, melainkan melalui internalisasi nilai amanah, transparansi, dan tanggung jawab moral dalam sistem manajemen dan budaya organisasi usaha. Dengan demikian, sertifikasi halal seharusnya menjadi wujud tanggung jawab pelaku usaha dalam menjalankan usahanya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, bukan hanya sebagai bentuk pemenuhan terhadap ketentuan yang ditetapkan oleh pemerintah.

Dalam sudut pandang hukum Islam, tata kelola sertifikasi halal seharusnya tidak cukup sebatas urusan administratif, tetapi juga berlandaskan prinsip masalah sebagai upaya mendatangkan kebaikan bersama dan menghindari kemudharatan. Konsep ini sejalan dengan tujuan maqasid al-syariah yang bertujuan melindungi agama dan harta dalam kegiatan ekonomi masyarakat (Nurfaika & Ilyas, 2021). Namun demikian, dalam praktiknya masih ditemukan berbagai kendala seperti prosedur sertifikasi yang rumit, pemahaman pelaku usaha yang masih terbatas, serta belum optimalnya koordinasi antar lembaga yang berwenang, yang pada akhirnya dapat menghambat efektivitas kebijakan jaminan produk halal (Rambe et al., 2025).

Penelitian yang dilakukan oleh Shofiyah & Qadariyah, (2022), menunjukkan bahwa pelaku UMK di sektor pangan yang telah mendapatkan sertifikasi halal memiliki berbagai pemaknaan terhadap sertifikasi tersebut. Bagi sebagian pelaku usaha, sertifikasi halal dianggap sebagai bentuk tanggung jawab moral dan spiritual kepada konsumen, terutama dalam menjamin kehalalan dan keamanan produk yang mereka hasilkan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Dhimas & Makhtum, (2022) yang menegaskan bahwa sertifikasi halal memberikan ketenangan batin bagi konsumen serta menjadi instrumen perlindungan terhadap

hak-hak konsumen muslim dalam mengonsumsi produk yang sesuai syariat . Selain itu, sertifikasi halal juga berfungsi sebagai jaminan kualitas dan kepercayaan, yang pada akhirnya memperkuat posisi produk di pasar serta meningkatkan keyakinan konsumen terhadap keamanan dan kehalalan produk yang dikonsumsi (Salam & Makhtum, 2022). Dengan demikian, sertifikasi halal tidak hanya memiliki dimensi ekonomi, tetapi juga dimensi etika dan spiritual yang menjadi landasan penting dalam praktik bisnis berbasis nilai Islam.

Dalam praktiknya, implementasi sertifikasi halal pada UMK masih menghadapi banyak kendala, baik dari sisi aturan maupun kebiasaan pelaku usaha. Rendahnya tingkat pemahaman pelaku usaha terhadap regulasi halal serta persepsi bahwa proses sertifikasi rumit dan mahal menjadi hambatan utama dalam kepatuhan hukum (Maura et al., 2024). Hal ini diperkuat oleh temuan penelitian yang menunjukkan bahwa ketaatan UMK terhadap implementasi UU JPH belum merata dan masih terdapat perbedaan pemahaman terkait pentingnya jaminan produk halal (Mushof & Syamsi, 2023). Selain itu, proses audit halal yang relatif panjang serta biaya yang harus ditanggung pelaku usaha turut menjadi faktor penghambat dalam percepatan sertifikasi halal (Hadiyanto et al., 2024).

Makanan yang halal mampu memberikan energi positif untuk penerapan pengelolaan yang baik sehingga dapat mencapai tujuan organisasinya. Organisasi yang memiliki akuntabilitas yang baik merupakan harapan bagi masyarakat dikarenakan dengan akuntabilitas yang baik suatu organisasi akan memberikan dampak yang baik pula bagi publik (Rudiyanto & Alim, 2024). Pada sistem pemerintahan dan kewajiban daerah, manajer publik harus dapat beralih dari posisi pasif ke posisi dimana mereka menjadi seseorang yang berpartisipasi aktif

dalam menetapkan standar akuntabilitas yang sejalan dengan keinginan dan harapan publik (Pratiwi et al., 2018).

Dalam ilmu akuntansi, akuntabilitas merupakan bentuk pertanggungjawaban individu maupun organisasi atas setiap aktivitas yang dilakukan kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Akuntansi tidak hanya berfungsi sebagai penyedia informasi keuangan, tetapi juga sebagai sarana untuk menunjukkan bahwa aktivitas organisasi telah dilaksanakan sesuai dengan ketentuan, standar, dan tanggung jawab yang berlaku (Biduri, 2018). Pada konteks Jaminan Produk Halal (JPH), akuntabilitas tercermin dalam tanggung jawab pelaku Usaha Mikro dan Kecil untuk menjaga kesesuaian bahan baku, proses produksi, penyimpanan, hingga penyajian produk agar tetap memenuhi ketentuan halal. Praktik tersebut menunjukkan bahwa sertifikasi halal tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan persyaratan administratif, tetapi juga mencerminkan bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha kepada konsumen, regulator, dan masyarakat dalam menjaga kehalalan produk yang dihasilkan (Rudiyanto & Alim, 2024).

Dalam konteks etika bisnis Islam, akuntabilitas tidak hanya bersifat horizontal kepada konsumen dan negara, tetapi juga vertikal kepada Allah SWT. Soediro et al., (2024) menjelaskan bahwa integrasi nilai amanah (kejujuran), insaf (keadilan), ihsan (kebaikan), dan tanggung jawab sosial dalam praktik bisnis mampu meningkatkan integritas dan keberlanjutan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa spiritualitas memiliki peran strategis dalam membentuk perilaku bisnis yang etis dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, sertifikasi halal pada UMK dapat dipandang sebagai ruang aktualisasi nilai-nilai etika bisnis Islam dalam praktik usaha sehari-hari.

Kebijakan sertifikasi halal bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing UMK. Masih banyak pelaku usaha yang belum sepenuhnya memahami regulasi ini, sehingga penelitian ini menjadi krusial untuk mengungkap persepsi dan pemaknaan mereka terhadap sertifikasi halal (Fawaid et al., 2024). Terlebih lagi, implementasi regulasi Jaminan Produk Halal mewajibkan setiap entitas bisnis yang mendistribusikan barang esensial kepada masyarakat, termasuk UMK, untuk memiliki sertifikat dan label halal guna menjamin perlindungan hak spiritual konsumen Muslim (Putri & Disemadi, 2023).

Penerapan sertifikasi halal ini tidak hanya dilihat sebagai kepatuhan terhadap regulasi, tetapi juga sebagai refleksi dari nilai-nilai keagamaan dan etika bisnis yang integral dalam budaya masyarakat Madura (Putri & Disemadi, 2023). Studi kualitatif ini akan memperkaya pemahaman tentang bagaimana sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai instrumen regulasi, tetapi juga sebagai refleksi dari kesadaran hukum dan spiritual pelaku UMK dalam memenuhi tuntutan pasar halal yang sedang berkembang pesat di Indonesia, khususnya di wilayah dengan mayoritas muslim seperti Madura (Maura et al., 2024).

Nilai-nilai spiritualitas dalam akuntabilitas jaminan produk halal pada pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK) memiliki karakteristik yang khas karena tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan administratif terhadap regulasi halal, tetapi juga menyangkut kesadaran religius, amanah moral, dan tanggung jawab etis pelaku usaha dalam menjaga kehalalan produk secara berkelanjutan. Dalam perspektif bisnis Islam, akuntabilitas halal tidak semata dipahami sebagai pertanggungjawaban horizontal kepada konsumen dan regulator, melainkan juga sebagai pertanggungjawaban vertikal kepada Allah SWT melalui praktik usaha yang menjunjung nilai amanah, kejujuran, ihsan, dan halalan tayyiban (Soediro et

al., 2024). Dengan demikian, spiritualitas berpotensi menjadi salah satu faktor yang memengaruhi pembentukan perilaku akuntabilitas pelaku usaha, khususnya dalam proses produksi, pengelolaan bahan baku, distribusi, dan konsistensi menjaga integritas halal produk.

Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut masih berfokus pada aspek regulatif, implementatif, administratif, dan perlindungan konsumen. Hingga saat ini, masih terbatas penelitian yang secara khusus mengungkap pengalaman sadar (*lived experience*) UMK dalam memaknai spiritualitas sebagai dasar pembentukan akuntabilitas jaminan produk halal. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan penelitian tersebut melalui pendekatan fenomenologi dengan tujuan mengungkap dan memahami bagaimana pelaku UMK memaknai spiritualitas dalam praktik akuntabilitas jaminan produk halal. Penelitian ini berupaya menggali pengalaman sadar (*lived experience*) pelaku usaha dalam mengonstruksi, menghayati, dan menginternalisasikan nilai-nilai spiritualitas, seperti amanah, tanggung jawab moral, dan kesadaran religius, ke dalam praktik bisnis halal sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada konsumen, masyarakat, dan Allah SWT.

Penelitian ini berfokus pada pelaku UMK sektor makanan dan minuman di Kabupaten Bangkalan yang telah memiliki sertifikat halal melalui skema reguler maupun *self declare*. Objek tersebut dipilih karena sektor makanan dan minuman memiliki keterkaitan langsung dengan implementasi Jaminan Produk Halal, mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, penyimpanan, hingga distribusi produk kepada konsumen. Setiap tahapan tersebut menentukan terjaganya status kehalalan produk sehingga menuntut pelaku usaha tidak hanya memenuhi ketentuan administratif sertifikasi halal, tetapi juga mempertahankan konsistensi

penerapan prinsip-prinsip halal dalam kegiatan usahanya. Kondisi tersebut menjadikan UMK sektor makanan dan minuman sebagai objek yang sesuai untuk mengkaji bagaimana nilai-nilai spiritual diinternalisasikan dalam praktik akuntabilitas jaminan produk halal.

Subjek penelitian ini terdiri atas empat pelaku UMK, yaitu pemilik usaha Juwara Dimsum, ChaCha Thaitea, Dapoer Rizky, dan Mia Krupuk. Keempat informan dipilih karena memenuhi kriteria penelitian, yaitu telah memiliki sertifikat halal sekurang-kurangnya selama satu tahun, masih aktif menjalankan usaha, dan memiliki pengalaman dalam menerapkan sistem jaminan produk halal pada kegiatan usahanya. Masing-masing informan juga berasal dari jenis usaha makanan dan minuman yang berbeda dengan pengalaman usaha berkisar antara 5 hingga 20 tahun. Adanya perbedaan tersebut memberikan kesempatan bagi peneliti untuk memperoleh pengalaman dan pemaknaan yang lebih beragam mengenai spiritualitas dalam akuntabilitas jaminan produk halal. Pengalaman para informan dinilai sesuai karena mereka tidak hanya menjalankan kewajiban untuk memenuhi ketentuan sertifikasi halal, tetapi juga berupaya mempertahankan kehalalan produk dalam aktivitas usaha sehari-hari. Melalui pengalaman tersebut, penelitian ini berupaya memahami bagaimana nilai-nilai amanah, tanggung jawab, dan kesadaran religius diinternalisasi serta diwujudkan dalam praktik akuntabilitas jaminan produk halal.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana pelaku UMK memaknai spiritualitas dalam praktik akuntabilitas jaminan produk halal?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengungkap dan memahami makna spiritualitas dalam praktik akuntabilitas jaminan produk halal berdasarkan pengalaman sadar (*lived experience*) pelaku UMK.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Studi ini memberikan kontribusi teoritis berupa penguatan konseptual mengenai hubungan antara dimensi spiritualitas, internalisasi nilai keagamaan, dan pemaknaan sertifikasi halal dalam praktik usaha mikro dan kecil (UMK), khususnya dalam konteks skema *self-declare*. Hal ini bertujuan untuk memperluas pemahaman ilmiah tentang hubungan antara aspek spiritual dan perilaku bisnis, serta memperkaya literatur sosiologi ekonomi Islam sebagai rujukan untuk pengembangan teori-teori terkait transformasi makna legalitas administratif menjadi simbol komitmen spiritual dalam kewirausahaan.

2. Manfaat Praktis

Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi strategis bagi pelaku UMK, pemangku kebijakan, dan lembaga pendamping sertifikasi halal dalam merumuskan intervensi yang fokus pada penguatan integrasi nilai spiritual dengan praktik bisnis. Selain itu, penelitian ini memberikan rekomendasi untuk program pelatihan yang mengintegrasikan aspek spiritualitas dalam manajemen halal, atau pengembangan modul pendampingan yang menekankan nilai-nilai keagamaan dalam proses sertifikasi halal.