

MEMBANGUN KESADARAN PENGURUSAN SERTIFIKASI HALAL PELAKU UMKM SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN DAYA BELI MASYARAKAT PRESPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Ahmad Hendra Rofiullah¹, Hasbi Ash Shiddiqi², Awaliya Safithri³

¹Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Abu Zairi Bondowoso, hendraalmahyra2@gmail.com

²Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Nurul Qarnain Jember, hasbiashshiddiqi@gmail.com

³Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Nurul Qarnain Jember, awaliyasafithri13@gmail.com

ABSTRAK

Syariat Islam membawa misi kemaslahatan bagi segenap ummat manusia. Adanya Labeling Halal pada suatu produk makanan dan minuman yang digagas oleh pemerintah dalam hal ini Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Kementerian Agama lewat BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) telah memberikan kepastian hukum terkait kehalalan produk makanan bagi pembeli atau konsumen. Kementerian Agama melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sesuai amanat Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, mendapat mandat untuk menerbitkan produk sertifikat halal. Sebagai negara mayoritas penduduk muslim, jaminan halal terhadap suatu produk barang dan jasa menjadi hal penting di Indonesia. Untuk memenuhi jaminan halal tersebut, terdapat proses pemeriksaan sesuai dengan standar halal yang ditandai dengan penerbitan label sertifikasi halal. Penerbitan label halal tersebut saat ini diamanahkan kepada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) di bawah Kementerian Agama (Kemenag) sesuai dengan UU No.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) yang sebelumnya dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Dengan adanya aturan UU 33/2014 dan aturan turunannya maka konsekuensinya semua produk yang beredar di Indonesia wajib memiliki sertifikasi halal. Kewajiban sertifikasi halal tersebut harus dipatuhi pelaku usaha secara bertahap hingga 2024 untuk produk makanan dan 2029 untuk barang guna. Kesimpulan dari tulisan adalah bahwa pendampingan sertifikasi halal bagi pekalu usaha UMKM terutama sektor makanan dan minuman sejalan dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah bahwa barang yang diperjual belikan tidak mengandung unsur yang haram baik secara Zatnya (Haram Lidzatihi), atau karena faktor lain misal barang didapat dengan cara yang haram (Haram li Ghairihi). Disinilah pentingnya pendampingan bagi para pelaku usaha UMKM yang akan berdampak terhadap meningkatnya daya beli masyarakat.

Kata Kunci: *Pendampingan, Sertifikasi Halal, Daya Beli, Ekonomi Syariah*

ABSTRACT

Islamic Sharia carries a mission of benefit for all mankind. The existence of Halal Labeling on food and beverage products initiated by the government, in this case the Indonesian Ulema Council (MUI) and the Ministry of Religion through BPJPH (Halal Product Guarantee Organizing Agency) has provided legal certainty regarding the halalness of food products for buyers or consumers. The Ministry of Religion, through the Halal Product Guarantee Organizing Agency (BPJPH), in accordance with the mandate of Law Number 33 of 2014 concerning Halal Product Guarantee, has the mandate to issue halal certificate products. As a country with a majority Muslim population, halal guarantees for goods and services are important in Indonesia. To fulfill the halal guarantee, there is an inspection process in

accordance with halal standards which is marked by the issuance of a halal certification label. The issuance of this halal label is currently mandated to the Halal Product Guarantee Administering Agency (BPJPH) under the Ministry of Religion (Kemenag) in accordance with Law No. 33 In 2014 regarding Halal Product Guarantee (JPH) which was previously carried out by the Indonesian Ulema Council (MUI). With the existence of Law 33/2014 and its derivative regulations, the consequence is that all products circulating in Indonesia are required to have halal certification. Business actors must comply with the halal certification obligation in stages until 2024 for food products and 2029 for consumer goods. The conclusion of the article is that halal certification assistance for MSME businesses, especially the food and beverage sector, is in line with sharia economic principles that the goods being bought and sold do not contain elements that are haram either in substance (Haram Lidzatihi), or due to other factors, for example goods obtained from haram methods (Haram li Ghoirihi). This is where the importance of assistance for MSME business actors is which will have an impact on increasing people's purchasing power.

Keywords: *Assistance, Halal Certification, Purchasing Power, Sharia Economics*

A. Pendahuluan

Indonesia adalah Negara yang didalamnya memiliki berbagai macam suku, Budaya , dan juga agama. Keragaman tersebut disatukan dengan pedoman Indonesia yakni “Bhineka Tunggal Ika” yang dimana pedoman tersebut memiliki makna yang artinya “berbeda-beda tapi tetap satu jua” Dan Indonesia juga merupakan negara yang dimana penduduknya mempunyai populasi umat muslim terbesar. Oleh sebab itu hal tersebut dapat menyebabkan meningkatnya sebuah produkfitas dan juga sebuah permintaan produksi yang bersifat halal yang ada di Indonesia. Contohnya adalah produksi halal food atau makanan yang berbasis halal, makanan merupakan sesuatu yang dimana berasal dari tumbuhan, hewan atau air yang kemudian diolah untuk sebagai makanan dan minuman yang kemudian dikonsumsi oleh manusia. Sedangkan makanan halal merupakan suatu makanan yang dimana prosesnya diolah dengan menggunakan bahan dari tumbuhan, hewan atau air yang hanya diperbolehkan dikonsumsi oleh umat muslim dan tidak mengandung unsur atau bahan tambahan makanan yang diharamkan dalam Al-Qur'an.¹

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang industri pengolahan produk telah berkembang dengan sangat cepat. Dengan memanfaatkan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, pengolahan produk kebutuhan hidup telah menggunakan berbagai bahan, baik yang berasal dari bahan halal maupun haram, baik disengaja maupun tidak disengaja. Adanya bahan tambahan produk dari berbagai bahan dasar terutama berupa ekstrasi dari bahan hewani telah mengakibatkan pencampuran antara bahan halal dan yang tidak halal. Adanya pencampuran bahan dalam produk mengakibatkan produk kebutuhan berubah menjadi tidak halal. Dengan adanya pemanfaatan bahan-bahan tidak halal dalam berbagai produk kebutuhan hidup maka produk-produk yang beredar di masyarakat belum terjamin kehalalannya meskipun pelaku usaha sudah menyatakan halal pada produk yang dipasarkan. Hal ini karena untuk mengetahui kehalalan dan kesucian suatu produk olahan diperlukan kajian dan pengetahuan khusus

¹ Mega Novita Syafitri, Rania Salsabila, dan Fitri Nur Latifah, “Urgensi Sertifikasi Halal Food Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam,” *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2022): 16–42.

multidisiplin, seperti pengetahuan di bidang pangan, kimia, biokimia, teknik industri, biologi, farmasi, dan pemahaman tentang syariat.²

Sebagai standar, halal lebih dari sekedar mutu. Sehingga tak heran jika masyarakat non-muslim di berbagai negara pun memahami bahwa produk halal merupakan jaminan mutu. Berbeda dengan sistem mutu lain, dalam menentukan status kehalalan ini, standar halal tidak mengenal istilah ambang batas. Pada konsep halal tidak dibolehkan masuknya bahan haram pada level berapapun. Pilihannya hanyalah halal atau haram. *Innal halaala bayyinun wa innal haraama bayyinun*, jadi yang halal itu jelas dan yang haram itu juga jelas. Dengan bersertifikasi halal, pelaku usaha akan memiliki sertifikat halal sebagai pengakuan kehalalan produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh MUI. Dengan begitu, sertifikat halal merupakan bagian dari tanggung jawab pelaku usaha dalam mewujudkan pelayanan terbaiknya kepada konsumen. Sertifikat halal adalah alat bagi pelaku usaha dalam memberikan pelayanan terbaiknya kepada konsumen dengan memproduksi dan menyediakan produk yang halal dan thayyib, yang berkualitas premium, aman, sehat, bergizi, dan baik untuk dikonsumsi.³

Dewasa ini, pelaksanaan proses pengajuan sertifikasi halal masih mengalami kendala dan banyak masyarakat belum paham pentingnya pendampingan penyedia halal dalam pengurusan sertifikasi halal produknya. Mengingat jenis usaha yang dapat dilakukan oleh pelaku UMK dalam bidang pangan, tidak seluruhnya masuk ke dalam Halal Positive List of Materials (non critical materials) atau terdiri dari bahan-bahan yang tidak termasuk dalam kritis kehalalan seperti bahan-bahan yang didapat dari alam, tetapi banyak di antaranya UMK yang menggunakan bahan utama dari daging, margarin, dan berbagai bahan artifisial yang memiliki kritis tinggi sehingga harus diteliti kembali kehalalannya. Maka dari itu labelisasi halal tidak semata-mata menyangkut terkait perizinan, namun yang lebih fundamental adalah pelaksanaan perintah Tuhan terhadap kepatuhan hukum syari'at yang kaffah. Bagi umat Muslim, persoalan terkait apa yang masuk ke dalam tubuh berpengaruh langsung terhadap kekhusyu'an ibadah dan ketaatan kepada Tuhan.⁴

Kedudukan konsumen dihadapan para pelaku usaha pada umumnya memang sangat lemah. Konsumen menjadi objek dari aktivitas bisnis para pelaku usaha melalui promosi, iklan dan cara penjualan serta penerapan perjanjian-perjanjian standar yang acapkali secara sengaja merugikan konsumen. Lemahnya posisi konsumen menjadi sasaran empuk bagi para pebisnis yang acapkali mengelabui konsumen melalui produk-produk yang ditawarkan. Dengan proses peredaran produk yang cepat disinyalir para pebisnis memiliki ruang gerak yang bebas dalam memberikan produk yang tidak sepatutnya. Oleh karena itu, pemerintahan harus turun tangan memberikan perlindungan kepada masyarakat konsumen.⁵

Produk berstandar halal sudah seharusnya menjadi bagian integral yang takterpisahkan dari praktik perdagangan dan ekonomi global yang menuntut adanya standar- standar dan

² Warto Warto dan Samsuri Samsuri, "Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia," *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2, no. 1 (2020): 98.

³ Fitri Rafianti, Robi Krisna, dan Erwin Radityo, "Dinamika Pendampingan Manajemen Halal Bagi Usaha Mikro dan Kecil Melalui Program Self Declare," *Jurnal Sains Sosio Humaniora* 6, no. 1 (2022): 636–643.

⁴ Ibid.

⁵ Warto dan Samsuri, "Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia."

kualitas baku internasional untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen lintas negara. Dengan demikian aliran barang, jasa, modal, ilmu pengetahuan antar negara menjadi makin mudah. Perdagangan internasional berpengaruh sangat besar terhadap perekonomian antar negara tersebut yang dapat menciptakan iklim kondusif yang saling menguntungkan dari perdagangan timbal balik, bahkan lebih efisien dalam memproduksi dan memasarkan barang. Banyak pakar yang menyimpulkan bahwa manfaat perdagangan lintas negara melampaui manfaat persaingan militer dan perluasan wilayah.⁶

Memenuhi kebutuhan hidup halal merupakan hak dasar bagi setiap muslim. Hal ini bukan saja berhubungan dengan keyakinan beragama, tetapi juga berkaitan dengan dimensi kesehatan, ekonomi, keamanan dan kebutuhan ibadah. Sebagai negara berpenduduk mayoritas muslim, tanpa diminta sudah semestinya negara hadir melindungi warganya dalam pemenuhan hak-hak mendasar warganya. Selaras dengan itu pelaku usaha (produsen) juga sudah seharusnya memberikan perlindungan kepada konsumen. Untuk kepentingan tersebut, maka dituntut peran yang lebih aktif negara dalam pengaturan sistem ekonomi yang dijabarkan dalam strategi yang dilakukan negara dalam menjalankan instrumen bisnis di antaranya melalui regulasi.⁷

Menyediakan pangan halal dan aman adalah bisnis yang sangat prospektif, karena dengan melalui sertifikasi dan label halal dapat mengundang pelanggan loyal yang bukan saja diminati oleh muslim tetapi juga masyarakat non muslim. Sebaliknya bagi produsen yang tidak memberikan keterangan halal yang memasarkan produknya di negara seperti Indonesia yang berpenduduk mayoritas muslim, produknya kurang diminati sehingga merugikan pelaku usaha sendiri. Pangan halal bagi muslim itu terbukti berkualitas dan sangat baik untuk kesehatan tubuh manusia. Adanya sertifikasi-labelisasi halal bukan saja bertujuan memberi ketentraman batin pada umat Islam tetapi juga ketenangan berproduksi bagi pelaku usaha. Apalagi dalam konteks globalisasi ekonomi dan pasar global, sertifikasi-labelisasi halal pangan makin diperlukan. Oleh karenanya, mengapa industri halal ini memiliki peluang besar untuk ikut bersaing dalam memberikan pangan yang aman, bermutu, bergizi, dan sehat. Industri halal pun sudah banyak diterapkan di negara islam lainnya, dan ada beberapa negara non islam yang telah melaksanakan industri halal ini. Karena industri halal tak hanya diberikan kepada konsumen Islam, kepada non Islam pun bisa.⁸

B. Metode

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode hukum normatif dengan jenis pendekatan deskriptif analitis.⁹ Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui observasi langsung dan studi kepustakaan. Keabsahan penelitian dikuatkan dengan data yang dilakukan melalui analisis data secara kualitatif, proses penyeleksian data kemudian dikaji dengan Teori Ekonomi Syariah dalam penarikan kesimpulan.

C. Pembahasan

⁶ Ibid.

⁷ Ibid.

⁸ Ibid.

⁹ Mudjia Rahardjo, "Penelitian Kualitatif Selayang Pandang," *Menyusun Proposal Penelitian Kuantitatif: Skripsi dan Tesis* (2015): 8–14, <http://repository.uin-malang.ac.id/2412/>.

1. Pengertian Pendampingan

Pendampingan menurut Direktorat Bantuan Sosial adalah suatu proses pemberian kemudahan yang diberikan pendamping kepada klien dalam mengidentifikasi kebutuhan dan memecahkan masalah serta mendorong tumbuhnya inisiatif dalam proses pengambilan keputusan, sehingga kemandirian dapat diwujudkan.¹⁰ Pendampingan merupakan strategi yang sangat menentukan keberhasilan program pemberdayaan masyarakat, sesuai dengan prinsip yakni membantu orang. Dalam konteks kali ini ditugaskan sebagai pendamping bukan pemecah masalah. Menurut Sumodiningrat pendampingan merupakan kegiatan yang diyakini mampu mendorong terjadinya pemberdayaan fakir miskin secara optimal. Perlunya pendampingan dilatarbelakangi oleh adanya kesenjangan pemahaman diantara pihak yang memberikan bantuan dengan sasaran penerima bantuan.¹¹

2. Pengertian UMKM Menurut Undang-Undang, Kriteria, dan Ciri-Ciri UMKM¹²

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah), adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Seperti diatur dalam peraturan perundang-undangan No. 20 tahun 2008, sesuai pengertian UMKM tersebut maka kriteria UMKM dibedakan secara masing-masing meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah.¹³

Pengertian usaha mikro diartikan sebagai usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria usaha mikro. Usaha yang termasuk kriteria usaha mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih mencapai Rp 50.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan usaha mikro setiap tahunnya paling banyak Rp 300.000.000,-¹⁴

Usaha kecil merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang independen atau berdiri sendiri baik yang dimiliki perorangan atau kelompok dan bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan utama. Dikuasai dan dimiliki serta menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah. Usaha yang masuk kriteria usaha kecil adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih Rp 50.000.000,- dengan maksimal yang dibutuhkannya mencapai Rp 500.000.000,-. Hasil penjualan bisnis setiap tahunnya antara Rp 300.000.000,- sampai paling banyak Rp 2,5.000.000.000,-¹⁵

Pengertian usaha menengah adalah usaha dalam ekonomi produktif dan bukan merupakan cabang atau anak usaha dari perusahaan pusat serta menjadi bagian secara langsung maupun tak langsung terhadap usaha kecil atau usaha besar dengan total kekayaan bersihnya sesuai yang sudah diatur dengan peraturan perundang-undangan. Usaha menengah sering dikategorikan sebagai bisnis besar dengan kriteria kekayaan bersih yang dimiliki pemilik usaha mencapai lebih dari Rp500.000.000,- hingga Rp10.000.000.000,- dan tidak termasuk bangunan

¹⁰ Direktorat Bantuan Sosial, Pedoman Pendamping Pada Rumah Perlindungan dan trauma center, (Jakarta: Departemen Sosial, 2007), hlm. 4

¹¹ Sumodiningrat, Pembangunan Daerah dan Pemberdayaan Masyarakat, (Jakarta: PT. Bina Rena Pariwisata, 1997), hlm. 79

¹² <https://sukorejo.semarangkota.go.id/umkm>

¹³ Ibid

¹⁴ Ibid

¹⁵ Ibid

dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan tahunannya mencapai Rp2,5 .000.000,- milyar sampai Rp50.000.000.000,-.¹⁶

3. Klasifikasi UKM (Usaha Kecil Menengah)

Berdasarkan perkembangannya, UKM di Indonesia dapat dibedakan dalam 4 kriteria, diantaranya:

Livelihood Activities, yaitu UKM yang dimanfaatkan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Misalnya adalah pedagang kaki lima. *Micro Enterprise*, yaitu UKM yang punya sifat pengrajin namun belum punya sifat kewirausahaan. *Small Dynamic Enterprise*, yaitu UKM yang telah memiliki jiwa entrepreneurship dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor *Fast Moving Enterprise*, yaitu UKM yang punya jiwa kewirausahaan dan akan bertransformasi menjadi sebuah Usaha Besar (UB).¹⁷

4. Ciri-Ciri UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)

1. Jenis komoditi/ barang yang ada pada usahanya tidak tetap, atau bisa berganti sewaktu-waktu
2. Tempat menjalankan usahanya bisa berpindah sewaktu-waktu
3. Usahanya belum menerapkan administrasi, bahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha masih disatukan
4. Sumber daya manusia (SDM) di dalamnya belum punya jiwa wirausaha yang mumpuni
5. Biasanya tingkat pendidikan SDM nya masih rendah
6. Biasanya pelaku UMKM belum memiliki akses perbankan, namun sebagian telah memiliki akses ke lembaga keuangan non bank
7. Pada umumnya belum punya surat ijin usaha atau legalitas, termasuk NPWP

Seperti yang dijelaskan pada pengertian UMKM yang tertuang dalam Keppres RI No. 19 Tahun 1998 sebagai kegiatan ekonomi rakyat pada skala kecil yang perlu dilindungi dan dicegah dari persaingan yang tidak sehat. Pada dekade terakhir ini mulai marak bermunculan bisnis UMKM mulai dari skala rumahan hingga skala yang lebih besar. Ada 3 jenis usaha yang termasuk UMKM yaitu usaha kuliner, usaha fashion, dan usaha agribisnis.

Kehalalan sebuah produk yang dipasarkan sedianya memiliki peluang secara ekonomis. Hadirnya UU No.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal menjadi payung hukum bagi negara dalam penyelenggaraan jaminan produk halal. Jaminan produk halal diselenggarakan oleh Negara memiliki implikasinya tidak sederhana. Oleh karena itu, perlu disikapi secara serius oleh berbagai pihak terkait, khususnya kalangan muslim yang memerlukan kepastian hukum terhadap produk yang dikonsumsi. Umat Islam perlu kepastian hukum terhadap produk yang dikonsumsi. Ada kebutuhan jaminan atas kehalalan produk. Produsen wajib menyiapkan informasi yang benar soal halal dan Negara wajib melayani.¹⁸

¹⁶ <https://sukorejo.semarangkota.go.id/umkm>

¹⁷ Ibid

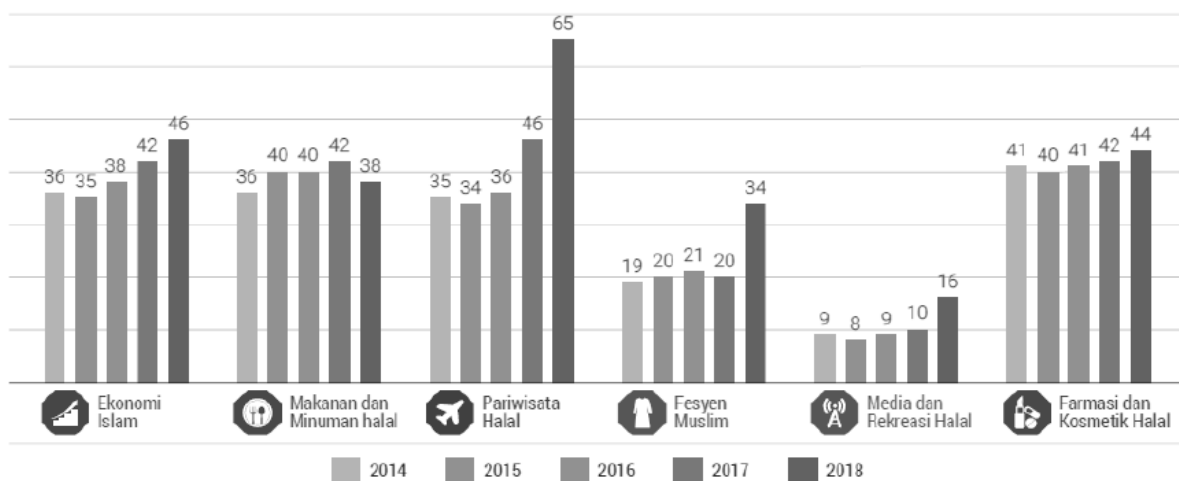
¹⁸ Wanto dan Samsuri, "Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia."

Kebijakan sertifikasi halal memiliki manfaat ekonomis dan sangat strategis untuk mengoptimalkan *captive market*. Penerapan kewajiban sertifikasi halal bagi pelaku usaha dengan mengantongi sertifikasi halal produk yang dijual tanpa disadari berdampak positif terhadap perkembangan perekonomian di Indonesia. Dalam perspektif makro, kehalalan sebuah produk tetap menjadi tren di banyak negara di dunia. Apalagi, dengan jumlah penduduk muslim di Indonesia yang mencapai 87% dari total penduduk, potensinya amatlah besar. Harus ada kesadaran bersama tentang pentingnya mengoptimalkan *captive market* yang ada di depan mata, agar jangan sampai justru malah pihak luar yang memanfaatkan peluang ini. Dan produk halal bisa didorong ke arah sana.¹⁹

Implikasi positif lainnya dari mandatori halal adalah terbukanya lapangan kerja baru. Sebab, dengan kewajiban bersertifikat halal, maka kebutuhan SDM pendukung terlaksananya jaminan produk halal (JPH) tentu jumlahnya besar. Di antaranya adalah kebutuhan auditor halal yang merupakan unsur penting dan harus ada dalam LPH (Lembaga Pemeriksa Halal). Auditor halal nantinya akan menjadi profesi yang cukup menarik. Hal ini tentu ini akan menjadi positif bagi perkembangan halal di Indonesia dan dunia.²⁰

Perbandingan Skor Antarsektor Halal di Indonesia Tahun 2014-2018

Sumber: Global Islamic Economy Gateway (2018)



Sumber: Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024

5. Membangun Kesadaran Pengurusan Sertifikas Halal Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Beli Masyarakat Perpektif Ekonomi Syariah

Kesadaran merupakan unsur dalam diri manusia untuk memahami realitas dan bagaimana mereka bertindak atau bersikap terhadap realitas. Jatmiko (2006) menjelaskan bahwa kesadaran adalah keadaan mengetahui atau mengerti. Kesadaran artinya merasa, tau atau ingat (kepada keadaan yang sebenarnya), tau dan mengerti. Refleksi merupakan bentuk

¹⁹ Ibid.²⁰ Ibid.

dari pengungkapan kesadaran, di mana ia dapat memberikan atau bertahan dalam situasi dan kondisi tertentu dalam lingkungan. Setiap teori yang dihasilkan oleh seorang merupakan refleksi tentang realitas dan manusia. Kesadaran dalam konteks halal berarti mengerti tentang apa yang baik atau boleh dikonsumsi dan mengerti tentang apa yang buruk atau tidak boleh dikonsumsi sesuai dengan aturan dalam agama Islam yang ada pada Al- Qur'an dan Hadits.²¹

6. Kesadaran Halal Intrinsik

Berbicara tentang konsep halal, Allport & Ross (1950) dalam Windisukma (2015) membagi dua macam cara beragama, intrinsik dan ekstrinsik. Pertama, intrinsik artinya cara beragama yang memasukkan nilai-nilai agama ke dalam dirinya. Nilai dan agamanya masuk ke dalam jiwa penganutnya. Hal ini dapat digambarkan sebagai internalisasi nilai spiritual keagamaan yang bukan hanya sebuah ritual praktik tanpa makna. Semua ibadah itu memiliki pengaruh dalam sikapnya sehari-hari. (Donahue, 1985 dalam Windisukma, 2015) mereview konsep keberagamaan Allport & Ross (1950) menemukan bahwa keberagamaan intrinsik berkenaan dengan semua kehidupan, tidak berprasangka, toleran dan integratif. Keberagamaan intrinsik membawa manusia dalam dimensi keyakinan, Dimensi ini berisikan pengharapan-pengharapan dimana seseorang yang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu, mengakui kebenaran doktrin-doktrin tersebut. Orang yang memiliki kesadaran halal intrinsik, mereka memastikan apa yang dimakannya adalah benar-benar halal. Mereka melakukan ini karena adanya keyakinan bahwa makanan halal adalah makanan terbaik yang boleh dikonsumsi menurut Islam. Orang-orang dengan kesadaran intrinsik yang tinggi rela meluangkan waktunya untuk memahami tentang konsep halal menurut Islam. Dalam mengonsumsi suatu makanan, mereka tidak cukup melihat apa yang tampak secara visual (logo halal, komposisi, dll), karena terkadang ada beberapa perusahaan makanan yang mencantumkan label halal tanpa proses sertifikasi dari lembaga MUI. Penelitian Ardyanti et al, (2013) menunjukkan bahwa kesadaran konsumen Muslim terhadap makanan halal dipengaruhi oleh pemahamannya akan konsep Halal.²²

7. Kesadaran Halal Ekstrinsik

Allport & Ross (1950) dalam Windisukma (2015) menjelaskan keberagamaan ekstrinsik mendorong seseorang untuk memanfaatkan agamanya. Agama dimanfaatkan sedemikian rupa agar dia memperoleh status darinya. Keberagamaan ekstrinsik adalah cara beragama yang tidak tulus dan melahirkan egoisme. (Donahue dalam Windisukma 2015) mereview konsep terkait dengan konsep keberagamaan Allport & Ross (1950) menemukan bahwa 16 keberagamaan ekstrinsik memiliki mental terpisah, berprasangka, eksklusif, bergantung dan mencari keamanan dan kenyamanan. Keberagamaan ekstrinsik membawa manusia dalam dimensi praktik agama, dimensi ini mencakup perilaku pemujaan, ketaatan, dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya. Orang yang memiliki kesadaran *halal* ekstrinsik cenderung melihat sesuatu dari apa yang terlihat, misalnya dalam mengonsumsi makanan mereka cenderung memperhatikan keterangan-keterangan yang

²¹ Talisa Rahma Pramintasari dan Indah Fatmawati, "Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal," *Jurnal Manajemen Bisnis* 8, no. 1 (2020): 1–33,
<https://journal.umsida.ac.id/index.php/mb/article/view/3922/3384>.

²² Ibid.

menunjukkan bahwa makanan tersebut *halal*, misal logo *halal*, dan komposisi. Dengan melihat adanya logo *halal*, mereka yakin bahwa apa yang dikonsumsi sudah benar. Apa yang dilakukannya ini karena ingin menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya. Khalek *et al* (2014) dalam penelitiannya mengindikasikan sikap positif pemuda muslim terhadap gerai makanan *halal* dan sertifikasi JAKIM. Penelitian Masitoh *et al* (2013) menemukan adanya hubungan positif dan moderat antara kesadaran *halal* responden dengan persepsi mereka terhadap sertifikat *halal*.²³

Konsumen makanan dan minuman yang di produksi dan dijual oleh UMKM di memiliki kesadaran yang sangat tinggi untuk meneliti kehalalan suatu produk yang akan dikonsumsi.²⁴

Niat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli sesuatu atau melakukan tindakan yang berhubungan dengan membeli dan diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen akan melakukan pembelian atau tidak. Oleh karenanya, seorang Muslim harus memiliki pemahaman agama dan pengetahuan tentang produk yang dikonsumsi.²⁵

Hasil penelitian dari uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara religiusitas terhadap niat beli. Keyakinan agama seseorang berpengaruh terhadap perilaku konsumsi *halal*. Seseorang yang memasukkan nilai-nilai agama kedalam dirinya akan tercermin dalam setiap aspek kehidupannya, tidak terkecuali dalam hal memutuskan makanan dan minuman apa yang akan dikonsumsi. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Alam & Sayuti (2011), Mukhtar & Butt (2012), dan Patel (2011).²⁶

Hasil penelitian dari uji hipotesis kedua menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan kesadaran *halal* terhadap niat beli. Kesadaran *halal* ini terkait dengan tingkat pengetahuan seseorang dalam memahami isu-isu yang berkaitan dengan konsep *halal*. Pemahaman tersebut mencakup pemahaman tentang produk apa saja yang *halal* dan bagaimana proses produksi produk tersebut sampai produk jadi dan dipasarkan kepada umat sehingga produk tersebut dikatakan *halal*. Dalam suatu hadits, Rasulullah SAW bersabda bahwa daging yang tumbuh dari sesuatu yang haram, maka neraka lebih berhak (HR Tirmidzi dan Ahmad). Hadits ini memotivasi seorang Muslim untuk memenuhi kebutuhan hidupnya secara *halal*. Oleh karena itu, wajib hukumnya bagi seorang Muslim untuk menuntut ilmu, dalam hal ini memahami tentang konsep *halal*. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aziz & Chok (2013), Azam (2016), dan Nurcahyo & Hudrasyah (2017).²⁷

Hasil penelitian dari uji hipotesis ketiga menunjukkan sertifikasi *halal* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat beli. Sertifikasi *halal* merupakan manifestasi dari kebersihan dan keselamatan bagi umat Islam. Sertifikasi *halal* tidak hanya mencakup bahan baku, tapi keseluruhan proses dan tempat produksi juga termasuk didalamnya.

²³ Ibid.

²⁴ Hasil wawancara dengan pembeli dan konsumen makan dan minuman di wilayah Kabupaten Jember. Oktober 2023

²⁵ Fitri Kurniawati Rossje V. Suryaputri, "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI PRODUK HALAL" 1, no. 1 (2020): 1–15.

²⁶ Ibid.

²⁷ Ibid.

Hal ini sesuai dengan tujuan maqashid Syariah dalam melindungi keimanan, kehidupan, akal, keturunan, dan harta benda. Oleh karena itu, sertifikasi halal cenderung menyakinkan konsumen bahwa produk tersebut halal. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Awan et al. (2015), Azam (2016), dan Ghadikolaie (2016).²⁸

Manfaat dari pensertifikasian halal pada produk pangan di Kota Bengkulu misalnya tidak hanya dirasakan oleh produsen pangan itu sendiri tetapi juga dinikmati oleh konsumen muslim yang menginginkan pangan halal. Adapun manfaat seseorang mengkonsumsi makanan dan minuman halal diantaranya adalah²⁹ :

- a. Membawa ketenangan hidup dalam kegiatan sehari-hari;
- b. Dapat menjaga kesehatan jasmani dan rohani;
- c. Mendapat perlindungan dari Allah SWT;
- d. Mendapatkan iman dan ketaqwaan kepada Allah SWT;
- e. Tercermin kepribadian yang jujur dalam hidupnya dan sikap apa adanya;
- f. Rezeki yang diperolehnya membawa barokah dunia akhirat;
- g. Manusia dapat bertahan hidup di dunia sampai batas yang ditentukan Allah SWT;
- h. Manusia dapat mencapai ridha Allah SWT dalam hidup karena dapat memilih jenis makanan maupun minuman yang baik sesuai petunjuk Allah SWT;
- i. Manusia dapat memiliki akhlak karimah karena makanan dan minuman yang halal mempengaruhi watak dan perangai manusia menjadi sabar, tenang dan qona'ah;
- j. Manusia dapat terhindar dari akhlak mazmumah karena tidak mengkonsumsi makanan dan minuman yang haram. Makanan dan minuman yang haram akan mempengaruhi sikap mental menjadi tidak terpuji seperti mudah marah, kasar ucapan, maupun perbuatannya.

8. Implementasi Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah Dalam Sertifikasi Halal Produk UMKM

Ekonomi syariah sebagai salah satu sistem ekonomi yang eksis di dunia, untuk hal-hal tertentu tidak berbeda dengan sistem ekonomi *mainstream*, seperti kapitalisme. Mengejar keuntungan sebagaimana dominan dalam sistem ekonomi kapitalisme, juga sangat dianjurkan dalam ekonomi syariah. Namun, dalam banyak hal terkait dengan keuangan, Islam memiliki beberapa prinsip yang membedakannya dengan sistem ekonomi lain.³⁰

Sistem ekonomi syariah memiliki prinsip-prinsip didalam pengaplikasiannya, terutama dalam upaya pendampingan sertifikasi halal produk UMKM. beberapa prinsip Ekonomi Syariah yaitu Tauhid, keadilan yang diimplementasikan dengan melarang adanya unsur(riba,

²⁸ Ibid.

²⁹ Debbi Nukeriana, "Implementasi Sertifikasi Halal Pada Produk Pangan Di Kota Bengkulu," *Jurnal Qiyas* 3, no. 1 (2018): 155–162, <https://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/QIYAS/article/view/1310/1102>.

³⁰ Mursal, "Implementasi Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah," *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam* 1, no. 1 (2015): 75–84.

Maysir, Gharar, haram), Prinsip maslahat, Prinsip Taawun, dan terakhir adalah Prinsip Keseimbangan.³¹

Kegiatan ekonomi, dalam sistem keuangan syariah, sebagai sub ordinasi kajian *mu'amalah* masuk ke dalam kelompok ibadah *ammah*. Dimana, aturan tata pelaksanaannya lebih banyak bersifat umum. Aturan-aturan yang bersifat umum dimaksud kemudian oleh para ulama disimpulkan dalam sebuah kaidah *usul* yang berbunyi: (*al-Suyuthi: 1997: 123*) "*al-ashl fi al-asyya al-ibahah hatta yadll al-dalil ala tahrimiha*" (*hukum asal dalam muamalah adalah boleh selama tidak ada dalil yang mengharamkannya*). Sejalan dengan kaidah ini, jenis dan bentuk lembaga keuangan dengan segala produknya, yang berkembang di zaman kontemporer, pada prinsipnya dapat diterima sebagai kegiatan ekonomi yang sah, selama tidak ada dalil yang melarangnya.³²

Menurut ulama Hanafiyah, larangan dalam hukum Islam terdiri dari dua kategori, yaitu larangan secara material (materi, zat, atau bendanya) dan larangan disebabkan faktor eksternal. Larangan yang bersifat material disebut *haram li dzatih* dan larangan yang disebabkan faktor eksternal disebut *haram lighairih*. Contoh, larangan kategori pertama adalah keharaman daging babi, riba, dan sebagainya. Sedangkan larangan kategori kedua, misalnya menjual barang halal dari hasil curian. Pada dasarnya barang tersebut halal dan tidak dilarang menjualnya, tetapi karena sistem atau cara (operasionalnya) mendapatkannya tidak benar, maka menjualnya pun menjadi terlarang.³³

Kesimpulan

Kementerian Agama melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sesuai amanat Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, mendapat mandat untuk menerbitkan produk sertifikat halal. Sebagai negara mayoritas penduduk muslim, jaminan halal terhadap suatu produk barang dan jasa menjadi hal penting di Indonesia. Untuk memenuhi jaminan halal tersebut, terdapat proses pemeriksaan sesuai dengan standar halal yang ditandai dengan penerbitan label sertifikasi halal. Penerbitan label halal tersebut saat ini diamanahkan kepada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) di bawah Kementerian Agama (Kemenag) sesuai dengan UU No.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) yang sebelumnya dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Dengan adanya aturan UU 33/2014 dan aturan turunannya maka konsekuensinya semua produk yang beredar di Indonesia wajib memiliki sertifikasi halal. Kewajiban sertifikasi halal tersebut harus dipatuhi pelaku usaha secara bertahap hingga 2024 untuk produk makanan dan 2029 untuk barang guna.

Konsumen makanan dan minuman yang di produksi dan dijual oleh UMKM di memiliki kesadaran yang sangat tinggi untuk meneliti kehalalan suatu produk yang akan di konsumsi. Niat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli sesuatu atau

³¹ Ibid.

³² HASBI ASH SHIDDIQI SITI MUSLIMAH, "TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP PEMBIAYAAN QARD DENGAN AKAD MUDĀRABAH DIBMTNUKALI TIDUKABUPATEN BOJONEGORO" (2022).

³³ Mursal, "Implementasi Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah."

melakukan tindakan yang berhubungan dengan membeli dan diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen akan melakukan pembelian atau tidak. Oleh karenanya, seorang Muslim harus memiliki pemahaman agama dan pengetahuan tentang produk yang dikonsumsi.

Dengan Adanya Sertifikasi Halal produk makanan dan minuman dari UMKM maka diharapkan daya beli masyarakat bisa meningkat dan dapat meningkatkan taraf ekonomi masyarakat dan itu semua sejalan dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah yaitu barang yang diperjual belikan harus bersal dari dzat yang halal.

Daftar Pustaka

- hasbi Ash Shiddiqi Siti Muslimah. "Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap pembiayaan qard dengan akad mudārabah di bmt nu kalitidu kabupaten Bojonegoro" (2022).
- Mursal. "Implementasi Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah." *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam* 1, no. 1 (2015): 75–84.
- Nukeriana, Debbi. "Implementasi Sertifikasi Halal Pada Produk Pangan Di Kota Bengkulu." *Jurnal Qiyas* 3, no. 1 (2018): 155–162.
<https://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/QIYAS/article/view/1310/1102>.
- Pramintasari, Talisa Rahma, dan Indah Fatmawati. "Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal." *Jurnal Manajemen Bisnis* 8, no. 1 (2020): 1–33. <https://journal.umy.ac.id/index.php/mb/article/view/3922/3384>.
- Rafianti, Fitri, Robi Krisna, dan Erwin Radityo. "Dinamika Pendampingan Manajemen Halal Bagi Usaha Mikro dan Kecil Melalui Program Self Declare." *Jurnal Sains Sosio Humaniora* 6, no. 1 (2022): 636–643.
- Rahardjo, Mudjia. "Penelitian Kualitatif Selayang Pandang." *Menyusun Proposal Penelitian Kuantitatif: Skripsi dan Tesis* (2015): 8–14. <http://repository.uin-malang.ac.id/2412/>.
- Rossje V. Suryaputri, Fitri Kurniawati. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI PRODUK HALAL" 1, no. 1 (2020): 1–15.
- Syafitri, Mega Novita, Rania Salsabila, dan Fitri Nur Latifah. "Urgensi Sertifikasi Halal Food Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam." *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2022): 16–42.
- Warto, Warto, dan Samsuri Samsuri. "Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia." *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2, no. 1 (2020): 98.