

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

The State of the Global Islamic Economy Report 2018/2019 menuturkan bahwa perkembangan ekonomi syariah global ditinjau dari *Islamic Economy Market Size* sejumlah US\$ 2,107 M pada tahun 2017 dan proyeksi/estimasi pendapatan yang dihasilkan 5 tahun kemudian di 2023 sebesar US\$ 3,007 M. *Islamic Economy Market Size* dipecah menjadi beberapa sektor industri sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Perkembangan Ekonomi Syariah Global

No	Islamic Economy Market Size	Total pendapatan 2017 (US\$) M	Estimasi pendapatan 2023 (US\$) M
1	Halal Travel	177	274
2	Makanan Halal	1,303	1,863
3	Keuangan Syariah	2,438	3,809
4	Busana Muslim	270	361
5	Media dan Rekreasi	209	288
6	Farmasi Halal	87	131
7	Kosmetik Halal	61	90

Sumber : (KNKS, 2019)

Industri halal telah mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa tahun ke belakang. Halal menjadi salah satu indikator yang universal untuk jaminan kualitas produk dan standar hidup. Gaya hidup yang halal identik dengan umat muslim di berbagai negara, bahkan ke negara-negara dengan penduduk muslim minoritas. (Gillani, Ijaz, & Khan, 2016).

Penduduk Indonesia adalah penduduk dengan jumlah mayoritas beragama Islam. Berdasarkan data *Global Religious Future*, jumlah penduduk Indonesia pada 2010 yang beragama Islam sebanyak 209,12 juta jiwa atau setara 87,17% dari total penduduk yang mencapai 239,89 juta jiwa. Pada 2020, penduduk muslim di Indonesia diprediksi akan bertambah menjadi 263,92 juta jiwa dan meningkat 256,82 juta jiwa pada 2050 (Kusnandar, 2019). Pada tahun 2017 Indonesia menduduki peringkat pertama populasi muslim terbesar di dunia sebesar 215 M mewakili 13% populasi muslim global, memiliki pengeluaran agregat sebesar US\$

218,8 M di seluruh sektor ekonomi syariah (pengeluaran makanan halal mencapai US\$ 170 M).

Menurut *Global Islamic Economic (GIE) Indicator Score*, Indonesia mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya namun masih belum bisa memaksimalkan potensi pasar dengan baik sehingga menduduki peringkat ke-5 secara global ekonomi syariah, didorong oleh sektor makanan halal. Padahal, Indonesia berpotensi menjadi salah satu pemain utama industri halal di masa mendatang dengan menduduki peringkat ke-3 besar dalam kategori *GIE Indicator Score*. Terbukti bahwa Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, namun masih menjadi salah satu negara terbesar dalam industri halal global (Reuters, 2018).

Tabel 1. 2 *GIE Indicator Score*

No	Negara	GIE Indicator Score
1	Malaysia	111
2	UAE	79
3	Bahrain	60
4	Saudi Arabia	50,2
5	Indonesia	49
6	Oman	48,7
7	Jordan	47,2
8	Pakistan	45
9	Kuwait	45
10	Qatar	44
11	Brunei	40
12	Sudan	39
13	Turkey	36
14	Iran	35
15	Bangladesh	33

Sumber: (State of The Global Islamic Economy Report, 2019-2020)

Sejalan dengan pertumbuhan populasi muslim, permintaan untuk komoditas halal terus meningkat. Sektor makanan halal telah melihat adanya evolusi besar dalam satu tahun terakhir, didorong oleh teknologi dan pusat pengembangan halal. Adapun aplikasi yang menghubungkan konsumen dengan restoran dan merek halal serta *platform* penelusuran halal yang kini menghubungkan seluruh rantai pasokan dari produsen ke auditor dan lembaga sertifikasi. Pada tingkat makro, UEA dan

China telah menandatangani perjanjian \$1 miliar untuk pabrik makanan dan pabrik pengolahan di Dubai, sementara Indonesia bertujuan untuk meluncurkan distrik gaya hidup halal senilai \$18 juta. Pengeluaran muslim untuk makanan-minuman bernilai \$1,4 triliun pada tahun 2018 dan diperkirakan akan mencapai \$2,0 triliun pada tahun 2024 (State of The Global Islamic Economy Report, 2019-2020).

Industri makanan dan minuman tumbuh rata-rata 8,5% pertahun di Indonesia. Pertumbuhan ini relatif tinggi dibandingkan dengan industri manufaktur yang secara agregat hanya mencapai 4,9%. Besarnya porsi industri makanan di negara ini, tidak lepas dari besarnya konsumsi masyarakat yang populasinya terus naik (Saparini, Susanto, & Faisal, 2018).

Namun seiring berjalannya zaman, teknologi pangan mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini berdampak pada penentuan kehalalan sebuah produk olahan yang tidak semudah zaman dahulu. Teknologi pangan melibatkan di dalamnya sebuah rekayasa genetik pangan, teknologi pewarnaan pangan, teknologi pengolahan pangan, teknologi pengemasan, teknologi pengawetan dan tidak jarang melibatkan unsur hewani yang diharamkan (Amin, 2015). Perkembangan tersebut meniscayakan suatu kajian intensif fiqih kontemporer karena belum ditemukannya referensi pada zaman Nabi atau ulama' terdahulu. Penentuan kehalalan produk, baik pangan, kosmetik dan obat-obatan mengharuskan kesimpulan hukum yang menjadi domain lembaga ke'ulamaan (Yaqin, 2014). Hal ini didasari karena telah banyaknya kesadaran masyarakat akan perintah mengenai *halal life style* terutama dalam hal konsumsi. Seperti mengacu pada firman Allah SWT di dalam Al-Qur'an:

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

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.” (QS. Al-Baqarah: 168)

Besarnya permintaan produk halal baik dari pasar domestik maupun luar negeri belum sepenuhnya diiringi dengan dukungan dari pemerintah Indonesia. Salah satu contohnya dalam hal sertifikasi produk halal. Seperti kebanyakan negara

dengan penduduk mayoritas muslim, badan sertifikasi halal kurang optimal karena adanya anggapan bahwa setiap produk makanan yang diproduksi di negara tersebut adalah halal sehingga tidak diperlukan sertifikasi halal pada produk tersebut (Gillani, Ijaz, & Khan, 2016). Sertifikasi halal menjadi salah satu instrumen yang harus diperhatikan oleh pemerintah agar Indonesia mampu bersaing di industri halal. Selain itu, masih adanya pro dan kontra sertifikasi halal antara pemerintah dengan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) menyebabkan proses sertifikasi halal saat ini belum optimal (Hamid, 2014).



Gambar 1. 1 Logo Halal LPPOM MUI

Otoritas sertifikasi halal di Indonesia sepenuhnya ditangani oleh LPPOM - Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI), namun berdasarkan UU No.33 2014 akan diserahkan kepada BPJPH di bawah Kementerian Agama. Logo halal MUI telah dikenal di seluruh dunia dan diakui oleh berbagai badan sertifikasi halal. Produk yang mencantumkan label halal menjadi pilihan utama muslim secara nasional dan global. Sertifikat halal telah mendapatkan pengakuan 48 badan sertifikasi asing di 22 negara. Sementara itu, pada 8 Februari 2018, MUI telah mengakui Lembaga Sertifikasi Asing (*Certification Bodies/CB*) dari 45 negara (BPPN, 2018).

Menurut (BPPN, 2018) pada tahun 2018 dan tahun-tahun sebelumnya, sertifikasi halal bersifat sukarela dan pada tahun 2019 akan menjadi hal yang wajib. Dengan memiliki sertifikat halal, produk akan memiliki banyak keunggulan kompetitif. Dalam UU tersebut ditegaskan bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal (Pasal 4). Untuk itu, pemerintah bertanggung jawab dalam menyelenggarakan Jaminan Produk Halal

(JPH) (LPPOM MUI, 2020). Ada pun data jumlah sertifikasi halal di Indonesia sebagai berikut:

Tabel 1. 3 Data Sertifikasi Halal MUI Periode 2012-2019

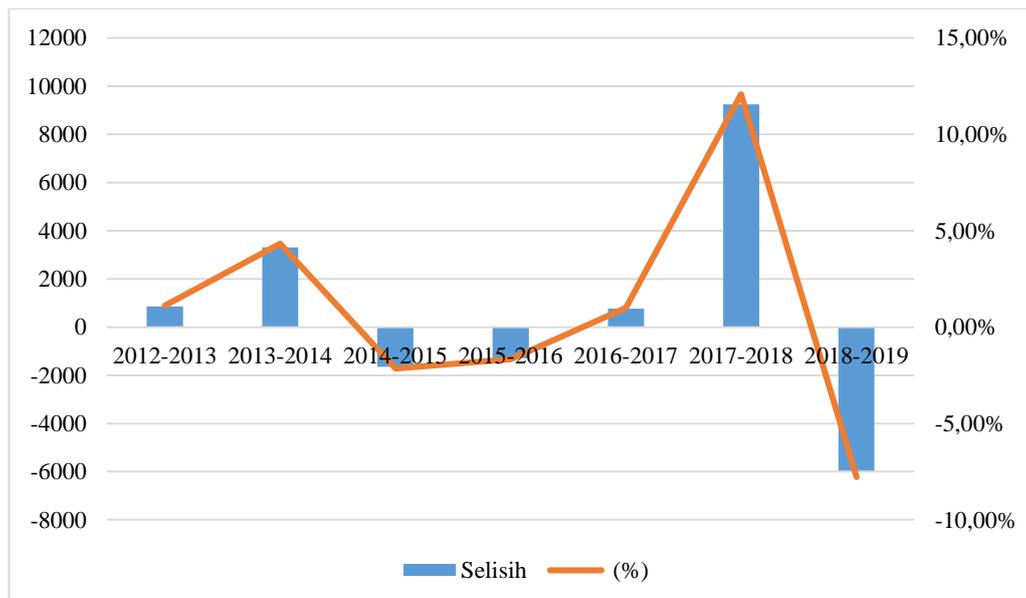
Tahun	Jumlah Perusahaan	Jumlah Sertifikasi Halal	Jumlah Produk
2012	5829	6157	32890
2013	6666	7014	64121
2014	10180	10322	68576
2015	7940	8676	77256
2016	6564	7392	114264
2017	7198	8157	127286
2018	11249	17398	204222
2019	13951	11442	166018
Total (2011 - 2019)	69577	76558	854633

Sumber : (LPPOM MUI, 2020)

Berdasarkan data dari LPPOM MUI di atas, ketika adanya kebijakan pada tahun 2019 mengenai wajibnya pemilikan sertifikasi halal jumlahnya justru mengalami penurunan. Jumlah sertifikasi halal tertinggi terjadi pada tahun 2018 yakni sebanyak 17.398 yang kemudian mengalami penurunan drastis di tahun 2019 menjadi 11.442 sertifikasi halal.

Tabel 1. 4

Selisih Peningkatan dan Penurunan Jumlah Sertifikasi Halal Periode 2012-2019



Isnaeni Gelda Prasetianti, 2021

ANALISIS STRATEGI SERTIFIKASI HALAL DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH (IKM) MELALUI PENDEKATAN IFAS EFAS MODEL

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Sumber : (LPPOM MUI, 2020) (data diolah)

Sementara itu, berdasarkan tabel 1.4, jumlah sertifikasi halal mengalami peningkatan dan penurunan yang cukup tajam selama tiga tahun terakhir. Pada tahun 2017-2018 terjadi kenaikan hingga 12,07% sebanyak 9.241 sertifikasi halal, sedangkan pada tahun 2018-2019 kembali mengalami penurunan yang lebih besar apabila dibandingkan dengan penurunan yang pernah terjadi di tahun sebelumnya yakni sebesar -7,78% atau berkurang sebanyak 5.956 sertifikasi halal. Menurunnya tingkat sertifikasi halal menunjukkan bahwa adanya masalah eksternal atau internal dari sertifikasi halal itu sendiri. Masalah-masalah tersebut memiliki dampak pada perkembangan IKM di Indonesia, terutama IKM yang belum memiliki sertifikasi halal. Karena dengan semakin meningkatnya kesadaran halal konsumen muslim untuk mengkonsumsi suatu produk, secara bertahap para konsumen muslim akan beralih dari produk yang belum disertifikasi halal menuju produk yang telah tersertifikasi halal.

Berdasarkan hasil dari penelitian Arika Isty Ainulqulbi (2017) diketahui variabel yang paling berpengaruh besar dalam pengajuan sertifikasi halal adalah prosedur sertifikasi halal. Indikator yang berpengaruh paling signifikan pada variabel prosedur sertifikasi adalah kerumitan proses. Produsen menilai pemenuhan dokumen sertifikasi halal cukup rumit sehingga menjadi pertimbangan produsen mengajukan sertifikasi halal. Selain itu, jumlah biaya yang harus dibayarkan oleh pelaku usaha yang ingin mensertifikasi produk adalah sebesar Rp2.500.000 (dua juta lima ratus ribu rupiah). Besaran biaya ini dinilai cukup besar dan mahal. Sementara di sisi lain, Industri Kecil dan Menengah (IKM) adalah sebuah usaha yang kepemilikan modalnya terbatas dan minim (Marijani, Budiman, Fahmi, & Nurhidayati, 2018).

Beberapa kendala lain yang dihadapi oleh IKM terkait sertifikasi halal, antara lain: Pertama, masih minimnya sosialisasi proses sertifikasi produk halal. Kedua, besarnya biaya yang ditanggung untuk mendapatkan sertifikasi dan perpanjangan apabila masanya habis. Ketiga, rendah dan terbatasnya sumber daya manusia di IKM (Marijani, Budiman, Fahmi, & Nurhidayati, 2018). Adapun jumlah IKM yang tersebar di Indonesia didominasi oleh pulau Jawa yang terdiri dari beberapa provinsi. Provinsi Jawa Barat merupakan provinsi yang memiliki cukup

Isnaeni Gelda Prasetianti, 2021

ANALISIS STRATEGI SERTIFIKASI HALAL DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH (IKM) MELALUI PENDEKATAN IFAS EFAS MODEL

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

banyak potensi dalam pengolahan makanan. Hal ini disebabkan banyaknya produk olahan yang ada di Jawa Barat sangat unik dan kaya akan keanekaragaman hingga kreativitasnya. Berikut sebaran data dari IKM di Jawa Barat:

Tabel 1. 5

Jumlah Industri dan Perdagangan di Provinsi Jawa Barat

No	Wilayah	Jumlah Industri	Jumlah Perdagangan
1	Kota Bogor	725	7750
2	Kota Sukabumi	183	4678
3	Kab. Cianjur	310	6201
4	Kab. Bekasi	912	2034
5	Kab. Karawang	969	6322
6	Kab. Purwakarta	673	4432
7	Kab. Subang	283	10198
8	Kota Bandung	773	5999
9	Kab. Sumedang	637	1974
10	Kab. Garut	344	8021
11	Kab. Tasikmalaya	590	4953
12	Kab. Ciamis	377	8733
13	Kota Cirebon	127	1838
14	Kab. Kuningan	589	7759
15	Kab. Indramayu	115	5347
16	Kab. Bogor	888	13181
17	Kab. Sukabumi	674	6699
18	Kab. Cirebon	820	6522
19	Kab. Majalengka	244	5343
20	Kab. Bandung	1613	6032
21	Kota Bekasi	643	1928
22	Kota Depok	575	3630
23	Kota Cimahi	695	770
24	Kota Tasikmalaya	670	2632
25	Kota Banjar	799	16451
26	Kab. Bandung Barat	643	4516
27	Kab. Pangandaran	260	373

Sumber: (Disperindag, 2020)

Industri Kecil dan Menengah (IKM) sangat menyadari akan peran penting sertifikasi halal dan bagaimana sertifikasi halal akan membuat mereka lebih kompetitif di pasar. Namun pelaku IKM memiliki kendala bahwa untuk menjadi

perusahaan bersertifikat halal prosesnya mahal dan rumit. Padahal nilai-nilai sertifikat halal dalam bisnis memiliki daya tarik tersendiri yang lebih luas bukan hanya menyangkut soal agama. Selain itu, berkontribusi pula terhadap posisi negara sebagai tujuan pariwisata halal dan pusat bagi pasar halal global yang ditargetkan oleh pemerintah (Hasan, Sulong, & Tanakinjal, 2020). Berdasarkan penelitian dari Juliana, M. Faathir dan M. A. Sulthan (2019) bahwa fakta lapangan dari 4 UMKM menyatakan hanya 1 UMKM yang diteliti memiliki legalisasi terkait usaha dan sertifikat keterampilan, 3 UMKM lainnya belum memiliki ijin terkait legalitas halal, PIRT, sertifikat keterampilan dan ijin usaha. Tetapi UMKM tersebut selalu memastikan kepada setiap konsumennya jika bahan yang digunakan serta jasa yang diberikan selalu memperhatikan aspek keamanan, kenyamanan dan kehalalan.

Peluang sertifikasi halal sebagai salah satu penentu kepercayaan konsumen muslim bukan hanya membantu produsen dan pemasar makanan muslim saja, tetapi juga membantu pelaku IKM non-muslim lainnya untuk lebih lanjut mempromosikan produk mereka di pasar konsumen muslim (Terano & Mohammed, 2017). Halal membantu mereka memahami perilaku mereka dan memfasilitasi berfungsinya pasar halal untuk perusahaan dan bisnis (Ahadi, Saberian, & Pani, 2019).

Sertifikasi halal merupakan solusi untuk membantu Indonesia menjadi negara yang menerapkan konsep *halal life style* secara *kaffah* serta menjadi solusi dari permasalahan dalam pengembangan pelaku Industri Kecil dan Menengah (IKM) baik muslim maupun non muslim. Dengan semua permasalahan yang terjadi, solusi ini perlu dikembangkan dengan menganalisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities and Threats*) menggunakan matriks IFAS dan EFAS yaitu faktor dari lingkungan internal dan eksternal dari sertifikasi halal tersebut.

Dengan melihat pemaparan fenomena masalah tersebut, maka perlunya dilakukan suatu analisis tentang bagaimana strategi sertifikasi halal dalam mengembangkan Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Jawa Barat. Untuk itu peneliti tertarik mengangkat masalah tersebut menjadi sebuah penelitian yang berjudul: **“Analisis Strategi Sertifikasi Halal dalam Pengembangan Industri Kecil dan Menengah (IKM) melalui pendekatan IFAS EFAS Model (Survey pada *Expert Judgement* Sertifikasi Halal di Jawa Barat)”**.

Isnaeni Gelda Prasetianti, 2021

ANALISIS STRATEGI SERTIFIKASI HALAL DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH (IKM) MELALUI PENDEKATAN IFAS EFAS MODEL

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas, identifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Indonesia merupakan negara konsumen terbesar dalam industri halal global yang memiliki jumlah penduduk mayoritas muslim terbanyak di dunia (Reuters, 2018).
2. Indonesia menduduki peringkat ke-5 secara global ekonomi syariah dan berpotensi menjadi salah satu pemain utama industri halal (State of The Global Islamic Economy Report, 2019-2020).
3. Jumlah sertifikasi halal mengalami fluktuasi yang cukup tajam. Pada tahun 2017-2018 terjadi kenaikan hingga 12,07% sebanyak 9.241 sertifikasi halal, sedangkan pada tahun 2018-2019 mengalami penurunan sebesar 7,78% atau berkurang sebanyak 5.956 sertifikasi halal (LPPOM MUI, 2020).
4. Kendala yang dihadapi oleh IKM terkait sertifikasi halal yaitu masih minimnya sosialisasi, biaya yang cukup tinggi dan terbatasnya SDM di IKM (Marijani, Budiman, Fahmi, & Nurhidayati, 2018)

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi sertifikasi halal di Indonesia saat ini?
2. Bagaimana strategi SWOT sertifikasi halal dalam pengembangan Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Jawa Barat?
3. Bagaimana analisis strategi sertifikasi halal dengan matriks IFAS dan EFAS menggunakan *Expert Judgement* Sertifikasi Halal di Jawa Barat?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan gambaran yang telah dipaparkan sebelumnya adalah untuk mengetahui implementasi sertifikasi halal yang ada saat ini dengan menganalisis strategi sertifikasi halal dalam kontribusinya mengembangkan IKM menggunakan analisis SWOT serta menganalisis bagaimana strategi sertifikasi halal dengan matriks IFAS dan EFAS berdasarkan survey *expert judgement*.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi pengembangan ilmu ekonomi dan keuangan Islam, khususnya di bidang Bisnis Islam dan para pelaku usaha syariah, serta menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

Pada sisi lain diharapkan dapat menjadi masukan dan informasi yang bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan seperti pemerintah dalam pengembangan Industri Kecil dan Menengah (IKM), bagi para Pelaku Industri Kecil dan Menengah (IKM) serta konsumen yang menerapkan *halal life style*.