

BAB III

OBJEK METODE dan DESAIN PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah bagaimana penyusunan strategi pengembangan industri makanan dan minuman halal di Kabupaten Tasikmalaya melalui lima aspek regulator (pemerintah), aspek SDM, aspek infrastruktur, aspek pemasaran halal, dan aspek keuangan syariah. Adapun subjek penelitian ini adalah ahli baik dari praktisi maupun akademisi yang mempraktikkan ataupun mengkaji mengenai industri makanan dan minuman halal. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni-Agustus 2021. Penelitian ini akan dilakukan di berbagai lembaga yang berkaitan dengan industri makanan dan minuman halal.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah prosedur atau langkah-langkah sistematis dalam mendapatkan pengetahuan (Rinaldi dan Mujianto, 2017). Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah AHP yang memungkinkan untuk mengombinasikan antara kualitatif dengan kuantitatif (Nugroho et al., 2018; Sequeira dan Adlemo, 2021). Dengan kata lain, AHP termasuk kedalam penelitian gabungan yang dapat memberikan hasil penelitian dengan analisis kualitatif dan analisis kuantitatif (Maruf Abdullah, 2015).

3.3 Desain Penelitian

Perkembangan industri makanan dan minuman halal di Kabupaten Tasikmalaya belum terlihat baik padahal memiliki potensi yang dapat dikembangkan. Penelitian ini hadir untuk berkontribusi dalam bentuk menghasilkan strategi-strategi guna pengembangan industri makanan dan minuman halal di Kabupaten Tasikmalaya. Di daerah tersebut memiliki potensi diantaranya adalah jumlah industri makanan dan minuman yang banyak, mayoritas penduduknya memeluk agama Islam sekaligus basis pesantrennya tersebar

di berbagai penjuru, dan memiliki potensi wisata yang dapat dikolaborasikan dengan industri makanan dan minuman halal. Strategi-strategi diperoleh dari pendapat para ahli baik akademisi maupun praktisi dengan mengisi kuesioner yang berisi alternatif yang terdiri dari beberapa dimensi yaitu pemerintah, sumber daya manusia, infrastruktur, pemasaran, dan keuangan syariah.

Setelah para ahli mengisi, penulis mengolah data dengan menggunakan alat analisis *Analytical Hierarchy Process* (AHP) untuk menentukan prioritas strategi.

3.4 Operasional Variabel

Operasional variabel dalam penelitian ini terdiri dari lima dimensi di antaranya adalah pemerintah, sumber daya manusia, infrastruktur, pemasaran, dan keuangan syariah. Dalam setiap dimensi terdapat indikator-indikator yang diambil dari penelitian terdahulu serta relevan dengan tujuan penelitian yaitu menghasilkan strategi pengembangan industri makanan dan minuman halal di Kabupaten Tasikmalaya.

Pemerintah memiliki peran vital dalam pengembangan industri makanan dan minuman halal. Peran pemerintah dapat berupa kebijakan, regulasi, memberikan insentif keuangan, dan menjadi konsultan (Zailani et al., 2015). Indikator yang pertama dalam dimensi pemerintah adalah regulasi. UU No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal belum dapat diimplementasikan dengan baik (Widiastuti et al., 2020). Kemudian, indikator subsidi pajak dan bantuan keuangan dipilih berdasarkan penelitian (Hameeda et al., 2016) yang mengungkapkan industri makanan halal di Pakistan sangat membutuhkan dorongan dari pemerintah dalam mengembangkan bisnisnya. Sedangkan indikator pengembangan riset diambil dari penelitian (Vanany et al., 2019) yang mengungkapkan bahwa riset konsumsi halal di Indonesia masih rendah. Indikator terakhir dalam dimensi ini adalah pemerintah daerah memiliki *roadmap* industri halal. Berdasarkan penelitian Fathi et al., (2016); Utomo et al., (2020) *roadmap* berperan penting dalam mengembangkan industri halal. Melalui *roadmap* setiap pihak memiliki peran masing-masing sehingga optimalisasi dapat berjalan dengan baik.

Pemilihan sumber daya manusia menjadi dimensi berdasarkan hasil penelitian Widiastuti et al., (2020) yang mengungkapkan SDM yang kurang berkompeten menjadi penghalang dalam pengembangan industri halal. Di sisi lain, Bohari et al., (2013) mengungkapkan SDM yang memiliki kemampuan manajemen yang baik dapat mempercepat perkembangan bisnis. SDM yang kurang berkompeten penyebabnya adalah kurangnya sosialisasi dan informasi yang diterima (Prabowo et al., 2015). Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kualitas SDM melalui pelatihan dan sosialisasi oleh Pemerintah kepada produsen halal sehingga perusahaan dapat memastikan SDM-nya memiliki kepedulian terhadap kehalalan produk (Zailani et al., 2015). Fathi et al., (2016) mengungkapkan sosialisasi seputar kehalalan produk seperti manfaat dari mengonsumsi produk halal serta bahayanya dari mengonsumsi produk halal dapat berpengaruh pada kesediaan membeli dari konsumen. Islam dan Madkouri, (2018) berpendapat bahwa dalam menciptakan produk halal yang berkualitas tinggi diperlukan sumber daya manusia yang berkualitas.

Selain itu, fokus pengembangan SDM juga terdapat pada penyelia dan auditor halal. Sukoso et al., (2020) mengungkapkan bahwa kebutuhan akan auditor dan penyelia halal dalam mengembangkan industri halal di Indonesia sangatlah besar, hal ini berbanding lurus dari jumlah UMKM di Indonesia yang mendominasi wajah perekonomian nasional. Oleh karena itu, diperlukan auditor dan penyelia halal yang cukup secara kualitas maupun kuantitas untuk pengembangan industri makanan dan minuman halal.

Dimensi selanjutnya yang dipilih adalah infrastruktur. Widiastuti et al., (2020) menjelaskan bahwa infrastruktur yang masih belum baik menjadi kendala dalam pengembangan industri halal di Indonesia. Infrastruktur yang dimaksud di antaranya adalah sertifikasi halal dan logistik halal. Zailani et al., (2015) mengungkapkan pentingnya sebuah negara yang ingin mengembangkan industri makanan dan minuman halal memiliki *Halal Hub* yang di mana seluruh pihak seperti badan sertifikasi halal, pemasok, penyedia logistik halal dan lain sebagainya dapat berkolaborasi.

Sertifikasi halal menjadi bagian penting dalam industri makanan dan minuman halal. Penelitian Ab Talib et al., (2017); Ab Talib, Abdul Hamid, et al.,

(2016); Salindal, (2019) mengungkapkan sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap performa perusahaan. Namun, di Kabupaten Tasikmalaya sendiri, industri makanan dan minuman masih sedikit yang memiliki sertifikasi halal dan P-IRT. Adapun logistik halal menjadi bagian yang tak kalah pentingnya. Melalui logistik halal, kehalalan produk dapat terjamin dengan baik. Fathi et al., (2016) mengungkapkan bahwa konsumen cenderung bersedia membeli produk apabila industri makanan dan minuman halal menggunakan logistik halal.

Dimensi yang tak kalah pentingnya adalah pemasaran. Adapun indikatornya adalah inovasi dan produk pemasaran. Indikator tersebut berdasarkan penelitian (Bashir et al., 2019; Hendijani Fard dan Seyyed Amiri, 2018) yang mengungkapkan pentingnya melakukan inovasi produk maupun pemasaran dan melakukan kampanye halal sebagai gaya hidup. Selain itu, indikatornya adalah melalui optimalisasi *digital marketing*. Penelitian Bashir et al., (2019) mengungkapkan mempromosikan melalui *digital marketing* dapat menjadikan produk lebih kompetitif lagi. Sebagai tambahan, penelitian Muflih dan Juliana, (2020) menyarankan kepada industri makanan dan minuman halal untuk mempromosikan produk mereka melalui media sosial seperti Facebook dan lain sebagainya.

Indikator lainnya dalam dimensi pemasaran adalah kerjasama dengan sektor lain yaitu dengan melakukan *Co-Branding* dengan sektor pariwisata dan *Co-marketing* dengan sektor media (BAPPENAS, 2019). Kabupaten Tasikmalaya sendiri memiliki potensi pariwisata yang baik, mulai dari pariwisata religi, adat, sampai kekayaan alam.

Dimensi selanjutnya adalah keuangan syariah. Amalia dan Nur Hidayah (2020) mengungkapkan bahwa di Indonesia industri keuangan syariah dengan industri halal lainnya belum terintegrasi dengan baik. Berdasarkan riset terdahulu, industri keuangan syariah memiliki peran yang vital dalam memajukan industri halal sektor riil. Muhamed et al., (2014) mengatakan industri keuangan syariah dapat berinvestasi di industri makanan dan minuman halal. Selain itu, keuangan syariah dalam rangka membantu pengembangan industri makanan dan minuman halal di Kabupaten Tasikmalaya dapat membuat produk pembiayaan yang mudah diakses oleh UMKM.

Berikut adalah tabel yang merangkum operasional variabel dalam penelitian ini:

Variabel	Dimensi	Indikator	Instrumen
Industri makanan dan minuman halal adalah industri yang dalam aktivitas produksinya menggunakan bahan baku, bahan penolong serta proses produksi sesuai dengan syariat islam (Saparani et al., 2018)	1) Pemerintah	Regulasi (Widiastuti et al., 2020; Zailani et al., 2015)	Pemerintah menyelesaikan pengimplementasian Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.
		Subsidi Pajak dan Insentif Keuangan (Hameeda et al., 2016; Zailani et al., 2015)	Pemerintah memberikan subsidi pajak dan insentif keuangan untuk perusahaan makanan dan minuman halal.
Variabel	Dimensi	Indikator	Instrumen
		Pengembangan riset	Pemerintah bekerja sama dengan badan

	(Vanany et al., 2019)	penelitian mengenai uji bahan pangan halal maupun riset mengenai pergerakan pasar, segmentasi dan selera pasar	
2) Sumber Daya Manusia (SDM) (Susanty et al., 2020)	Pelatihan dan Sosialisasi Fathi et al., (2016); Widiastuti et al., (2020); Bohari et al., (2013); Prabowo et al., (2015) (Juliana et al., 2018)	Pelatihan dan sosialisasi diberikan oleh Pemerintah kepada industri makanan dan minuman halal .	
	Auditor dan Penyelia Halal (Sukoso et al., 2020)	Memperbanyak jumlah Auditor dan Penyelia halal	
Variabel	Dimensi	Indikator	Instrumen
	3) Infrastruktur	Sertifikasi dan Label Halal serta	Pemerintah memberikan kemudahan bagi

	perizinan usaha lainnya (Ab Talib et al., 2017; De Boni dan Forleo, 2019; Widiastuti et al., 2020)	produsen makanan dan minuman halal untuk mendapatkan sertifikasi dan label halal serta perizinan usaha lainnya.
	Infrstruktur Halal (Susanty et al., 2020; Fathi et al., 2016)	Terintegrasinya infrastruktur halal dengan baik mulai dari penyimpanan, transportasi, sampai ke tangan konsumen.
4) Pemasaran	Inovasi produk dan pemasaran (Hendijani Fard dan Seyyed Amiri, 2018 ; Bashir et al., 2019)	Industri makanan dan minuman halal berinovasi pada produk sekaligus dalam pemasaran

Variabel	Dimensi	Indikator	Instrumen
		<i>Digital marketing</i> dan <i>e-commerce</i>	Mengoptimalkan pemasaran produk melalui <i>digital</i>

	Bashir et al., (2019); Bohari et al., (2013); Muflih dan Juliana, (2020)	<i>marketing</i> maupun <i>e-commerce</i>
	Kerjasama dengan sektor lain (BAPPENAS, 2019; De Boni dan Forleo, 2019)	<i>Co-branding</i> dengan sektor pariwisata halal dan <i>Co-marketing</i> dengan sektor media dan rekreasi
5) Keuangan Syariah	Investasi oleh Keuangan syariah (Amalia dan Nur Hidayah, 2020; Muhamed et al., 2014; Utomo et al., 2020)	Keuangan syariah berinvestasi di industri makanan dan minuman halal.

Variabel	Dimensi	Indikator	Instrumen
		Produk pembiayaan syariah (Hameeda et al., 2016)	Keuangan syariah melakukan promosi produk pembiayaan syariah yang mudah diakses oleh industri makanan dan minuman halal

Tabel 3. 1

*Operasional Variabel**Sumber : Olahan Penulis (2021)***3.5 Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi adalah kumpulan unit yang akan diteliti ciri-ciri (karakteristik) nya yang dapat terdiri dari orang, badan, lembaga, institusi, wilayah, kelompok dan sebagainya yang akan dijadikan sumber informasi dalam penelitian yang dilakukan. Sedangkan sampel adalah elemen-elemen populasi yang terpilih (Ma'ruf Abdullah, 2015)

Dalam penelitian ini penulis memilih responden atau yang disebut dengan *expert* (ahli). Pemilihan ahli didasarkan pada pemahaman responden terhadap permasalahan industri makanan dan minuman di Kabupaten Tasikmalaya. Adapun responden yang dipilih berasal dari pemerintah, praktisi, akademisi, keuangan syariah dan instansi lainnya yang terkait. Jumlah ahli dalam metode penelitian AHP tidak menjadi parameter validitas penelitian (Ascarya, 2005).

Berikut merupakan daftar ahli yang akan dijadikan subjek penelitian;

No	Nama Ahli	Instansi	Status
1	Eni Hermalini	DISPERINDAG	Pemerintah

No	Nama Ahli	Instansi	Status
2	Dadan R Shuhandana	Dinas Koperasi UKM dan Tenaga Kerja Kabupaten Tasikmalaya	Pemerintah
3	Lady Yulia	Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal	Pemerintah
4	Pratito Wijiyanto	LPPOM-MUI	Praktisi
5	Dina Sudjana	Pusat Halal ITB	Praktisi
6	Yunny Erwanto	Universitas Gadjah Mada	Akademisi
7	Iman Ariyadi	STIE Al- Mumtaz	Akademisi

Tabel 3. 2

Daftar Expert

Sumber : Olahan Penulis (2021)

3.6 Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Data primer dan kuesioner merupakan instrument yang digunakan dalam penelitian ini. Prioritas-prioritas dalam skala ordinal merupakan angka fundamental yang memungkinkan untuk dilakukannya operasi aritmatika dasar (Ascarya, 2015). Skala tersebut diperoleh dari *Pairwise Comparison* atau perbandingan sepasang-pasang (Ascarya, 2005).

Pengukuran skala ordinal diyakini akurat dalam mengukur faktor-faktor yang membentuk hierarki. Skala yang digunakan memiliki rentang dari 1-9 sebagai berikut:

Skala Penilaian Variabel	Skala Ordinal
Amat sangat lebih besar tingkat kepentingannya	9
Di antara nilai 7-9	8
Sangat lebih besar tingkat kepentingannya	7
Di antara nilai 5-7	6
Lebih besar tingkat kepentingannya	5
Di antara 3-5	4
Sedikit lebih besar tingkat kepentingannya	3
Diantar 1-3	2
Sama	1

Tabel 3. 3

Perbandingan antara Skala Penilaian Variabel dengan Skala Numerik

Sumber: Olahan Penulis (2021)

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Observasi langsung (*Direct Observation*) merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan terhadap sebuah proses atau objek dengan tujuan memahami pengetahuan dari sebuah kejadian atau perilaku yang berdasarkan pengetahuan serta gagasan yang sebelumnya sudah diketahui (Tanjung dan Devi, 2013)
2. Wawancara dengan kuesioner, penulis menggunakan kuesioner sebagai sebuah alat dalam mempermudah wawancara.
3. Riset kepustakaan, dilakukan dengan menganalisis dan memahami berbagai sumber yang relevan dan kredibel seperti buku, jurnal, website, dan literature yang berkaitan dengan topik dan masalah yang dibahas dalam penelitian ini.

3.7 Teknik Analisis Data

Metode AHP dikembangkan oleh Saaty di tahun 1970-an dengan metode tersebut dapat membangun pengambilan keputusan masalah dalam berbagai hierarki seperti tujuan, kriteria, sub-kriteria, dan alternatif keputusan (Sipahi dan Timor, 2010). Metode ini dinilai sebagai alat pengambilan keputusan yang efektif dikarenakan dapat mengurai suatu permasalahan yang kompleks menjadi sebuah

hierarki. Selain itu juga, metode yang menyandarkan hasil penelitian ini pada para *expert* memiliki kelebihan yaitu terdapat pengukuran konsistensi terhadap pengambilan keputusan yang sudah dilakukan oleh *expert* (Qubaisi et al., 2016)

Adapun langkah-langkah untuk membuat keputusan yang menghasilkan prioritas dengan AHP adalah sebagai berikut (Saaty, 2008):

1. Mendefinisikan permasalahan dan menentukan jenis pengetahuan yang dicari.
2. Menyusun hierarki keputusan mulai dari atas terdapat tujuan keputusan tersebut dari perspektif yang luas, melalui tingkat menengah (kriteria di mana elemen-elemen selanjutnya bergantung) ke tingkat terendah (yang biasanya merupakan sekumpulan alternative)
3. Membuat satu set matrik perbandingan berpasangan. Setiap elemen di atas level digunakan untuk membandingkan elemen pada level tepat dibawahnya dengan memerhatikan itu.
4. Menggunakan prioritas yang diperoleh dari perbandingan untuk menimbang prioritas dalam tingkat yang tepat dibawah. Lakukan ini untuk setiap elemen. Kemudian untuk setiap elemen di tingkat di bawah tambahkan nilai tertimbangannya dan dapatkan prioritas keseluruhan atau globalnya. Lanjutkan proses penimbangan dan penambahan ini hingga prioritas akhir alternative di tingkat paling bawah diperoleh.

Tahapan-tahapan dalam penelitian menggunakan metode AHP adalah sebagai berikut (Tanjung dan Devi, 2013)

1. Konstruksi Model

Konstruksi model disusun berdasarkan *literature review* secara teori maupun empiris dan memberikan pertanyaan pada pakar, akademisis dan praktisi melalui *indepth interview* untuk mengkaji informasi secara lebih dalam untuk memperoleh permasalahan yang sebenarnya.

2. Kuantifikasi Model

Tahap kuantifikasi model menggunakan pertanyaan dalam kuesioner berupa *pairwise comparison* (perbandingan berpasangan) antar elemen *cluster* untuk mengetahui mana di antara keduanya yang lebih besar tingkat kepentingannya dan seberapa besar perbedaannya melalui skala numerik 1-9.

3. Analisis Hasil

a. *Geometric Mean*

Geometric Mean digunakan untuk mengetahui hasil penilaian dari para responden dan menentukan hasil pendapat pada suatu kelompok, Pertanyaan berupa perbandingan (*Pairwise Comparison*) dari akan dikombinasikan sehingga membentuk suatu consensus.

b. *Rater Agreement*

Rater Agreement adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kesesuaian (persetujuan) para responden (R1-Rn) terhadap suatu masalah dalam satu cluster. Adapun alat yang digunakan untuk mengukur *rater agreement* adalah *Kendall's Coefficient of Concordance* ($W; 0 < W \leq 1$) $W=1$ menunjukkan kesesuaian yang sempurna. Untuk menghitung *Kendall's* (W), yang pertama kali dihitung adalah dengan memberikan ranking pada setiap jawaban kemudian menjumlahkannya.

Type equation here.

$$R_i = \sum_j^m = 1 r_{i,j}$$

Nilai dari rata-rata total ranking adalah

$$R = \frac{1}{2} m = (n + 1)$$

Jumlah kuadrat deviasi (S), dihitung dengan formula :

$$S = \sum_i^n = 1 (R_i - R)^2$$

Sehingga diperoleh *Kendall's* (W), yaitu:

$$xW = \frac{12s}{m^2(n^3 - n)}$$

Jika nilai $W=1$, maka dapat disimpulkan bahwa penilaian memiliki kesepakatan yang sempurna. Sedangkan ketika nilai $W=0$, maka menunjukkan ketidaksesuaian antar jawab. Berikut merupakan tabel penilaian.

W	Interpretasi
0	Tidak ada Kesepakatan
0.10	Kesepakatan Lemah
0.30	Kesepakatan Sedang
0.60	Kesepakatan Kuat
1.00	Kesepakatan Sempurna

Tabel 3. 4

Penilaian Kendall's-Coefficient of Concordance

Sumber : Olahan Penulis (2021)