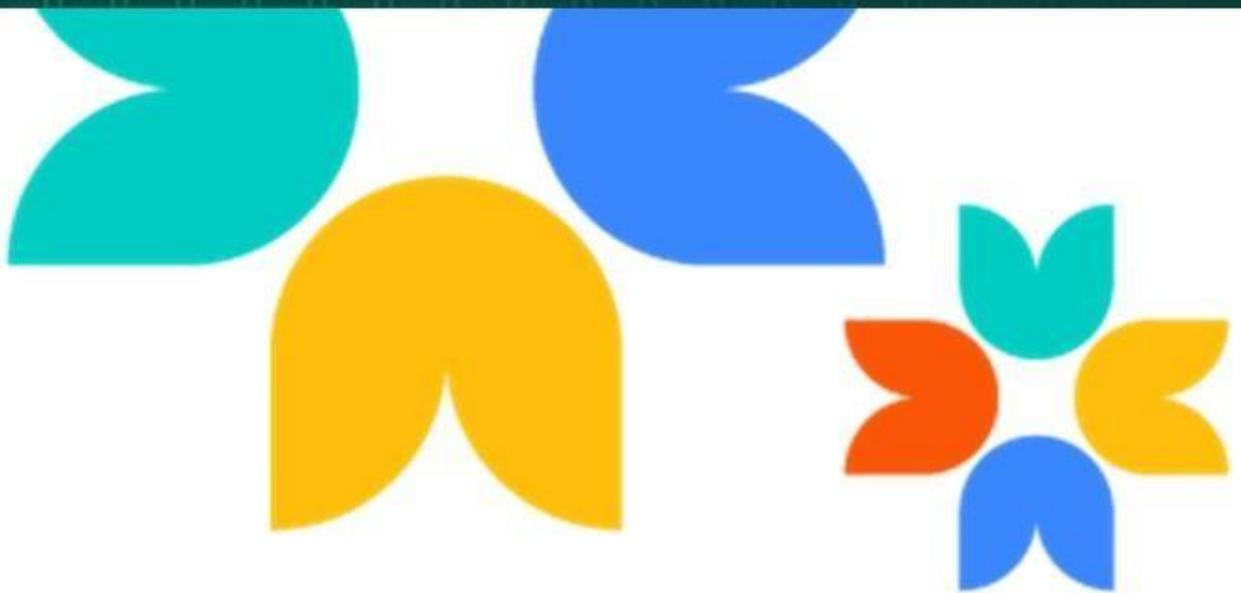


RESPON PELAKU USAHA DALAM PENERIMAAN KEBIJAKAN SERTIFIKASI HALAL



**Wahyudin Darmalaksana
Teti Ratnasih**

RESPON PELAKU USAHA DALAM PENERIMAAN KEBIJAKAN SERTIFIKASI HALAL

Wahyudin Darmalaksana dan Teti Ratnasih



RESPON PELAKU USAHA DALAM PENERIMAAN KEBIJAKAN SERTIFIKASI HALAL

Penulis: Wahyudin Darmalaksana dan Teti Ratnasih

Penyunting/Editor: Hamdan Sugilar

Desain layout: Widodo Dwi Ismail A.W.

ISBN: 9-786238-817917

Penerbit:

Sentra Publikasi Indonesia

Alamat Redaksi:

Jl. AH. Nasution No. 105 Gg. Swadaya No. 35 Bandung

Email: sentrapublikasiindonesia@gmail.com

Website: <https://sentrapublikasi.id/>

Cetakan Pertama, Januari 2023

Hak Cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ke dalam bentuk apapun, secara elektronik maupun mekanis, termasuk fotokopi, merekan, atau dengan teknik perekaman lainnya, tanpa izin tertulis dari Penerbit. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puja dan Puji serta syukur sudah sepatutnya dipanjatkan kepada kehadiran Allah Swt., karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan buku ini. Salawat serta salam juga senantiasa kita limpahkan kepada Nabi Muhammad Saw.

Buku ini ditulis berdasarkan hasil studi dan penelitian lapangan. Hasil studi yang dilakukan terkait penerimaan pelaku UMKM terhadap kebijakan sertifikasi halal ini menghasilkan beberapa kesimpulan. *Pertama*, hasil wawancara dan suvey yang dilakukan menunjukkan bahwa para pelaku usaha secara umum bisa menerima kebijakan sertifikasi halal yang ditetapkan oleh pemerintah. Kebijakan sertifikasi halal dianggap sebagai kebijakan yang positif dan dibutuhkan untuk membangun kesadaran halal serta ekosistem halal dalam dunia usaha. Meski demikian terdapat beberapa catatan dan kritikan terkait pengetahuan dan informasi halal yang masih rendah di kalangan pelaku usaha, persepsi tentang halal yang belum sepenuhnya sesuai ketentuan dalam ajaran Islam, keraguan terkait efisiensi, efektivitas, manfaat, dan ekuitas kebijakan sertifikasi halal, serta kepuasan dan kesanggupan para pelaku usaha dalam menjalankan kebijakan sertifikasi halal tersebut.

Kedua, berdasarkan karakteristiknya, responden studi dengan tingkat usia, pendidikan, latar belakang keagamaan, dan bidang usaha yang beragam, masih memiliki keraguan terkait beberapa item yang diajukan kepada mereka sebagai indikator penerimaan kebijakan sertifikasi halal. Beberapa item dengan respon keraguan yang besar adalah item-item dari indikator *perilaku keagamaan, pengetahuan dan informasi halal, tujaun personal dan kolektif, efisiensi, efektivitas, manfaat, penggunaan, kepuasan, ekuitas, dan kesanggupan. Ketiga*, pertimbangan pelaku usaha yang menjadi responden penelitian dalam penerimaan kebijakan sertifikasi halal tidak semata didasarkan pada pertimbangan teologis-keagamaan, tapi juga pada pertimbangan pragmatis usaha yang dijalankan. Dalam hal ini, berdasarkan uji CFA yang dilakukan, pengujian atas penerimaan kebijakan sertifikasi halal yang diukur dengan 14 indikator, sudah memenuhi kriteria kelayakan model studi yang baik, di mana indikator kesadaran halal dan anggapan efektivitas kebijakan, merupakan indikator dengan *loading factor* terbesar dalam model tersebut. Hasil pengujian

juga menunjukkan bahwa indikator-indikator sistem (efisiensi, efektivitas, manfaat, penggunaan, kepuasan, ekuitas, dan kesanggupan) lebih memberikan kontribusi pada pertimbangan pelaku usaha untuk menerima kebijakan sertifikasi halal tersebut.

Hasil studi ini dapat menjadi gambaran bagaimana penerimaan kebijakan sertifikasi halal berdasarkan respon para pelaku usaha. Secara umum, studi ini memiliki implikasi berikut: *Pertama*, penerapan kebijakan sertifikasi halal oleh pemerintah harus mempertimbangkan berbagai indikator penerimaan kebijakan tersebut, khususnya dari para pelaku usaha yang menjadi subjek pelaksana kebijakan, seperti pengetahuan tentang halal dan informasi kebijakan, kesadaran halal di kalangan pelaku usaha, persepsi pelaku usaha tentang halal, efisiensi, efektivitas, hingga kesanggupan pelaku usaha dalam menjalankannya. *Kedua*, penerapan kebijakan sertifikasi halal juga harus mempertimbangkan karakteristik pelaku usaha yang tidak homogen, baik yang dipengaruhi oleh usia, pendidikan, latar belakang keagamaan, maupun bidang usaha yang dijalankan. *Ketiga*, kebijakan sertifikasi harus memberikan perhatian pada dua indikator penting, yakni *kesadaran halal* dan *efektivitas* pelaksanaan kebijakan itu sendiri, yang diperkuat juga dengan indikator-indikator lainnya.

Studi ini memiliki sejumlah keterbatasan tertentu, di antaranya: *Pertama*, Topik dan variabel yang diteliti terfokus pada dimensi-dimensi penerimaan kebijakan sertifikasi halal. Variabel ini akan lebih komprehensif jika disandingkan dengan variabel lain, baik dalam studi korelasional ataupun implikatif; *Kedua*, model pengukuran yang digunakan dimodifikasi dari model penerimaan kebijakan yang berfokus pada aspek normatif dan sistemik dari kebijakan tanpa melibatkan pertimbangan nilai-nilai teologis spesifik dari kebijakan sertifikasi halal. Oleh karena itu, diperlukan model yang lebih sesuai untuk pengukuran penerimaan kebijakan sertifikasi halal tersebut. Berdasarkan pada keterbatasan tersebut, maka peneliti selanjutnya diharapkan bisa mengembangkan riset terkait kebijakan sertifikasi halal ini dalam kerangka keterhubungan antar variabel yang lebih kompleks, ataupun berfokus pada perumusan model penerimaan kebijakan keagamaan yang memasukkan indikator-indikator teologis tertentu dalam pengukurannya.

Penelitian ini dibiayai oleh UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam kegiatan Litapdimas yang diselenggarakan oleh Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Tahun 2022. Topik penelitian ini semula berjudul Respon Pengusaha Terhadap Sertifikasi Halal Di Kota Bandung. Namun atas saran

penelaah dan untuk kepentingan penerbitan diubah menjadi Respon Pelaku Usaha dalam Penerimaan Kebijakan Sertifikasi Halal.

Ucapan terimakasih yang tak terhingga penulisan sampaikan kepada berbagai pihak yang telah memotivasi dalam pelaksanaan penelitian. Juga penulis ucapkan terimakasih untuk segenap handai taulan yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Akhirnya, hanya kepada Allah Swt. penulis serahkan segala kebaikan semua pihak yang telah membantu hingga terbitnya buku ini semoga menjadi amal jariyah berupa pahala di sisi Allah Swt. Tidak ada gading yang tak retak, penulis mengakui masih banyak kekurangan dan keterbatasan buku ini sehingga kiranya pembaca dapat memberikan masukan untuk perbaikan di masa depan.

Bandung, Januari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
PENDAHULUAN	1
1. Kebutuhan Sistem Halal di Masyarakat	1
2. Tantangan dalam Pengembangan Sistem Halal di Masyarakat	4
KEBIJAKAN SERTIFIKASI HALAL DI INDONESIA	9
1. Konstruksi Kebijakan Sertifikasi Halal di Indonesia	9
2. Pengembangan Kebijakan dan Penerimaan Masyarakat	16
3. Metodologi Studi Penerimaan Kebijakan Sertifikasi Halal	25
IMPLEMENTASI KEBIJAKAN SERTIFIKASI HALAL DAN PENERIMAAN PELAKU UMKM.....	29
1. Hasil Uji Penerimaan Pelaku UMKM Terhadap Sertifikasi Halal	29
2. Respon Pelaku UMKM Terhadap Kebijakan Sertifikasi Halal	43
3. Pertimbangan dalam Penerimaan Kebijakan Sertifikasi Halal	48
PENUTUP.....	52
DAFTAR PUSTAKA	54

PENDAHULUAN

1. Kebutuhan Sistem Halal di Masyarakat

Ajaran Islam yang dipraktikkan secara luas di masyarakat Indonesia menghadirkan berbagai tuntutan kepada pemerintah untuk membuat kebijakan tertentu yang sesuai dengan ajaran Islam tersebut. Meski Indonesia bukanlah negara Islam, dan di masyarakatnya sendiri terdapat heterogenitas keyakinan keagamaan, namun kondisi inilah yang justru mendorong tumbuhnya keinginan untuk melestarikan dan menjaga nilai-nilai tertentu di masyarakat yang mayoritas memeluk agama Islam dalam bentuk kebijakan yang berlaku khusus bagi umat muslim di Indonesia. Karena itu, pemerintah yang bekerjasama dengan lembaga-lembaga keagamaan tertentu, seperti MUI (Majelis Ulama Indonesia), kemudian merumuskan beberapa bentuk kebijakan khusus, yang diharapkan bisa memenuhi keinginan dan tuntutan masyarakat tersebut, seperti kebijakan tentang penyaluran zakat, infaq, wakaf, penentuan awal puasa dan hari raya, hingga kebijakan sertifikasi halal (Afronyati, 2017).

Berbagai kebijakan yang bersinggungan dengan ajaran Islam, khususnya kebijakan sertifikasi halal, pada dasarnya adalah upaya untuk menerapkan atau mengimplementasikan ajaran Islam dalam kehidupan bersama, di tengah mayoritas masyarakat yang beragama Islam. Namun demikian, hal ini bukan berarti memaksa pemeluk agama yang lainnya untuk ikut dalam kebijakan tersebut, terkecuali jika ada persinggungan dan tujuan yang sama di dalamnya. Dalam hal ini, sertifikasi halal merupakan kebijakan penting untuk membangun sistem halal di masyarakat yang sebenarnya tidak saja berisikan tentang larangan untuk membuat produk dari unsur-unsur yang diharamkan dalam Islam, tapi lebih dari itu, sistem halal ini adalah suatu sistem yang berusaha memastikan nilai-nilai kebaikan hadir dalam kehidupan.

Masalah halal dan haram bagi umat Islam memang menjadi tema yang krusial. Dalam ungkapan sederhana, orang bisa saja tidak melakukan ritual ibadah tertentu, namun ia akan tetap berusaha untuk mengonsumsi hal-hal yang terlarang dalam ajaran Islam. Kepatuhan terhadap halal dan haram ini oleh umat Islam dianggap sebagai dasar belajar Islam untuk penerapan iman yang benar. Seorang muslim, baik yang baru belajar ataupun sudah teguh dalam agamanya, selalu berusaha untuk menghindari hal-hal yang mengandung ketidakpastian (*syubhat*), guna memastikan kedudukan hal tersebut menurut hukum Islam. Tujuan dari kehati-hatian dalam bekerja, konsumsi dan penggunaan barang

adalah untuk memastikan bahwa tindakan dan cara hidup seseorang sudah sesuai dengan perintah Allah dan Nabi-Nya (Departemen Agama, 2003).

Pandangan yang berbeda mungkin saja muncul pada masyarakat umum, terutama mereka yang tidak memeluk ajaran Islam ataupun mereka yang tidak paham dengan ajaran Islam. Persoalan halal dan haram ini seringkali hanya dipahami secara sederhana tentang makanan atau minuman yang diperbolehkan atau dilarang dalam Islam. Padahal ajaran Islam tentang halal mencakup makna yang lebih luas, yang meliputi perilaku, perbuatan, ucapan, sikap, pakaian, kosmetik, obat-obatan, dan sebagainya. Para Fuqaha berpendapat bahwa halal dan haram adalah apa yang telah dikatakan oleh Allah dan Rasul-Nya, yang berarti berkaitan dengan berbagai urusan hidup secara luas. Kepatuhan dalam menjalankan larangan dan perintah Allah dan Nabi, atau ajaran tentang halal dan haram, pada akhirnya adalah penanda kepatuhan dan keberserahan diri yang mutlak dari seorang hamba. Oleh karena itu, seorang muslim tidak akan bertanya mengapa Allah Swt melarang umat Islam untuk mengonsumsi babi misalnya, sebab hal itu termasuk dalam syariat yang hanya harus dipatuhi, bukan untuk dikritisi.

Pertimbangan syariat dan kepatuhan terhadap ajaran inilah yang membuat kebijakan sertifikasi halal menjadi kebijakan penting yang harus dijalankan oleh pemerintah, untuk bisa memberikan jaminan keamanan dan kenyamanan kepada umat Islam dalam mengonsumsi suatu produk atau layanan, serta terlibat dalam berbagai aktivitas dan pekerjaan tertentu dalam kehidupan bersama. Sebab dunia bisnis hari ini sudah dipenuhi dengan berbagai persaingan bisnis yang cenderung tidak sehat. Dalam kondisi itu, beberapa pihak bisa saja melegalkan tindakan tertentu, seperti mencampur unsur haram tertentu dalam produk yang dijualnya, melakukan tindakan manipulasi, atau memberikan layanan yang justru melanggar prinsip dan ajaran Islam.

Pertimbangan lainnya adalah Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk beragama Islam terbesar di dunia. Dalam laporan The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC) atau MABDA pada tahun 2022, diperkirakan ada sekitar 231,06 juta jiwa dari penduduk Indonesia yang menganut agama Islam. Jumlah tersebut setara dengan 86,7% dari total penduduk Indonesia secara keseluruhan. Data yang sedikit berbeda dikeluarkan oleh Kementerian Dalam Negeri pada tahun 2022, yang menyebutkan bahwa sampai dengan bulan Desember 2021, jumlah penduduk muslim di Indonesia adalah sebanyak 237,53 juta jiwa, atau setara dengan 86,9% dari populasi penduduk Indonesia yang mencapai 273,32 juta jiwa. Mayoritas penduduk yang beragama Islam ini tersebar di berbagai provinsi di Indonesia, di mana Jawa Barat menjadi provinsi

dengan jumlah penduduk muslim terbanyak, yakni sebesar 42,59 juta jiwa (Faridah, 2019).

Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk terbesar ke-4 di dunia, dengan mayoritas penduduk yang menganut ajaran Islam pada akhirnya jelas membutuhkan campur tangan negara dalam beberapa hal tertentu untuk memberikan jaminan keamanan, kenyamanan, perlindungan, dan ketenangan hidup bagi umat Islam, terutama dalam hal-hal yang berkaitan dengan penerapan ajaran halal dan haram tersebut. Oleh karena itu, penerapan kebijakan sertifikasi halal ini menjadi upaya yang tidak saja penting, tapi juga dibutuhkan oleh mayoritas umat Islam di Indonesia, agar mereka bisa mengonsumsi produk dan layanan yang terjamin kehalalannya, sekaligus bisa menjalani aktivitas kehidupan tanpa harus terjebak dalam praktik-praktik yang melanggar prinsip dan ajaran agama, seperti terlibat dalam praktik perjudian, kejahatan-kejahatan korporasi, penyelewengan hak, korupsi, dan lain sebagainya.

Pertimbangan lainnya adalah bahwa kondisi Indonesia sebagai negara yang menyumbang jumlah penganut agama Islam (muslim) sebesar 13,1% di seluruh dunia, memiliki potensi yang besar pula untuk pembangunan dan pengembangan pasar halal bagi para pelaku usaha. Jumlah konsumen potensial yang besar, yang ditambah juga dengan tingkat kesadaran kebutuhan dan keterlekatan dengan ajaran agama yang tinggi, membuat Indonesia memiliki modal potensial untuk membangun pasar halalnya sendiri. Kondisi ini juga bisa dilihat dari adanya peningkatan permintaan produk halal, mulai dari makanan, minuman, obat-obatan, kosmetika, hingga fashion, dari tahun ke tahun. Produk halal ini bahkan tidak saja menjadi pilihan bagi umat Islam, tapi juga konsumen lain yang menyadari tentang nilai-nilai kebaikan dan kesehatan dalam ajaran halal tersebut.

Memiliki pasar halal, jelas memberikan keuntungan yang besar, tidak saja bagi para pelaku usaha yang terjun secara langsung dalam bisnis halal, tapi juga bagi negara Indonesia itu sendiri. Pasar halal yang potensial ini dapat memberikan pemasukan yang signifikan pada penerimaan negara dari sektor barang dan jasa. Karena itu, kebijakan sertifikasi halal tidak saja memiliki nilai religius, tapi juga nilai ekonomis untuk jangka panjang. Pasar halal potensial ini tidak terlepas dari peningkatan gaya hidup halal (*halal lifestyle*) yang semakin marak di masyarakat, tidak hanya di Indonesia, tapi juga di berbagai negara lain di dunia.

Faktor lain yang juga dapat menjadi pertimbangan untuk penerapan kebijakan sertifikasi halal ini tentu saja kondisi sosio-kultural masyarakat Indonesia yang

kental dengan nilai-nilai Islam, serta ketersediaan aset-aset sumber daya manusia dan lembaga-lembaga keilmuan Islam yang dapat mendorong pada percepatan keterlaksanaan program atau kebijakan sertifikasi halal di masyarakat. Terdapat banyak sarjana Islam keluaran Perguruan Tinggi Islam yang bisa dilibatkan sebagai auditor, penjamin, pengawas, pembina, penyelia, ataupun pengajar tentang halal yang bisa diberdayakan untuk membangun sistem halal yang komprehensif ataupun pada pelaksanaan kebijakan sertifikasi halal itu sendiri.

2. Tantangan dalam Pengembangan Sistem Halal di Masyarakat

Dalam hal kebijakan sertifikasi halal, tujuan utama yang ingin dicapai dari kebijakan tersebut adalah memberikan rasa aman kepada masyarakat yang beragama Islam dalam mengonsumsi berbagai produk, sekaligus membangun kesadaran halal di kalangan pelaku usaha yang menyediakan dan menjual beragam produk di masyarakat (Efendi, 2020; Faridah, 2019; Noordin et al., 2014). Sertifikasi halal yang kemudian dimunculkan dalam bentuk label halal pada kemasan produk tertentu, dapat membantu masyarakat untuk memilih produk yang bahan dan proses pembuatannya tidak mengandung unsur-unsur yang haram atau terlarang dalam agama. Sertifikasi halal ini juga diharapkan dapat membantu masyarakat muslim untuk lebih sadar dengan kualitas dari produk yang mereka konsumsi (Cahya et al., 2020; Fitiria et al., 2019; Nofianti & Rofiqoh, 2019; Talib et al., 2015).

Meski niatan dan tujuan awal dari sertifikasi halal ini cukup sederhana, namun dalam praktiknya, sertifikasi halal ini juga memunculkan berbagai persoalan terkait implementasinya, khususnya yang berkaitan dengan penerimaan pelaku usaha di tingkat UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Beberapa riset yang ada terkait implementasi kebijakan sertifikasi halal ini menunjukkan bahwa para pelaku UMKM pada umumnya masih menganggap kebijakan sertifikasi halal cukup berat untuk dilaksanakan, baik karena alasan biaya, kurangnya sosialisasi dan pengetahuan tentang halal, ataupun alasan-alasan lainnya (Puspaningtyas, 2021; Qadariyah et al., 2021; Susanti, 2021; Wafaretta et al., 2020). Secara lebih rinci, beberapa keluhan yang muncul terkait sertifikasi halal ini misalnya adalah proses cek dan kontrol yang lama, biaya pengurusan yang tidak dapat dipastikan untuk kasus-kasus usaha tertentu, validasi bahan mentah produk yang bisa dijalankan dari hulu ke hilir, hingga signifikansi dari kewajiban sertifikasi halal ini dalam meningkatkan penjualan produk serta membangun kesadaran halal di kalangan pengusaha ataupun masyarakat itu sendiri (Ambali & Bakar, 2014; Putri et al., 2021). Beberapa kritikan juga muncul terkait sertifikasi halal,

terutama yang berkaitan dengan proses verifikasinya yang tidak benar-benar menjamin bahwa suatu produk memang memenuhi kriteria halal yang ketat dari hulu ke hilir (Akim et al., 2019; Wirdyaningsih et al., 2020).

Kebijakan sertifikasi halal memang menunjukkan adanya pengaruh dari sertifikasi dan label halal terhadap tingkat penjualan produk, kesadaran halal di masyarakat, ataupun pada putusan pembelian produk oleh konsumen (Asa, 2017; Cahya et al., 2020; Nofianti & Rofiqoh, 2019). Akan tetapi, kondisi tersebut tidak lantas membuat para pelaku UMKM bisa menerima dan mematuhi kebijakan sertifikasi halal ini dengan positif. Dengan kata lain, kebijakan sertifikasi halal tidak begitu saja diterima dengan baik oleh para pelaku usaha, khususnya pada tingkat UMKM berdasarkan pertimbangan teologis ataupun kesadaran etis tertentu, karena kebijakan ini justru dianggap lebih berkaitan dengan komodifikasi agama untuk kepentingan ekonomi dan profit, bukan semata kepentingan ideologis-keagamaan (Kaur & Mutty, 2016; Mohamed et al., 2013; Purnama & Safira, 2017).

Anggapan yang berkembang bahwa sertifikasi halal merupakan praktik komodifikasi agama, sebenarnya tidak terlepas dari fakta potensialitas konsumen muslim itu sendiri. Dalam laporan Reuters tentang *State of the Global Islamic Economy Report* tahun 2018/2019 misalnya, masyarakat muslim Indonesia mengeluarkan lebih dari 218 milyar dolar untuk berbelanja di berbagai sektor, mulai dari pariwisata, makanan, keuangan, obat-obatan, kosmetik, dan fashion. Sebanyak 170 milyar dolar di antaranya dihabiskan untuk sektor makanan halal. Fakta ini membuat Indonesia menjadi pasar halal paling potensial di dunia (Salaam et al., 2019). Potensi pasar yang sangat besar ini membuat kebijakan sertifikasi halal bukan semata persoalan bagaimana pelaku usaha bisa mengolah produk dari bahan-bahan yang sesuai dengan ketentuan Islam, atau bagaimana memberikan rasa aman dan kepastian pada konsumen bahwa produk yang mereka konsumsi tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang agama.

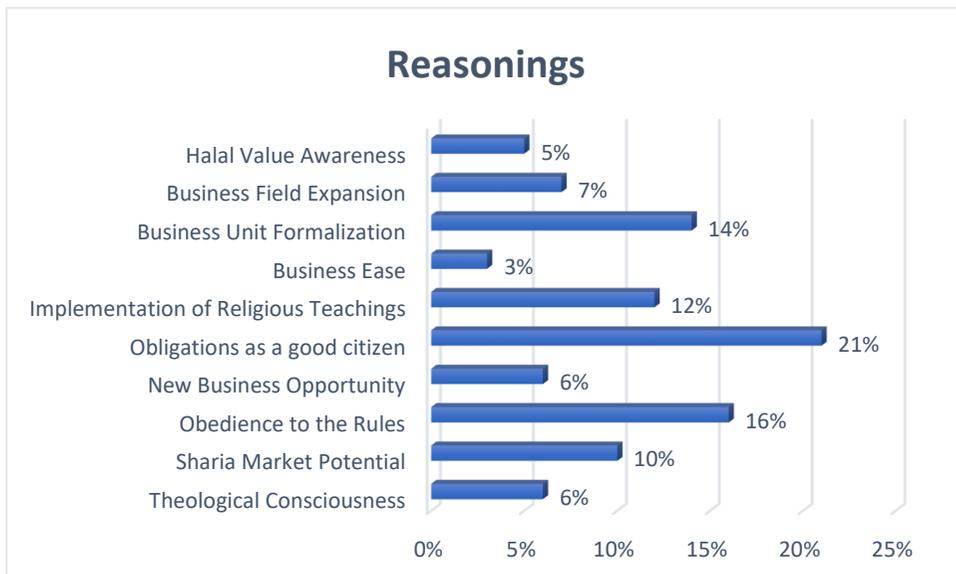
Akan tetapi, lebih dari itu, kebijakan sertifikasi halal harus berkontribusi pada pengembangan kesadaran halal di masyarakat yang berarti harus bisa diterima dan dijalankan oleh para pelaku usaha dengan positif (Abdul et al., 2008; Ambali & Bakar, 2014; Antara et al., 2016).

Kondisi ini pula yang membuat penerapan kebijakan sertifikasi halal harus mempertimbangkan bagaimana penerimaan para pelaku UMKM tersebut. Jika tujuan perumusan dan penerapan kebijakan sertifikasi halal memang berkaitan erat dengan upaya membangun kesadaran halal dan sistem halal yang mapan

pada masyarakat Indonesia, maka respon para pelaku UMKM sebagai unit pelaku usaha terbesar di masyarakat yang menjalankan kebijakan tersebut tentu saja penting untuk dikaji dan dilibatkan. Bagaimanapun, sikap para pelaku UMK dalam menerima suatu kebijakan yang berdampak pada usaha yang dijalankan, selalu melibatkan pertimbangan pragmatis tertentu. Dengan kata lain, meski ajaran tentang halal merupakan bagian penting dari penegakan nilai-nilai teologiskeagamaan dalam kehidupan, namun pertimbangan pragmatis seringkali lebih menentukan sikap para pelaku usaha dalam menerima suatu kebijakan.

Penerimaan kebijakan, secara teoritis selalu berkaitan dengan *public support* (Vlassenroot et al., 2008). Dukungan masyarakat ini dalam kelanjutannya juga berhubungan dengan kemampuan menerima kebijakan secara suka rela, komitmen, legitimasi dan partisipasi (Goldenbeld, 2002; Vlassenroot et al., 2008). Dukungan menjadi elemen penting dalam penerimaan kebijakan tersebut. Meski demikian, terdapat perbedaan nuansa mendasar antara keduanya (penerimaan dan dukungan), di mana suatu kebijakan bisa saja diterima dan dipatuhi oleh masyarakat, tapi tidak lantas kebijakan tersebut mendapatkan dukungan dari masyarakat (Goldenbeld, 2002; Vlassenroot et al., 2008). Dalam perspektif yang lain, penerimaan kebijakan ini juga bisa diletakkan dalam kerangka yang memuat dua zona tertentu, yakni penerimaan dan penolakan, di mana keduanya akan berkaitan dengan tindakan dukungan dan resistensi dari pengguna kebijakan (PytlikZillig et al., 2018). Oleh karena itu, kebijakan sertifikasi halal bisa saja diterima dan dipatuhi oleh pelaku UMKM, namun bukan berarti kebijakan tersebut didukung oleh pelaku UMKM. Sementara kebijakan yang efektif justru mensyaratkan tidak saja adanya penerimaan, tapi juga dukungan dari masyarakat atas kebijakan.

Ungkapan ini bukan tanpa alasan, studi awal yang dilakukan penulis terhadap 20 orang kalangan pelaku UMKM di kota Bandung yang dikenakan kewajiban sertifikasi halal, terkait pertimbangan utama mereka dalam mengikuti sertifikasi halal, menunjukkan keragaman jawaban sebagai berikut:



Gambar 1. *Pertimbangan Utama Pelaku UMKM Terkait Sertifikasi Halal*

Sumber: Pra-Survey Mandiri (2022)

Studi awal yang dilakukan dengan menajaki persepsi 20 orang pelaku UMKM di kota Bandung terkait pertimbangan utama mereka dalam mengikuti sertifikasi halal menunjukkan bahwa pertimbangan pragmatis lebih banyak diperhitungkan dibandingkan alasan-alasan normatif teologis (keagamaan). Para pelaku usaha ini pada umumnya lebih banyak menjalankan kewajiban sertifikasi halal sebagai bentuk pengguguran kewajiban warga negara, ketaatan terhadap aturan yang berlaku, formalisasi dan legalisasi unit bisnis dari usaha yang dijalankan, yang disusul dengan pertimbangan penegakan ajaran agama dan kesadaran tentang potensi pasar syariah di masyarakat Indonesia. Kondisi ini, meski belum bisa mewakili bagaimana penerimaan para pelaku UMKM secara keseluruhan, namun hasil tersebut bisa menjadi gambaran awal bagaimana penerimaan dan pertimbangan para pelaku UMKM dalam menjalankan kebijakan sertifikasi halal yang diprogramkan oleh pemerintah.

Penerimaan dan dukungan terhadap kebijakan sertifikasi halal oleh para pelaku UMKM, dengan demikian menjadi syarat utama untuk implementasi kebijakan yang efektif. Akan tetapi, mengingat penerimaan kebijakan sertifikasi halal ini tidak lantas berjalan seiring dengan hadirnya dukungan dari pelaku UMKM terhadap kebijakan sertifikasi halal, maka pemerintah perlu melakukan pendekatan tertentu yang lebih mampu memunculkan dukungan pelaku UMKM tersebut. Berdasarkan hal itu, studi tentang berbagai dimensi dari penerimaan

kebijakan guna mendapatkan dukungan yang diperlukan untuk implementasi kebijakan sertifikasi halal yang efektif sangat diperlukan.

Studi ini pada dasarnya adalah upaya untuk mengkaji bagaimana penerimaan kalangan pelaku UMKM terkait penerapan kebijakan sertifikasi halal. Hal ini diperlukan sebagai pertimbangan yang bisa menguatkan upaya pemerintah untuk membangun sistem halal dan kesadaran halal di masyarakat, terutama untuk mendapatkan dukungan pengguna kebijakan dengan memahami penerimaan pelaku UMKM yang menjalankan kebijakan sertifikasi halal tersebut. Studi ini menggunakan metode bauran (*mix method*) dengan model *sequential exploratory* untuk mendapatkan gambaran yang lebih utuh terkait respon dan penerimaan pelaku UMKM atas kebijakan sertifikasi halal tersebut.

Secara lebih rinci, penulis berupaya memahami keterkaitan karakteristik pelaku usaha dan bisnis yang dijalankan dengan respon yang diberikan terkait kebijakan sertifikasi halal. Tujuan dari studi ini adalah: *Pertama*, untuk mengetahui pandangan para pelaku UMKM terhadap kebijakan sertifikasi halal; *Kedua*, menganalisis karakteristik pelaku UMKM dan respon yang diberikan terkait kebijakan sertifikasi halal; dan *Ketiga*, memahami pertimbangan utama para pelaku usaha dalam menjalankan kebijakan sertifikasi halal berdasarkan dimensi-dimensi penerimaan kebijakan dalam model penerimaan kebijakan Vlassenroot et al. (2008). Untuk keperluan tersebut, maka paper ini disusun dengan paparan tentang teoritis terkait variabel yang diteliti, deskripsi metode yang digunakan, deskripsi temuan dan hasil olah data, serta pembahasan dan interpretasi lanjut atas temuan dan hasil studi.

KEBIJAKAN SERTIFIKASI HALAL DI INDONESIA

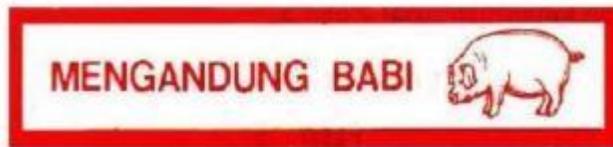
1. Konstruksi Kebijakan Sertifikasi Halal di Indonesia

Kebijakan sertifikasi halal di Indonesia pada dasarnya memiliki sejarah dan dialektika rumusan yang panjang. Hal ini bermula dari upaya pemberian label halal pada berbagai produk pangan di Indonesia oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, jauh sebelum adanya sertifikasi halal yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tahun 1989. Keputusan pemerintah saat itu adalah bahwa sejak tanggal 10 November 1976 semua makanan dan minuman yang mengandung babi maupun unsur turunannya harus memberikan identitas bahwa makanan tersebut mengandung babi (Faridah, 2019).

Hal ini diatur dalam Surat Keputusan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 280/Men.Kes/Per/XI/76 mengenai *Ketentuan*

Peredaran dan Penandaan pada Makanan yang Mengandung Bahan

Berasal dari Babi. Keputusan ini berlaku wajib, pada para pelaku usaha, di mana produsen makanan yang menggunakan babi maupun turunannya harus mencantumkan tanda peringatan pada wadah atau bungkus baik dicetak maupun direkatkan pada kemasan tentang adanya unsur babi sebagai unsur terlarang dalam ajaran Islam tersebut. Tanda peringatan harus memuat dua unsur, yaitu adanya gambar babi serta tulisan besar "MENGANDUNG BABI" yang diberi warna merah dan berada di dalam kotak persegi merah seperti bisa dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Tanda Peringatan Produk Mengandung Babi atau Unsur Turunannya

(Sumber: Faridah, 2019)

Keputusan pemerintah pada saat itu untuk memberikan label haram (mengandung babi) pada produk pangan dan sejenisnya, dianggap sebagai keputusan penting yang bisa menjadi peringatan bagi masyarakat muslim untuk tidak mengonsumsinya. Pemilihan label haram ini oleh pemerintah dinilai lebih

efektif daripada pemberian label halal. Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa sebagian besar produk yang beredar di pasar dan di masyarakat memang lebih banyak yang halal, dan hanya sebagian kecil produk yang mengandung unsur babi dan atau turunannya. Oleh karena itu, pemerintah hanya perlu memberikan label haram kepada sedikit produk yang jelas-jelas mengandung babi atau unsur turunannya (Hilda, 2013).

Pemberlakuan kebijakan label haram ini dijalankan untuk memberikan ketenangan kepada masyarakat agar tidak salah konsumsi produk yang mengandung unsur haram. Dalam upaya percepatan implementasi kebijakan dan efektivitasnya, maka Menteri Kesehatan bekerjasama dengan Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Seluruh Indonesia (GAPMMI), kemudian membagikan label tersebut kepada berbagai perusahaan atau pelaku usaha yang membutuhkan. Tepat satu dasawarsa kemudian, yakni pada tanggal 12 Agustus 1985 terjadi pergantian label haram, yang semula menempelkan label "MENGANDUNG BABI" akhirnya diganti dengan label yang bertuliskan "HALAL". Hal ini didasarkan pada Surat Keputusan Bersama Menteri Kesehatan dan Menteri Agama No.42/Men.Kes/SKB/VIII/1985 dan No. 68 Tahun 1985 tentang Pencantuman Tulisan Halal pada Label Makanan. Label boleh dicantumkan setelah produsen melaporkan komposisi bahan dan cara pengolahan produk kepada Departemen Kesehatan (Depkes). Pengawasan dilakukan bersama oleh Departemen Kesehatan dan Departemen Agama melalui Tim Penilaian Pendaftaran Makanan Direktorat Jenderal Pengawasan Obat dan Makanan Depkes.

Penggantian label haram (mengandung babi) menjadi label halal sebagai suatu penanda bahwa produk bisa dikonsumsi dengan aman oleh masyarakat yang beragama Islam, pada dasarnya menunjukkan adanya perubahan kesadaran dan wacana di masyarakat terkait keberadaan produk-produk halal itu sendiri. Perkembangan pasar dan kehadiran berbagai produk di tengah heterogenitas keyakinan dan kepentingan ekonomi, membuat produk-produk yang mengandung unsur haram juga semakin banyak dijual di pasar. Oleh karena itu, penggantian label haram menjadi label halal ini diperlukan untuk memberikan tanda yang jelas tentang produk yang benar-benar halal di tengah ketidakjelasan produk di pasar.

Hal ini bukan tanpa alasan, karena pada tahun 1988 misalnya, masyarakat sempat dihebohkan dengan adanya kabar mengenai makanan mengandung babi yang banyak beredar di pasar. Seorang Peneliti dari Universitas Brawijaya (UB) melaporkan bahwa beberapa produk makanan dan minuman populer yang beredar di masyarakat, justru terindikasi mengandung bahan babi. Penelitian

dilakukan dengan mengamati produk yang diperjualbelikan di pasar, swalayan, maupun toko kelontong. Sejumlah 34 jenis produk terindikasi mengandung *shortening*, *lard*, maupun gelatin. *Shortening* disebut juga margarin putih yang merupakan lemak padat plastis yang bisa berasal dari lemak babi dan biasanya digunakan dalam pembuatan kue (Aminullah et al., 2018). *Lard* adalah lemak atau minyak turunan babi. Sedangkan gelatin merupakan protein hewani hasil ekstraksi dari bagian tubuh babi (Hilda, 2013).

Laporan ini dimuat dalam Buletin Canopy yang diterbitkan Senat Mahasiswa Fakultas Peternakan UB dan sempat membuat kepanikan di masyarakat. Beredarnya isu tersebut menjadikan masyarakat khawatir dan sangat selektif dalam memilih produk. Daya beli konsumen menurun pada beberapa jenis produk makanan sehingga berimbas pada omset perusahaan yang menurun. Peristiwa ini juga berdampak pada beberapa perusahaan makanan dan minuman seperti PT. Food Specialties Indonesia, PT Tri Fabig, dan Biskuit Siong Hoe yang harus mengalami penurunan penjualan produknya karena masyarakat khawatir produk-produk yang mereka konsumsi mengandung unsur babi atau turunannya.

Kondisi pasar yang tidak jelas, khususnya berkaitan dengan keamanan produk dari unsur-unsur yang diharamkan oleh agama, tentu membawa dampak yang negatif terhadap para pelaku usaha itu sendiri. Hal ini pada gilirannya juga berdampak pada tingkat perputaran uang di masyarakat dan ekonomi nasional. Oleh karena itu, pemerintah kemudian berusaha mengambil langkah strategis untuk meredam isu dan persoalan yang menghadirkan kepanikan di masyarakat tersebut. Salah satu upaya penting yang dilakukan oleh pemerintah dalam upaya meredam kepanikan masyarakat terkait produk yang mengandung unsur babi, adalah dengan membentuk tim yang terdiri dari perwakilan Departemen Agama dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk mengecek produk-produk yang beredar di pasar.

Tim ini berusaha bekerja secara cepat untuk memulihkan kepercayaan masyarakat terkait produk-produk yang beredar di pasar. Beberapa perusahaan juga mengundang tim ini dan menunjukkan proses produksinya, lalu secara demonstratif meminta agar tim tersebut mengonsumsi produk yang ada sebagai upaya meyakinkan masyarakat secara luas tentang kehalalalan produk. Beberapa perusahaan yang lain juga membuat sejumlah iklan yang menyatakan bahwa produk yang mereka jual adalah produk yang aman dan halal atau tidak mengandung unsur babi dan unsur-unsur terlarang lainnya. Bagaimanapun, sebagian besar konsumen produk yang ada adalah umat Islam yang menjadi agama mayoritas penduduk Indonesia.

Isu yang beredar di masyarakat terkait produk yang mengandung unsur babi ini memang menjadi isu krusial yang berdampak besar terhadap stabilitas ekonomi nasional. Hal ini menunjukkan bahwa persoalan halal dan haram menjadi perhatian besar di masyarakat, terutama karena konsumsi yang haram dianggap sebagai pelanggaran akidah yang berat. Oleh karena itu, untuk menghadapi kondisi ini, MUI (Majelis Ulama Indonesia) kemudian mengadakan pertemuan khusus yang membahas terkait kondisi dan keperluan jaminan halal agar masyarakat bisa mendapatkan kepastian terkait keamanan dan kehalalan produk yang mereka konsumsi (Chairunnisyah, 2017).

Kondisi tersebut juga pada gilirannya membawa suatu kesadaran baru tentang pentingnya sertifikasi halal pada berbagai jenis produk yang dijual di pasar ataupun untuk konteks ekonomi yang lebih luas. Bagaimanapun, Indonesia adalah negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam. Masyarakat membutuhkan jaminan dan kepastian bahwa produk yang mereka konsumsi memang halal atau tidak mengandung unsur yang diharamkan dalam agama (Islam). Keberadaan produk-produk halal, seperti makanan dan minuman, merupakan kebutuhan primer bagi masyarakat yang beragama Islam, sehingga pemerintah harus bisa turun tangan terlibat dalam perumusan kebijakan yang bisa mewadahi kebutuhan masyarakat tersebut.

MUI sebagai organisasi keislaman penting yang bersifat independen pada saat itu, akhirnya melakukan musyawarah dan pendekatan dengan pemerintah untuk menyelesaikan persoalan yang ada (Faidah, 2017; Faridah, 2019). Hasilnya adalah pembentukan Lembaga Pengkajian Pangan, Obatobatan, dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) pada tahun 1988 yang bertujuan untuk menyediakan layanan jaminan halal pada suatu produk yang bisa meyakinkan masyarakat terkait kehalalan produk tersebut. Lembaga LPPOM MUI ini berdiri pada tanggal 6 Januari 1989 berdasarkan Surat Keputusan MUI Nomor Kep./18/MUI/I/1989, yang memiliki tugas utama untuk mengadakan pemeriksaan terhadap produk yang beredar dan melakukan sertifikasi halal pada berbagai jenis produk yang beredar di pasar. Meski demikian, dalam implementasinya secara luas, MUI baru bisa mengeluarkan sertifikat halal pada tahun 1994, lima tahun setelah terbentuknya LPPOM MUI tersebut. Sertifikat ini dikeluarkan berdasarkan hasil pemeriksaan yang telah dilakukan LPPOM MUI atas kehalalan suatu produk.

Dalam perkembangan selanjutnya, terdapat sinkronisasi kebijakan antara Departemen Agama, Departemen Kesehatan, dan MUI yang diawali dengan penandatanganan Piagam Kerjasama pada tanggal 21 Juni 1996 Tentang pencantuman logo halal pada makanan. Departemen Kesehatan mengeluarkan

Surat Keputusan Nomor 924/Menkes/SK/VIII/1996 sebagai perubahan atas Surat Keputusan Menkes Nomor 82/Menkes/SK/I/1996 terkait hal tersebut. Kebijakan ini lalu diterapkan dengan pemberian label halal pada produk oleh lembaga yang berwenang, yakni LPPOM MUI. Pada awalnya, label halal diberikan berdasarkan keterangan sepihak dari perusahaan terkait komposisi bahan yang digunakan. Ketika perusahaan melaporkan bahwa produknya tidak mengandung bahan non-halal maka perusahaan tersebut sudah bisa memakai label halal.

Kebijakan seperti ini dinilai tidak efektif untuk menjamin kehalalan produk, sebab pada kenyataannya masih ada ditemukan produk yang mengandung unsur yang diharamkan meskipun perusahaan menyatakan bahwa produk yang mereka jual adalah produk yang halal. Oleh karena itu, dengan dikeluarkannya SK Nomor 924/Menkes/SK/VIII/1996, maka terjadi perubahan alur pencantuman label halal pada produk. Sebelum perusahaan menuliskan label halal pada produknya, maka perusahaan harus mendapatkan persetujuan Direktorat Jenderal Pengawasan Obat dan Makanan (Dirjen POM) berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh Komisi Fatwa MUI terlebih dahulu. Setelah dilakukan sertifikasi dan dinyatakan bahwa produk terbebas dari bahan non-halal, maka akan diterbitkan sertifikat halal oleh MUI. MUI hanya memberikan saran pencantuman logo halal resmi MUI serta menuliskan nomor sertifikat halal. Sedangkan regulasi pencantuman logo halal merupakan kewenangan dari BPOM RI dengan cara melampirkan sertifikat halal pada saat pengajuan. Berlanjut pada tahun 2000, Dirjen POM kemudian berubah menjadi Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), sehingga labelisasi halal juga beralih menjadi tanggungjawab BPOM (Wijayanto & Guntur, 2001).

Adapun logo halal yang dikeluarkan oleh MUI pada saat itu dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Logo Halal Majelis Ulama Indonesia

Berlanjut pada tahun 1999, pemerintah Indonesia juga mengeluarkan Peraturan Pemerintah RI Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, yang menerangkan tentang pemasangan Label Halal pada kemasan yang harus melalui pemeriksaan terlebih dahulu oleh lembaga pemeriksa yang terakreditasi. Dalam hal ini perusahaan-perusahaan yang ingin melakukan pemeriksaan terhadap produk-produknya tersebut juga harus mengikuti pedoman dan tata cara yang ditetapkan oleh Menteri Agama (Afronyati, 2014). Label pangan merupakan keterangan yang berisi mengenai pangan dan bisa berupa gambar, tulisan, atau kombinasi keduanya yang ditempelkan maupun dimasukkan pada kemasan (Maulidia, 2013). Dalam rangka menindaklanjuti Peraturan Pemerintah tersebut, maka Menteri Agama kemudian mengeluarkan Surat Keputusan Menteri Agama (KMA) No. 518 Tahun 2001 dan Keputusan Menteri Agama No. 519 Tahun 2001 (Kementerian Agama, 2001b, 2001a), yang menerangkan bahwa Menteri Agama menunjuk MUI sebagai lembaga sertifikasi halal yang sah, yang bertugas untuk melakukan pemeriksaan, pemrosesan, dan penetapan Sertifikasi Halal. Sedangkan mengenai pemasangan logo halal pada kemasan, maka hal itu dilakukan oleh BPOM yang bekerjasama dengan MUI.

Keputusan ini merupakan keputusan penting yang menjadi tonggak untuk proses sertifikasi halal di Indonesia. Bagaimanapun, Indonesia adalah pasar yang besar. Berbagai produk yang beredar di pasar dan masyarakat Indonesia sangat beranekaragam, baik yang berasal dari perusahaan lokal maupun produk-produk impor dari perusahaan luar negeri. Mengingat bahwa masyarakat tidak boleh dibiarkan tenggelam dalam kepanikan dan ketidakjelasan terkait produk yang akan mereka konsumsi, maka pada setiap produk tersebut perlu adanya penanda halal yang bisa mengingatkan konsumen dan memudahkan mereka dalam mengidentifikasi dan memilih produk yang benar-benar halal. Dengan kata lain, kebijakan terkait sertifikasi dan labelisasi halal pada produk ini merupakan upaya jelas dalam memberikan jaminan halal kepada masyarakat atas suatu produk (Afronyati, 2017).

Sertifikasi dan labelisasi merupakan dua hal yang berbeda, meskipun memiliki keterkaitan yang tidak dapat dipisahkan. Label halal dalam hal ini merupakan hasil akhir dari sertifikasi halal yang menunjukkan bahwa suatu produk sudah dicek, diawasi, dan menjalankan prosedur produksi yang sesuai dengan prinsip dan ajaran Islam tentang halal dan haram. Dengan demikian, sertifikasi halal adalah proses untuk mendapatkan sertifikat halal dengan melalui beberapa tahapan pemeriksaan untuk membuktikan bahwa bahan baku, proses produksi, dan sistem jaminan halal produk pada suatu perusahaan sudah sesuai dengan

standar yang ditetapkan agama dan diperkuat oleh pemerintah melalui Departemen Agama (LPPOPM-MUI, 2008). Sertifikasi dilakukan dengan melakukan serangkaian pemeriksaan yang dilakukan oleh auditor yang kompeten dibidangnya untuk kemudian ditetapkan status kehalalannya sehingga tercipta suatu fatwa tertulis yang menyatakan kehalalan produk dalam bentuk sertifikat halal (Hasan, 2014).

Pada saat itu, sertifikat halal yang didapatkan oleh perusahaan dapat berlaku selama kurun waktu empat tahun. Perusahaan kemudian bisa melakukan perpanjangan sertifikat ini melalui proses sertifikasi ulang. Perusahaan yang sudah lolos sertifikasi halal tentu saja dituntut untuk bisa memberikan jaminan halal dengan selalu menjaga konsistensi kehalalan produk. Perusahaan, secara berkala atau setiap enam bulan sekali harus melaporkan pelaksanaan Sistem Jaminan Halal (SJH) pada lembaga yang berwenang. Sementara labelisasi halal atau label halal adalah pencantuman label atau logo halal pada kemasan produk yang menandakan bahwa produk tersebut sudah terjamin dari unsur-unsur yang diharamkan. Dengan kata lain, label halal ini berfungsi untuk menunjukkan kepada konsumen bahwa produk tersebut merupakan produk berstatus halal. Lembaga yang berwenang untuk memberikan izin pencantuman label halal adalah Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Sertifikasi dan labelisasi merupakan dua hal yang saling berkaitan. Sertifikat halal yang dikeluarkan oleh MUI menjadi syarat untuk mencantumkan logo atau label halal pada produk.

2. Pengembangan Kebijakan dan Penerimaan Masyarakat

Seperti disebutkan sebelumnya, sertifikasi halal adalah proses yang dilakukan untuk mendapatkan sertifikat halal yang melibatkan berbagai tahapan pengecekan untuk memastikan bahwa bahan baku, proses produksi, dan sistem jaminan halal yang dijalankan oleh produsen atau pelaku usaha sudah memenuhi standar dan persyaratan halal yang ditetapkan (LPPOPMMUI, 2008). Proses sertifikasi didasarkan pada Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang menyatakan bahwa berbagai produk yang beredar dan dijual ke masyarakat harus terjamin kehalalannya melalui sertifikasi halal. Secara teknis, sertifikasi halal di Indonesia dijalankan oleh BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) yang berada di bawah naungan Kementerian Agama Republik Indonesia. Dalam hal ini, BPJPH bekerjasama dengan MUI (Majelis Ulama Indonesia) dan LPH (Lembaga Pemeriksa Halal) untuk menetapkan fatwa tentang jaminan halal atas suatu produk untuk dikonsumsi oleh masyarakat (Faridah, 2019).

Dalam prosesnya, sertifikasi halal menghasilkan label atau logo halal, yakni indikator yang menunjukkan bahwa suatu produk sudah memenuhi kriteria jaminan halal yang didapatkan melalui prosedur sertifikasi halal. Label halal dipasang pada suatu produk dengan bentuk dan desain yang mengacu pada standar yang ditetapkan oleh BPJPH. Label halal menyatakan bahwa produk tersebut sudah memenuhi berbagai persyaratan dan standar halal melalui proses sertifikasi halal (Akim et al., 2019; Efendi, 2020; Septiani & Ridwan, 2020). Pencantuman label halal bersifat wajib bagi pemilik usaha yang sudah mengikuti sertifikasi halal, dengan kriteria teknis yang mengacu pada Surat Keputusan Direktur LPPOM MUI SK10/Dir/LP POM MUI/XII/07 (Cahya et al., 2020; LPPOPMMUI, 2008; Nofianti & Rofiqoh, 2019).

Jaminan bahwa suatu produk memang sudah memenuhi prasyarat dan prosedur serta hasil akhir yang sesuai dengan ketentuan Islam atau memenuhi halal, merupakan jaminan penting bagi masyarakat konsumen di Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Hal ini dianggap perlu diberlakukan pada seluruh rantai usaha di Indonesia untuk memberikan keamanan, kenyamanan, keselamatan, dan ketersediaan produk halal bagi seluruh masyarakat Indonesia khususnya masyarakat yang beragama Islam (Luthan, 2014). Selain itu, belajar dari kejadian sebelumnya, proses sertifikasi dan labelisasi halal ini juga dimaksudkan untuk menghindari adanya kasus kepanikan di masyarakat terkait kehalalan suatu produk yang akan mereka konsumsi.

Produk dengan label halal, dalam hal ini, dianggap sebagai produk yang sudah terjamin kehalalannya, sehingga masyarakat tidak perlu ragu untuk membelinya.

Hal ini pada gilirannya diharapkan bisa memberikan pertambahan nilai pada produk yang dijual dan peningkatan keuntungan bagi para pelaku usaha secara ekonomis. Seperti disebutkan dalam Pasal 3 Undang-Undang Jaminan Produk Halal, proses sertifikasi halal ini diharapkan bisa meningkatkan nilai tambah bagi perusahaan dalam menjual dan memperluas pasar untuk berbagai produknya. Melalui Undang Undang tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) ini, maka semua produk yang diimpor maupun yang beredar di Indonesia diwajibkan untuk memiliki sertifikat halal.

Dalam periode berikutnya, pemerintah juga menerbitkan Undangundang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH), yang mengamanatkan pembentukan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Dalam melaksanakan tugasnya, BPJPH bertanggung jawab langsung kepada Menteri Agama (Suparto et al. 2016). Berdasarkan Undang-undang tersebut, BPJPH memiliki beberapa tugas penting, di antaranya: (1) Merumuskan dan menetapkan kebijakan JPH; (2) Menetapkan norma, standar, prosedur, dan kriteria JPH; (3) Menerbitkan dan mencabut Sertifikat Halal dan Label Halal pada Produk; (4) Melakukan registrasi Sertifikat Halal pada produk luar negeri (5); Melakukan sosialisasi, edukasi, dan publikasi Produk Halal; (6) Melakukan akreditasi terhadap LPH; (7) Melakukan registrasi Auditor Halal; (8) Melakukan pengawasan terhadap JPH; (9) Melakukan pembinaan Auditor Halal; dan (10) Melakukan kerja sama dengan lembaga dalam dan luar negeri di bidang penyelenggaraan JPH (Pasal 6 UU JPH). BPJPH menetapkan logo atau label yang diberlakukan di seluruh Indonesia. Selain itu juga berwenang dalam penerbitan maupun pencabutan logo halal.

Dalam konteks yang lain, penerbitan UU JPH ini juga membawa perubahan lain, terutama terkait kelembagaan penyelenggara sertifikasi halal (Suparto et al., 2016). Dalam hal ini, pemerintah membentuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang ditugaskan untuk bekerjasama dengan beberapa kelembagaan lain, seperti Kementerian, LPH, dan MUI dalam merealisasikan UU JPH tersebut. BPJPH bekerjasama dengan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) untuk melakukan audit terhadap produk. Sedangkan dalam penetapan fatwa, BPJPH bekerjasama dengan MUI dengan mengeluarkan Keputusan Penetapan Halal Produk melalui Sidang Fatwa Halal (Suparto et al., 2016). LPH sendiri dapat didirikan oleh Pemerintah maupun lembaga keagamaan Islam berbadan hukum. LPH yang didirikan oleh Pemerintah, misalnya adalah LPH yang berdiri dibawah Perguruan Tinggi Negeri (Pasal 12 UU JPH). Dalam hal ini, ketentuan yang berlaku adalah bahwa LPH setidaknya memiliki paling sedikit tiga auditor halal yang bertugas untuk melakukan pemeriksaan terhadap bahan yang digunakan,

proses pengolahan, proses penyembelihan, peralatan dan ruang produksi, penyajian, penyimpanan, distribusi, dan SJH perusahaan (Pasal 15 UU JPH). Secara umum, BPJPH memiliki beberapa tugas utama, di antaranya adalah mengawasi kehalalan produk, mengawasi LPH, keberadaan penyelia halal di perusahaan, pemasangan logo halal dan tidak halal, masa berlaku sertifikat halal, pemisahan antara produksi bahan halal dan tidak halal, pengemasan, penyimpanan, penyajian, pendistribusian, penjualan, dan kegiatan lain tentang jaminan produk halal.

Pihak perusahaan atau pelaku usaha yang akan mengajukan permohonan sertifikasi halal, diwajibkan untuk memiliki penyelia halal terlebih dahulu. Penyelia halal dalam hal ini bertugas untuk mengawasi proses produk halal dan memastikan semua aspek dalam proses produksi tidak terkontaminasi dengan bahan-bahan non-halal atau unsur-unsur yang haram. Selain itu, perusahaan juga perlu melaporkan adanya perubahan komposisi bahan jika terjadi perubahan dalam proses produksinya, terutama ketika perusahaan harus menghadapi kelangkaan bahan mentah yang halal. Perusahaan harus melampirkan beberapa berkas kelengkapan yang memuat keterangan mengenai perusahaan tersebut seperti nama dan jenis produk, data pelaku usaha, daftar bahan, serta proses produksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 24 UU JPH.

Dalam proses lanjutannya, BPJPH akan memeriksa kelengkapan dokumen yang diajukan oleh perusahaan atau pelaku usaha tersebut. Setelah berkas diterima, maka dilakukan audit kehalalan oleh Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) yang telah ditunjuk oleh BPJPH. Apabila terdapat bahan yang diragukan kehalalannya, maka dilakukan pengujian dalam laboratorium. Hasil pengujian ini disampaikan kepada BPJPH dan diteruskan kepada MUI untuk ditetapkan status kehalalannya melalui Sidang Fatwa Halal (Pasal 32 UU JPH). Hasil keputusan mengenai produk paling lama 30 (tiga puluh) hari kerja terhitung sejak hasil pemeriksaan diserahkan kepada MUI. Sidang ini tidak hanya dihadiri oleh anggota MUI, namun juga melibatkan pakar, instansi terkait, dan perwakilan kementerian atau kelembagaan.

Keputusan dalam Sidang Fatwa Halal ditandatangani MUI kemudian diserahkan kepada BPJPH untuk bisa dikeluarkan sertifikat halal (Pasal 33 UU JPH). Sertifikat dikeluarkan paling lama 7 (tujuh) hari kerja (Pasal 35 UU JPH). Sertifikat ini berlaku selama 4 (empat) tahun dan bisa dilakukan perpanjangan dengan mengajukan pembaharuan Sertifikat halal selambat-lambatnya tiga bulan sebelum berakhirnya masa berlaku sertifikat (Pasal 42 UU JPH). Apabila pelaku usaha telah mendapatkan sertifikat halal maka diharuskan untuk memasang logo halal pada kemasan atau bagian dari produk (Pasal 25 UU JPH). Label harus

mudah dilihat dan tidak cepat rusak atau lepas. Konsekuensi bagi perusahaan yang mendapatkan sertifikat halal, tentu saja diwajibkan untuk selalu menjaga kehalalan produk yang dijualnya.

Dalam konteks yang lain, proses sertifikasi halal ini tidak saja berkaitan melulu dengan upaya mendapatkan label halal. Dalam implementasi kebijakan sertifikasi halal dan percepatan tumbuhnya kesadaran halal di kalangan pelaku usaha, maka pemerintah juga berupaya melalui kebijakan yang ada agar pelaku usaha bisa untuk mendapatkan hal-hal berikut: *Pertama*, sosialisasi informasi dari lembaga berwenang tentang halal, serta pendidikan dan pelatihan atau edukasi tentang sistem jaminan produk halal; *Kedua*, pelaku usaha berhak mendapatkan pembinaan dalam hal produksi dan pengolahan produk yang halal; dan *Ketiga*, pelaku usaha berhak untuk mendapatkan pelayanan yang baik dalam upaya mereka mengikuti sertifikasi halal secara efisien, cepat, tidak diskriminatif, dan biaya terjangkau (Pasal 23 UU JPH).

Dalam konteks ini, para pelaku usaha yang memang menghasilkan produk yang berasal dari bahan non-halal, maka tidak diwajibkan untuk mengajukan sertifikasi halal. Namun demikian, pelaku usaha atau perusahaan yang menghasilkan produk yang non-halal tersebut, harus mencantumkan keterangan pada produknya bahwa produk yang mereka jual adalah produk non-halal (Pasal 26 UU JPH). Peraturan ini berlaku umum, di mana pelaku usaha yang tidak menaati peraturan ini, akan dikenakan teguran atau peringatan secara lisan maupun tertulis serta denda administratif (Pasal 27 UU JPH). Penyelenggaraan jaminan produk halal tidak akan bisa dilaksanakan dengan maksimal tanpa adanya kerjasama dan dukungan dari masyarakat. Masyarakat dapat berperan aktif dengan melakukan pengawasan terhadap produk yang beredar. Memperhatikan masa berlaku sertifikat halal pada produk yang dibeli, pencantuman logo halal dan non halal pada kemasan. Selain itu juga dapat ikut serta untuk melakukan sosialisasi tentang jaminan produk halal di lingkungan sekitarnya, seperti keluarga maupun tempat kerja.

Merujuk pada paparan sebelumnya maka dapat diketahui bahwa lembaga yang terlibat dalam sertifikasi halal ini pada awalnya terdiri dari: (1) MUI melalui Komisi Fatwa sebagai pemberi fatwa dan sertifikat halal; (2) LPPOM MUI sebagai pemeriksa kehalalan produk mulai dari bahan baku sampai proses produksi; (3) BPOM sebagai pemberi izin dalam pemasangan label halal; (4) Kementerian Agama sebagai pembuat kebijakan dan melakukan sosialisasi kepada masyarakat; dan (5) Kementerian terkait lainnya yang bisa memberikan kontribusi pada upaya pembangunan sistem halal secara keseluruhan. Sedangkan setelah adanya Undang-Undang Jaminan Produk Halal, maka

terdapat beberapa perubahan terkait lembaga yang terlibat dalam sertifikasi, yaitu: (1) Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai lembaga utama yang berwenang dalam proses sertifikasi halal; (2) Lembaga Pemeriksa Halal sebagai lembaga yang melakukan audit atau pemeriksaan produk halal. Sedangkan LPPOM MUI akan menjadi salah satu bagian dari LPH bersama LPH lain baik yang didirikan oleh Pemerintah maupun masyarakat; (3) MUI tetap sebagai pemberi fatwa, namun tidak berwenang penuh dalam proses sertifikasi halal; dan (4) MUI dan BPJPH bersamasama melakukan sertifikasi terhadap auditor halal dan akreditasi LPH.

Perbedaan terkait prosedur sertifikasi halal, sebelum dan sesudah terbitnya UU JPH ini bisa dilihat pada tabel berikut:

Pra UU JPH	Pasca UU JPH
Kebijakan Sertifikasi Halal bersifat sukarela bagi para pelaku usaha dalam implementasinya (<i>voluntary</i>).	Kebijakan Sertifikasi Halal bersifat wajib dalam implementasinya (<i>mandatory</i>) bagi para pelaku usaha.
Majelis Ulama Indonesia merupakan lembaga berwenang dalam sertifikasi halal.	Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal menjadi lembaga berwenang dalam sertifikasi halal.
Sertifikasi Halal dapat dilakukan oleh lembaga non-pemerintah atau lembaga swadaya masyarakat yang memiliki kemampuan untuk itu.	Sertifikasi halal dilakukan oleh pemerintah atau lembaga di bawahnya melalui Kementerian Agama.
LPPOM MUI merupakan lembaga yang bertugas melakukan audit halal	Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) merupakan lembaga yang bertugas melakukan audit halal atau
atau pemeriksaan terhadap kehalalan produk.	pemeriksaan terhadap kehalalan produk.
Sertifikat halal yang dihasilkan dari proses sertifikasi halal berlaku selama 2 tahun.	Sertifikat halal yang dihasilkan dari proses sertifikasi halal berlaku selama 4 tahun.
Proses sertifikasi halal belum memiliki landasar hukum yang kuat dan ajeg.	Proses sertifikasi halal sudah memiliki landasan dan kepastian hukum yang tegas dan kuat. Terdapat sanksi pidana ataupun perdata bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan halal tersebut.

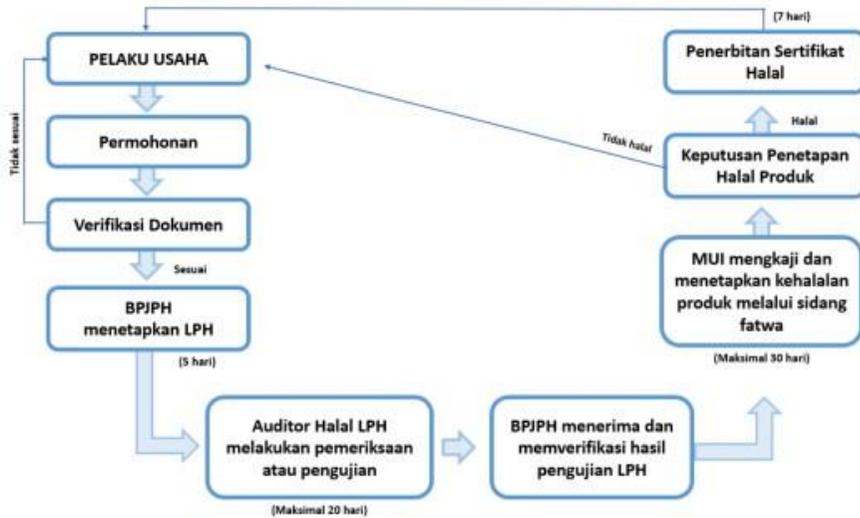
Mereka yang menjadi auditor halal bisa berasal dari kalangan dengan latar belakang pendidikan yang berbeda dengan bidang audit.	Mereka yang menjadi auditor halal harus berasal dari kalangan dengan latar belakang pendidikan yang sesuai dengan bidang audit.
Alur sertifikasi halal cukup singkat, yaitu: Pelaku usaha ⑦ LPPOM MUI ⑦ MUI.	Alur sertifikasi halal lebih panjang: Pelaku usaha ⑦ BPJPH ⑦ LPH ⑦ BPJPH ⑦ MUI.

Sumber: Diadaptasi dari Faridah, 2019.

Pada tabel tersebut, dapat dilihat bahwa sebelum adanya Undang-undang Jaminan Produk Halal (UU JPH), peran utama dalam sertifikasi dilakukan oleh MUI, melalui LPPOM (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, dan Kosmetikan MUI). Sertifikasi dilakukan secara *voluntary* (sukarela) atas permintaan pelaku usaha yang ingin memiliki sertifikat halal dari MUI. Dalam hal ini MUI juga melakukan pengawasan terhadap produk yang beredar dan bertanggungjawab dalam seluruh proses sertifikasi. Namun ketika terjadi penyalahgunaan label halal, maka MUI tidak bisa memberikan sanksi bagi pelaku usaha. MUI hanya bisa memberikan teguran dan peringatan. Seperti adanya kasus pemasangan label halal pada produk yang belum tersertifikasi atau pelaku usaha yang mengganti komposisi bahan dari yang diajukan dalam proses sertifikasi (Karimah, 2015). Oleh karena itu, seiring dengan penerbitan UU JPH dan pembentukan BPJPH, maka proses sertifikasi halal ini, tidak hanya lebih memiliki kepastian dan landasan hukum yang jelas, tapi juga diharapkan bisa memberikan perlindungan dan kepastian hukum yang menjamin kehalalan produk yang beredar di Indonesia. Sertifikasi tidak lagi bersifat *voluntary* namun sudah menjadi *mandatory* (wajib) dalam rangka mendukung upaya peningkatan produksi dan konsumsi produk halal (Hasan, 2014; Karimah, 2015).

Terbitnya UU JPH dan perubahan-perubahan mendasar terkait proses sertifikasi halal secara keseluruhan, membuat alur mekanisme sertifikasi halal juga mengalami perubahan. Proses sertifikasi halal setelah terbitnya UU JPH dilakukan melalui BPJPH yang terdiri dari lima tahapan utama, yaitu: (1) Mendaftarkan diri dan melampirkan berkas persyaratan; (2) BPJPH meneliti persyaratan yang telah dilampirkan (pengecekan berkas atau dokumen pengajuan); (3) Melakukan audit dan pemeriksaan produk; (4) Menyerahkan hasil pemeriksaan kepada MUI untuk dikeluarkan fatwa; dan (5) Mengeluarkan sertifikat halal jika sudah lolos audit halal.

Secara umum, alur mekanisme pengurusan sertifikasi halal pasca terbitnya UU JPH ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 3. Alur Mekanisme Sertifikasi Halal

Secara umum, dari paparan yang ada dapat dipahami bahwa kewajiban sertifikasi halal sesuai dengan UU JPH mulai berlaku dan dilaksanakan sejak tanggal 17 Oktober 2019. Pelaksanaan sertifikasi ini dilakukan secara bertahap dengan mengutamakan sosialisasi dan edukasi terlebih dahulu. Hal ini dimaksudkan tidak saja untuk mendorong tumbuhnya kesadaran halal pada kalangan pelaku usaha khususnya, tapi juga membangun sistem halal dan meningkatkan gaya hidup halal di masyarakat.

Pelaksanaan sertifikasi halal sendiri, pada tahap awal, lebih difokuskan pada sektor makanan dan minuman. Kemudian baru merambah pada produk kosmetik, obat, dan alat medis. Selama kurun waktu lima tahun ke depan sejak terbit UU JPH tersebut, BPJPH sebagai lembaga pelaksana sertifikasi halal dituntut untuk lebih persuasif dalam melakukan sosialisasi dan pembinaan kepada pelaku usaha. Hal ini juga perlu untuk memberikan waktu dan kesempatan kepada pelaku usaha untuk memahami terlebih dahulu manfaat, nilai penting, dan prosedur pengurusan sertifikasi halal tersebut.

Oleh karena itu, produk yang belum memiliki sertifikasi halal tidak langsung dijatuhkan hukuman, namun tetap diberi kesempatan untuk mengurus sertifikasi halal sampai setidaknya tanggal 17 Oktober 2024. Masa transisi lima tahun ini harus dimanfaatkan secara maksimal untuk mempercepat sertifikasi halal semua produk yang beredar di dalam negeri. Mulai dari sosialisasi khususnya pada pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM). Selain melakukan sosialisasi, juga harus ada pendampingan untuk membantu pelaku usaha

mendaftarkan produknya untuk disertifikasi. Disamping itu Pemerintah juga harus segera melengkapi perangkat yang belum lengkap demi terlaksananya proses sertifikasi yang baru. Mengenai tarif sertifikasi diharapkan juga segera ada rincian yang jelas. Tarif tersebut proporsional serta tidak memberatkan pelaku usaha mikro.

Dengan kata lain, meski sudah memiliki landasan hukum yang jelas, namun untuk saat ini, produk yang belum melakukan sertifikasi tidak langsung terjerat dan mendapatkan sanksi hukum. Pemerintah dalam hal ini menyadari bahwa kebijakan ini perlu disosialisasikan secara luas, di mana pelaku usaha dan masyarakat juga perlu mendapatkan edukasi yang baik tentang sertifikasi halal tersebut. Dalam hal ini, pelaku usaha akan diberikan sosialisasi informasi dan pembinaan serta diberi kesempatan untuk mendaftarkan produknya untuk disertifikasi halal. Proses ini dilakukan secara bertahap.

Sertifikasi halal di Indonesia mengalami perkembangan seiring dengan meningkatnya kesadaran halal di masyarakat. Untuk menjamin keberadaan produk halal, khususnya terhadap makanan, kosmetik, dan obat-obatan, maka pemerintah mengeluarkan Undang-undang Jaminan Produk Halal. Sertifikasi yang pada awalnya merupakan ranah kerja MUI melalui LPPOM, kemudian dialihkan kepada BPJPH yang merupakan lembaga resmi pemerintah dibawah naungan Kementerian Agama. Peralihan ini juga diikuti dengan beberapa perubahan alur sertifikasi serta pihak yang terlibat dalam proses sertifikasi. Perlu adanya sinergi dan kerjasama antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat dalam mengawasi peredaran produk sehingga mampu merealisasikan jaminan produk halal di Indonesia.

Meski upaya ini didasarkan pada banyak pertimbangan terkait kepentingan penjaminan halal untuk masyarakat muslim di Indonesia yang cukup besar, namun seperti disebutkan sebelumnya, praktik penerapan kebijakan sertifikasi halal ini juga memunculkan berbagai persoalan di lapangan. Terdapat penerimaan pelaku usaha di tingkat UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang beragam dan seringkali tidak selalu selaras jalan dan tujuan dengan kebijakan sertifikasi halal itu sendiri. Beberapa riset yang ada terkait implementasi kebijakan sertifikasi halal ini menunjukkan bahwa para pelaku UMKM pada umumnya masih menganggap kebijakan sertifikasi halal cukup berat untuk dilaksanakan, baik karena alasan biaya, kurangnya sosialisasi dan pengetahuan tentang halal, ataupun alasan-alasan lainnya (Puspaningtyas, 2021; Qadaryah et al., 2021; Susanti, 2021; Wafaretta et al., 2020).

Secara lebih rinci, beberapa keluhan yang muncul terkait sertifikasi halal ini misalnya adalah proses cek dan kontrol yang lama, biaya pengurusan yang tidak dapat dipastikan untuk kasus-kasus usaha tertentu, validasi bahan mentah produk yang bisa dijalankan dari hulu ke hilir, hingga signifikansi dari kewajiban sertifikasi halal ini dalam meningkatkan penjualan produk serta membangun kesadaran halal di kalangan pengusaha ataupun masyarakat itu sendiri (Ambali & Bakar, 2014; Putri et al., 2021). Beberapa kritikan juga muncul terkait sertifikasi halal, terutama yang berkaitan dengan proses verifikasi yang tidak benar-benar menjamin bahwa suatu produk memang memenuhi kriteria halal yang ketat dari hulu ke hilir (Akim et al., 2019; Wirnyaningsih et al., 2020).

Penerimaan kebijakan, seperti kebijakan sertifikasi halal tersebut, baik dalam konteks individu maupun sosial, merupakan istilah yang seringkali digunakan untuk menjelaskan fenomena yang sama, yakni bagaimana orang akan bertindak atau bereaksi jika ukuran tertentu diterapkan (Vlassenroot et al., 2008). Dalam konteks kebijakan atau aturan tertentu, seperti kebijakan sertifikasi halal, efektivitas dari ukuran tersebut akan meningkat jika terdapat dukungan dari pengguna (subjek yang dikenakan kebijakan) (Goldenbeld, 2002; PytlikZillig et al., 2018; Vlassenroot et al., 2008). Penerimaan kebijakan juga merujuk pada penilaian dan evaluasi terkait kebijakan tersebut. Penerimaan memang dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti preferensi kebijakan hingga proses pembuatan kebijakan tersebut (PytlikZillig et al., 2018).

Penerimaan merupakan kondisi yang seringkali dilawankan dengan penolakan. Dalam konteks kebijakan pemerintah seperti kebijakan sertifikasi halal, penerimaan bisa bersifat pasif (opsi dukungan yang rendah) ataupun aktif (opsi dukungan yang tinggi). Ilustrasi yang sama juga berlaku untuk penolakan atas kebijakan. Penerimaan yang pasif menunjukkan ketiadaan perlawanan atau penolakan atas kebijakan. Sedangkan penerimaan aktif menunjukkan adanya dukungan nyata atas kebijakan tersebut (PytlikZillig et al., 2018). Dalam perspektif yang lain, Ausserer dan Risser (2005) menjelaskan bahwa penerimaan merupakan fenomena yang merefleksikan sejauhmana seseorang bersedia untuk menggunakan sistem tertentu. Penerimaan ini akan bergantung pada bagaimana kebutuhankebutuhan pengguna (masyarakat) diintegrasikan dalam pengembangan sistem tersebut. Oleh karena itu, penerimaan adalah persoalan apakah sistem yang ada bisa memenuhi kebutuhan dan tuntutan berbagai pemangku kepentingan (Vlassenroot et al., 2008).

Terdapat beberapa metode pengukuran penerimaan atas suatu kebijakan. Dalam hal ini, studi yang dilakukan menggunakan model penerimaan yang dibangun oleh Vlassenroot, et al. (2008), yang terdiri dari dua komponen indikasi

utama, yang mencakup: *Pertama*, indikasi general (yang berkaitan dengan konteks kesadaran tentang sistem); dan *Kedua*, indikasi sistem spesifik (yang berkaitan langsung dengan karakteristik perangkat). Kedua komponen atau aspek utama dari penerimaan terhadap kebijakan ini melibatkan 14 indikator penerimaan, yakni: (1) Latar belakang individu; (2) Perilaku; (3) Pengetahuan dan informasi; (4) Tujuan personal dan kolektif; (5) Kesadaran dan tanggungjawab; (6) Norma-norma sosial; (7) Persepsi; (8) Efisiensi; (9) Efektivitas; (10) Pemanfaatan; (11)

Kegunaan; (12) Kepuasan; (13) Ekuitas; dan (14) Kesanggupan (Vlassenroot et al., 2008).

3. Metodologi Studi Penerimaan Kebijakan Sertifikasi Halal

Studi ini menggunakan metode bauran (*mix method*) dengan model *sequential exploratory*. Model ini merupakan model yang menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif, di mana pada tahap pertama peneliti menjalankan metode kuantitatif dan pada tahap kedua peneliti menjalankan metode kualitatif. Data dikumpulkan melalui survey (kuantitatif) dan wawancara (kualitatif). Populasi dalam studi ini adalah para pelaku UMKM di kota Bandung yang berjumlah 343.938 (DKUK, 2022). Besaran sampel dalam studi ini ditetapkan berdasarkan notasi Slovin, yakni 384 responden, yang digenapkan menjadi 400 orang pelaku UMKM. Data hasil survey diolah secara statistik dengan program AMOS.

Sedangkan untuk keperluan wawancara, peneliti menetapkan narasumber sebanyak 5 orang pelaku UMKM senior yang sudah mengikuti kebijakan sertifikasi halal di kota Bandung. Narasumber wawancara ditetapkan dengan kriteria sebagai berikut: (1) Pelaku UMKM dengan usaha berjalan di atas 10 tahun; (2) Sudah terdaftar dan mengikuti program sertifikasi halal selama 2 tahun terakhir; (3) Memiliki diversifikasi dan 3 cabang usaha dengan lingkup kota Bandung; dan (4) Memahami prosedur dan manfaat dari kebijakan sertifikasi halal untuk usaha yang dijalankan. Penelitian dilakukan selama tiga bulan, yakni bulan Maret sampai dengan akhir bulan Mei tahun 2022.

Variabel atau topik utama yang dikaji dalam studi ini adalah penerimaan kebijakan sertifikasi halal di kalangan pelaku UMKM di kota Bandung. Penerimaan kebijakan tersebut diukur dengan menggunakan model penerimaan kebijakan dari Vlassenroot et al. (2008), yang memuat dua dimensi indikasional penerimaan kebijakan dengan 14 indikator, yakni: (1) Latar belakang individu; (2) Perilaku; (3) Pengetahuan dan informasi; (4) Tujuan personal dan kolektif; (5)

Kesadaran dan tanggungjawab; (6) Norma-norma sosial; (7) Persepsi; (8) Efisiensi; (9) Efektivitas; (10) Pemanfaatan; (11) Kegunaan; (12) Kepuasan; (13) Ekuitas; dan (14) Kesanggupan.

Sumber data utama untuk studi ini adalah hasil wawancara dengan pelaku UMKM tentang kebijakan sertifikasi halal, literatur studi Islam, serta hasil kuesioner yang disebarakan kepada 400 orang responden dari kalangan pelaku UMKM yang dikenakan kebijakan sertifikasi halal di kota Bandung. Studi ini dalam proses analisis datanya menggunakan metode analisis deskriptif dan verifikatif dengan metode analisis faktor konfirmatori (*confirmatory factor analysis*). Analisis deskriptif difokuskan pada penjelasan karakteristik responden penelitian. Sedang analisis deskriptif dengan metode CFA digunakan untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang konstruk dimensional penerimaan kebijakan yang menjadi pertimbangan utama pelaku UMKM terkait kebijakan sertifikasi halal berdasarkan model penerimaan kebijakan dari Vlassenroot et al. (2008).

Adapun prosedur riset yang dilakukan adalah: (1) membaca dan mendeskripsikan fenomena sertifikasi halal serta penerimaan kebijakan sertifikasi halal di kalangan pelaku UMKM; (2) penentuan desain dan metodologi yang digunakan dalam studi; (3) studi literatur, penyebaran kuesioner, dan wawancara; (4) olah data dan temuan studi; (5) analisis dan interpretasi temuan studi; dan (6) penyusunan hasil studi.

Instrumen penelitian yang diolah berdasarkan model penerimaan kebijakan dari Vlassenroot et al. (2008), yang memuat 2 indikasi utama dengan 14 indikator, diuji validitas dan reliabilitasnya dengan hasil sebagai berikut:

a. Uji Validitas Instrumen

Hasil uji validitas instrumen yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 2. *Uji Validitas Instrumen*

Item	rhitung	rtabel	Ket.	Item	rhitung	rtabel	Ket.
Item 1	0.964	0.098	Valid	Item 15	0.972	0.098	Valid
Item 2	0.958	0.098	Valid	Item 16	0.970	0.098	Valid
Item 3	0.980	0.098	Valid	Item 17	0.971	0.098	Valid
Item 4	0.977	0.098	Valid	Item 18	0.972	0.098	Valid
Item 5	0.977	0.098	Valid	Item 19	0.975	0.098	Valid
Item 6	0.912	0.098	Valid	Item 20	0.977	0.098	Valid
Item 7	0.969	0.098	Valid	Item 21	0.975	0.098	Valid

Item 8	0.976	0.098	Valid	Item 22	0.977	0.098	Valid
Item 9	0.961	0.098	Valid	Item 23	0.977	0.098	Valid
Item 10	0.959	0.098	Valid	Item 24	0.968	0.098	Valid
Item 11	0.969	0.098	Valid	Item 25	0.973	0.098	Valid
Item 12	0.964	0.098	Valid	Item 26	0.971	0.098	Valid
Item 13	0.964	0.098	Valid	Item 27	0.971	0.098	Valid
Item 14	0.960	0.098	Valid	Item 28	0.967	0.098	Valid

Berdasarkan hasil pengujian statistik untuk uji validitas dengan product moment pada output SPSS di atas, dapat diketahui bahwa nilai r_{hitung} (nilai *Pearson Correlation*) untuk masing-masing item pada signifikansi 5% adalah lebih besar (>) dari nilai r_{tabel} untuk jumlah responden sebanyak 400 orang, yakni sebesar 0.098. Dengan demikian, sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas bahwa jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item tersebut dapat dikatakan valid. Seluruh item dalam kuesioner yang diuji adalah valid.

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Hasil uji reliabilitas instrumen yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. *Uji Reliabilitas Instrumen*

Item	Alpha	rtabel	Ket.	Item	Alpha	rtabel	Ket.
Item 1	0.997	0.098	Reliabel	Item 15	0.997	0.098	Reliabel
Item 2	0.997	0.098	Reliabel	Item 16	0.997	0.098	Reliabel
Item 3	0.997	0.098	Reliabel	Item 17	0.997	0.098	Reliabel
Item 4	0.997	0.098	Reliabel	Item 18	0.997	0.098	Reliabel
Item 5	0.997	0.098	Reliabel	Item 19	0.997	0.098	Reliabel
Item 6	0.997	0.098	Reliabel	Item 20	0.997	0.098	Reliabel
Item 7	0.997	0.098	Reliabel	Item 21	0.997	0.098	Reliabel
Item 8	0.997	0.098	Reliabel	Item 22	0.997	0.098	Reliabel
Item 9	0.997	0.098	Reliabel	Item 23	0.997	0.098	Reliabel
Item 10	0.997	0.098	Reliabel	Item 24	0.997	0.098	Reliabel
Item 11	0.997	0.098	Reliabel	Item 25	0.997	0.098	Reliabel
Item 12	0.997	0.098	Reliabel	Item 26	0.997	0.098	Reliabel
Item 13	0.997	0.098	Reliabel	Item 27	0.997	0.098	Reliabel
Item 14	0.997	0.098	Reliabel	Item 28	0.997	0.098	Reliabel

Berdasarkan output SPSS untuk uji reliabilitas dengan metode Cronbach's Alpha tersebut di atas, sesuai dengan dasar pengambilan keputusan bahwa item

dalam kuesioner dikatakan reliabel jika lebih besar ($>$) dari 0.60, maka dapat dikatakan bahwa semua item dalam kuesioner yang diuji adalah reliabel.

IMPLEMENTASI KEBIJAKAN SERTIFIKASI HALAL DAN PENERIMAAN PELAKU UMKM

1. Hasil Uji Penerimaan Pelaku UMKM Terhadap Sertifikasi Halal

Penerapan kebijakan sertifikasi halal, dalam praktiknya memang tidak sederhana penerapan kebijakan hukum yang lain. Kondisi penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam, tidak serta merta menjamin adanya kesadaran yang dan pemahaman yang baik tentang halal dan haram tersebut. Bagi sebagian masyarakat pemeluk agama Islam, urusan halal dan haram ini seringkali hanya dipahami secara terbatas pada adanya unsur babi atau tidak. Padahal, seperti dijelaskan sebelumnya, urusan halal dan haram ini berkaitan dengan penerapan nilai-nilai dan ajaran Islam secara kaffah untuk membangun kehidupan bersama yang lebih baik.

Mengingat bahwa penerapan kebijakan sertifikasi halal ini berkaitan erat dengan kesadaran dan pemahaman tentang ajaran halal dalam Islam dari masyarakat secara umum, serta pelaku usaha secara khusus, maka penerapan kebijakan ini tidak saja memerlukan sosialisasi dan edukasi mendasar tentang halal ataupun prosedur pengurusan sertifikat halal, tapi juga harus mempertimbangkan bagaimana penerimaan masyarakat sebagai konsumen halal dan pelaku usaha secara khusus sebagai produsen produk-produk yang dikonsumsi oleh masyarakat. Dalam konteks ini, pelaku usaha, terutama untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), jelas harus mendapatkan perhatian lebih dari pemerintah melalui BPJPH, terkait kebutuhan-kebutuhan mereka, agar kebijakan sertifikasi halal tersebut dapat berjalan secara efektif.

Pertimbangan ini juga didasarkan pada fakta bahwa pelaku UMKM lebih banyak jumlahnya dan menjadi penyebar berbagai produk di masyarakat yang bersentuhan langsung dengan konsumen. Oleh karena itu, untuk mengetahui bagaimana efektivitas penerapan kebijakan sertifikasi halal di masyarakat, maka perlu dipahami juga respon penerimaan pelaku UMKM terhadap kebijakan sertifikasi halal ini. Pemahaman terhadap penerimaan para pelaku usaha, khususnya pelaku UMKM terhadap kebijakan sertifikasi halal ini penting sebagai gambaran bagaimana kebijakan pemerintah dipahami, diterima, dan dipatuhi oleh para pelaku UMKM, yang pada gilirannya akan memberikan umpan balik terhadap pemerintah ataupun BPJPH sebagai lembaga pelaksana sertifikasi halal.

Studi ini, seperti disebutkan sebelumnya, secara khusus diarahkan pada pelaku UMKM di kota Bandung, sebagai ibu kota provinsi Jawa Barat yang cukup representatif dalam menggambarkan masyarakat muslim di Indonesia secara keseluruhan. Jawa Barat dalam hal ini, adalah provinsi dengan jumlah pemeluk Islam terbesar di Indonesia. Karena itu, respon pelaku UMKM ini dapat memberikan gambaran tentang respon pelaku UMKM di provinsi-provinsi lainnya di Indonesia.

Hasil survey terhadap 400 pelaku UMKM di kota Bandung terkait penerimaan kebijakan sertifikasi halal menunjukkan hasil sebagai berikut:

1. Deskriptif Responden

Analisis deskriptif dilakukan untuk mendapatkan deskripsi mengenai jawaban atau tanggapan responden tentang kebijakan sertifikasi halal. Dalam hal ini, peneliti menetapkan kriteria hasil jawaban responden dalam interval kelas yang terbagi dalam 5 kelas interval, yakni: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu (R), Kurang Setuju (KS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Responden penelitian yang berasal dari kalangan pelaku UMKM, dapat dijelaskan karakteristiknya sebagai berikut:

Tabel 4. *Karakteristik Responden*

Kriteria	Klasifikasi	Responden
Gender	Laki-laki	267
	Perempuan	133
Agama	Islam	312
	Non-Islam	88
Usia	20-30 tahun	45
	31-40 tahun	127
	41-50 tahun	154
	>50 tahun	74
Pendidikan	SMA dan sederajat	111
	Sarjana (PT)	289
Bidang Usaha	Kuliner	314
	Kosmetik	47
	Obat-obatan	39

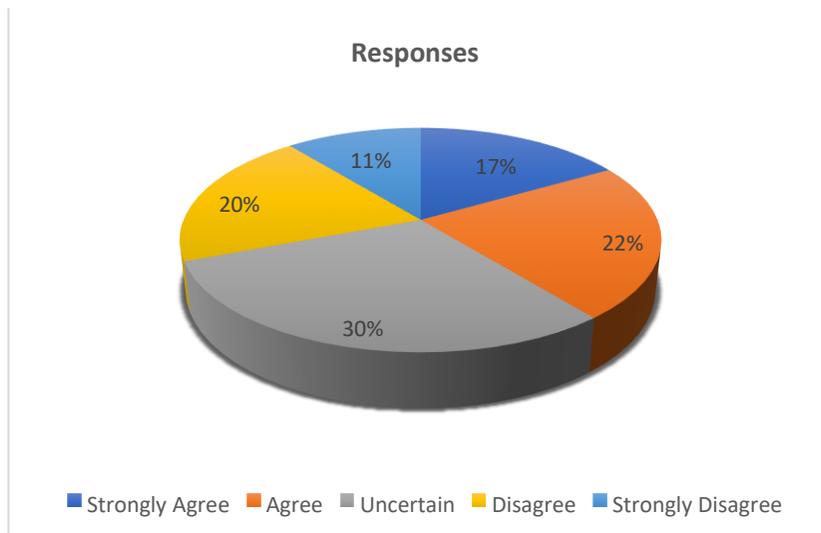
Adapun beberapa poin penting dalam materi kuesioner yang diajukan kepada responden terkait indikasi-indikasi utama penerimaan kebijakan

sertifikasi halal, sebagaimana teori tentang penerimaan kebijakan yang digunakan, adalah sebagai berikut:

a. Indikasi Umum

Terdapat beberapa poin jawaban responden penting terkait penerimaan kebijakan sertifikasi halal yang bisa disorot dalam studi ini, di antaranya:

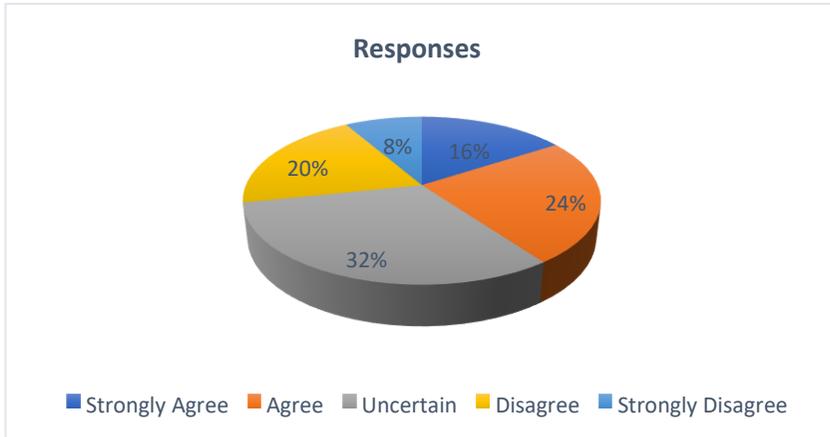
- 1) Perilaku keagamaan. Jawaban responden terkait kesesuaian perilaku dengan ajaran agama yang diyakini dan ketaatan dalam menjalankan ajaran agama, menunjukkan respon berikut:



Gambar 3. Jawaban Responden Terkait Perilaku Keagamaan

Berdasarkan hasil kuesioner diketahui bahwa terdapat 120 orang responden (30%) menjawab belum yakin (*uncertain*), 90 orang responden (22%) menjawab setuju (*agree*), 80 orang responden (20%) menjawab tidak setuju (*disagree*), 67 orang responden (17%) menjawab sangat setuju (*strongly agree*), dan 43 orang responden (11%) menjawab sangat tidak setuju (*strongly disagree*). Respon ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM secara umum masih belum yakin sudah berperilaku sesuai dengan ataupun menaati perintah agama terkait ajaran halal.

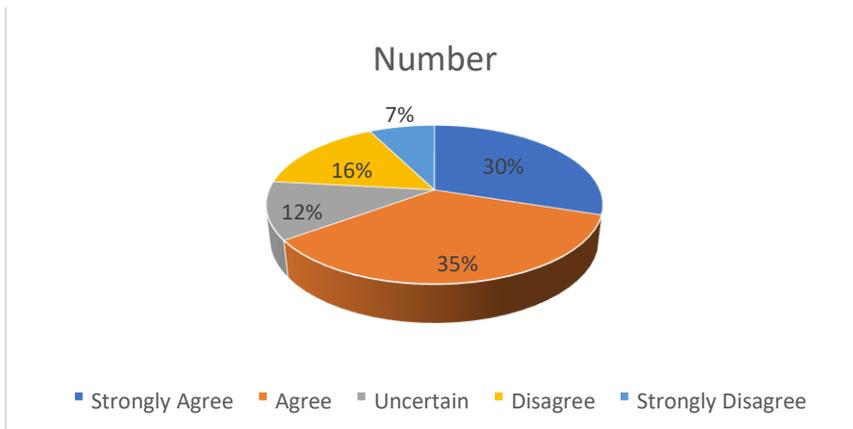
- 2) Pengetahuan dan informasi halal. Jawaban responden terkait pemahaman aturan halal dalam Islam dan pengetahuan tentang prosedur sertifikasi halal, menunjukkan respon berikut:



Gambar 4. Jawaban Responden Terkait Pengetahuan dan Informasi Halal

Berdasarkan hasil kuesioner diketahui bahwa terdapat 127 orang responden (32%) menjawab belum yakin (*uncertain*), 97 orang responden (24%) menjawab setuju (*agree*), 80 orang responden (20%) menjawab tidak setuju (*disagree*), 63 orang responden (16%) menjawab sangat setuju (*strongly agree*), dan 33 orang responden (8%) menjawab sangat tidak setuju (*strongly disagree*). Respon ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM pada umumnya belum yakin dengan pengetahuan dan wawasan mereka terkait ajaran halal dan prosedur kebijakan sertifikasi halal yang ditetapkan oleh pemerintah.

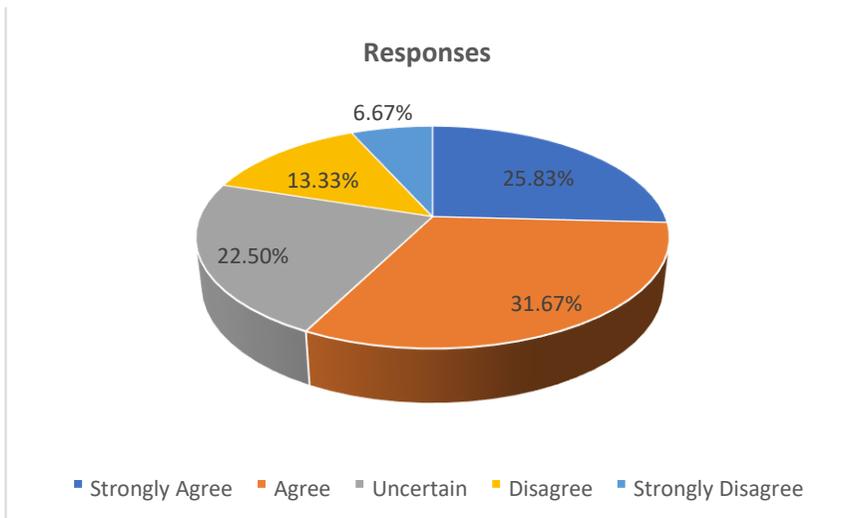
- 3) Kesadaran dan tanggungjawab halal. Jawaban responden terkait kesadaran tentang penegakan aturan halal dalam hidup dan serta tanggungjawab untuk menyediakan produk yang halal kepada konsumen, menunjukkan respon berikut:



Gambar 5. Jawaban Responden Terkait Kesadaran dan Tanggungjawab Halal

Berdasarkan hasil kuesioner diketahui bahwa terdapat 140 orang responden (35%) menjawab setuju (*agree*), 120 orang responden (30%) menjawab sangat setuju (*strongly agree*), 63 orang responden (15,75%) menjawab tidak setuju (*disagree*), 47 orang responden (11,75%) menjawab belum yakin (*uncertain*), dan 30 orang responden (7,5%) menjawab sangat tidak setuju (*strongly disagree*). Respon ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM pada umumnya setuju dengan pentingnya penegakan aturan halal di mana pelaku UMKM sebagai pengusaha bertanggungjawab untuk menyediakan produk yang halal bagi konsumen.

- 4) Persepsi halal. Jawaban responden terkait persepsi mereka bahwa ajaran halal memiliki hikmah dan bisa mendatangkan kebaikan tertentu pada usaha yang dijalankan, menunjukkan respon berikut:



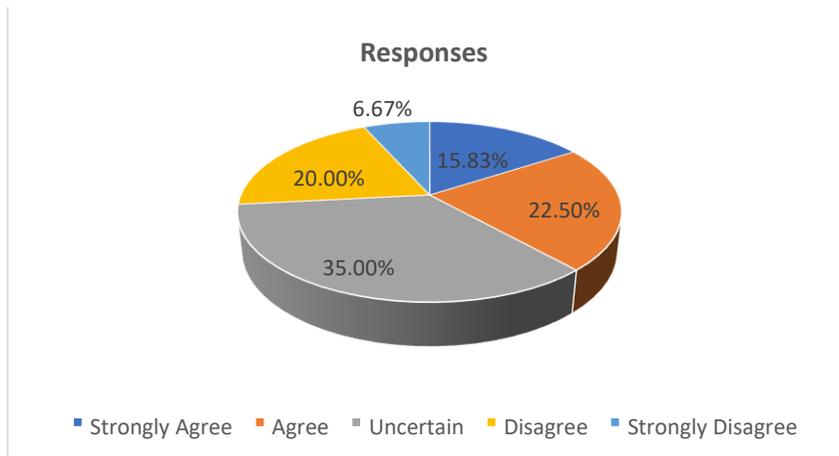
Gambar 6. Jawaban Responden Terkait Persepsi Halal

Berdasarkan hasil kuesioner diketahui bahwa terdapat 127 orang responden (31,67%) menjawab setuju (*agree*), 103 orang responden (25,83%) menjawab sangat setuju (*strongly agree*), 90 orang responden (22,50%) menjawab belum yakin (*uncertain*), 53 orang responden (13,33%) menjawab tidak setuju (*disagree*), dan 27 orang responden (6,67%) menjawab sangat tidak setuju (*strongly disagree*). Respon ini menunjukkan para pelaku UMKM pada umumnya setuju bahwa ajaran halal memiliki hikmah dan dapat mendatangkan kebaikan untuk usaha yang dijalankan.

b. Indikasi Spesifik

Dalam konteks indikasi spesifik, respon penerimaan penting dari responden yang bisa disorot, di antaranya:

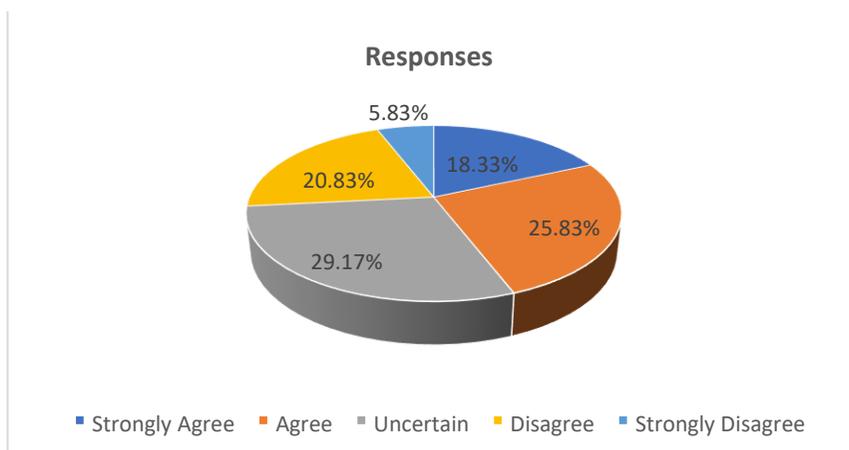
- 1) Efisiensi. Jawaban responden terkait efisiensi biaya yang harus dikeluarkan dalam mengikuti kebijakan sertifikasi halal, menunjukkan respon berikut:



Gambar 7. Jawaban Responden Terkait Efisiensi Kebijakan Sertifikasi Halal

Berdasarkan hasil kuesioner diketahui bahwa terdapat 140 orang responden (35%) menjawab belum yakin (*uncertain*), 90 orang responden (22,50%) menjawab setuju (*agree*), 80 orang responden (20%) menjawab tidak setuju (*disagree*), 63 orang responden (15,83%) menjawab sangat setuju (*strongly agree*), dan 27 orang responden (6,67%) menjawab sangat tidak setuju (*strongly disagree*). Respon ini menunjukkan para pelaku UMKM pada umumnya tidak yakin atau ragu-ragu terkait besaran biaya yang ditetapkan untuk mendapatkan sertifikasi halal memang rasional dan tidak memberatkan pelaku usaha.

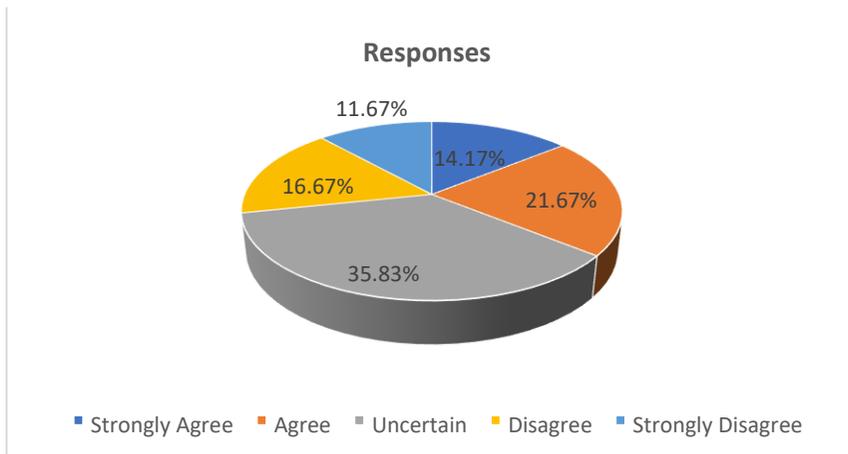
- 2) Efektivitas. Jawaban responden terkait efektivitas kebijakan sertifikasi halal, menunjukkan respon berikut:



Gambar 8. Jawaban Responden Terkait Efektivitas Kebijakan Sertifikasi Halal

Berdasarkan hasil kuesioner diketahui bahwa terdapat 117 orang responden (29,17%) menjawab belum yakin (*uncertain*), 103 orang responden (25,83%) menjawab setuju (*agree*), 83 orang responden (20,83%) menjawab tidak setuju (*disagree*), 73 orang responden (18,33%) menjawab sangat setuju (*strongly agree*), dan 23 orang responden (5,83%) menjawab sangat tidak setuju (*strongly disagree*). Respon ini menunjukkan para pelaku UMKM pada umumnya tidak yakin atau ragu-ragu bahwa kebijakan sertifikasi halal menjadi kebijakan efektif untuk penegakan aturan halal dalam dunia usaha.

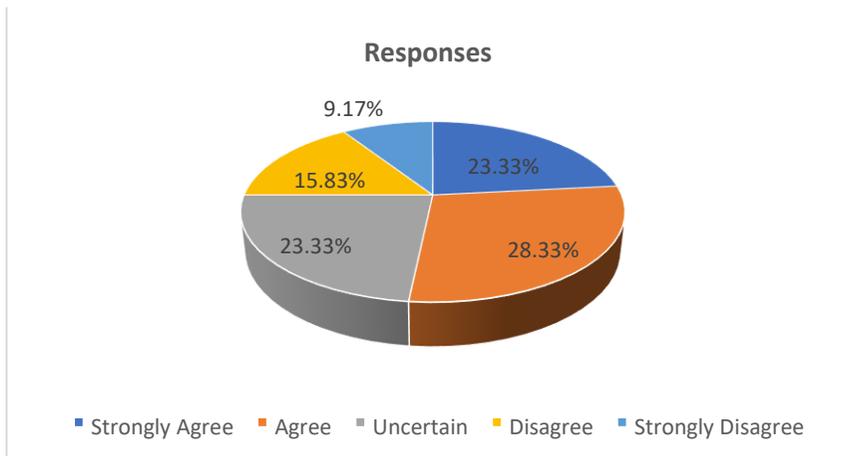
- 3) Pemanfaatan. Jawaban responden terkait pemanfaatan sertifikasi halal untuk keperluan usaha, menunjukkan respon berikut:



Gambar 9. Jawaban Responden Terkait Pemanfaatan Sertifikasi Halal

Berdasarkan hasil kuesioner diketahui bahwa terdapat 143 orang responden (35,83%) menjawab belum yakin (*uncertain*), 87 orang responden (21,67%) menjawab setuju (*agree*), 67 orang responden (16,67%) menjawab tidak setuju (*disagree*), 57 orang responden (14,17%) menjawab sangat setuju (*strongly agree*), dan 47 orang responden (11,67%) menjawab sangat tidak setuju (*strongly disagree*). Respon ini menunjukkan para pelaku UMKM pada umumnya tidak yakin atau ragu-ragu bahwa kebijakan sertifikasi halal akan membawa manfaat bagi para pelaku usaha ataupun memberikan nilai tambah pada produk yang dijual.

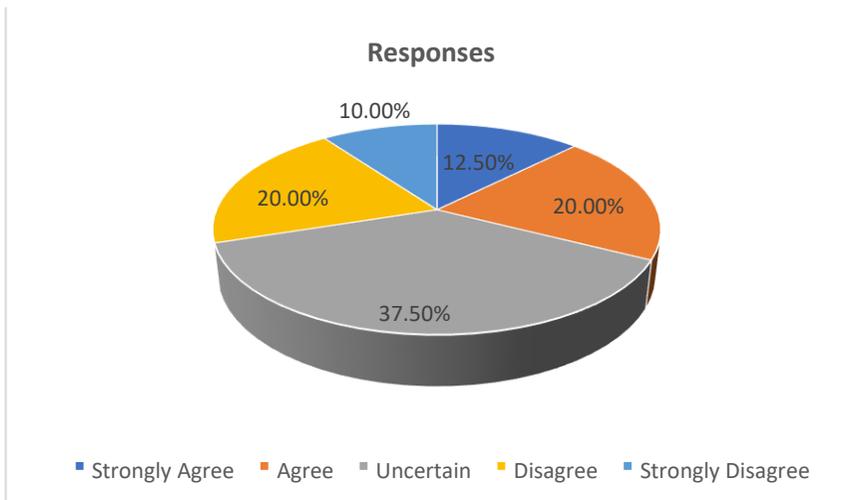
- 4) Kepuasan. Jawaban responden terkait kepuasan yang dirasakan dari kebijakan sertifikasi halal untuk kepentingan usaha, menunjukkan respon berikut:



Gambar 10. Jawaban Responden Terkait Kepuasan Sertifikasi Halal

Berdasarkan hasil kuesioner diketahui bahwa terdapat 113 orang responden (28,33%) menjawab setuju (*agree*), 93 orang responden (23,33%) menjawab sangat setuju (*strongly agree*), 93 orang responden (23,33%) menjawab tidak yakin (*uncertain*), 63 orang responden (15,83%) menjawab tidak setuju (*disagree*), dan 37 orang responden (9,17%) menjawab sangat tidak setuju (*strongly disagree*). Respon ini menunjukkan para pelaku UMKM pada umumnya setuju bahwa kebijakan sertifikasi halal bisa memberikan ketenangan pada konsumen dalam membeli dan mengonsumsi produk yang dijual oleh pelaku usaha.

- 5) Kesanggupan. Jawaban responden terkait kesanggupan menjalankan kebijakan sertifikasi halal, menunjukkan respon berikut:



Gambar 11. Jawaban Responden Terkait Kesanggupan Menjalankan Kebijakan Sertifikasi Halal

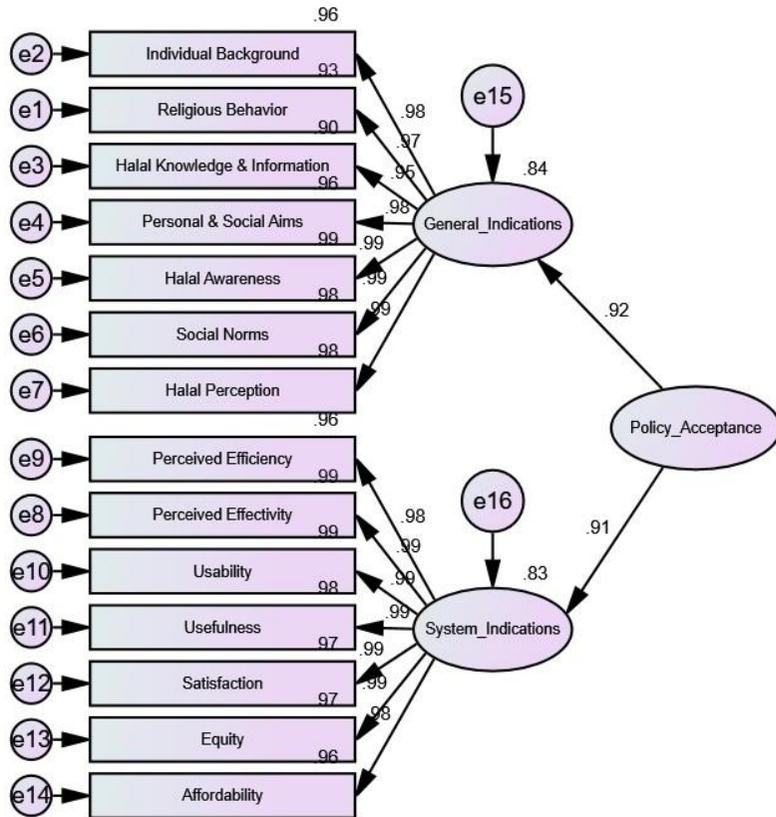
Berdasarkan hasil kuesioner diketahui bahwa terdapat 150 orang responden (37,50%) menjawab tidak yakin (*uncertain*), 80 orang responden (20%) menjawab setuju (*agree*), 80 orang responden (20%) menjawab tidak setuju (*disagree*), 50 orang responden (12,50%) menjawab sangat setuju (*strongly agree*), dan 40 orang responden (10%) menjawab sangat tidak setuju (*strongly disagree*). Respon ini menunjukkan para pelaku UMKM pada umumnya tidak yakin atau ragu-ragu bahwa mereka bisa mengikuti seluruh aturan dan menjalankan berbagai prosedur yang dituntut dari kebijakan sertifikasi halal kepada para pelaku usaha.

2. Deskripsi Statistik

Analisis verifikatif dilakukan untuk mengetahui konstruksi dimensional penerimaan kebijakan sertifikasi halal berdasarkan model penerimaan kebijakan dari Vlassenroot et al. (2008). Dalam hal ini, peneliti melakukan pengujian dengan metode CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) dan pengujian kelayakan model penelitian. Berikut adalah hasil pengujian yang sudah dilakukan:

a. Analisis Konstruksi Variabel

Analisis verifikatif dengan metode CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) pada penerimaan kebijakan sertifikasi halal ditunjukkan dalam gambar berikut:



Gambar 12. *Second-Order CFA Penerimaan Kebijakan Sertifikasi Halal*

Gambar tersebut merupakan output pengujian AMOS yang menunjukkan korelasi antar dimensi dari penerimaan kebijakan sertifikasi halal dan estimasi determinan indikator yang membentuknya. Sedangkan output yang menunjukkan hasil uji CFA tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 5. *Regression Weight*

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
General_Indications	<-- Policy_Acceptance	2.306	.188	12.254	**	par_13
System_Indications	<-- Policy_Acceptance	2.180	.172	12.655	**	par_14
Behavior	<-- General_Indications	1.000				

Background	<-- -	General_Indicati ons	1.065	.03 3	32.21 6	** *	par_1
			Estima te	S.E. .03	C.R.	P	Label
Knowledge	<-- -	General_Indicati ons	.881	5	25.44 6	** *	par_2
Aims	<-- -	General_Indicati ons	.982	.03 0	32.32 6	** *	par_3
Awareness	<-- -	General_Indicati ons	.951	.02 5	38.38 6	** *	par_4
Norms	<-- -	General_Indicati ons	.966	.02 6	37.36 4	** *	par_5
Perception	<-- -	General_Indicati ons	.967	.02 7	35.59 2	** *	par_6
Effectivity	<-- -	System_Indicatio ns	1.000				
Efficiency	<-- -	System_Indicatio ns	.958	.02 0	47.41 8	** *	par_7
Usability	<-- -	System_Indicatio ns	1.034	.01 5	66.84 2	** *	par_8
Usefulness	<-- -	System_Indicatio ns	1.072	.01 9	57.78 5	** *	par_9
Satisfaction	<-- -	System_Indicatio ns	1.084	.02 0	53.83 0	** *	par_1 0
Equity	<-- -	System_Indicatio ns	.977	.01 8	55.13 4	** *	par_1 1
Affordability	<-- -	System_Indicatio ns	.950	.02 0	46.78 4	** *	par_1 2

Pada tabel tersebut, dapat dilihat bahwa nilai CR (*Critical Ratio*) dan P_{value} untuk masing-masing indikator untuk dimensi *General Indications*, sudah memenuhi angka kritis yang ditetapkan, yakni $CR > 2.56$ dan $P_{value} < 0.05$. Nilai yang sama juga juga bisa dilihat pada masing-masing indikator untuk dimensi *System Indications*, yang sudah memenuhi angka kritis yang ditetapkan, yakni $CR > 2.56$ dan $P_{value} < 0.05$. Hasil pengujian juga menunjukkan bahwa nilai estimasi untuk masing-masing indikator dari dua dimensi penerimaan kebijakan sertifikasi halal cukup kuat atau > 0.5 . Semua indikator yang ada memberikan kontribusi signifikan terhadap dimensi dari variabel yang diteliti. Hasil ini menunjukkan bahwa instrumen atau alat ukur yang digunakan untuk mengukur penerimaan kebijakan sertifikasi halal bersifat valid dan reliabel.

Adapun nilai standar loading atau besaran pengaruh dari masing-masing indikator bisa dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. *Standardized Regression Weight*

		Estimate
General_Indications <---	Policy_Acceptance	.917
System_Indications <---	Policy_Acceptance	.909
Behavior <---	General_Indications	.967
Background <---	General_Indications	.978
Knowledge <---	General_Indications	.947
Aims <---	General_Indications	.978
Awareness <---	General_Indications	.994
Norms <---	General_Indications	.992
Perception <---	General_Indications	.988
Effectivity <---	System_Indications	.994
Efficiency <---	System_Indications	.980
Usability <---	System_Indications	.993
Usefulness <---	System_Indications	.989
Satisfaction <---	System_Indications	.986
Equity <---	System_Indications	.987
Affordability <---	System_Indications	.980

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai estimasi untuk masing-masing indikator yang ada menunjukkan bahwa semua indikator memiliki pengaruh yang signifikan (> 0.5). Nilai estimasi tersebut menunjukkan total efek dari masing-masing aspek terhadap indikator pembentuknya. Indikator dengan pengaruh terbesar untuk dimensi *General Indications* adalah *halal awareness* (0.994). Hal ini menunjukkan bahwa responden penelitian menganggap bahwa kesadaran halal merupakan faktor penting dalam penerimaan kebijakan sertifikasi halal. Sedangkan indikator dengan koefisien korelasi dan pengaruh terbesar untuk dimensi *System Indications* adalah *perceived effectivity* (0.994). Hal ini menunjukkan bahwa responden penelitian menganggap bahwa pelaku usaha bisa menerima kebijakan sertifikasi halal yang ditetapkan pemerintah karena meyakini bahwa kebijakan sertifikasi halal tersebut merupakan kebijakan yang efektif untuk membangun sistem halal dalam dunia usaha.

b. Pengujian Model

Analisis faktor konfirmatori juga menghasilkan ukuran-ukuran tertentu yang menentukan nilai fit dan tidaknya dari model penelitian. Hasil pengujian dengan program AMOS menunjukkan ringkasan hasil uji kelayakan model penelitian sebagai berikut:

Tabel 7. Ringkasan Hasil Uji Kelayakan Model Penelitian

Kriteria	Cut-off Value	Hasil Uji	Kesimpulan
Probability	≥ 0.05	0.226	Fit
<i>Adjusted GFI</i> (AGFI)	≥ 0.90	0.910	Fit
<i>Goodness of Fit Index</i> (GFI)	≥ 0.90	0.924	Fit
<i>Comparative Fit Index</i> (CFI)	≥ 0.90	0.995	Fit
<i>Tucker-Lewis Index</i> (TLI)	≥ 0.95	0.994	Fit
<i>Normed Fit Index</i> (NFI)	≥ 0.90	0.955	Fit
<i>Root Mean Square Error of Approximation</i> (RMSEA)	≤ 0.80	0.031	Fit

Sumber: Hasil Olah Data (2022)

Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa beberapa kriteria kelayakan model penelitian sudah dipenuhi, mulai dari nilai Probability, AGFI, GFI, CFI, NFI, TLI, ataupun RMSEA. Hasil pengujian kelayakan model penelitian tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini sudah memenuhi syarat kelayakan penelitian, yang berarti model penelitian ini fit dengan data empirik.

2. Respon Pelaku UMKM Terhadap Kebijakan Sertifikasi Halal

Setelah menganalisis bagaimana penerimaan kebijakan sertifikasi halal oleh para pelaku UMKM di kota Bandung berdasarkan hasil survey yang dilakukan, peneliti juga melakukan wawancara dengan narasumber dari kalangan pelaku UMKM senior yang memenuhi kriteria yang ditetapkan sebelumnya. Hasil wawancara dengan 5 orang narasumber dari pelaku UMKM di kota Bandung, terkait kebijakan sertifikasi halal tersebut, memiliki beberapa poin penting yang bisa dicatat, di antaranya:

Pertama, narasumber 1, 3, 4, dan 5 (pelaku usaha) memandang kebijakan sertifikasi halal sebagai kebijakan yang positif. Pandangan ini didasarkan pada keyakinan mereka bahwa baik pelaku usaha ataupun masyarakat harus diberikan kepastian bahwa produk yang diolah ataupun dikonsumsi memang memiliki jaminan halal. Adanya jaminan halal yang didapatkan melalui sertifikasi halal ini dianggap bagian penting dari penerapan ajaran agama dalam

kehidupan. Karena itu ketika pemerintah bisa memfasilitasi kebutuhan penerapan ajaran agama tersebut dalam bentuk kebijakan yang mendukung untuk proses bisnis dan konsumsi masyarakat, maka kebijakan sertifikasi halal ini setidaknya harus diapresiasi dalam kepentingan religius. Dalam ungkapan salah satu narasumber:

“Mungkin karena saya meyakini ajaran agama, jadi saya sangat mengapresiasi upaya pemerintah yang telah merumuskan kebijakan sertifikasi halal tersebut. Bagi saya ini adalah kebijakan positif, tidak saja untuk meningkatkan kesadaran dan penegakan ajaran agama dalam kehidupan bersama, tapi juga untuk memberikan rasa nyaman pada masyarakat ketika mereka membeli produk yang saya jual” (N1, 17/3/2022).

Meski demikian, narasumber 2 menunda penilaiannya terkait kebijakan ini dengan menyatakan bahwa:

“Saya pikir kebijakan sertifikasi halal ini harus melihat dulu efek ke depannya, baru disimpulkan apakah kebijakan ini memang perlu dijalankan oleh pelaku usaha atau harus diperbaiki. Bagaimanapun, tidak semua pelaku usaha dan masyarakat konsumen beragama Islam yang mengerti ajaran halal. Jadi, saat ini saya belum bisa menjawab apakah ini kebijakan positif atau sebaliknya” (N2, 20/3/2022).

Kedua, narasumber 1 s/d 5 memandang bahwa persyaratan dan proses yang harus dipenuhi untuk mendapatkan sertifikat halal sebagai hal yang wajar, meski tidak bisa digeneralisir pada semua pelaku usaha. Namun demikian, karena halal dan non-halal (haram) adalah kriteria hukum berdasarkan ajaran keagamaan (Islam), maka prosesnya dilakukan secara berhati-hati, yang mensyaratkan peran aktif pelaku usaha dan manajemennya serta auditor untuk sertifikasi halal itu sendiri. Narasumber menyatakan:

“Rasanya penting bagi pemerintah untuk membuat pertimbangan-pertimbangan tertentu terkait kategori bidang usaha dalam proses sertifikasi tersebut. Biar paling tidak terdapat keadilan pada pelaku usaha yang secara operasional belum bisa berfokus pada pemenuhan kewajiban ataupun pelaku usaha yang non-Islam” (N3, 21/3/2022).

Beberapa persyaratan yang berfokus pada peran aktif pelaku usaha untuk sertifikasi halal ini, menurut narasumber wawancara, adalah pelaku usaha harus memiliki tim manajemen halal, melakukan pelatihan dan edukasi tentang halal kepada segenap karyawannya, menyediakan bahan baku dan produk akhir yang tidak mengandung unsur haram atau bahkan menyerupai produk yang tidak dihalalkan, hingga melaksanakan audit internal secara rutin. Kewajiban- kewajiban seperti ini menurut narasumber wawancara, tentu sulit untuk dilakukan, mengingat sebagian besar dari pelaku usaha lebih banyak berfokus pada bagaimana bertahan dan menghidupkan usahanya di tengah tuntutan persaingan yang sengit. Dengan kata lain, alih-alih berpikir tentang sertifikasi halal, pelaku usaha lebih disibukkan dengan urusan modalitas yang terbatas dan situasi usaha tanpa kepastian. Narasumber menyatakan:

“Persoalannya mungkin lebih pada fakta bahwa sebagian besar pelaku usaha belum sempat berpikir untuk mendaftarkan usaha mereka dan mengikuti sertifikasi halal, karena masih berfokus pada bagaimana bertahan di tengah situasi yang serba sulit seperti sekarang, ketika kita baru saja lepas dari kondisi Pandemi. Belum lagi berbicara bahwa tingkat persaingan usaha sangat tinggi yang menuntut pelaku usaha harus pandai mengelola modalnya. Sementara sertifikasi halal, sejauh yang saya pahami, memerlukan perencanaan yang matang, kesiapan manajemen yang baik, pemahaman tentang halal-haram dalam Islam, yang semua itu jelas membutuhkan biaya tambahan” (N4, 24/3/2022).

Narasumber lain (N5) juga menambahkan bahwa kebijakan sertifikasi halal ini sebenarnya hanya bisa diikuti oleh pelaku usaha yang paling tidak sudah memiliki perencanaan yang matang dan bisa melihat nilai lebih dari sertifikasi halal tersebut. Hal ini tentu saja tidak berarti bahwa pelaku usaha tidak berhati-hati dalam memproduksi dan menjalankan usaha mereka, sebab mengonsumsi dan menyediakan produk yang halal adalah kewajiban dalam ajaran agama yang tetap harus dilaksanakan baik ada kebijakan pemerintah ataupun tidak.

Ketiga, narasumber 1 s/d 5 menganggap bahwa sertifikasi halal merupakan kebijakan yang prosesnya rasional. Namun mengingat banyaknya persyaratan yang harus dipenuhi dan sifat dari kebijakan formal yang seringkali bersifat birokratis dalam praktiknya, maka banyak pelaku usaha yang memilih untuk menunda pelaksanaan sertifikasi halal tersebut.

Dalam hal ini, pelaku usaha yang menjadi narasumber wawancara mengakui bahwa biaya yang harus dikeluarkan untuk keseluruhan proses sertifikasi halal

tersebut masih cukup rasional, terutama karena ada perbedaan biaya untuk jenis usaha, lingkup usaha, ataupun tingkat kerumitan verifikasi produk yang disertifikasi. Dalam ungkapan salah seorang narasumber:

“Ya, sejauh yang pernah saya ikuti, biaya yang ditetapkan oleh pemerintah untuk sertifikasi halal ini cukup wajar. Tapi buat sebagian orang, bisa saja ini cukup membebani, terutama untuk maintenance halal dalam usaha. Tapi kembali lagi pada persoalan sebelumnya, tidak banyak pelaku usaha yang siap dengan aturan atau kebijakan tertentu karena harus memikirkan kelangsungan usahanya. Jadi, kembali lagi pada kesiapan pelaku usaha itu sendiri” (N4, 24/3/2022).

Keempat, narasumber 2 s/d 5 beranggapan bahwa sertifikasi halal belum memberikan kontribusi atau dampak signifikan terhadap keberadaan ataupun pengembangan usaha itu sendiri. Sertifikasi halal juga tidak memberikan dampak signifikan terhadap penambahan jumlah konsumen yang datang ataupun produk yang dijual. Meski demikian, pelaku usaha menyadari bahwa hal-hal tersebut memang tidak semata bergantung pada jaminan halal yang bisa diberikan oleh pelaku usaha, tapi juga utamanya bergantung pada kondisi ekonomi masyarakat yang memengaruhi daya beli, promosi yang dilakukan, dan faktor-faktor lain yang seringkali tidak berhubungan langsung dengan adanya label halal atau tidak pada produk yang dijual atau usaha yang dijalankan. Dalam ungkapan narasumber:

“Sejauh ini tidak ada efek khusus terkait penambahan keuntungan setelah mengikuti sertifikasi halal. Karena soal keuntungan usaha, saya pikir lebih berkaitan dengan banyak faktor ekonomi, dan bukan semata karena adanya label halal pada produk yang kita jual. Tapi bagi saya pribadi, mengikuti kebijakan sertifikasi halal ini lebih pada kepuasan batin karena sudah berupaya menjalankan ajaran agama juga menunjukkan kepatuhan sebagai warga negara” (N5, 27/3/2022).

Pernyataan narasumber tersebut menunjukkan bahwa sertifikasi halal lebih disadari sebagai pelaksanaan kewajiban yang telah diatur oleh pemerintah serta kesadaran pelaku usaha secara personal terkait penerapan ajaran keagamaan dalam konteks bisnis. Sementara narasumber 1 beranggapan sebaliknya, yakni kebijakan sertifikasi halal memberikan kontribusi positif pada usaha yang dijalankan. Dalam ungkapan:

“Secara pribadi, saya merasakan ada keberkahan dan manfaat tertentu secara finansial pada usaha yang saya jalankan dengan mengikuti kebijakan sertifikasi halal. Meski hal ini tidak bisa dirasionalisasi dan digeneralisasi, karena tergantung pada niatan masing-masing pribadi, sertifikasi halal ini paling tidak membuat saya lebih teratur dalam mengelola usaha, memantau pasokan bahan-bahan produksi, memberikan prioritas kebaikan pada konsumen, hingga menjalankan kewajiban terhadap pekerja” (N1, 17/3/2022).

Kelima, narasumber 1/sd 5 menyatakan bahwa sertifikasi halal secara umum dapat memberikan jaminan dan ketenangan baik pada pelaku usaha itu sendiri ataupun masyarakat konsumen yang datang dan mengonsumsi produk yang dijual. Dalam konteks bisnis kuliner secara khusus, ketika konsumen mendapati adanya label halal untuk usaha yang dijalankan, maka mereka tidak akan ragu untuk memilih beragam jenis makanan ataupun minuman yang tersedia tanpa harus mempertanyakan status kehalalan dari menu yang disajikan. Hal ini ditunjukkan dalam ungkapan salah satu narasumber sebagai berikut:

“Saya bertanya kepada anda, jika anda harus beli makanan di tempat yang ada label halal dan tempat yang tidak ada label halal, tentu anda akan memilih tempat yang ada label halalnya bukan? Fakta sederhana seperti ini buat saya menjadi bagian penting dari manfaat yang harus dipertimbangkan oleh pelaku usaha. Lagipula, jika pelaku usaha memang memberikan prioritas pada konsumennya, maka memastikan bahwa produk yang mereka konsumsi adalah produk yang halal, jelas jadi keharusan juga” (N3, 21/3/2022).

Dalam beberapa kasus, narasumber juga menuturkan bahwa mereka memang menemukan fakta ada konsumen tertentu yang berusaha memastikan terlebih dahulu status kehalalan dari makanan yang disajikan, terutama pada menu- menu yang asing, ataupun pada konsumen dengan karakteristik religiusitas yang kuat. Adanya sertifikat atau label halal membuat pelaku usaha bisa meyakinkan kalangan konsumen ini untuk tidak ragu menikmati hidangan yang disajikan.

Keenam, narasumber 1 s/d 5 memandang bahwa sertifikasi halal adalah kebijakan yang positif, dan memiliki manfaat serta nilai-nilai kebaikan tertentu sebagaimana ajaran agama yang diyakini. Namun demikian, narasumber 2 dan 3 memberikan tekanan tentang perlunya penyederhanaan proses sertifikasi ini agar pelaku usaha bisa menjalankan kewajiban tersebut dengan baik. Dalam hal ini, pelaku usaha juga menyadari bahwa label halal pada usaha atau produk yang

dihasilkan akan memberikan nilai tambah pada bisnis yang dijalankan di masa depan. Pada konteks personal keagamaan, narasumber juga percaya bahwa sertifikasi halal dapat memberikan keberkahan tertentu atas usaha yang dijalankan. Dalam ungkapan narasumber:

“Saya kira sertifikasi halal bukan persoalan apakah label halal ini bisa mendatangkan keuntungan, tapi karena halal memang bagian penting dari ajaran agama yang harus ditegakkan. Lagipula memberikan kepastian dan kenyamanan pada masyarakat yang membeli produk kita, adalah tindakan kebaikan yang saya yakin juga akan mendatangkan kebaikan pada usaha yang dijalankan” (N5, 27/3/2022).

Berdasarkan penjelasan narasumber yang diwawancarai, kebijakan sertifikasi halal yang diwajibkan oleh pemerintah, sedikit banyak membuat pelaku usaha lebih memiliki kesadaran halal atas usaha yang dijalani ataupun produk yang dijual kepada masyarakat. Hal ini pula yang menjadi pertimbangan terbesar untuk penerimaan pelaku usaha terkait kebijakan sertifikasi halal tersebut.

3. Pertimbangan dalam Penerimaan Kebijakan Sertifikasi Halal

Penerapan kebijakan sertifikasi halal oleh pemerintah sebenarnya merupakan keberlanjutan dari program sertifikasi halal yang dilakukan oleh MUI melalui LPPOM (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika MUI), atas dasar permintaan para pelaku usaha yang ingin memiliki sertifikat halal untuk berbagai produk yang mereka jual. Dalam hal ini, para pelaku usaha tersebut pada awalnya menjadikan sertifikat halal sebagai bentuk jaminan kepada masyarakat bahwa produk yang dijual memang dihasilkan dari proses yang baik dan tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang ajaran agama (Islam). Dengan kata lain, sertifikasi halal pada awalnya bersifat sukarela, semata berdasarkan kesadaran para pelaku usaha itu sendiri (Faridah, 2019).

Namun demikian, dalam kelanjutannya, pemerintah melihat bahwa tuntutan masyarakat terkait jaminan halal untuk berbagai produk yang mereka butuhkan ini semakin meluas. Masyarakat Indonesia yang memang mayoritas beragama Islam merupakan pangsa pasar halal yang sangat potensial. Hal ini pada gilirannya membuat pemerintah mengambil alih urusan sertifikasi halal tersebut dan merumuskan kebijakan khusus dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Melalui kebijakan tersebut, pemerintah berusaha memastikan bahwa pelaku usaha bisa memberikan kepastian kepada konsumennya terkait kehalalan produk yang dijual, baik dari aspek bahan

ataupun proses produksi. Adanya peraturan yang mengikat ini juga membuat para pelaku usaha yang selama ini memasang label halal tanpa proses sertifikasi yang benar bisa mendapatkan sanksi yang tegas. Dengan kata lain, sertifikasi halal menjadi wajib dan bukan lagi sukarela seperti sebelumnya. Meski demikian, hal ini tentu saja tidak semudah yang dibayangkan. Para pelaku usaha belum sepenuhnya memiliki kesadaran untuk mendaftarkan usahanya dalam kebijakan sertifikasi halal tersebut. Pada beberapa kasus lainnya, pelaku usaha merasa bahwa kebijakan ini secara teknis menjadi beban baru untuk usaha yang mereka rintis, meski tidak sedikit juga yang menganggap bahwa sertifikasi halal ini penting untuk dilakukan agar pelaku usaha bisa memberikan kepastian kepada masyarakat bahwa produk yang mereka jual memang layak untuk dikonsumsi.

Berdasarkan hasil analisis sebelumnya, yang diperkuat juga dengan hasil wawancara langsung dengan pelaku UMKM senior di kota Bandung, dapat diketahui bahwa kebijakan sertifikasi halal secara umum mendapatkan respon dan penerimaan yang positif dari pelaku usaha. Meski demikian, terdapat beberapa catatan pengetahuan dan informasi halal, persepsi halal, kesadaran halal, efisiensi, efektivitas, pemanfaatan, kepuasan, dan kesanggupan pelaku usaha dalam menjalankan kebijakan sertifikasi halal tersebut. Responden penelitian menunjukkan bahwa upaya membangun kesadaran dan sistem halal di masyarakat dan dunia usaha, yang dilakukan oleh pemerintah melalui kebijakan sertifikasi halal, membutuhkan perbaikan pada aturan dan penerapannya agar kebijakan ini bisa diterima dengan baik oleh pelaku usaha.

Hasil studi ini berkesesuaian dengan berbagai riset sebelumnya yang menunjukkan bagaimana penerimaan kebijakan sertifikasi halal harus mempertimbangkan banyak faktor agar bisa memberikan kontribusi pada upaya peningkatan kesadaran halal dan membangun sistem halal di masyarakat (konsumen) ataupun dunia usaha (pelaku usaha) (Ambali & Bakar, 2014; Cahya et al., 2020; Efendi, 2020; Fachrurazi et al., 2022; Fitiria et al., 2019; Najihah et al., 2016; Nofianti & Rofiqoh, 2019; Sari et al., 2021). Penerimaan kebijakan sertifikasi halal, jika mengacu pada jawaban responden sebelumnya, sejauh ini lebih banyak diikuti dan dijalankan sebagai upaya pemenuhan kewajiban dunia usaha, sekaligus mencari celah untuk pengembangan pasar dan peluang bisnis syariah. Kebijakan ini belum diterima dengan kesadaran bahwa halal merupakan ajaran tentang perilaku dan cara hidup yang bersih, sehat, baik, dan memiliki nilai ibadah dalam Islam.

Studi ini juga menunjukkan bahwa kebijakan sertifikasi halal masih ditanggapi secara beragam dengan tingkat keraguan yang masih besar terkait efisiensi,

efektivitas, manfaat, kepuasan, ekuitas, hingga kesanggupan pelaku usaha dalam menjalankannya. Meski kesadaran halal dan efektivitas kebijakan dianggap sebagai dua faktor terpenting (indikator dengan *loading factor* terbesar) dalam penerimaan kebijakan sertifikasi halal yang ditetapkan oleh pemerintah, namun indikator tersebut justru belum sepenuhnya dimiliki oleh para pelaku usaha. Ajaran tentang halal, dengan kata lain, belum sepenuhnya dipahami sebagai penerapan ajaran keagamaan tentang hidup yang baik, menjauhi hal-hal yang dilarang dan bisa menimbulkan efek negatif tertentu pada pelakunya, hidup secara etis, sekaligus bernilai ibadah dan memiliki hikmah. Halal belum dilihat sebagai suatu cara hidup, yang mengatasi kategori hukum dalam syariah. Kebijakan sertifikasi halal juga belum dilihat sebagai kebijakan yang bisa mengakomodir cara hidup dan berusaha yang baik tersebut.

Penerimaan atau respon yang beragam dari kalangan pelaku usaha, khususnya pelaku UMKM di kota Bandung terkait kebijakan sertifikasi halal ini, pada dasarnya menunjukkan bahwa penerapan kebijakan, harus diukur efisiensinya dengan melibatkan fakta-fakta sosial, psikologis, dan kepentingan-kepentingan subjektif dari penerima kebijakan itu sendiri. Beberapa jenis kebijakan tentu saja hanya harus diaplikasikan secara tegas tanpa mempertimbangkan hal-hal tersebut, terutama untuk situasi yang darurat. Namun demikian, dalam konteks penerapan dan penerimaan kebijakan sertifikasi halal, maka efektivitas kebijakan ini hanya akan meningkat seiring penerimaan yang baik dari masyarakat.

Hal ini harus dibaca sebagai peningkatan kesadaran dari masyarakat dan para pelaku UMKM tentang halal dan manfaatnya pada kehidupan. Halal bukan semata urusan menghindari produk dari kandungan unsur-unsur yang terlarang, tapi juga berkaitan dengan prosedur, metode produksi, pengelolaan sumber daya manusia pelaksana produksi, rantai pasok, hingga penyebaran nilai-nilai positif dari produk. Dengan cara itu, maka sertifikasi halal yang diikuti oleh para pelaku usaha atau pelaku UMKM bisa memberikan kontribusi positif pada pembangunan ekosistem halal di masyarakat. Tujuan yang lebih besar dari semua ini, bukanlah tujuan ekonomis, seperti membangun pasar halal yang bisa mewadahi berbagai produk dan aktivitas bisnis masyarakat, atau memberikan peningkatan nilai tambah pada produk dan usaha yang dijalankan, tapi lebih dari itu, sertifikasi halal adalah upaya membangun kehidupan bersama yang lebih baik, sesuai dengan nilai-nilai dan ajaran Islam secara keseluruhan.

PENUTUP

Hasil studi yang dilakukan terkait penerimaan pelaku UMKM terhadap kebijakan sertifikasi halal ini menghasilkan beberapa kesimpulan berikut:

Pertama, hasil wawancara dan suvey yang dilakukan menunjukkan bahwa para pelaku usaha secara umum bisa menerima kebijakan sertifikasi halal yang ditetapkan oleh pemerintah. Kebijakan sertifikasi halal dianggap sebagai kebijakan yang positif dan dibutuhkan untuk membangun kesadaran halal serta ekosistem halal dalam dunia usaha. Meski demikian terdapat beberapa catatan dan kritikan terkait pengetahuan dan informasi halal yang masih rendah di kalangan pelaku usaha, persepsi tentang halal yang belum sepenuhnya sesuai ketentuan dalam ajaran Islam, keraguan terkait efisiensi, efektivitas, manfaat, dan ekuitas kebijakan sertifikasi halal, serta kepuasan dan kesanggupan para pelaku usaha dalam menjalankan kebijakan sertifikasi halal tersebut.

Kedua, berdasarkan karakteristiknya, responden studi dengan tingkat usia, pendidikan, latar belakang keagamaan, dan bidang usaha yang beragam, masih memiliki keraguan terkait beberapa item yang diajukan kepada mereka sebagai indikator penerimaan kebijakan sertifikasi halal. Beberapa item dengan respon keraguan yang besar adalah item-item dari indikator *perilaku keagamaan, pengetahuan dan informasi halal, tujaun personal dan kolektif, efisiensi, efektivitas, manfaat, penggunaan, kepuasan, ekuitas, dan kesanggupan*.

Ketiga, pertimbangan pelaku usaha yang menjadi responden penelitian dalam penerimaan kebijakan sertifikasi halal tidak semata didasarkan pada pertimbangan teologis-keagamaan, tapi juga pada pertimbangan pragmatis usaha yang dijalankan. Dalam hal ini, berdasarkan uji CFA yang dilakukan, pengujian atas penerimaan kebijakan sertifikasi halal yang diukur dengan 14 indikator, sudah memenuhi kriteria kelayakan model studi yang baik, di mana indikator kesadaran halal dan anggapan efektivitas kebijakan, merupakan indikator dengan *loading factor* terbesar dalam model tersebut. Hasil pengujian juga menunjukkan bahwa indikator-indikator sistem (efisiensi, efektivitas, manfaat, penggunaan, kepuasan, ekuitas, dan kesanggupan) lebih memberikan kontribusi pada pertimbangan pelaku usaha untuk menerima kebijakan sertifikasi halal tersebut.

Hasil studi ini dapat menjadi gambaran bagaimana penerimaan kebijakan sertifikasi halal berdasarkan respon para pelaku usaha. Secara umum, studi ini memiliki implikasi berikut: *Pertama*, penerapan kebijakan sertifikasi halal oleh

pemerintah harus mempertimbangkan berbagai indikator penerimaan kebijakan tersebut, khususnya dari para pelaku usaha yang menjadi subjek pelaksana kebijakan, seperti pengetahuan tentang halal dan informasi kebijakan, kesadaran halal di kalangan pelaku usaha, persepsi pelaku usaha tentang halal, efisiensi, efektivitas, hingga kesanggupan pelaku usaha dalam menjalankannya. *Kedua*, penerapan kebijakan sertifikasi halal juga harus mempertimbangkan karakteristik pelaku usaha yang tidak homogen, baik yang dipengaruhi oleh usia, pendidikan, latar belakang keagamaan, maupun bidang usaha yang dijalankan. *Ketiga*, kebijakan sertifikasi harus memberikan perhatian pada dua indikator penting, yakni *kesadaran halal* dan *efektivitas* pelaksanaan kebijakan itu sendiri, yang diperkuat juga dengan indikator-indikator lainnya.

Studi ini memiliki sejumlah keterbatasan tertentu, di antaranya: *Pertama*, Topik dan variabel yang diteliti terfokus pada dimensi-dimensi penerimaan kebijakan sertifikasi halal. Variabel ini akan lebih komprehensif jika disandingkan dengan variabel lain, baik dalam studi korelasional ataupun implikatif; *Kedua*, model pengukuran yang digunakan dimodifikasi dari model penerimaan kebijakan yang berfokus pada aspek normatif dan sistemik dari kebijakan tanpa melibatkan pertimbangan nilai-nilai teologis spesifik dari kebijakan sertifikasi halal. Oleh karena itu, diperlukan model yang lebih sesuai untuk pengukuran penerimaan kebijakan sertifikasi halal tersebut. Berdasarkan pada keterbatasan tersebut, maka peneliti selanjutnya diharapkan bisa mengembangkan riset terkait kebijakan sertifikasi halal ini dalam kerangka keterhubungan antar variabel yang lebih kompleks, ataupun berfokus pada perumusan model penerimaan kebijakan keagamaan yang memasukkan indikator-indikator teologis tertentu dalam pengukurannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, M., Ismail, H., Hashim, H., & Johari, J. (2008). SMEs and Halal Certification, In Thrusting Islam, Knowledge and Professionalism in ECER Development. *ECER Regional Conference*, 609–618.
- Afroniyati, L. (2017). Analisis Ekonomi Politik Sertifikat Halal oleh MUI. *Jurnal Kebijakan Dan Administrasi Publik*, 18(1), 37–52.
- Akim, N. K., Purnama, C., & Korina, L. C. (2019). The Shifting of Halal Certification System in Indonesia: From Society-Centric to StateCentric. *Mimbar*, 25(1), 115–126.
- Ambali, A. R., & Bakar, A. N. (2014). People’s Awareness on Halal Foods and Products: Potential Issues for Policy-Makers. *Procedia, Social and Behavioral Sciences*, 121, 3–25.
- Aminullah, Mardiah, Riandi, M. R., Argani, A. P., Syahbirin, G., Tetty, & Kemala. (2018). Pengaruh Jenis Metode Ekstraksi Lemak terhadap Total Lipid Lemak Ayam dan Babi. *Jurnal Agroindustri Halal*, 4(1), 94–100.
- Antara, P. M., Musa, R., & Hassan, F. (2016). Bridging Islamic Financial Literacy and Halal Literacy: The Way Forward in Halal Ecosystem. *Procedia, Social and Behavioral Sciences*, 37, 196–202.
- Asa, R. S. (2017). Malaysian Halal Certification: Its Religious Significance and Economic Value. *Shariah Journal*, 25(1), 137–156.
- Ausserer, K., & Risser, R. (2005). *Intelligent Transport Systems and Services - Chances and Risks*.
- Cahaya, B. T., Sufiana, F., & Islamiah, M. H. (2020). Impact of Halal Labelization, Consumer Awareness and Behavior Intention Towards Fast Food Buying Decision. *Hunafa: Studia Islamika*, 17(2), 80–103.
- Chairunnisyah, S. (2017). Peran Majelis Ulama Indonesia dalam Menerbitkan Sertifikat Halal pada Produk Makanan dan Kosmetika. *Jurnal EduTech*, 3(2), 64–75.
- Departemen Agama. (2003). *Panduan Sertifikasi Halal*.
- DKUK. (2022). *Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat*. Dinas Koperasi dan Usaha Kecil.
- Efendi, A. (2020). The Effect of Halal Certification, Halal Awareness and

- Product Knowledge on Purchase Decisions for Halal Fashion Products. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 2(2), 145–154.
- Fachrurazi, Silalahi, S. A. F., & Fahham, A. M. (2022). Factors Affecting Intention to Adopt Halal Practices: Case Study of Indonesian Small and Medium Enterprises. *Journal of Islamic Marketing*, 13(6), 1244–1263.
- Faidah, M. (2017). Sertifikasi Halal di Indonesia dari Civil Society menuju Relasi Kuasa antara Negara dan Agama. *Islamica: Jurnal Studi Keislaman*, 11(2), 449–476.
- Faridah, H. D. (2019). Halal Certification in Indonesia: History, Development, and Implementation. *Journal of Halal Product and Research*, 2(2), 68–78.
- Fitiria, M. R., Aji, H., & Heryawan, A. Y. (2019). The Effect of Halal Awareness, Halal Certification and Halal Marketing Toward Halal Purchase Intention of Fast Food among Muslim Millenials Generation. *RJOAS*, 6(90), 76–83.
- Goldenbeld, C. (2002). *Publiek draagvlak voor verkeersveiligheid en veiligheidsmaatregelen. Overzicht van bevindingen en mogelijkheden voor onderzoek* (Stichting).
- Hasan, K. N. S. (2014). Kepastian Hukum Sertifikasi dan Labelisasi Halal Produk Pangan. *Jurnal Dinamika Hukum*, 14(2), 227–238.
- Hilda, L. (2013). Pandangan Sains terhadap Haramnya Lemak Babi. *Logaritma*, 1(1), 35–46.
- Karimah, I. (2015). Perubahan Kewenangan Lembaga-Lembaga yang Berwenang dalam Proses Sertifikasi Halal. *Journal of Islamic Law Studies*, 1(1), 107–131.
- Kaur, M., & Mutty, B. (2016). The Commodification of Islam?: A Critical Discourse Analysis of Halal Cosmetics Brands. *The Asian Journal of Humanities*, 1(1), 63–80.
- Kementerian Agama. (2001a). *Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 518 tentang Pedoman dan Tata Cara Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal Menteri Agama Republik Indonesia*. Kementerian Agama RI.
- Kementerian Agama. (2001b). *Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 519 tentang Lembaga Pelaksana Pemeriksa Pangan Halal Menteri Agama Republik Indonesia*. Kementerian Agama RI.
- LPPOPM-MUI. (2008). *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal*.

- Mohamed, Z. A., Shamsudin, M. N., & Rezai, G. (2013). The Effect of Possessing Information About Halal Logo on Consumer Confidence in Malaysia. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, *25*, 73–86.
- Najiha, A. A., Rahman, R. A., Othman, M., & Abidin, U. F. U. Z. (2016). Critical Success Factors Affecting the Implementation of Halal Food Management Systems: Perspective of Halal Executives, Consultants and Auditors. *Food Control*, *74*, 34–52.
- Nofianti, K. A., & Rofiqoh, S. N. I. (2019). The Halal Awareness and Halal Labels: Do They Determine Purchase Intention? (Study on SME's Business Practitioners in Gresik). *Journal of Halal Product and Research*, *2*(1), 16–24.
- Noordin, N., Noor, N. L. M., & Samicho, Z. (2014). Strategic Approach to Halal Certification System: An Ecosystem Perspective. *Procedia, Social and Behavioral Sciences*, *121*, 79–95.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, (2014).
- Purnama, F. A., & Safira, A. (2017). Development of Halal Market: A Critical Perspective. *International Journal of Management and Applied Science*, *3*(6), 60–62.
- Puspangtyas, M. (2021). Is Halal Certificate Socialization Effective in Increasing the Number of MSMEs in the Food Sector to Register for Halal Certificate? In H. Pratikno, A. Taufiq, A. Voak, N. Deuraseh, H. Nur, W. Dahlan, A. Purnomo, & Idris (Eds.), *Halal Development: Trends, Opportunities and Challenge* (pp. 69–74). CRC Press.
- Putri, H. M., Dachyar, M., & Nurcahyo, R. (2021). Measuring Service Quality of Halal Certification in Indonesia Food Industry using FuzzySERVQUAL Method for Service Quality Improvement. *Proceedings of the 11th Annual International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 1782–1791.
- PytlikZillig, L. M., Hutchens, M. J., Muhlberger, P., Gonzalez, F. J., & Tomkins, A. J. (2018). Policy Acceptance. *SpringerBriefs in Psychology*, 89–116.
- Qadariyah, L., Nahidloh, S., & Mawardi, A. I. (2021). Exploring Small and Medium Industry Stakeholder's Perspectives of Halal Certification in Indonesia: A

- Case of Bangkalan Regency, Indonesia. In H. Pratikto, A. Taufiq, A. Voak, N. Deuraseh, H. Nur, W. Dahlan, A. Purnomo, & Idris (Eds.), *Halal Development: Trends, Opportunities and Challenge* (pp. 100–104). CRC Press.
- Salaam, Reuters, T., & DinarStandard. (2019). *An Inclusive Ethical Economy, State of the Global Islamic Economy Report 2018/19*.
- Sari, D. P., Jaswir, I., & Radzi, M. (2021). Factors Affecting the Successful Implementation of MS1500 by Malaysian Halal Food Industry. *International Journal of Halal Research*, 3(2), 102–112.
- Septiani, D., & Ridwan, A. A. (2020). The Effects of Halal Certification and Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food Products in Indonesia. *Indonesian Journal of Halal Research*, 2(2), 55–60.
- Susanti, D. O. (2021). Halal Characteristics of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) Products in Patemon Village, Krejengan District, Probolinggo Regency. *Notariil*, 6(1), 1–8.
- Talib, M. S. A., Hamid, A. B. A., & Chin, T. A. (2015). Motivation and Limitation in Implementing Halal Certification: a Pareto Analysis. *British Food Journal*, 117(11), 2664–2705.
- Vlassenroot, S., Brookhuis, K., Marchau, V., & Witlox, F. (2008). *Measuring Acceptance and Acceptability of ITS Theoretical Background in the Development of a Unified Concept*. TRAIL Research School.
- Wafaretta, V., Sudarmiatin, S., & Anam, F. K. (2020). The Intention of Halal Certification by Micro Business. *KnE Social Sciences*, 4(9), 141–155.
- Wirdyaningsih, I. K., Syahida, A. Q., & Nabilah, A. M. (2020). The Optimization of Halal Certification in Indonesia: Finding Right Balance between Consumer and Businessmen Interest. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 499, 401–408.



RESPON PELAKU USAHA DALAM PENERIMAAN KEBIJAKAN SERTIFIKASI HALAL

Hasil studi ini dapat menjadi gambaran penerimaan kebijakan sertifikasi halal berdasarkan respon para pelaku usaha. *Pertama*, penerapan kebijakan sertifikasi halal oleh pemerintah harus mempertimbangkan berbagai indikator penerimaan kebijakan tersebut, khususnya dari para pelaku usaha yang menjadi subjek pelaksana kebijakan, seperti pengetahuan tentang halal dan informasi kebijakan, kesadaran halal di kalangan pelaku usaha, persepsi pelaku usaha tentang halal, efisiensi, efektivitas, hingga kesanggupan pelaku usaha dalam menjalankannya. *Kedua*, penerapan kebijakan sertifikasi halal juga harus mempertimbangkan karakteristik pelaku usaha yang tidak homogen, baik yang dipengaruhi oleh usia, pendidikan, latar belakang keagamaan, maupun bidang usaha yang dijalankan. *Ketiga*, kebijakan sertifikasi harus memberikan perhatian pada dua indikator penting, yakni *kesadaran halal* dan *efektivitas* pelaksanaan kebijakan itu sendiri, yang diperkuat juga dengan indikator-indikator lainnya.



Sentra Publikasi Indonesia

ISBN 978-623-88179-1-7



9 786238 817917