

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian oleh Agung Nurcahyo dan Herry Hudrasyah (2017) yang berjudul *“The Influenca Of Halal Awarennes, Halal Certification, and Personal Societal Perception Toward Purchase Intention : A Study Of Instan Noodle Consumption Of College Student in Bandung”*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara dua variabel (sertifikasi halal dan persepsi masyarakat) terhadap variabel dependen (niat beli produk), dan kesadaran halal tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap niat beli.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Rininta Nurrachmi (2016) yang berjudul *“The Global Development of Halal Food Industry”*. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa meskipun Negara-negara maju memiliki lebih sedikit Muslim tetapi pangsa pasar untuk makanan halal adalah tinggi. Negara-negara dengan populasi Muslim yang lebih sedikit seperti Thailand, Inggris dan Australia dapat menangkap peluang makanan halal di pasar global. Dengan demikian, sebagian besar eksportir makanan halal berasal dari sana. Industri makanan halal dapat menjadi katalisator untuk mengembangkan sektor potensial lainnya yang mendapatkan dampak negative dari krisis ekonomi di Negara dengan populasi Muslim yang lebih sedikit. Negara-negara yaitu Thailand, Australia, Inggris dan Jepang telah menerapkan pertanian komersial

dalam manajemen pasokan mereka untuk mendukung produksi makanan halal mereka. Selain itu, kesadaran untuk mengonsumsi makanan halal juga datang dari non-Muslim karena lebih aman dan segar. Oleh karena itu penting bagi produsen untuk mempromosikan makanan halal yang sesuai dengan keamanan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rafi Siregar dan Azhar Alam (2018) yang berjudul “*Halal Label on Food Products by MUI (Indonesia Ulama Council) and Student Purchasing Decision Of Faculty of Business and Economic Universitas Muhammadiyah Surakarta*”. Studi ini menunjukkan bahwa 69,3% sampel siswa yang umumnya memahami produk makanan halal dan label halal MUI memiliki pengaruh besar dalam menentukan pembelian mereka untuk memilih produk halal.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Riska Rofiani (2017) yang berjudul “**Pencantuman Label Halal Tanpa Sertifikasi MUI pada Produk Makanan Industri Rumah Tangga di Yogyakarta**”. Hasil penelitian menunjukkan faktor-faktor yang menyebabkan pelaku usaha tidak melakukan sertifikasi halal adalah Kesadaran Hukum, Administrasi, dan Ekonomi.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Anandai Wunta Arty, yang berjudul “**Faktor-Faktor Pelaku Usaha Tidak Melakukan Sertifikasi Halal (Studi pelaku Usaha Makanan Ceker Pedas di Kota Malang)**”. Dari hasil penelitian ditemukan alasan-alasan yang menyebabkan pelaku

usaha tidak melakukan sertifikasi halal. Pertama, tidak mengetahui dan kurang memahami hukum yang berlaku tentang Jaminan Produk Halal, dan menganggap bahan baku produk yang digunakan merupakan bahan yang halal. Kedua, para pelaku usaha ceker ayam pedas yang tidak melakukan sertifikasi halal telah melanggar ketentuan dalam Undang-undang Jaminan Produk halal, hal ini ditinjau dari Undang-Undang yang berlaku.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Ismail Abd Latif (dkk) 2014, yang berjudul “ *A Comparative Analysis of Global Halal Certification Requirements* ”. Hasil analisis menunjukkan bahwa, berdasarkan Sembilan kategori yang diidentifikasi, JAKIM adalah badan yang paling ketat dalam memberikan sertifikasi halal kepada perusahaan.
7. Penelitian yang dilakukan Oleh Nurul Huda (2012) yang berjudul “ **Pemahaman Produsen Makanan Tentang Sertifikasi Halal (Studi Kasus di Surakarta)**”. Hasil penelitian menunjukkan : pemahaman produsen makanan di wilayah Surakarta di kelompokkan menjadi dua, yaitu ; pertama, produsen makanan memahami sertifikasi halal, maksud, tujuan, dan pentingnya sertifikasi halal. Kedua, produsen makanan belum memahami sertifikasi halal, maksud,tujuan dan pentingnya sertifikasi halal. Konsumen beranggapan sertifikasi halal tidak terlalu penting karena kehalalan tidak terletak pada label halal.
8. Penelitian yang dilakukan Oleh Afiq Dwi Cahyono (2016), yang berjudul “ **Urgensi Penerapan Sertifikat Halal Majelis Ulama Indonesia**

(MUI) Terhadap Produk UMKM (Studi di Kota Mataram) ‘’. Dari hasil wawancara dengan beberapa UMKM dalam melakukan Sertifikasi halal MUI terdapat beberapa kendala seperti, biaya sertifikasi yang mahal, keyakinan produsen bahwa produk makanan yang dibuat halal, mekanisme yang terlalu lama, perlindungan kerahasiaan pelaku usaha, dan kurangnya sosialisasi dari pihak MUI.

9. Penelitian yang dilakukan Oleh Asri Wahyuningrum (dkk), (2015) yang berjudul “ **Strategi Dakwah MUI (Majelis Ulama Indonesia) Jawa Tengah Melalui Sertifikasi Halal ‘’**. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: ada dua strategi dakwah yang digunakan LPPOM MUI yang terdapat dalam program Gerakan Masyarakat Sadar Halal “ Gemar HALAL”, yaitu strategi pensertifikasian dan strategi sosialisasi dan promosi.
10. Penelitian yang dilakukan oleh Normia Akmad Salindal (2018) yang berjudul “*halal certification compliance and its effect on companies’ innovative and market performance*” hasil penelitian menunjukkan: pertama, sertifikasi halal secara signifikan mempengaruhi kinerja inovatif perusahaan makanan yang bersertifikat halal, kedua, peningkatan kinerja inovatif mengarah pada peningkatan kinerja pasar, dan yang ketiga, kinerja inovatif sepenuhnya memediasi hubungan antara sertifikasi halal dan kinerja pasar, sehingga perusahaan makanan bersertifikasi halal dan perusahaan makanan non-halal memiliki perbedaan signifikan dalam hal kinerja inovatif dan kinerja pasar

11. penelitian yang dilakukan oleh Hayat M.Awan tahun 2015 yang berjudul *“Factors affecting Halal Purchase intention- evidence from pakistan’s halal food sector”* dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan mengandalkan pasar halal, hal itu dipengaruhi oleh faktor persepsi pribadi atau masyarakat dan peran sertifikasi halal.

B. Kajian Teori

1. Upaya

Upaya merupakan kegiatan yang menggerakkan tenaga dan pikiran untuk mencapai suatu tujuan. Dalam kamus Estimologi upaya memiliki arti yaitu pendekatan atau sesuatu yang didekati untuk mencapai tujuan. Dalam pengertian lain upaya merupakan suatu usaha atau ikhtiar untuk mencapai suatu tujuan, mencari jalan keluar, dan memecahkan persoalan (Depkidbud, 2002: 1250)

Dalam hal ini upaya yang dimaksud oleh peneliti adalah upaya yang dilakukan LPPOM MUI terhadap sertifikasi halal untuk UMKM. Adapun Upaya yang telah dilakukan LPPOM MUI terhadap Sertifikasi Halal Untuk UMKM yakni: Mengeluarkan Regulasi, Melakukan Sosialisasi dan Promosi , dan Kerja sama dengan beberapa lembaga.

a. Regulasi

Regulasi merupakan aturan yang dibuat agar bisa mengendalikan dan membantu masyarakat, kelompok, organisasi

maupun lembaga untuk mencapai suatu tujuan dalam kehidupan bermasyarakat, dan bersosialisasi.

Dalam hal ini Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetik – Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) mengeluarkan regulasi tentang sertifikasi halal. Dalam Surat Keputusan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia, Tentang Kebijakan Pendaftaran Sertifikasi Halal dan Penerbitan Surat Keterangan. Dengan Nomor : SK47/Dir/LPPOM MUI/XII/14, Dewan pelaksana LPPOM MUI menetapkan :

- a) Perusahaan yang memiliki beberapa tim manajemen halal yang berbeda, lokasi perusahaan berbeda, implementasi berbeda, implementasi SJH berbeda, atau dalam hal memenuhi persyaratan regulasi tertentu, maka dapat diterbitkan lebih dari satu nomor Sertifikat halal untuk produk dalam kelompok produk yang sama. Perusahaan tersebut harus memiliki akun (account) Cerol yang berbeda untuk masing-masing nomor Sertifikat halal dan harus ada pembeda untuk setiap akun, misalnya Evigo Indonesia (pabrik Malaysia) dan Evigo Indonesia. Nama perusahaan yang tercantum di Sertifikat halal sesuai dengan nama perusahaan pada akun (account) di Cerol.
- b) Produk pangan eceran (retail) dengan merk sama yang beredar di Indonesia harus didaftarkan seluruhnya untuk sertifikasi, tidak boleh jika hanya didaftarkan sebagian. Merk yang dimaksud berupa merk/nama produk yang dominan tercetak pada kemasan.
- c) Distributor dapat melakukan pendaftaran sertifikasi halal dengan syarat distributor berasal dari grup perusahaan yang sama dengan produsen produk yang disertifikasi. Kebijakan ini merubah kebijakan sebelumnya yang terdapat di HAS 23000:2 poin 4.1c.
- d) Ketentuan sertifikasi produk intermediet yang digunakan untuk beberapa kelompok produk dalam grup perusahaan yang sama adalah sebagai berikut:
 - 1) Produk intermediet didaftarkan untuk disertifikasi, sehingga semua registrasi produk akhir hanya mencantumkan produk intermediet sebagai bahan (tidak perlu mencantumkan seluruh

- bahan baku dari produk intermediet). Contoh: pada registrasi produk daging olahan dan produk mi instan yang menggunakan premix seasoning sebagai bahan.
- 2) Produk intermediet tidak didaftarkan untuk disertifikasi, sehingga semua registrasi produk akhir harus mencantumkan seluruh bahan baku dari produk intermediet beserta seluruh dokumen pendukungnya. Contoh: pada registrasi produk daging olahan dan produk mi instan yang menggunakan premix seasoning yang tidak disertifikasi, maka harus mencantumkan seluruh bahan baku dari premix seasoning beserta seluruh dokumen pendukungnya.
- e) Perusahaan yang melakukan registrasi proses perpanjangan sertifikat halal dengan tanggal registrasi di Cerol melebihi 6 bulan dari masa kadaluarsa sertifikat halal, maka status registrasi dianggap sebagai registrasi baru dan Sertifikat halal akan diterbitkan dengan nomor baru. Tanggal registrasi adalah tanggal saat perusahaan menyelesaikan proses upload data pendaftaran di Cerol.
- f) Kebijakan penerbitan surat keterangan:
- 1) LPPOM MUI dapat menerbitkan Surat Keterangan dalam proses Sertifikasi (SKP) dan Surat Keterangan dalam Proses Perpanjangan Sertifikasi (SKPP) berdasarkan permintaan dari perusahaan, dengan syarat telah dilakukan proses audit serta telah memenuhi kriteria bahan dan fasilitas.
 - 2) Khusus untuk SKPP dapat diterbitkan sebelum dilakukan proses audit jika tanggal registrasi di Cerol selambat-lambatnya 2 (dua) bulan sebelum habis masa berlaku Sertifikat halal dan sudah melunasi akad sertifikasi. Tanggal registrasi adalah tanggal saat perusahaan menyelesaikan proses upload data pendaftaran di Cerol.

b. Sosialisasi

Menurut William J.Gode (2007 : 20). Sosialisasi merupakan proses yang harus dilalui manusia untuk memperoleh nilai-nilai dan pengetahuan mengenai kelompoknya dan belajar mengenai peran sosialnya yang cocok dengan kedudukannya di situ.

Sesuai dengan UU NO 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, Pelaku Usaha berhak memperoleh sosialisasi terkait pentingnya produk halal melalui sertifikasi halal, untuk proses

sertifikasi halal ini dilakukan oleh lembaga terkait yakni Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, dan Kosmetik – Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI).

Sosialisasi dan promosi dilakukan untuk keperluan pemberian edukasi kepada masyarakat dan pelaku usaha. Dengan diadakan kegiatan sosialisasi dan promosi halal ini diharapkan pelaku usaha dan masyarakat bisa memahami tentang pentingnya produk halal dalam kehidupan sehari-sehari. Adapun kegiatan sosialisais dan promosi yang dilakukan LPPOM MUI adalah sebagai berikut :

1) INDHEX (Indonesia Internasional Halal Expo)

Indonesia Internasioanal Halal Expo (INDHEX) merupakan event tahunan yang sering diadakan oleh LPPOM MUI, kegiatan ini merupakan salah satu kegiatan pemberian edukasi dan promosi produk halal. Event ini mencakup beberapa kegiatan yaitu berupa : Expo produk bersertifikat halal, Halal Award, Global Halal Forum, Aneka Talkshow, Halal Competition, dan Halal Community Gathering.

2) Olimpiade Halal

Olimpiade Halal diselenggarakan untuk memperingati Milad LPPOM MUI yang ke 28 pada tahun 2017. Dalam kegiatan ini LPPOM MUI melibatkan SMU dari seluruh provinsi yang ada di Indonesia, dan peserta dari lima negara negara lain yaitu

Malaysia, Singapura, Vietnam, Jepang, dan Saudi Arabia sebagai peserta Olimpiade Halal antar SMU tingkat Nasional, dengan total peserta berjumlah 13.524 peserta. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kepedulian generasi muda terhadap produk halal, dan kemudian bisa di terapkan gaya hidup halal dalam kehidupan sehari-hari. Untuk kegiatan ujiannya dilaksanakan melalui program Halal Learning Online (HaLO) LPPOM MUI.

3) Halal Food Goes to School

Program ini berupa penyuluhan kesekolah-sekolah sambil memperkenalkan produk halal. Kegiatan ini dikhususkan untuk generasi muda, mulai dari usi TK sampai dengan SMU atau sederajat dengan tujuan agar generasi muda peduli pada gaya hidup halal, dengan selalu mengonsumsi produk yang halal.

4) Wisata Halal

Program wisata halal ini adalah program yang memperkenalkan kehalalan produk pada perusahaan yang telah bersertifikat halal, dan pengetahuan tentang proses pengolahan makanan dan minuman halal kepada anak usia sekolah dan masyarakat umum.

5) Talkshow Halal

Dalam menggelar kegiatan ini LPPOM MUI bekerja sama dengan beberapa Universitas, Instansi, dan Media.

6) Halal Competition

Kegiatan ini diadakan untuk Meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap produk halal melalui pertumbuhan kreativitas dalam aneka lomba halal. Adapun jenis lomba yang telah dilaksanakan pada tahun 2013 yaitu : Lomba foto hiab hunting, Halal Hijab Life Style, Lomba Kreativitas Halal Mom & Me, dan Lomba Blog Halal.

7) Fasilitas Sertifikasi Halal Gratis

Dalam program pemberian fasilitas sertifikasi halal gratis kepada UKM, LPPOM MUI bekerja sama dengan instansi terkait seperti KEMENAG RI, BPOM, Kementerian Kelautan dan Perikanan, Kementiran Dinas Peindustrian Kota dan Kabupaten, dan yang tearkhir Kementerian KUKM.

8) Sosialisasi Halal Kepada UKM/Perusahaan Besar

Selain melakukan kegiatan sosialisasi kepada UKM dan Perusahaan Besar secara mandiri, LPPOM MUI juga bekerja sama dengan pemerintah atau instansi terkait.

9) Sosialisasi Halal melalui Media dan Sosial Media

Media yang digunakan dalam melakukan sosialisasi halal adalah media cetak dan media online berupa : Majalah Ummi, Detik.com, Republika, twitter @HalalIndonesia, dan Facebook Halal MUI.

10) Merchandise

Merchandise yang dibuat LPPOM MUI adalah “Halal is My Life” sebagai upaya sosialisai tagline.

c. Kerjasama

Menurut Lewis Thomas dan Elaine B.Johnson (2014 : 164) kerjasama adalah pengelompokan yang terjadi diantara makhluk-makhluk hidup yang kita kenal. Kerjasama adalah kegiatan dimana dikerjkana secara beregu atau kelompok, dengan anggota yang saling mendukung dan mengandalkan untuk mencapai tujuan.

Dalam hal ini, untuk memperkuat posisi LPPOM MUI dalam menjalankan fungsi sertifikasi halal, pada tahun 1996 LPPOM MUI menandatangani nota kesepakatan kerjasama dengan Departemen Kesehatan dan MUI, dan Departemen Agama. Kemudian nota kesepakatan tersebut disusul dengan penerbitan keputusan oleh Menteri Agama (KPA) 518 Tahun 2001 dan KMA 619 Tahun 2001. Penerbitan keputusan tersebut untuk menguatkan MUI sebagai lembaga sertifikasi halal, mulai dengan melakukan pemeriksaan, penetapan fatwa, sampai dengan penerbitan sertifikasi halal.

Selain itu, dalam proses pelaksanaan sertifikasi halal, LPPOM MUI juga bekerja sama dengan beberapa lembaga dan Instansi antara lain :

- 1) Kementrian Agama
- 2) Kementrian Pertanian

- 3) Kementrian Koperasi dan UKM
- 4) Institut Pertanian Bogor (IPB)
- 5) Universitas Muhammadiyah Dr.Hamka
- 6) Universitas Djuanda
- 7) Universitas Islam Negeri
- 8) Universitas Wahid Hasyim Semarang
- 9) Universitas Muslim Indonesia Makasar

2. LPPOM MUI

Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, Kosmetika- Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) merupakan lembaga yang didirikan oleh Majelis Ulama Indonesia untuk menjalankan tugas dalam menjaga ketentraman umat muslim dalam mengkonsumsi makanan, obat dan kosmetika yang jelas kehalalannya. Pada tanggal 6 Januari 1989 MUI mengukuhkan LPPOM MUI untuk menjaga ketentraman umat batin Islam dengan visi ” menjadi lembaga sertifikasi halal terpercaya di Indonesia dan Dunia untuk memberikan ketentraman bagi umat Islam dan menjadi pusat halal dunia yang memberikan informasi, solusi dan standar halal yang diakui secara nasional dan internasional “. Dan Misi :

- a. membuat dan mengembangkan standar sistem pemeriksaan halal
- b. melakukan sertifikasi halal untuk produk-produk halal yang beredar dan dikonsumsi masyarakat
- c. mendidik dan menyadarkan masyarakat untuk senantiasa mengkonsumsi produk halal

- d. memberikan informasi yang lengkap dan akurat mengenai kehalalan produk dari berbagai aspek.

Lembaga ini didirikan dengan alasan bahwa ajaran agama Islam mengatur sedemikian rupa tentang makanan dan minuman yang dikategorikan sebagai halal dan haram atau syubhada. Dalam ajaran islam bahan bahan yang diharamkan adalah bangkai, darah babi, dan hewan hewan yang disembelih dengan nama selain Allah, seperti yang sudah di jelaskan dalam Q.S Al-Maidah : 3

قُلْ لَا أَجِدُ فِي مَا أُوحِيَ إِلَيَّ مُحَرَّمًا عَلَى طَاعِمٍ يَطْعَمُهُ إِلَّا أَنْ يَكُونَ مَيْتَةً أَوْ دَمًا
مَسْفُوحًا أَوْ لَحْمَ خِنْزِيرٍ فَإِنَّهُ رِجْسٌ أَوْ فِسْقًا أُهِلَّ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ ۖ فَمَنْ اضْطُرَّ
غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَإِنَّ رَبَّكَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

yang artinya “Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelinya, dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala. Dan (diharamkan juga) mengundi nasib dengan anak panah, (mengundi nasib dengan anak panah itu) adalah kefasikan. Pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka dan takutlah kepada-Ku. Pada hari ini telah Kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Ku-cukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Ku-ridhai Islam itu jadi agama bagimu. Maka barang siapa terpaksa karena kelaparan tanpa sengaja berbuat dosa, sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”

Dan kategori minuman yang diharamkan adalah minuman *khamar* (minuman yang mengandung alcohol) seperti yang telah dijelaskan dalam Q.S Al-Maidah : 90-91)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ
الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقَعَ بَيْنَكُمْ الْعَدَاوَةَ

وَالْبَعْضَاءِ فِي الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ وَيَصُدُّكُمْ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَعَنِ الصَّلَاةِ ۗ فَهَلْ أَنْتُمْ مُنْتَهُونَ

yang artinya “*Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamr, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah adalah perbuatan keji termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan. Sesungguhnya syaitan itu bermaksud hendak menimbulkan permusuhan dan kebencian di antara kamu dengan khamr dan berjudi itu, dan menghalangi kamu dari mengingat Allah dan shalat; maka berhentilah kamu (dari mengerjakan pekerjaan itu)*”.

3. Sertifikasi Halal

a. Pengertian

Menurut LPPOM MUI (2014) Sertifikasi halal merupakan fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kompetensi dan otoritas dalam penetapan fatwa, dalam hal ini adalah lembaga Majelis Ulama Indonesia (MUI). MUI yang memiliki kedudukan sebagai pelaksana sertifikasi halal dipandang dan dipercayai mampu mencegah adanya perpecahan dan perbedaan terhadap produk halal.

Sertifikasi Halal MUI pada produk pangan, obat-obatan, kosmetika dan produk lainnya dilakukan untuk memberikan kepastian status kehalalan, sehingga dapat menenangkan batin konsumen dalam mengkonsumsinya. Kestinambungan proses produksi halal dijamin oleh produsen dengan cara menerapkan Sistem Jaminan Halal. Sertifikasi halal telah dijalankan Oleh MUI selama 25 tahun, semenjak tahun 1989.:

1. Penetapan standar halal
2. Pemeriksaan produk

3. Penetapan fatwa
4. Penerbitan sertifikat halal.

b. Tujuan

Adapun tujuan dan maksud dari sertifikasi halal ini adalah untuk memberikan rasa aman, ketentraman batin, dan jaminan kelayakan suatu produk untuk konsumen muslim ataupun masyarakat. Dalam hal ini kelayakan produk yang dimaksud adalah layak dari sisi kesehatan ataupun layak dari sisi agama, yakni kehalalannya.

c. Proses Sertifikasi Halal

Ada beberapa tahapan yang harus dilewati produsen dalam proses sertifikasi halal yakni :

- 1) Memahami Persyaratan sertifikasi halal dan mengikuti pelatihan SJH
- 2) Menerapkan Sistem Jaminan Halal (SJH)
- 3) Menyiapkan dokumen sertifikasi halal
- 4) Melakukan pendaftaran sertifikasi halal (upload data)
- 5) Melakukan monitoring per audit dan pembayaran akan sertifikasi
- 6) Pelaksanaan audit
- 7) Melakukan monitoring pasca audit
- 8) Memperoleh sertifikasi halal.

Prinsip-prinsip dasar sertifikasi halal adalah Halal (diizinkan) dan Thoyyibban (sehat) yang diambil dari Al-Quran, ayat 168 Surat Al-Baqarah. Halal dan Thoyyibban sendiri, menggambarkan simbol intoleransi dalam kebersihan, keamanan dan kualitas. Sertifikasi halal

dikeluarkan berdasarkan prinsip dan prosedur dasar bahwa produk harus baik, aman dan layak dikonsumsi.(Nurulhuda Noordin dkk.2009:2)

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mohamed Syazwan Ab Talib (2017) Motivasi dan manfaat sertifikasi bagi keamanan pangan halal adalah: Motivasi Internal menyangkut proses internal perusahaan, orang-orang dan sumber daya yang tersedia, sedangkan motivasi eksternal berkaitan dengan elemen eksternal perusahaan seperti intervensi pemerintah dan tekanan pasar. Suatu perusahaan dapat memperoleh manfaat internal, seperti peningkatan kualitas produk, dan manfaat eksternal seperti, pemasaran yang lebih baik dan pangsa pasar yang lebih besar.

d. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

1) Pengertian UMKM

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri. Pada prinsipnya, pembedaan antara Usaha Mikro (UM), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai asset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata pertahun, atau jumlah pekerja tetap. Namun definisi UMKM berdasarkan tiga alat ukur ini berbeda menurut Negara. Karena itu, sulit untuk membandingkan peran UMKM antara Negara.

Sesuai dengan Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM didefinisikan sebagai peluang usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria yang sudah diatur dalam Undang-Undang. Adapun kriteria yang dimaksud adalah sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan memenuhi kriteria yakni:
 - a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan dan tempat usaha,
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)
- b. Usaha kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria yakni :
 - a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah)
- c. Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria:
 1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
 2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000,00 (lima puluh milyar rupiah)

2) Klasifikasi UMKM

Berikut ini adalah klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) : (LPPI dan BI, 2015:12)

- a) UMKM Sektor informal , merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah. Contohnya pedagang kaki lima.
- b) UMKM Mikro adalah para pelaku UMKM yang mempunyai kemampuan dan sifat pengrajin namun kurang memiliki jiwa kewirausahaan dalam mengembangkan usahanya.
- c) Usaha Kecil Dinamis merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan sub kontrak dan ekspor.
- d) *Fast Moving Enterprise* adalah UMKM yang mempunyai jiwa keriausahaan yang cakap dan siap bertransformasi menjadi usaha besar.

3) Karakteristik UMKM

Karakteristik UMKM merupakan kondisi yang melekat pada perilaku pengusaha maupun pada aktifitas usaha. Karakteristik yang akan menjadi ciri pembeda antar pelaku usaha sesuai dengan skala usahanya. Ada beberapa karakteristik dalam UMKM yakni sebagai berikut : (LPPI dan BI, 2015:12-14)

a) Usaha Mikro :

- 1) Jenis barang atau komoditi tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berganti
- 2) Tempat usahanya tidak selalau menetap, sewaktu-waktu dapat pindah tempat
- 3) Belum melakukan administrasi keuangan keluarga dengan keuangan usaha
- 4) Sumber daya manusia (pengusaha) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai
- 5) Tingkat pendidikan rata-rata relative sangat mudah
- 6) Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP
- 7) Contohnya : Usaha perdagangan seperti kaki lima serta perdagangan di pasar

b) Usaha Kecil

- 1) Jenis barang atau komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap, dan tidak gampang berubah
- 2) Lokasi usaha umumnya sudah menetap dan tidak berpindah-pindah
- 3) Keuangan perusahaan sudah mulai dipindahkan dengan keuangan keluarga
- 4) Sudah membuat neraca usaha

- 5) Sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya, termasuk NPWP
- 6) Sumber daya manusia (pengusaha) memiliki pengalaman dalam berwira usaha
- 7) Sebagian sudah akses ke perbankan dalam keperluan modal
- 8) Sebagian besar belum dapat membuat manajemen usaha dengan baik, contoh : pedagang di pasar, grosir (agen) dan pedagang pengumpul lainnya

c) Usaha Menengah

- 1) Memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, dengan pembagian tugas yang jelas antara lain: bagian keuangan, bagian pemasaran, dan bagian produktif
- 2) Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur sehingga memudahkan untuk auditing dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan
- 3) Sudah memiliki persyaratan legalitas antara lain izin tetangga
- 4) Pada umumnya telah memiliki sumber daya manusia yang terlatih dan terdidik
- 5) Contoh : Usaha pertambangan batu gunung untuk kontruksi dan marmer buatan.

4) Kendala Bisnis UMKM

Ada banyak hambatan dan kendala yang dihadapi para pelaku UMKM baik dari faktor internal maupun eksternal. Berikut ini adalah kendala dan hambatan yang sering dialami oleh UMKM: (LPPI dan BI, 2015:18-20)

a) Faktor Internal

a. Modal

- 1) UMKM yang belum mendapat akses atau pembiayaan perbankan sekitar 60-70%
- 2) Hambatan geografis, selain masih sedikit perbankan yang menjangkau hingga ke daerah pelosok dan terpencil, terdapat kendala administrative, manajemen bisnis UMKM yang masih dikelola secara manual maupun tradisional. Dan pengelola belum bisa memisahkan antara uang untuk operasional rumah tangga dan usaha

b. Sumber Daya Manusia

- 1) Pemilik UMKM masih sering terlibat dalam persoalan teknis, sehingga kurang memikirkan tujuan atau rencana strategis jangka panjang usahanya
- 2) Kurangnya pengetahuan tentang cara menjalankan *quality control* dan teknologi mengenai produksi terbaru
- 3) Belum bisa melibatkan banyak tenaga kerja karena keterbatasan kemampuan dalam memberi kompensasi

4) Belum mampu memahami kebutuhan yang diinginkan pasar.

c. Hukum

Umumnya pelaku UMKM masih berbadan hukum perorangan

d. Akuntabilitas

Belum mempunyai sistem administrasi keuangan dan manajemen yang baik.

b) Faktor Eksternal

1) Infrastruktur

- a) Banyak UMKM menggunakan teknologi yang masih sederhana
- b) Terbatasnya sarana dan prasarana usaha

2) Iklim Usaha masih belum kondusif

- a) Koordinasi antar *stakeholder* UMKM yang masih belum padu.
- b) Lembaga pemerintah, institusi pendidikan, lembaga keuangan, dan asosiasi usaha lebih sering berjalan masing-masing
- c) Belum tuntasnya penanganan aspek legalitas badan usaha dan kelancaran prosedur perizinan, penataan lokasi usaha, biaya transaksi usaha tinggi, kebijakan dalam aspek pendanaan untuk UMKM

3) Akses

- a) Belum bisa mengimbangi selera konsumen
- b) Akses terhadap teknologi masih dikuasai oleh perusahaan
- c) Keterbatasan akses terhadap bahan baku.