

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ketika berbicara mengenai industri halal, banyak orang hanya menganggapnya sebagai upaya menghadirkan makanan halal saja. Padahal industri halal bukan hanya soal makanan, tetapi juga pariwisata, pendidikan, kosmetik, keuangan, kesehatan, hingga budaya. MEDIAINI.COM

Halal sekarang dalam domain bisnis modern & pertukaran dan muncul sebagai paradigma baru untuk memastikan kualitas dan mempengaruhi cara hidup dengan mengubah orang. ' Sikap, selera dan nilai (Khan et al., 2018)

Dalam jurnal (Komoditas et al., 2017)Qardhawi, (2016) menjelaskan bahwa secara istilah, halal adalah sesuatu yang dibolehkan dan diizinkan oleh syari'at untuk dilakukan. Dalam hal konsumsi makanan, halal merupakan faktor yang mengatur makanan yang boleh dikonsumsi oleh masyarakat yang beragama Islam.

Halal Supply Chain Management berfokus pada jaminan produk ' Integritas halal langsung dari Farm hingga Fork.Selain itu, istilah integritas halal mencakup integritas bahan, proses produksi, informasi dan modal yang terkait dengan produk.Pendekatan Supply Chain merupakan prasyarat dalam menjaga integritas produk dan layanan Halal daripada berfokus pada perusahaan individu (Khan et al., 2018)

Saat ini produk halal didistribusikan secara luas ke seluruh dunia. Ini telah menyebabkan peningkatan permintaan produk halal tidak hanya oleh negara-negara Islam tetapi juga oleh negara-negara non-Islam. Oleh karena itu, karena halal berlaku tidak hanya untuk orang-orang Muslim tetapi juga untuk orang lain, ini menyebabkan produk menjadi terkenal secara global serta menekankan perlunya rantai pasokan halal. Mengingat hal itu, rantai pasokan halal sangat penting dalam memastikan bahwa konsep halal tidak hanya berlaku untuk makanan itu sendiri

tetapi juga untuk seluruh rantai pasokan mulai dari pertanian ke pelanggan. Lebih lanjut, konsep 'halalan toyyiban' yang berarti sehat juga mencakup keamanan, kualitas dan kebersihan makanan, dan proses logistiknya menjadi lebih menarik dan menggiurkan. Kata 'halal' secara harfiah berarti diizinkan (Rahman,dkk.,2019).

Industri halal mengalami perkembangan pesat pada beberapa sektor antara lain: makanan halal, keuangan, travel, *fashion*, kosmetik dan obat-obatan, media dan hiburan, serta sektor lain seperti *healthcare* dan pendidikan. Laporan *State of The Global Islamic Economy 2016/2017* oleh Thomson Reuters, pada tabel 1, menunjukkan total pendapatan yang

diperoleh masing-masing sektor pada tahun 2015 beserta proyeksi pendapatan pada tahun 2021.

Table 1.1 Total Pendapatan dan Estimasi Pendapatan Industri Halal

Sektor	Total Pendapatan 2015	Estimasi Pendapatan 2021
Makanan Halal	\$1,17 Triliun	\$ 1,9 Triliun
Keuangan	\$ 2 Triliun	\$ 3,5 Triliun
Travel	\$ 151 Miliar	\$ 243 Miliar
Obat dan kosmetik	\$ 78 Miliar	\$ 132 Miliar
Media dan hiburan	\$ 189 Miliar	\$ 262 Miliar
<i>Healthcare</i>	\$ 436 Miliar	-
Pendidikan	\$ 402 Miliar	-
Fashion	\$ 243 Miliar	\$ 368 Miliar

Sumber: *State of The Global Islamic Economy 2016/2017*

Survei yang dilakukan di 76 negara yang terdiri dari 57 negara anggota Organisasi Konferensi Islam (OKI) dan 16 negara non OKI menunjukkan bahwa sektor keuangan dan makanan halal memiliki kontribusi yang lebih besar dibandingkan dengan sektor yang lain. Dengan potensi pendapatan mencapai \$1,9 Triliun pada tahun 2021, industri makanan halal menjadi perhatian utama para pelaku usaha di berbagai negara, misalnya Malaysia.

Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2010 jumlah penduduk Indonesia mencapai 237,6 juta jiwa dengan populasi umat Muslim mencapai 207 jiwa atau sekitar 87 persen. Dengan jumlah penduduk muslim terbanyak di dunia, Indonesia memiliki potensi pasar yang besar bagi industri halal dunia. Laporan *State of The Global Islamic Economy 2016/2017* yang diterbitkan oleh Thomson Reuters menempatkan Indonesia di peringkat pertama untuk konsumen produk makanan halal yaitu sebesar \$154,9 Miliar. Namun demikian, pemerintah Indonesia belum dapat memaksimalkan potensi pasar tersebut karena Indonesia masih berada pada peringkat 10 untuk kategori produsen makanan halal.

Berdasarkan data BPS, terdapat sekitar 57 juta Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia dan yang telah memiliki sertifikat halal jumlahnya masih sangat sedikit. Berdasarkan data Majelis Ulama Indonesia (MUI) selaku lembaga yang berwenang mengeluarkan sertifikasi halal, pada periode 2014-2015 telah terbit sertifikat halal nasional untuk 6.231 perusahaan dan UMKM. Sedangkan untuk perusahaan yang berasal dari luar negeri, MUI telah menerbitkan sertifikat halal untuk 683 perusahaan yang artinya masih ada jutaan UMKM yang belum melaksanakan sertifikasi halal (Tirto, 2016). Oleh karena itu, pemerintah harus mampu memaksimalkan penerbitan sertifikat halal untuk UMKM guna meningkatkan pendapatan industri halal di Indonesia terutama dari sektor makanan halal.

Daya saing UMKM di pasar global akan dapat meningkat dengan menerapkan strategi yang handal dalam proses produksi maupun pemasaran. Salah satu implementasi strategi dalam proses produksi adalah dengan menghasilkan produk yang terjamin kehalalannya untuk meraih target pasar konsumen yang sadar produk-produk pangan halal baik itu umat muslim maupun non muslim. Produk yang terjamin kehalalannya dapat diperoleh dengan berbagai cara berikut, yaitu: melakukan sertifikasi halal untuk produknya, meningkatkan SDM yang terlibat dalam produksi UMKM halal, branding produk UMKM halal melalui media teknologi dan informasi, membangun sinergi dengan institusi terkait untuk menghasilkan produk inovatif halal UMKM (Pujiono dkk., 2018).

Dari data catatan Dinas Koperasi dan UMKM di Kabupaten Bekasi jumlah UMKM mencapai 15.000. Sebanyak 14.900 UMKM belum kantongi hak paten, selain itu 2.000 usaha belum kantongi izin sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) Edi Setiawan pada Jumat (3/11/2017)

Sehingga dari data yang diperoleh di atas sebagian besar masyarakat di Bekasi masih begitu awam tentang kesadaran (*awareness*) konsumen terhadap produk makanan halal dan bersikap masa bodoh dalam mengonsumsi berbagai macam produk makanan. Terlebih lagi sosialisasi tentang produk bersertifikasi halal dan berBPOM masih sangat kurang Alaidrus (2018) melaporkan bahwa sosialisasi sertifikasi halal khususnya kepengusaha kecil belum optimal. Artinya hanya sebagian orang saja yang sadar akan pentingnya label halal tersebut yang akan mencari tahu status kehalalan produk yang dikonsumsi. Padahal setiap produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikasi halal. Kewajiban itu diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang (UU) Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

Oleh karena itu, tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kesadaran (*awareness*) halal supply chain konsumen tentang produk halal makanan UMKM di Cikarang. Untuk mengetahui tingkat kesadaran (*awareness*) konsumen

produk halal makanan UMKM di Cikarang yaitu keyakinan agama (*Religious Belief*), sertifikasi halal (*Halal Certification*), alasan kesehatan (*Health Reason*) serta tingkat edukasi paparan (*Exposure*). Berdasarkan gejala dan fenomena di atas, maka judul penelitian ini adalah **“ANALISIS AWARENESS HALAL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PADA PRODUK UMKM MAKANAN DI CIKARANG“**

1.2 Rumusan Masalah

Pada produk makanan UMKM di Cikarang masih begitu sedikit yang sudah mengantongi sertifikasi halal, oleh karena itu kurangnya kesadaran pengetahuan konsumen tentang *Awareness Halal Supply Chain Management* pada produk makanan UMKM di Cikarang yang belum bersertifikasi halal. Oleh karena itu perlu adanya integritas peran pemerintah dan kesadaran konsumen.

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, maka perumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara *Religious Belief* terhadap *awareness halal supply chain management* pada konsumen produk makanan UMKM di Cikarang
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Role of Halal Certification awareness halal supply chain management* pada konsumen produk makanan UMKM di Cikarang
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Health Reason* terhadap terhadap *awareness halal supply chain management* pada konsumen produk makanan UMKM di Cikarang
4. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Exposure* terhadap *awareness halal supply chain management* pada konsumen produk makanan UMKM di Cikarang

5. Seberapa besar pengaruh variabel Religious Belief, Role of Halal Certification, Health Reasons dan Exposure terhadap Awareness Halal Supply Chain Management

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis dan mengetahui ada tidak nya pengaruh konsumen produk makanan UMKM di Cikarang mengenai *variabel Religious Belief, Role of Halal Certification, Health Reason, Exposure* serta *Awareness Halal Supply Chain Management*

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan antara *Religious Belief* terhadap *awareness halal supply chain management* pada konsumen produk makanan UMKM di Cikarang
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan antara variabel *Role of Halal Certification* terhadap *awareness halal supply chain management* pada konsumen produk makanan UMKM di Cikarang
3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan antara variabel *Health Reason* terhadap *awareness halal supply chain management* pada konsumen produk makanan UMKM di Cikarang
4. Untuk mengetahui pengaruh signifikan antara variabel *Exposure* terhadap *awareness halal supply chain management* pada konsumen produk makanan UMKM di Cikarang
5. Untuk mengetahui pengaruh variabel Religious Belief, Role of Halal Certification, Health Reasons dan Exposure terhadap Awareness Halal Supply Chain Management

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi penerapan dan pengembangan dalam bidang Manajemen operasional di Universitas Pelita Bangsa.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan serta pengetahuan penulis mengenai ANALISIS AWARENESS HALAL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PADA PRODUK UMKM MAKANAN DI CIKARANG

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari lima bab, dengan susunan atau sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat penjelasan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang teori penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, hipotesis serta model penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini meguraikan tentang jenis dan desain penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi dan metode pengambilan sampel, jenis, sumber, dan teknik pengumpulan data, dan metode analisis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat tentang gambaran umum perusahaan, hasil penelitian deskripsi data dan gambaran umum penelitian, analisis data atau pengujian hipotesis (uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis), pembahasan.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini di sajikan kesimpulan dari analisis data yang dilakukan penulis serta saran-saran yang di sampaikan penulis.