

Urgensi Pemahaman dan Kesadaran Produk Halal Pelaku Usaha di Kota Metro

Siti Zulaikha^{1*}, Enny Puji Lestari², Ani Nurul Imtihanah^{3*} Mujib Baidowi⁴

Institut Agama Islam Negeri Metro, Lampung^{1,2,3,4}

Korespondensi: aninurulimtihanah@metrouniv.ac.id

Received: 21 /05/2023

Revised: 02/07/2024

Accepted: 03/07/2024

Abstract

Metro City has a number of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) consisting of Muslims and non-Muslims. Muslim consumers are required in their religion to use only halal products, both processed and processed. Therefore, when searching or buying products, Muslim consumers pay attention to halal logos certified by religious authorities in Indonesia. With the need for halal products, business actors who are sensitive to halal business are also needed so as to affect consumer buying interest. With this, it is felt necessary to dedicate myself to my business to educate the understanding and awareness of business actors in Metro City. The author uses descriptive qualitative research methods in community service with data collection techniques with questionnaires and interviews with Muslim, non-Muslim MSME business actors and the PSMTI (Paguyuban Sosial Marga Tionghoa Indonesia) community in Metro City. The result of this community service is that MSME actors and the PSMTI community are aware and understand something that is prioritized in determining behavior towards what they eat, drink and use. Halal awareness of products is not only limited to understanding the products contained in choosing raw materials, production processes, production cleanliness and knowledge of the products that will be produced by MSME actors are very important. MSME business actors are very aware and understand 45%, aware and understand 48% and 7% are not aware and understand. The level of awareness and understanding of halal certificates for Muslim MSME actors is very dominant, although there are some who do not understand halal certificates because of ignorance from MSME business actors about the importance of halal certificates. Non-Muslim business actors and the PSMTI Community are also aware and understand the existing halal products

Keywords: Understanding Halal Products, Aware of Halal Products, Business Actors, MSMEs

Abstrak

Kota Metro memiliki jumlah pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang terdiri dari muslim dan non muslim. Konsumen Muslim diwajibkan dalam agama mereka hanya menggunakan produk-produk yang halal, baik prosesnya ataupun olahannya. Oleh karena itu, ketika mencari atau membeli produk, konsumen muslim memperhatikan pada logo halal yang disertifikasi oleh otoritas keagamaan di Indonesia. Dengan adanya kebutuhan terhadap produk halal maka dibutuhkan pula pelaku usaha yang peka terhadap kehalalan usahanya sehingga mempengaruhi minat beli konsumen. Dengan ini dirasa perlu melakukan



pengabdian kepada pelaku usaha untuk mengedukasi pemahaman dan kesadaran pelaku usaha yang ada di Kota Metro. Metode penelitian dalam pengabdian masyarakat ini penulis menggunakan *kualitatif deskriptif* dengan Teknik pengambilan data dengan kuisioner dan wawancara pada pelaku usaha UMKM muslim, non muslim dan komunitas PSMTI (Paguyuban Sosial Marga Tionghoa Indonesia) di Kota Metro. Adapun hasil dari pengabdian masyarakat ini adalah Pelaku UMKM dan komunitas PSMTI sadar dan paham akan suatu hal yang diprioritaskan dalam menentukan perilaku terhadap apa yang mereka makan, minum dan gunakan. Kesadaran halal akan produk tidak hanya sebatas memahami produk yang terdapat dalam memilih bahan baku, proses produksi, kebersihan produksi serta pengetahuan akan adanya produk yang akan dihasilkan oleh pelaku UMKM sangat diperhatikan. Pelaku usaha UMKM sangat sadar dan paham 45%, sadar dan paham 48% dan 7 % tidak sadar dan paham. Tingkat kesadaran dan pemahaman akan sertifikat halal bagi pelaku UMKM muslim sangat dominan paham, walaupun ada beberapa yang tidak paham akan sertifikat halal karena ketidaktahuan dari pelaku usaha UMKM akan pentingnya sertifikat halal. Pada pelaku usaha non muslim dan Komunitas PSMTI pun sadar dan paham akan produk halal yang ada.

Kata Kunci : Paham Produk Halal, Sadar Produk Halal, Pelaku Usaha, UMKM

PENDAHULUAN

Halal menjadi landasan atas nilai-nilai Islami yang mana menjadi bagian gaya hidup masyarakat modern. Masyarakat modern tidak menghapus nilai-nilai Islam. Sebaliknya, gaya hidup halal dijadikan pijakan dalam kehidupan modern saat ini. Gaya hidup halal saat ini sudah banyak diterapkan di Negara yang mayoritas non muslim. Perry Wajiyo selaku deputy Gubernur Bank Indonesia menyatakan bahwa *halal lifestyle* bukan hanya terkait mengkonsumsi produk-produk makanan halal, kosmetik halal, maupun fashion halal, akan tetapi *halal lifestyle* juga mencakup higienitas dalam produksi, keadilan, dan kenyamanan saat mengkonsumsi.¹

Perkembangan usaha yang dilakukan oleh pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) semakin meningkat, seiring dengan berjalannya waktu pelaku usaha melahirkan industri makanan yang beraneka ragam. Produk UMKM makanan yang beredar dipasaran dengan komposisi bahan yang berdeda-beda tidak jarang mengandung bahan yang tidak layak dikonsumsi oleh masyarakat, dimana kehalalan suatu produk merupakan hal yang menjadi perhatian akan tingkat kesadaran dan pemahaman produk halal.

Dalam UU Nomor 33 Tahun 2014 perihal Jaminan Produk Halal (JPH) pada pasal 4 “produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal”², hal ini berlaku bagi produk UMKM yang memiliki produk makanan yang digemari oleh masyarakat Indonesia, dengan adanya jaminan produk halal sebagai hukum legal dan jaminan bagi

¹ Hendri Hermawan Adinugraha et al., ‘Pelatihan Dasar Kepemimpinan Siswa Sebagai Sarana Pengembangan Bakat Kepemimpinan Siswa Yang Jujur, Percaya Diri, Tanggungjawab, Disiplin, Dan Kreatif’, *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 6, no. 1 (2021).

² Undang-Undang No.33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal

konsumen,³ memberikan kepastian bagi konsumen dalam mengonsumsi makanan yang dikemas maupun yang tersedia langsung ditempat.

Berbagai respon positif maupun negatif dari para pelaku usaha mulai bermunculan semenjak Undang-undang JPH diberlakukan. Terdapat peningkatan secara signifikan pada permintaan akan produk halal pada para konsumen. Fenomena ini menjadikan konsumen semakin sensitif dengan pencantuman logo halal dan rincian konten suatu produk sebelum mereka membeli suatu produk apapun terlebih makanan dan minuman⁴. Hasil dari beberapa penelitian menunjukkan bahwa terdapat sikap kewaspadaan dan keraguan di kalangan konsumen terhadap kehalalan suatu produk, walaupun produk tersebut telah mencantumkan logo halal.

Hasil riset lainnya juga menemukan bahwa makanan yang telah bersertifikasi halal memberikan pengaruh positif terhadap minat beli konsumen atau masyarakat. Penelitian mengenai sertifikasi halal juga telah dilakukan dengan melihat dari sisi pelaku usaha, salah satunya adalah penelitian mengenai hubungan antara sertifikasi halal dengan kinerja bisnis. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kinerja bisnis dalam hal inovasi dan keuangan perusahaan makanan yang bersertifikasi halal⁵.

Berdasarkan jumlah UMKM yang terdapat di provinsi Lampung mencapai 150.377 pelaku UMKM yang tersebar di 13 Kabupaten dan 2 Kota Madya. Dari sebaran UMKM tersebut Kota Metro ada pada urutan ke dua setelah Bandar Lampung, dengan jumlah UMKM sebesar 23.854 pelaku UMKM.⁶ Jumlah UMKM berdasarkan skala usaha di kota Metro meningkat dari tahun 2018-2022. Peningkatan tersebut terjadi di tahun 2022 bahwa jumlah UMKM berdasarkan skala usaha di tahun 2018 berjumlah 8.133, di tahun 2019 berjumlah 8.211, tahun 2020 berjumlah 14.127, tahun 2021 16.567 dan tahun 2022 berjumlah 19.844. Meningkatnya jumlah UMKM setiap tahunnya di Kota Metro mendorong penulis untuk melakukan riset akan tingkat kesadaran halal dan pemahaman pelaku usaha terhadap sertifikat halal. Dengan kehalalan suatu produk makanan memberikan perlindungan bagi konsumen dalam mengonsumsi makanan.

³ Tri Wahyuni, Miti Yarmunida, and Debby Arisandi, 'Kesadaran Halal Masyarakat Terhadap Produk UMKM Makanan Di Kota Bengkulu', *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 22, no. 3 (2022): 1376, <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2473>.

⁴ Suraiya Ishak et al., 'A Study on the Mediating Role of Halal Perception: Determinants and Consequence Reflections', *Journal of Islamic Marketing* 7, no. 3 (2016), <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2015-0010>.

⁵ Normia Akmad Salindal et al., 'Structural Equation Model of the Halal Certification and Its Business', *International Journal of Economics, Management and Accounting* 1, no. 1 (2018).

⁶ Rilo Putra Pangestu, 'EDUKASI PELAKU USAHA MIKRO DALAM PROMOSI USAHA MELALUI MEDIA SOSIAL OLEH DINAS KOPERASI USAHA MIKRO KECIL USAHA MENENGAH DAN PERINDUSTRIAN DI KOTA METRO', *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 2 (2019).

Dari jumlah pelaku UMKM yang terdapat di Kota Metro tidak semua pelaku adalah muslim, tetapi juga sebagian non muslim. Sehingga dalam mencari atau membeli sebuah produk konsumen muslim harus lebih cermat dalam memperhatikan produk tersebut sudah tersertifikasi Halal oleh otoritas keagamaan di Indonesia atau belum. Dengan adanya kebutuhan terhadap produk halal maka dibutuhkan pula pelaku usaha yang peka terhadap kehalalan usahanya sehingga mempengaruhi minat beli konsumen.

KAJIAN TERDAHULU

Pengertian Halal

Kata halal sendiri diambil dari bahasa arab yaitu *حلال* yang memiliki arti “di perbolehkan”. Sedangkan pengertian makanan dan minuman halal sendiri merupakan makanan dan minuman yang diizinkan untuk dikonsumsi menurut Islam. Selain istilah halal, terdapat juga istilah *toyyiban*. *Toyyiban* memiliki arti “baik” yang dalam artian memiliki mutu dan kualitas yang baik dan tidak merusak kesehatan. Dan sebagai umat muslim, diharuskan hanya mengkonsumsi makanan dan minuman yang halal dan *toyyiban*. Sebagaimana Firman Allah SWT :

“Wahai manusia, makanlah dari apa yang ada di bumi, baik dari hewan, tumbuh-tumbuhan maupun pohon-pohonan yang diperoleh dengan cara yang halal dan memiliki kandungan yang baik, tidak jorok. Dan janganlah kalian mengikuti jalan setan yang menggoda kalian secara bertahap. Sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagi kalian. Dan orang yang berakal sehat tidak boleh mengikuti musuhnya yang selaluy berusaha keras untuk mencelakakan dan menyesatkannya. (QS Al Baqarah:168)⁷

Dari Ayat diatas dipahami bahwa manusia diperintahkan untuk makan dari rizki allah yang dia halalkan bagi kalian yang terdapat dibumi, dalam keadaan bersih dan bukan najis, yang bermanfaat dan tidak memadorotkan , dan janganlah kalian mengikuti jalan-jalan setan dalam penetapan halal dan haram, bid’ah serta maksiat-maksiat. Sesungguhnya ia adalah musuh kalian yang amat nyata permusuhannya.⁸

Sebagai lawan dari halal dan *toyyiban*, terdapat makanan haram. Makanan haram sendiri merupakan makanan yang dilarang keras untuk dikonsumsi. Apabila tetap dikonsumsi, maka orang yang mengkonsumsi makanan haram tersebut akan mendapatkan dosa. Berbanding terbalik dengan makanan halal yang apabila dikonsumsi kita akan mendapatkan pahala. Status haram yang terdapat pada makanan dan minuman untuk menghindarkan manusia mengkonsumsi makanan yang tidak baik, selain dalam keadaan darurot maka hukumnya diperbolehkan.

Terdapat tiga kriteria dalam memahami halal dan haramnya makanan, diantaranya sebagai berikut :

⁷ Departemen Agama R.I. *Alqur’an Dan Terjemah*, (Bandung : Cv Diponogoro), 2010

⁸ <https://tafsirweb.com/650-surat-al-baqarah-ayat-168.html>

1. Pengertian halal berdasarkan zat dan kandungan makanan/minuman
Makanan dan minuman yang halal menurut zatnya adalah makanan yang memang halal untuk dikonsumsi, yang telah ditetapkan kehalalannya dalam al-qur'an dan hadist.
2. Pengertian halal berdasarkan cara memperolehnya
Makanan dan minuman yang halal, harus dibarengi dengan cara memperolehnya secara halal, jika memperoleh makanan dengan cara yang haram seperti mencuri maka tetap saja makanan apapun akan menjadi haram jika dikonsumsi, apabila tetap mengkonsumsinya maka kita akan mendapatkan dosa sebagai ganjarannya.
3. Pengertian halal berdasarkan proses pengolahannya
Makanan dan minuman apapun yang secara kandungannya halal, akan berubah menjadi haram jika proses pengelolaannya tidak dijalankan sesuai syariat islam. Sebagai contoh daging sapi yang pada dasarnya halal hukumnya akan berubah haram jika pengelolaannya tidak sesuai dengan syariaat islam. Samahalnya dengan anggur secara dasar hukumnya halal untuk dikonsumsi, namun bisa berubah menjadi haram apabila sifat kandungan dalam proses pengelolaannya bertentangan dengan ketentuan islam.

Sedangkan menurut UU JPH, produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai syariat Islam dan jaminan produk halal adalah kepastian hukum terhadap kehalalan suatu produk yang dibuktikan dengan sertifikat halal. Sedangkan di dalam Al-Qur'an ditegaskan bahwa makanan dan minuman yang diharamkan adalah bangkai, darah, babi, dan daging hewan yang disembelih dengan menyebut nama selain Allah SWT, serta Khamr atau minuman yang memabukkan.

Sebenarnya apa yang diharamkan Allah SWT untuk dimakan jumlahnya sangat sedikit. Selebihnya, apa yang ada di muka bumi ini pada dasarnya adalah halal, kecuali yang dilarang secara tegas dalam Al Qur'an dan Hadits. Jadi secara umum dapat diartikan bahwa produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam⁹, yaitu :

1. Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi.
2. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, darah, kotoran-kotoran, dan lain sebagainya.
3. Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam.
4. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya terlebih

⁹ Fatimah Nur, 'JAMINAN PRODUK HALAL DI INDONESIA TERHADAP KONSUMEN MUSLIM Fatimah', *Jurnal Likuid* 1, no. 10 (2021).

dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur dalam syariat Islam.

5. Semua makanan yang tidak mengandung khamr.

Sertifikasi Halal

Sertifikat halal adalah salah satu syarat bagi pengusaha untuk memasarkan dan mengedarkan produk yang dimiliki. Hal ini diatur dalam undang-undang nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal (JPH). Sertifikat halal yang diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) adalah sertifikat yang dikeluarkan oleh BPJPH yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Maka, syarat ini harus terpenuhi sebagai validasi bahwa produk tersebut halal hukumnya. Kesadaran ini contohnya adalah sudah mengetahui bahwa memakan daging babi, darah dan bangkai dan binatang yang disembelih tidak menyebut nama Allah adalah haram.

Dengan tujuan memberikan kepastian hukum kehalalan dalam suatu produk, karena sangatlah berpengaruh terhadap konsumen yang menikmatinya, maka dari itu sertifikat halal sangatlah berpengaruh kepada konsumen yang menikmati makanan dan minuman diperusahaan tersebut, bagaimana cara pihak manajemen membuat agar usaha yang didirikan memiliki persyaratan menueurt peraturan yang diterapkan oleh pemerintah.

Kesadaran Halal

Pendapatnya Aziz¹⁰ dalam Fauziah¹¹ Kesadaran merupakan kemampuan untuk memahami, merasakan terhadap suatu peristiwa atau benda-benda. Sementara menurut Yunus, Kesadaran halal diketahui berdasarkan pada tingkat pemahaman seorang muslim tentang apa itu halal, mengetahui proses penyembelihan yang benar dan memprioritaskan makanan halal untuk di konsumsi.

Kesadaran terhadap suatu hal yang diprioritaskan dalam menentukan perilaku individu, karena kesadaran menjelaskan pandangan individu, rekasi kognitif, dan perilaku terhadap apa yang mereka makan, minum dan gunakan.¹² Oleh karena itu kesadaran bersifat relative subjektif dengan tingkat bervariasi antara individu yang ditentukan dari factor-faktor pembentukannya yakni interinsik dan ekstrinsik.

¹⁰ Yuhani Abdul Aziz et al., 'The Role of Halal Awareness and Halal Certification in Influencing Non-Muslims' Purchase Intention', *In Proceedings of the 3rd International Conference on Business and Economic Research (3rd ICBER 2012)*, no. March (2012).

¹¹ Fauziah R Andang Nofandi, dkk, *Survei Sadar Halal : Generasi Muslim Milenial*, (Jakarta : Litbangdiklat), 2021, 6

¹² Abdul Raufu Ambali and Ahmad Naqiyuddin Bakar, 'Halāl Food and Products in Malaysia: People's Awareness and Policy Implications', *Intellectual Discourse* 21, no. 1 (2013).

Kesadaran halal dibagi menjadi menjadi 2 menurut pendapatnya Dwi Kirana Windisukma dan Ibnu Widiyanto adalah sebagai berikut :¹³

1. Kesadaran halal Interinsik

Adalah kesadaran yang menekankan aspek halal konsumsi keseharian yang muncul dari dalam diri individu seperti keyakinan diri, pengetahuan dan preferensi pada panganm halal.

Halal interinsik, individu dengan kesadaran halal memastikan apa yang dimakan adalah benar-banar halal, karena individu dipengaruhi oleh literasi dan pengetahuan halal, keyakinan akan norma agama dan preferensi makanan dan minuman halal. Individu dengan kesadaran interinsik yang tinggi akan rela meluangkan waktunya untuk memahami konsep halal menurut Islam dan tidak hanya cukup melihat apa yang tampak secara visual.

2. Kesadaran halal ekstrinsik

Adalah kesadaran pada pemilihan produk halal yang dipengaruhi oleh kecendrungan apa yang terlihat dari luar, seperti ekspos (paparan) media dan label pada produk itu sendiri.

Kesadaran halal ekstrinsik merupakan bentuk kesadaran pemilihan produk halal yang muncul karena banyak dipengaruhi oleh kecendrungan apa yang terlihat dari luar diri individu itu sendiri, seperti ekspos (paparan) media dan label pada produk itu sendiri. Individu dengan kesadaran ekstrinsik akan cenderung melihat sesuatu dari apa yang terlihat. Contohnya dalam pemilihan produk yang akan dikonsumsi, akan memperhatikan keterangan yang menunjukkan bahwa makanan dan minuman tersebut halal. Hanya dengan melihat label halal, ia merasa yakin bahwa produk tersebut boleh dikonsumsi. Dengan demikian paparan media dan label halal menjadi sangat penting dalam meningkatkan kesadaran konsumen muslim.

Pendapatnya Nurcahyo dan Hudransyah, dalam Fauziah¹⁴ bahwa kesadaran halal merupakan tingkat pemahaman umat Islam dalam mengetahui isu-isu yang berkaitan dengan konsep halal. Sedangkan menurut Shaari dan Arifin serta Yunus dkk,¹⁵ faktor yang menjadi indikator kesadaran konsumen dalam memilih produk halal adalah bahan baku halal, kewajiban agama, proses produksi, kebersihan produk, serta pengetahuan produk internasional. Kesadaran halal akan produk tidak hanya sebatas memahami produk yang terdapat di dalam negeri saja, lebih-lebih produk yang beredar di pasaran tidak hanya produk dalam negeri saja melainkan produk dalam negeri pun telah banyak beredar dipasaran. Oleh karena itu, pengetahuan akan adanya produk

¹³ Dewi Kirana Windisukma and Ibnu Widiyanto, 'Sikap Masyarakat Muslim Terhadap Produk Makanan Non-Halal Di Kota Semarang', *Diponegoro Journal of Management* 0, no. 0 (2015).

¹⁴ Fauziah R Andang Nofandi, dkk, 35

¹⁵ Jamal Abdul, Nassir Shaari, and Nur Shahira, 'Dimension of Halal Purchase Intention : A Preliminary Study Shaari & Arifin', *International Review of Business Research Papers* 6, no. 4 (2010).

yang berasal dari luar negeri menjadi salah satu indikator dalam kesadaran halal.

Dari penjelasan tersebut diatas tentang kesadaran halal adalah pemahaman umat muslim terhadap konsep halal, proses halal dan prinsip halal yang pada akhirnya memprioritaskan makanan halal untuk mereka konsumsi. Semakin memahami konsep halal, proses halal, umat muslim cenderung selektif dalam memilih produk yang dikonsumsinya.

Oleh karena itu untuk meningkatkan kesadaran halal konsumen konsumen lebih berhati-hati dalam memilih produk, sadar halal dibagi menjadi yang dikutip oleh Shaari dan Arifin serta Yunus dkk ;¹⁶

1. Sadar halal Syari'I (Zattiyah)

Sadar halal secara syar'i atau zattiyah adalah sadar akan hal-hal yang memang sudah ditetapkan kehalalan dan keharaman oleh syari'at. Kehalalan suatu produk menjadi prioritas serta kewajiban bagi konsumen muslim dalam menjalankan ketaatan pada agamanya. Oleh sebab itu, kewajiban untuk mengkonsumsi produk halal menjadi salah satu tolak ukur dari kesadaran halal konsumen muslim. Misalnya sudah mengetahui bahwa daging babi , darah dan bangkai dan binatang yang disembelih tidak menyebut nama Allah adalah haram.

2. Sadar Halal Higenis (*Hygiene*)

Kebersihan Produk Merupakan salah satu tolak ukur dari kesadaran halal yang didapat langsung kita cermati pada produk. Kebersihan telah banyak ditekankan dalam halal yang mencakup berbagai aspek tubuh pribadi, pakaian, peralatan, dan tempat kerja untuk pemerosesan atau pembuatan makanan, minuman dan produk. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa yang akan diproduksi akan aman dan tidak berbahaya bagi Kesehatan manusia. Dalam konteks halal, makanan higienis, minuman dan produk dapat didefinisikan sebagai bebas dari najis atau kontaminasi dan kuman berbahaya bagi Kesehatan manusia.

3. Sadar Halal Aman (Security)

Sadar halal aman dimana produksi makanan halal harus memenuhi persyaratan halal dan keamanan pangan.

4. Sadar Halal Kualitas (Quality)

Sadar halal kualitas dengan indikator kehalalan proses produksi.

METODOLOGI

Penelitian dilaksanakan di Kota Metro Provinsi Lampung dengan melibatkan 27 informan pelaku usaha UMKM yang terdiri dari 1 pelaku UMKM beragama Budha, 1 pelaku UMKM beragama Konghuchu, dan 25 pelaku UMKM beragama Islam. Dengan teknik pengumpulan data menggunakan angket, wawancara dan observasi untuk mendukung data yang diperoleh. Desain penelitian yang digunakan adalah field research. Penelitian

¹⁶ Abdul, Shaari, and Shahira.

lapangan adalah penelitian dimana data yang diperoleh langsung dari sumbernya di lapangan, sehingga data yang didapatkan adalah sumber primer¹⁷.

Metode yang digunakan dalam kajian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif mengacu pada identifikasi sifat-sifat yang membedakan atau karakteristik sekelompok manusia, benda, dan peristiwa. Pada dasarnya, deskriptif kualitatif melibatkan proses konseptualisasi dan menghasilkan pembentukan skema-skema klasifikasi.¹⁸ Dengan menggunakan teknik analisa data yang digunakan oleh peneliti sebagaimana pendapatnya Miles dan Huberman, menurutnya bahwa aktivitas dalam analisa data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus pada setiap tahapan peneliti. Pada reduksi data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi menjadi gambaran dan keberhasilan secara berurutan sebagai rangkaian kegiatan analisa

HASIL DAN PEMBAHASAN

Diskripsi Data Lapangan

Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang terdapat di kota Metro terbagi menjadi berbagai jenis usaha seperti kuliner, fashion, agrobisnis, usaha skala rumahan warung klontong dan masih banyak yang lainnya. Peningkatan jumlah UMKM yang berada di kota Metro merupakan peran dukungan dari pemerintah setempat yang memberikan kesempatan kepada setiap warganya untuk dapat melakukan berbagai macam usaha, sehingga dapat membantu menopang kebutuhan masyarakat¹⁹.

Dalam penelitian yang dilakukan lebih spesifik pada jenis pelaku usaha kuliner, dari hasil sebaran angket, observasi dan wawancara yang telah dilaksanakan kepada 27 responden diperoleh data sebagai berikut:

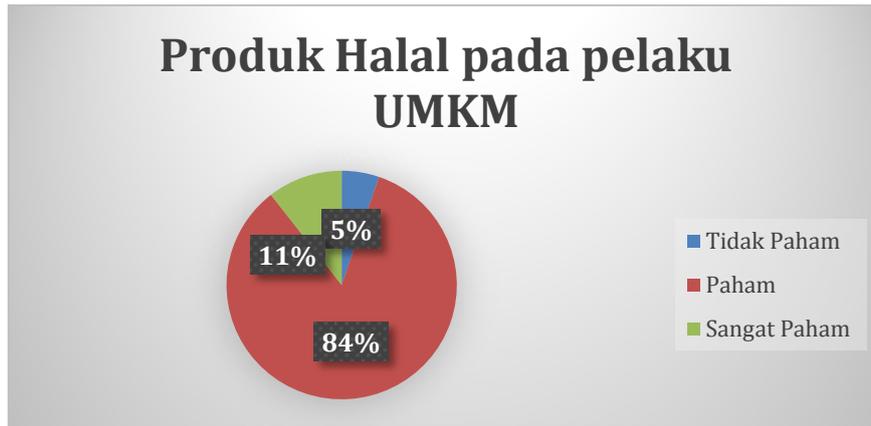
1. Pemahaman Produk halal

Pemahaman pelaku UMKM muslim dan non muslim tentang produk halal dari 27 responden adalah sebagai berikut;

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017).

¹⁸ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 3rd ed. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012).

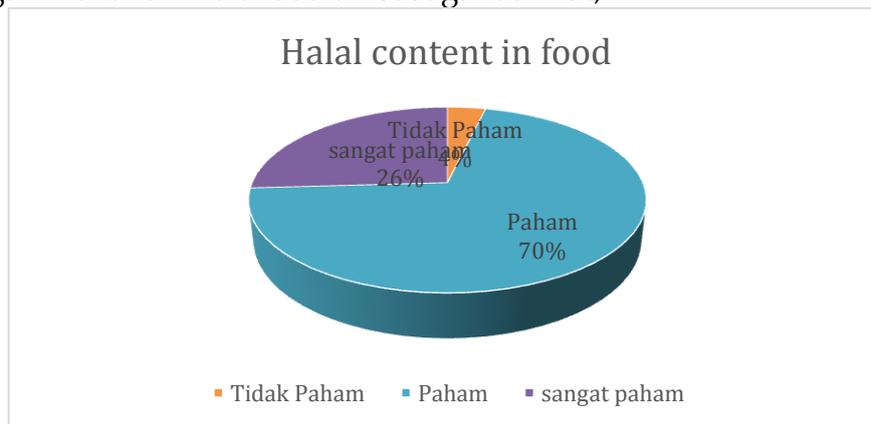
¹⁹ Annisa Erlitsya Marchelina, 'MANAJEMEN SEKTOR PUBLIK: PERAN DINAS KOPERASI UMKM KOTA METRO DALAM MENGGUNAKAN APLIKASI SIKP UNTUK KUR', *JURNAL DINAMIKA* 1, no. 2 (2021), <https://doi.org/10.54895/dinamika.v1i2.1153>.



Gambar 1 Data Pemahaman Pelaku UMKM

Dari data tersebut diatas bahwasannya pemahaman pelaku UMKM terhadap produk halal yaitu 84% yang paham, 5% tidak paham, dan sangat paham 11 %. Informan paham dan mengerti akan produk halal yang akan diproses oleh pelaku UMKM di kota Metro, baik itu dari pelaku UMKM muslim maupun pelaku UMKM non muslim.

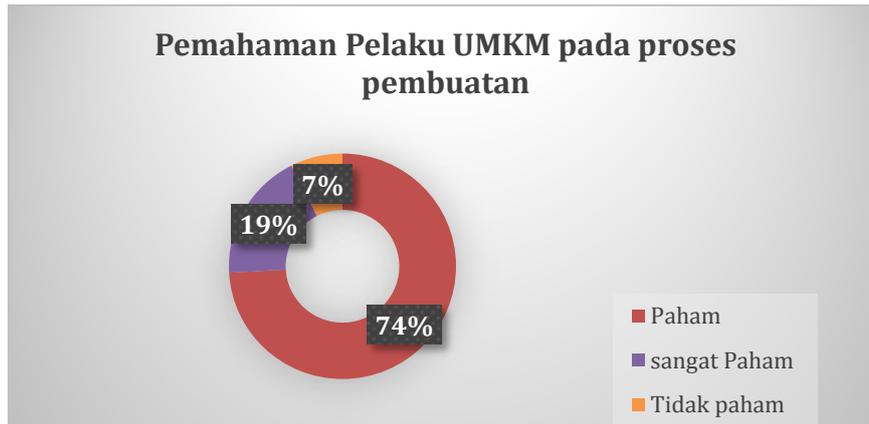
Selanjutnya Pemahaman pelaku UMKM muslim dan non muslim pada kandungan makanan Halal adalah sebagai berikut;



Gambar 2 Data Pemahaman Kandungan Makan

Dari data tersebut bahwasannya tingkat pemahaman pelaku UMKM muslim dan non muslim di dominasi oleh paham yaitu 70%, sangat paham 26 % dan 4 & tidak paham. Dari 27 responden tersebut baik muslim maupun non muslim memahami kandungan makanan yang akan di proses dalam produk makanan yang akan di distribusikan kepada konsumen, dimana para penikmat makanan yang ada di Kota Metro mayoritas beraga Islam.

Proses pembuatan produk halal terkait kandungan zat yang halal pada pelaku UMKM adalah sebagai berikut ;



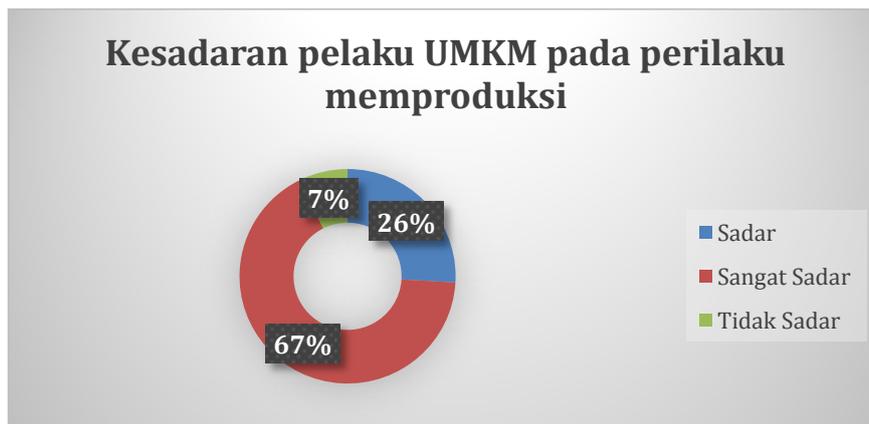
Gambar 3 Data Pemahaman Pelaku UMKM

Proses pembuatan pelaku UMKM sangat memperhatikan kandungan zat yang akan di proses dalam produk makanan, paham ada 79%, sangat paham 19% dan 7% tidak paham. Pemahaman pelaku UMKM dalam memproduksi makanan menjadi perhatian khusus, karena menyangkut proses pembuatan menjadi hal yang penting terhadap produk makanan.

Sedangkan pada komunitas PSMTI paham akan produk halal yang diolah karena ada konsumen yang muslim juga menikmatinya, walaupun ada beberapa agama lain juga yang ikut menikmati dan ini tidak menjadi sebuah perdebatan karena komunitas ini sangat moderat dan mengikis paham yang non moderat.

2. Kesadaran Halal

Perilaku yang dilakukan oleh Pelaku UMKM memiliki kecenderungan memproduksi makanan halal dimana tingkat kesadarannya adalah sebagai berikut;

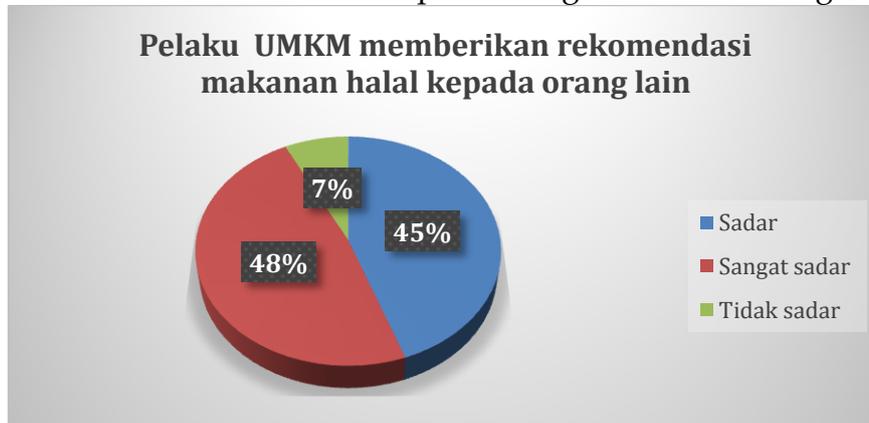


Gambar 4 Data Kesadaran Pelaku UMKM

Kesadaran pelaku usaha UMKM sangat tinggi terhadap kecenderungan dalam memproduksi makanan pada olahan makanan yang akan di produksi adalah 67% sangat sadar, 26% sadar dan 7% tidak sadar. Tingakt kesadaran yang tinggi bagi pelaku UMKM muslim dan non muslim sangat memberikan

ruang bagi penikmat makanan semakin lebih menyukai makanan yang dikonsumsi.

Selain itu pelaku usaha UMKM muslim dan non muslim dalam merekomendasikan makanan halal kepada orang lain adalah sebagai berikut ;



Gambar 5 Data Pelaku UMKM

Pelaku UMKM sangat selektif dan tidak menutup diri akan produk makanan yang halal dihasilkan oleh pelaku usaha ada 48 % sangat sadar, 45% sadar dan 7% tidak sadar. Hal ini tidak mempengaruhi pelaku usaha satu dengan lainnya, saling memberikan informasi terkait rekomendasi makanan halal kepada konsumen dan pengolah produk makanan.

Pelaku UMKM sadar dan paham akan suatu hal yang diprioritaskan dalam menentukan perilaku terhadap apa yang mereka makan, minum dan gunakan. Kesadaran halal akan produk tidak hanya sebatas memahami produk yang terdapat dalam memilih bahan baku, proses produksi, kebersihan produksi serta pengetahuan akan adanya produk yang akan dihasilkan oleh pelaku UMKM.

Oleh karena itu untuk meningkatkan kesadaran halal pelaku UMKM dari 27 pelaku usaha muslim dan non muslim, dan juga pada komunitas PSMTI dalam memilih produk dan memproses produk makanan yang dilakukan sangat memperhatikan ;

1. Produk halal zattiyah

Kehalalan suatu produk menjadi prioritas serta kewajiban bagi pelaku UMKM dalam memilih bahan olahan makanan yang tidak mengandung daging babi, darah, bangkai dan binatang yang disembelih tidak menyebut nama Allah. Dari 27 UMKM yang peneliti lakukan pada pelaku usaha sangat memperhatikan zattiyahnya.

2. Produk halal higienis

Kebersihan produk makanan menjadi tolak ukur dari produk makanan yang dihasilkan, dimana kebersihan ditekankan dalam hal tubuh pribadi, pakaian, peralatan dan tempat proses pembuatan makanan yang terhindar dari najis atau terkontaminasi dari kuman berbahaya bagi Kesehatan manusia.

3. Produk halal aman

Produk makanan yang dihasilkan memenuhi syarat halal pangan yang telah di survey oleh dinas pertanian, peikanan dan peternakan.

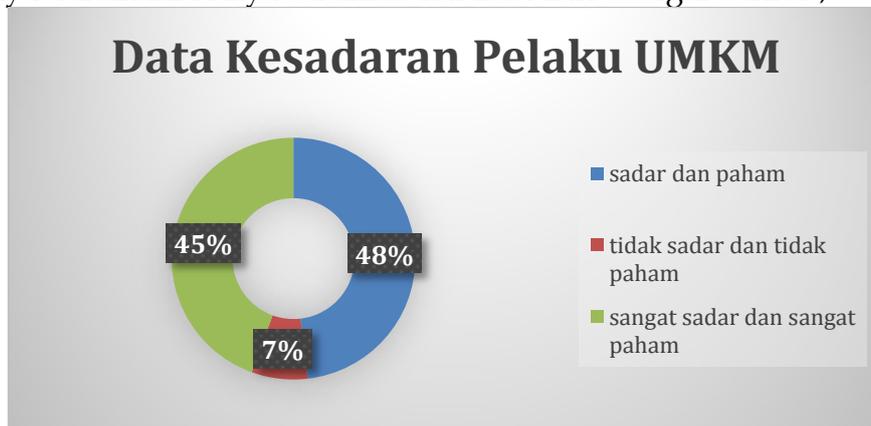
4. Produk halal kualitas

Produk makanan secara kualitas produksi yang diolah pelaku usaha UMKM sangat diperhatikan, sehingga konsumen kembali lagi untuk menikmati produk makanan yang di buat.

Kesadaran dan paham sertifikat halal bagi pelaku UMKM muslim dan non muslim di Kota Metro

Kesadaran dan pemahaman merupakan hal yang diprioritaskan dalam menentukan perilaku individu, karena kesadaran menjelaskan pandangan pelaku UMKM akan reaksi kognitif dan perilaku terhadap apa yang dimakan dan digunakan sehingga menjadi penting ketika pelabelan/logo kehalalan menjadi prioritas bagi pelaku usaha UMKM muslim dan non muslim akan pentingnya sertifikat halal untuk lebih memperkuatnya bahan makanan yang di produksi benar-benar tidak mengandung zat yang dilarang dalam Islam, Hak ini disebabkan karena mayoritas penduduk kota Metro adalah beragama Islam, walaupun ada juga yang beragama lain. Oleh karena itu peneliti melakukan riset kepada 27 responden UMKM pelaku muslim dan non muslim dengan mengukur tingkat kesadaran dan pemahaman melalui angket dan wawancara.

Kesadaran dan pemahaman pelaku UMKM muslim dan non muslim akan pentingnya dan manfaatnya sertifikat halal adalah sebagai berikut;

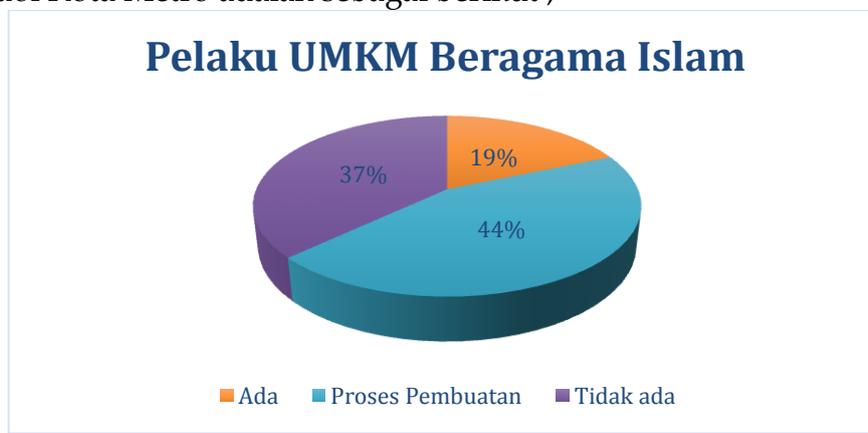


Gambar 6 Data Kesadaran Pelaku UMKM

Dari data tersebut diatas bahwasannya Pelaku usaha UMKM sangat sadar dan paham 45%, sadar dan paham 48% dan 7 % tidak sadar dan paham. Tingkat kesadaran dan pemahaman akan sertifikat halal bagi pelaku UMKM muslim sangat dominan paham, walaupun ada beberapa yang tidak paham akan sertifikat halal karena ketidaktahuan dari pelaku usaha UMKM akan pentingnya sertifikat halal. Pada pelaku usaha non muslim yaitu Budha sangat sadar dan paham bahkan mengetahui akan pentingnya sertifikat halal, akan

tetapi karena terkendala dalam proses pembuatan yang menurut pelaku usaha Pempek Cik Yeyen tidak tersosialisasinya proses pembuatan sertifikat halal bagi pelaku usaha UMKM sehingga keterbatasan informasi menjadi kendala dalam pembuatan sertifikat halal, akan tetapi kemaun akan membuatnya sangatlah ingin memproses pembuatan.

Selain itu pada pelaku usaha UMKM yang beragama Konghuchu dengan produk makanan yang dijual yaitu Mi Awi, menurutnya tingkat kehalalan produk ada pada Dinas Peternakan, Perikanan dan Perhutanan saja dan sudah diproses dan mendapatkan surat keterangan dari dinas tersebut. Sampai saat ini belum memproses sertifikat halal karena ketidak tahuan pelaku usaha tersebut. Dari hasil wawancara bahwasannya proses pembuatannya makanan yang diolah sudah mendapatkan ijin dari pemerintah. Selanjutnya kepemilikan sertifikat halal pada pelaku UMKM muslim dan non muslim di Kota Metro adalah sebagai berikut ;



Gambar 7 Data Pelaku UMKM

Dari data tersebut diatas bahwasannya pelaku UMKM yang memiliki sertifikat halal 37% tidak memiliki sertifikat halal, 44 % proses pembuatan, dan 19% sudah memiliki sertifikat halal. Tingkat kesadaran dalam membuat sertifikat halal sudah menjadi bagian dari pelaku usaha untuk memberikan kepastian hukum akan produk yang dihasilkan, dan memberikan kepuasan kepada konsumen dalam menikmati produk makanan yang dihasilkan.

Pada pelaku UMKM yang non muslim masih mencari informasi dan mengetahui proses pembuatan sertifikat halal, dikarenakan keterbatasan informasi dan kurangnya sosialisasi dari pemerintah, akan tetapi mereka akan memproses pembuatan sertifikat halal dan mengikuti semua prosedur yang telah dibuat oleh pemerintah akan pentingnya pembuatan sertifikat halal bagi pelaku usaha UMKM.

Pada Komunitas PSMTI sertifikat halal menjadi sebuah kebutuhan karena UMKM yang tergabung belum semuanya memiliki, sehingga diperlukan adanya pendampingan dalam proses pembuatan dan sosialisasi pada saat ada pertemuan setiap bulan tanggal 15 diharapkan ada pendampingan dari tim pengabdian IAIN Metro. Oleh karena itu dengan adanya sertifikat halal pada

komunitas ini sangat berpengaruh terhadap konsumen yang membeli produk makanan di kantor PSMTI.

KESIMPULAN

Dari hasil riset yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut; Tingkat kesadaran dan pemahaman pelaku UMKM muslim, non muslim dan Komunitas PSMTI pada produk halal, mayoritas sudah memahami dan menyadari produk halal pada olahan makanan yang akan di konsumsi oleh konsumen. Pendampingan terhadap pelaku usaha UMKM muslim, non muslim, dan Komunitas PSMTI dilakukan dengan memberikan pengetahuan dan pemahaman akan pentingnya sertifikat halal, karena merupakan kepastian hukum pada logo/label produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM. Upaya yang bisa dilakukan adalah dengan mendampingi para pelaku usaha UMKM muslim, non muslim dan Komunitas PSMTI dalam pembuatan sertifikat halal bagi yang belum dan bagi yang dalam proses pembuatan juga mendampingi sampai dengan selesai dan diterimanya surat keterangan halal tersebut.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih diucapkan kepada pihak penyelenggara kegiatan pengadain di IAIN Metro, yang telah mensupport penelitain ini.

KONTRIBUSI PENULIS

Penulis keseluruhan berjumlah 4 orang SZ, EPL, ANI, bertugas pada pencarian data lapangan sedangkan MB memberikan kontribusinya pada penulisan artikel.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Jamal, Nassir Shaari, and Nur Shahira. 'Dimension of Halal Purchase Intention: A Preliminary Study Shaari & Arifin'. *International Review of Business Research Papers* 6, no. 4 (2010).
- Adinugraha, Hendri Hermawan, Mila Sartika, Sih Darmi Astuti, and Mahmud. 'Pelatihan Dasar Kepemimpinan Siswa Sebagai Sarana Pengembangan Bakat Kepemimpinan Siswa Yang Jujur, Percaya Diri, Tanggungjawab, Disiplin, Dan Kreatif'. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 6, no. 1 (2021).
- Ambali, Abdul Raufu, and Ahmad Naqiyuddin Bakar. 'Halāl Food and Products in Malaysia: People's Awareness and Policy Implications'. *Intellectual Discourse* 21, no. 1 (2013).
- Aziz, Yuhanis Abdul, Chok Nyen Vui, Abdul Aziz Yuhanis, and Nyen Vui Chok. 'The Role of Halal Awareness and Halal Certification in Influencing Non-Muslims' Purchase Intention'. *In Proceedings of the 3rd International Conference on Business and Economic Research (3rd ICBER 2012)*, no. March (2012).

- Ishak, Suraiya, Abd Hair Awang, Mohd Yusof Hussain, Zaimah Ramli, Sarmila Md Sum, Suhana Saad, and Azima Abd Manaf. 'A Study on the Mediating Role of Halal Perception: Determinants and Consequence Reflections'. *Journal of Islamic Marketing* 7, no. 3 (2016). <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2015-0010>.
- Marchelina, Annisa Erlitsya. 'MANAJEMEN SEKTOR PUBLIK: PERAN DINAS KOPERASI UMKM KOTA METRO DALAM MENGGUNAKAN APLIKASI SIKP UNTUK KUR'. *JURNAL DINAMIKA* 1, no. 2 (2021). <https://doi.org/10.54895/dinamika.v1i2.1153>.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. 3rd ed. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012.
- Nur, Fatimah. 'JAMINAN PRODUK HALAL DI INDONESIA TERHADAP KONSUMEN MUSLIM Fatimah'. *Jurnal Likuid* 1, no. 10 (2021).
- Pangestu, Rilo Putra. 'EDUKASI PELAKU USAHA MIKRO DALAM PROMOSI USAHA MELALUI MEDIA SOSIAL OLEH DINAS KOPERASI USAHA MIKRO KECIL USAHA MENENGAH DAN PERINDUSTRIAN DI KOTA METRO'. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 2 (2019).
- Salindal, Normia Akmad, Mohd Ismail Ahmad, Badruddin Paguimanan Ahmad, International Islamic, Jalan Gombak, Kuala Lumpur, and Kuala Lumpur. 'Structural Equation Model of the Halal Certification and Its Business'. *International Journal of Economics, Management and Accounting* 1, no. 1 (2018).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Wahyuni, Tri, Miti Yarmunida, and Debby Arisandi. 'Kesadaran Halal Masyarakat Terhadap Produk UMKM Makanan Di Kota Bengkulu'. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 22, no. 3 (2022): 1376. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2473>.
- Windisukma, Dewi Kirana, and Ibnu Widiyanto. 'Sikap Masyarakat Muslim Terhadap Produk Makanan Non-Halal Di Kota Semarang'. *Diponegoro Journal of Management* 2, no. 2 (2015).