



DESCRIPTIVE STUDY OF KNOWLEDGE, ATTITUDES AND INDIVIDUAL BEHAVIOR OF EAST JAVA MSMEs RELATED TO HALAL CULTURE

KAJIAN DESKRIPTIF PENGETAHUAN, SIKAP DAN PERILAKU INDIVIDU PELAKU UMKM JAWA TIMUR TERKAIT BUDAYA HALAL

Received: 8/01/2022; Revised: 23/02/2022; Accepted: 07/06/2022; Published: 21/06/2022

Siti Asmaniyah Mardiyani^{1*}, Mas'ud Said², Nour Athiroh³, Eko Noerhayati⁴

¹ Program Studi Agroteknologi Fakultas Pertanian, Universitas Islam Malang, Malang, Indonesia

² Program Pascasarjana, Universitas Islam Malang, Malang, Indonesia

³ Program Studi Biologi, Fakultas MIPA, Universitas Islam Malang, Malang, Indonesia

⁴ Program Studi Teknik Sipil, Universitas Islam Malang, Malang, Indonesia

*Corresponding author: asmaniyah@unisma.ac.id

ABSTRACT

This study aims to measure aspects of the knowledge and attitudes of MSMEs in the food and beverage sector towards halal culture in their businesses. This is important to see the readiness of MSMEs to face the era of the halal industry. The research approach used is descriptive quantitative. Data collection was carried out using an online questionnaire for 83 MSME respondents in East Java, including Malang Raya, Pasuruan, Blitar, Lumajang, and Kediri. The results showed that most of the respondents (92.41 percent) had a high level of knowledge and the rest had a moderate level of knowledge. This condition shows that the level of knowledge of MSME actors regarding halal culture is very good. The results of the analysis further provide information that 87.50 percent of MSME actors have good halal cultural behavior, 10.42 percent have a moderate level of behavior, and only 2.08 percent have low behavioral attitudes. This research illustrates that MSME actors in East Java have the potential and readiness to support the development of the halal industry.

Keywords: Halal culture, knowledge, attitude

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur aspek pengetahuan dan sikap UMKM di bidang makanan dan minuman terhadap budaya halal dalam usahanya. Hal ini penting untuk melihat kesiapan UMKM menghadapi era industri halal. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner online terhadap 83 responden pelaku UMKM di Jawa Timur, meliputi Malang Raya, Pasuruan, Blitar, Lumajang dan Kediri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden (92,41 persen) memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi dan sisanya memiliki tingkat pengetahuan yang sedang. Kondisi ini menunjukkan tingkat pengetahuan pelaku UMKM terkait budaya halal sudah sangat baik. Hasil analisis selanjutnya memberikan informasi bahwa 87,50 persen pelaku UMKM memiliki perilaku budaya halal yang baik, 10,42 persennya memiliki tingkat perilaku yang sedang dan hanya 2,08 persen dari pelaku UMKM memiliki sikap perilaku yang rendah. Penelitian ini menggambarkan bahwa pelaku UMKM di Jawa Timur telah memiliki potensi dan kesiapan guna mendukung pengembangan industri halal.

Kata Kunci: budaya halal, pengetahuan, sikap

How to cite: Mardiyani et al. 2022. Descriptive study of knowledge, attitudes and individual behavior of East Java MSMEs related to halal culture. *Journal of Halal Product and Research*. 5(1), 16-23, <https://dx.doi.org/10.20473/jhpr.vol.5-issue.1.16-23>

PENDAHULUAN

Industri halal merupakan kelompok industri yang berkembang paling cepat dalam kurun 10 tahun terakhir di dunia. Salah satu factor pemicunya adalah peningkatan populasi muslim yang tinggi (Yusuf & Yajid, 2016) (Khan et al., 2020) (Vanany et al., 2019). Pada sisi lain, permintaan terhadap produk halal meningkat sangat cepat, terutama pada konsumsi daging halal dan industry keuangan syariah. Menariknya, permintaan tersebut tidak hanya dari kalangan muslim namun juga non-muslim (Khan et al., 2020). Indonesia adalah negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, yakni 87.2 persen dari 268 juta penduduk Indonesia, yang merupakan 13 persen dari seluruh populasi muslim di dunia. Kebutuhan konsumsi terhadap produk halal Indonesia sangat besar. Ekspor produk halal dari Indonesia ke negara-negara muslim di dunia, sebesar 10,7 persen (urutan ke-tiga dari negara lain), namun ekspor Indonesia ke pasar global hanya sebesar 3.8 persen (USD7.6 M) (Hamdi, 2020).

Maka dari itu perlu upaya untuk meningkatkan peran Indonesia dalam kancah pasar halal global. Diantaranya, melalui penguatan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Tujuannya agar memiliki legalisasi halal sehingga menghasilkan produk yang layak untuk bersaing di pasar global. Salah satu aspek penting yang menjadi landasan implementasi legalisasi halal di kalangan UMKM adalah meningkatkan pengetahuan dan budaya halal para pelakunya. Menurut (Pujiono et al., 2018) secara umum permasalahan yang dihadapi di pelaku UMKM terkait sertifikasi halal adalah rendahnya pengetahuan tentang berbagai tahapan proses legalisasi halal meski sebagian besar dari mereka memiliki keyakinan yang kuat tentang kewajiban proses pengolahan pangan yang halal dan memiliki budaya halal yang baik. Menurut Pujiono et al., (2018) strategi utama UMKM halal agar dapat menghadapi persaingan global melalui (a) penyediaan produk bersertifikat halal, (b) peningkatan kualifikasi sumber daya manusia pengelola UMKM, (c) penggunaan teknologi tepat guna untuk memenuhi standar produk yang halal, (d) penerapan diversifikasi produk, (e) peningkatan peran lembaga keagamaan dan pendidikan dalam kegiatan pendidikan literasi produk UMKM halal kepada masyarakat muslim, (f) peningkatan peran *financial technology* untuk pembiayaan dan sertifikasi produk UMKM halal beserta pemasarannya, (g) perancangan strategi sinergi antar institusi terkait untuk inovasi produk UMKM halal, (h) peningkatan *branding* produk UMKM halal melalui media teknologi dan informasi, serta (i) penguatan kajian fikih untuk menghasilkan produk UMKM halal.

Dari sisi terminologis, kata Halal berasal dari bahasa Arab yang artinya diperbolehkan. Terminologi ini sangat penting dan fundamental dalam ajaran Islam (Syahrir et al, 2019). Pangan halal meliputi berbagai jenis produk pangan yang bebas dari berbagai campuran kandungan bahan haram seperti produk babi dan turunannya, darah, bangkai, binatang buas, hewan yang disembelih tidak menyebut nama tuhan dan sebagainya (Adam, 2016)

Namun demikian, pengembangan industri halal juga dihadapkan pada dinamika aksesibilitas terhadap kegiatan sertifikasi halal. Meskipun pemerintah telah memberlakukan *halal mandatory* (wajib halal) atas produk yang beredar di Indonesia (melalui Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014), hingga saat ini jumlah UMKM yang memiliki sertifikat halal masih jauh lebih rendah dibandingkan yang belum memilikinya (Muhamad, 2020). Pada sisi lain, UMKM juga diharapkan dapat bersaing dengan menghasilkan produk yang berkualitas, bersertifikat halal dan berdaya saing tinggi. Permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM halal memerlukan keterlibatan semua pihak. Pemerintah sebagai regulator dan pengawas beserta instansi terkait diharapkan menjadi lembaga tertinggi yang menjamin dan selalu mengawasi terwujudnya UMKM halal beserta pengembangannya. Akademisi yang selalu melakukan penelitian memberikan masukan terkait dengan produk halal, mulai dari proses sampai ke pasar dan keberlanjutannya dalam menghadapi persaingan global. Para pelaku UMKM halal sendiri yang harus bersungguh-sungguh dalam upaya menghasilkan produk halal (Pujiono et al., 2018).

Faktor penting yang dinilai memengaruhi kesiapan UMKM memasuki era industri halal adalah kesiapan manajemen dan administrasi pelaku UMKM dalam melakukan proses registrasi produk halal.



Selain itu, juga diperlukan pengetahuan dan sikap pelaku UMKM terkait industri halal. Pengetahuan yang dimaksud meliputi: (a) pemahaman tentang kewajiban agama terkait pangan halal, (b) aneka jenis pangan halal, (c) berbagai istilah di dunia industri pangan halal (khususnya terkait bahan baku), serta (d) pemahaman terkait regulasi halal. Pengetahuan yang baik akan membentuk sikap yang baik pula dalam mengelola UMKM menghadapi era industri halal. Karenanya perlu dilakukan upaya observatif untuk menilik sikap serta kesiapan para pelaku UMKM dalam mendukung pemberlakuan wajib halal di Jawa Timur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pengetahuan dan sikap perilaku pelaku UMKM terhadap budaya halal dalam melakukan usahanya.

METODE

Penelitian dilakukan di wilayah Malang Raya, Kediri, Pasuruan, Lumajang, dan Blitar. Waktu penelitian bulan Juni – Oktober 2021. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif, untuk mengetahui tingkat pengetahuan, sikap dan perilaku industri makanan dan minuman di Jawa timur. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian terstruktur yang digunakan untuk mengukur data dan menggeneralisasi hasil dari sampel ke populasi yang diinginkan (Anshori & Iswati, 2019). Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan sekunder. Sumber primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber primer pertama adalah observasi, peneliti melakukan observasi berpartisipasi (*participant observer*), sedangkan data sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber seperti jurnal dan buku serta artikel dan internet (Silalahi, 2018). Pengambilan data primer dilakukan dengan menggunakan kuesioner untuk mengukur tingkat pengetahuan dan perilaku budaya halal pelaku UMKM dalam menyongsong era industri halal. Penelitian dilakukan di wilayah sasaran menggunakan *online questionnaire* karena keterbatasan mobilitas peneliti akibat puncak *pandemic* COVID-19 di Indonesia. Dari hasil koordinasi dengan pihak-pihak terkait seperti Dinas UMKM, Dinas Perdagangan dan Industri diperoleh 83 responden UMKM makanan dan minuman dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat Pengetahuan Pelaku UMKM terkait Budaya Halal

Telah diajukan 6 pertanyaan kepada pelaku UMKM untuk mengukur indikator tingkat pengetahuan pelaku UMKM terkait budaya halal dengan hasil deskripsi sebagaimana tertera pada Tabel 1 yang menunjukkan bahwa 100 persen pelaku UMKM yang menjadi responden setuju dengan pernyataan pangan halal adalah pangan yang diperbolehkan untuk dikonsumsi menurut ajaran Islam. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki pengetahuan dan kesadaran tinggi untuk menyiapkan produk yang halal dalam bertransaksi. Menurut (Hidayat & Siradj, 2015) pangan adalah kebutuhan dasar manusia yang harus tersedia dalam jumlah yang mencukupi, terjamin keamanannya, memiliki nilai gizi tinggi dengan ragam yang bervariasi dan dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat. Pelaku usaha pangan memiliki tanggung jawab besar apakah pangan yang diedarkan agar menyehatkan dan tidak menyebabkan gangguan kesehatan atau bahkan masyarakat juga harus memperoleh informasi yang jelas dan benar mengenai produk pangan yang beredar terkait keamanan dan kehalalannya. Mengonsumsi pangan yang halal adalah hak dasar setiap muslim, terkait dengan dimensi keyakinan, kesehatan dan perekonomian.

Terkait pertanyaan tentang istilah-istilah asing terkait babi dan turunannya bahwa 68.35 persen UMKM yang menjadi responden setuju dengan pernyataan *Ham, Pig, Bacon, Lard* adalah istilah yang digunakan untuk bahan yang berasal dari produk babi, 18.99 persen tidak setuju dan hanya 12.66 persen yang tidak tahu dengan pernyataan itu (Table 1). Hal ini menunjukkan bahwa belum semua pelaku UMKM pangan yang menjadi responden dalam penelitian mengenal dengan baik istilah-istilah asing terkait dengan kandungan babi dan turunannya. Terdapat beberapa istilah produk babi dan turunannya yang harus diketahui oleh masyarakat luas antara lain *pig* adalah istilah umum untuk seekor babi muda dengan berat kurang dari 50 kg. *Pork* merupakan istilah yang digunakan untuk daging babi di dalam masakan. *Swine* merupakan istilah yang digunakan untuk keseluruhan kumpulan spesies babi. *Hog* merupakan istilah untuk babi dewasa, berat melebihi 50 kg. *Boar* merupakan babi liar/celeng/babi hutan. *Lard* merupakan lemak babi yang digunakan untuk membuat minyak masak dan



sabun. *Bacon* merupakan daging hewan yang disalai, terutama babi. *Ham* merupakan daging pada bagian paha babi. *Sow* merupakan istilah untuk babi betina dewasa (jarang digunakan). *Sow Milk* merupakan susu babi.

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Kuesioner Pengetahuan Halal Pelaku UMKM Makanan Minuman di Jawa Timur

No	Indikator Pertanyaan	Setuju (persen)	Tidak Setuju (persen)	Tidak tahu (persen)
1	Pangan halal adalah pangan yang diperbolehkan untuk dikonsumsi menurut ajaran Islam	100	0	0
2	Ham, Pig, Bacon, Lard adalah istilah yang digunakan untuk bahan yang berasal dari produk babi	68,35	18,99	12,66
3	Pemisahan tempat dan peralatan produk halal dan haram wajib digunakan untuk menjamin kehalalan produk	15,19	78,49	6,33
4	Sumber bahan baku daging tidak perlu dicek proses penyembelihannya, asalkan sudah higienis maka bisa digunakan	100	0	0
5	Label halal merupakan salah satu instrument penting dalam menjamin kehalalan pangan yang beredar di masyarakat	97,47	2,53	0
6	Al-qur'an dan hadist adalah sumber referensi sah untuk halal tidaknya suatu produk	98,83	0	1,27

Sumber : Hasil olahan data primer peneliti (2022)

Terkait dengan pernyataan definisi pangan halal (butir pertanyaan 3 dan 4 pada Tabel 1) diketahui bahwa 15.19 persen UMKM yang menjadi responden setuju dengan pernyataan sumber bahan baku daging tidak perlu dicek proses penyembelihannya, asalkan sudah higienis maka bisa digunakan, 78.46 persen tidak setuju dan hanya 6.33 persen yang tidak tahu dengan pernyataan itu. Sementara itu 100 persen UMKM yang menjadi responden setuju dengan pernyataan pemisahan tempat dan peralatan produk halal dan haram wajib digunakan untuk menjamin kehalalan produk. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan kesadaran untuk mengolah pangan dengan standarisasi halal yang baik sudah cukup tinggi. UMKM halal adalah UMKM yang telah melalui tahapan teknis dan dinyatakan tidak melanggar syariah Islam sehingga bisa dinyatakan sebagai UMKM yang menghasilkan produk halal. Justifikasi dari pengakuan tersebut berupa pemberian sertifikasi halal. Keberadaan UMKM halal akan mendukung gaya hidup halal (*halal lifestyle*). Pengetahuan dan pemahaman pelaku yang baik akan menunjang penguatan UMKM halal.

Tabel 1 butir pertanyaan 5 di atas menunjukkan bahwa 97.47 persen UMKM yang menjadi responden setuju dengan pernyataan label halal merupakan salah satu instrumen penting dalam menjamin kehalalan pangan yang beredar di masyarakat, dan hanya 2.53 persen yang tidak setuju dengan pernyataan itu. Pengembangan pasar halal saat ini juga meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya label halal, oleh karena itu kesiapan UMKM untuk memperoleh label halal dari lembaga yang berwenang menjadi sangat penting bagi pengembangan industri halal di Jawa Timur. Menurut informasi yang diperoleh dari para ulama di Majelis Ulama Kota Batu, Kota Malang dan Kabupaten Malang permasalahan utama para pelaku UMKM dalam proses pengurusan produk halal adalah *image* bahwa pengurusan tersebut rumit dan berbiaya tinggi dan tidak bisa terjangkau oleh UMKM. Oleh karena itu program-program edukasi dan pendampingan yang sistematis dan terarah dari



pihak terkait yakni pemerintah, kementerian terkait, Perguruan Tinggi dan MUI menjadi penting untuk dilakukan. (Rahman et al., 2020) menyatakan bahwa label halal dari institusi berwenang merupakan simbol dari reputasi, integritas, kualitas.

Di samping itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa 98.83 persen UMKM yang menjadi responden setuju dengan pernyataan Alquran dan hadist adalah sumber referensi sah untuk halal tidaknya suatu produk, dan hanya 1.27 persen yang tidak tahu dengan pernyataan itu. Halal merupakan syarat wajib bagi umat Islam dalam memilih makanan yang akan dikonsumsi. Kewajiban ini sesuai dengan perintah agama sebagaimana termaktub pada Quran surat Albaqarah ayat 168-171. Oleh karena itu, persyaratan halal perlu diperhatikan dan dipenuhi oleh semua pihak yang terlibat dalam penyediaan pangan yang terkait dalam rantai pasok produksi.

Sikap Pelaku UMKM Pangan terkait Budaya

Telah diajukan 7 pertanyaan kepada pelaku UMKM untuk mengukur indikator tersebut dengan hasil deskripsi sebagaimana tertera pada Tabel 2 yang menunjukkan bahwa 37.97 persen pelaku UMKM yang menjadi responden setuju dengan pernyataan penambahan rhum pada produk olahan pangan adalah baik karena dapat menambah cita rasanya, 34.18 persen tidak setuju dan hanya 27.85 persen yang tidak tahu dengan pernyataan itu. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang menjadi responden belum memiliki sikap yang bertanggung jawab terkait penggunaan bahan terutama yang menggunakan istilah asing. Sikap pembelajar untuk mengenal lebih lanjut terkait penyusunan material suatu produk belum dimiliki.

Rhum adalah minuman keras yang dibuat melalui proses fermentasi dan destilasi tetes tebu atau sari tebu hingga menghasilkan cairan bening yang disimpan kembali agar memiliki rasa dan aroma manis dan kuat. Rhum banyak digunakan untuk bahan pencampur roti, kue ataupun minuman. (Anam, 2021). Penggunaan rhum tentu saja akan menghasilkan produk pangan yang tidak memenuhi standar kehalalan. Terkait dengan ketelitian penggunaan bahan baku belabel halal. Tabel1 menunjukkan bahwa 97.47 persen UMKM yang menjadi responden setuju dengan pernyataan saya selalu mencermati informasi label halal pada setiap produk yang digunakan, dan hanya 2.53 persen yang tidak tahu dengan pernyataan itu. Hal ini menunjukkan bahwa sikap pelaku UMKM dalam melakukan cek dan *recheck* terhadap bahan baku ataupun bahan tambahan pangan yang mereka gunakan sudah berorientasi pada budaya halal. Kecermatan dalam membaca label halal merupakan bentuk sikap yang kritis yang penting dalam membangun budaya halal di tingkat UMKM.

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Kuesioner Perilaku Budaya Halal Pelaku UMKM Makanan Minuman di Jawa Timur

Indikator Perilaku	Setuju (persen)	Tidak Setuju (persen)	Tidak Tahu (persen)
Penambahan rhum pada produk olahan pangan adalah baik karena dapat menambah cita rasanya	37,97	34,18	27,85
Saya selalu mencermati informasi label halal pada setiap produk yang saya konsumsi	97,47	0	2,53
Roti yang dicampur dengan pengempuk selalu saya sukai dan saya tidak peduli sumber bahan pengempuknya	9,80	96,08	10,13
Saya kritis dalam membeli bahan baku terkait dengan jaminan kehalalannya	93,67	2,53	3,80
Saya akan tegas menolak ketika ada bahan baku yang dicurigai tidak halal terdapat dalam list pembelian bahan baku	94,67	2,53	2,53
Saya peduli terhadap output hasil olahan pangan dari industry tempat saya bekerja terkait kehalalannya	97,47	0	2,53
Saya mengikuti dengan seksama perkembangan tata aturan jaminan halal di Indonesia dan membaca peraturan perundangannya	83,54	0	16,46

Sumber : Hasil olahan data primer peneliti (2022)



Tabel di atas juga menunjukkan bahwa 9.80 persen UMKM yang menjadi responden setuju dengan pernyataan roti yang dicampur dengan pengempuk selalu lebih disukai dan responden tidak peduli sumber bahan pengempuknya, 96.08 persen tidak setuju dan 10.13 persen yang tidak tahu dengan pernyataan itu. Pengolahan pastry dan bakery sebagian besar menggunakan bahan-bahan olahan bukan bahan segar (Gisslen, 2012). Masalah utamanya adalah bahan yang tidak lagi dalam bentuk aslinya, status kehalalannya juga harus ditelusuri lagi. Bahan-bahan tertentu dari sayuran dan sumber nabati seperti tepung dan gula tidak terlalu menjadi masalah, namun bahan-bahan tertentu terutama yang berasal dari hewan menjadi perhatian utama. Bahan-bahan seperti *stabilizer*, *emulsifier* dan *conditioner* yang akan menjadikan tekstur kue dan roti atau pastry menjadi empuk dan lembut banyak digunakan dalam industri ini untuk memastikan karakteristik dan stabilitas produk yang baik (Wan Ismail et al., 2020). Telah diketahui secara luas bahwa daging babi dan turunannya banyak digunakan dalam produksi gelatin, *sodium stearoyl lactylate*, *shortening* yang pada umumnya banyak digunakan pada industri roti, kue dan pastry. (Fadzilliah et al., 2011). Istilah-istilah yang digunakan dalam industri ini juga ambigu dan tidak mudah difahami oleh mereka yang tidak memiliki latar belakang ilmu pangan. Oleh karena itu perlu dilakukan edukasi terutama bagi para pelaku UMKM pengolah kue, roti dan *pastry* agar terhindar dari bahan-bahan yang tidak halal atau berasal dari babi dan turunannya. Pengempuk yang lazim digunakan pada roti adalah L-sistein dibuat dari sumber yang meragukan baik bulu manusia, bulu babi maupun bulu (Rowlatt, 2009).

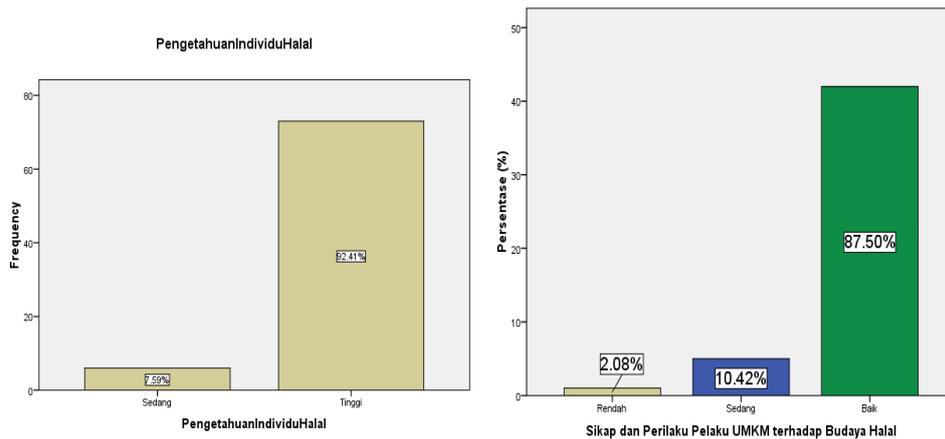
Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa 93.67 persen UMKM yang menjadi responden setuju dengan pernyataan saya kritis dalam membeli bahan baku terkait dengan jaminan kehalalannya, 2.53 persen tidak setuju dan 2.53 persen yang tidak tahu dengan pernyataan itu. Menurut Tieman, Van der Vorst and Che Ghazali, (2013) untuk menjamin agar hasil akhir proses produksi adalah pangan yang halal maka pelaku UMKM harus dengan ketat mengikuti model tata kelola rantai pasok yang menjamin kehalalan di setiap tahapnya. Pada bahan-bahan tambahan pangan, seringkali pelaku UMKM membelinya dalam kemasan kecil yang sudah tidak berlabel sehingga sulit ditelusuri kehalalannya. Maka sikap kritis pelaku UMKM harus juga diterapkan saat menghadapi *supplier* bahan baku agar pelaku UMKM tidak dirugikan. Selain itu sebanyak 94.67 persen UMKM yang menjadi responden setuju dengan pernyataan saya akan tegas menolak ketika ada bahan baku yang dicurigai tidak halal terdapat dalam list pembelian bahan baku, 2.53 persen tidak setuju dan 2.53 persen yang tidak tahu dengan pernyataan itu. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa secara umum UMKM makanan dan minuman Jawa Timur siap menghadapi era industri halal.

Tabel 2 di atas juga menunjukkan bahwa 97.47 persen UMKM yang menjadi responden setuju dengan pernyataan Saya peduli terhadap output hasil olahan pangan dari industri tempat saya bekerja terkait kehalalannya, dan 2.53 persen yang tidak tahu dengan pernyataan itu. Hal ini juga menjadi satu indikasi bahwa pelaku UMKM olahan makanan dan minuman di Jawa timur tidak hanya berorientasi bisnis semata namun juga memiliki tanggung jawab sosial dan mengedepankan nilai-nilai ibadah. Terhadap pernyataan saya mengikuti dengan seksama perkembangan tata aturan jaminan halal di Indonesia dan membaca peraturan perundangannya 83.54 persen UMKM yang menjadi responden setuju dengan pernyataan dan 16.46 persen yang tidak mengetahuinya. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM memiliki kepedulian yang tinggi terhadap perkembangan tata aturan jaminan halal di Indonesia. Hal ini tentu saja merupakan modal yang sangat baik untuk membangun industri halal berbasis UMKM. Kepedulian akan berbuah pada upaya untuk melakukan standarisasi usaha agar memperoleh status kehalalan atau standar mutu proses yang sesuai dengan SNI dan persyaratan GMP. Indonesia masih menempati urutan kesepuluh dari negara-negara pelaksana ekonomi Islam itu terkait produsen makanan halal. Kesepuluh besar negara tersebut adalah Malaysia, Uni Emirat Arab, Bahrain, Oman, Arab Saudi, Qatar, Kuwait, Yordania, Pakistan dan Indonesia. Kondisi ini menandakan bahwa industri halal di Indonesia masih tertinggal dibandingkan dengan beberapa negara tetangga, bahkan dengan negara-negara non-muslim. Padahal potensinya begitu besar. Peringkat tertinggi untuk negara produsen makanan halal dikuasai oleh Malaysia, Brasil, Uni Emirat Arab dan Amerika Serikat (Hidayat & Siradj, 2015).



Hasil Analisis Klasterisasi butir pertanyaan indikator pengetahuan, sikap dan perilaku budaya halal pelaku UMKM Jawa Timur

Dari hasil uji klasterisasi, yang dilakukan dengan menghitung total perolehan score indikator tingkat pengetahuan (7 butir pertanyaan) dan sikap (6 butir pertanyaan) dilakukan pengelompokan menjadi baik, sedang dan rendah tergantung score yang diperoleh. Hasil analisis klasterisasi tingkat pengetahuan pelaku UMKM terhadap budaya halal (Gambar 1) menunjukkan bahwa sebagian besar responden yakni sebesar 92.41 persen memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi dan sisanya memiliki tingkat pengetahuan yang sedang. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan pelaku UMKM terkait budaya halal sudah sangat baik.



Gambar 1 (Pengetahuan Individu halal) dan 2 (sikap dan perilaku pelaku UMKM terhadap budaya halal. Hasil analisis Klasterisasi Pengetahuan dan Sikap perilaku Pelaku UMKM terkait Budaya Halal (olahan data primer peneliti 2022)

Hasil analisis klasterisasi butir pernyataan indikator sikap dan perilaku budaya halal pada pelaku UMKM terhadap budaya halal (Gambar 2) menunjukkan bahwa sebagian besar responden yakni sebesar 87,50 persen memiliki perilaku budaya halal yang baik, 10,42 persen memiliki tingkat pengetahuan yang sedang dan 2,08 persen memiliki sikap perilaku yang rendah. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan pelaku UMKM terkait budaya halal sudah sangat baik.

KESIMPULAN

Secara umum pelaku UMKM yang menjadi responden dalam penelitian ini memiliki tingkat pengetahuan dan sikap perilaku terkait budaya halal yang baik. Hal tersebut dapat difahami mengingat sebagian besar pelaku UMKM makanan dan minuman Jawa Timur adalah muslim santri yang menjunjung tinggi nilai-nilai ketaatan beragama dalam keseharian mereka. Namun demikian terdapat beberapa informasi terkait pengetahuan tentang sumber bahan baku halal, istilah-istilah sumber halal pada bahan baku produk dan undang-undang halal yang harus ditingkatkan sosialisasinya di kalangan pelaku UMKM makanan minuman Jawa Timur. Oleh karena itu modal yang sudah baik ini perlu diikuti dengan keaktifan berbagai pemangku kepentingan seperti Kementerian Agama, Majelis Ulama Indonesia, Kementerian Koperasi dan UKM serta Kementerian Industri dan Perdagangan. Juga para pimpinan baik dari pemerintah daerah maupun pusat penting untuk melakukan pendidikan dan pendampingan dalam menyongsong tumbuh dan berkembangnya industri halal di Jawa Timur.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahannya. 2002. Departemen Agama Republik Indonesia.
- Adam, M. (2016). The fiqh of halal and haram animals. Available at: *Www. Central-Mosque. Com/Index. Php/General-Fiqh/the-Fiqh-of-Halal-and-Haram-Animals. Html.*
- Anam, M. K. (2021). Tinjauan Fatwa MUI Terhadap Penggunaan Hasil Produksi Alkohol di Sentra Industri Alkohol Bekonang. *Rechtenstudent*, 2(2), 211–222.
- Anshori, M., & Iswati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi 1*. Airlangga University Press.
- Fadzliillah, N. A., Man, Y. B. C., Jamaludin, M. A., Rahman, S. A., & Al-Kahtani, H. A. (2011). Halal food issues from Islamic and modern science perspectives. *2nd International Conference on Humanities, Historical and Social Sciences*, 17, 159–163.
- Gisslen, W. (2012). *Professional baking*. John Wiley & Sons.
- Hamdi, F. Z. (2020). *Pengaruh Foreign Direct Investment, Real Effective Xchange Rate, Dan Gross Domestic Product Terhadap Tingkat Ekspor Produk Industri Halal Indonesia Periode 1985–2017*. Universitas Airlangga.
- Hidayat, A. S., & Siradj, M. (2015). Sertifikasi halal dan sertifikasi non halal pada produk pangan industri. *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, 15(2).
- Khan, M. T., Khan, T. I., & Ahmed, M. S. (2020). Halal Products: Not Restricted to Food and its Marketing Opportunity in the Muslim World. *Research Journal of Social Sciences and Economics Review*, 1(4), 101–112.
- Muhamad, M. (2020). Tantangan dan peluang penerapan kebijakan mandatory sertifikasi halal (Studi implementasi UU No. 33 Th. 2014 dan PP No. 31 Th. 2019). *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 1–26.
- Pujiono, A., Setyawati, R., & Idris, I. (2018). Strategi Pengembangan UMKM Halal di Jawa Tengah dalam Menghadapi Persaingan Global. *Indonesia Journal of Halal*, 1(1), 1–7.
- Rahman, M., Moghavvemi, S., Thirumoorthi, T., & Rahman, M. K. (2020). The impact of tourists' perceptions on halal tourism destination: A structural model analysis. *Tourism Review*.
- Rowlatt, J. (2009). Does your daily bread contain human hair. *UK Times*.
- Silalahi, U. (2018). *Metodologi Analisis Data dan Interpretasi Hasil Untuk Penelitian Sosial Kuantitatif*. Refika Adhitama.
- Syahrir, A., Rahem, A., & Prayoga, A. (2019). Pharmacist behavior of halal labelization on pharmaceutical product. *Journal of halal product and research (JPHR)*, 2(1), 25-32
- Vanany, I., Soon, J. M., Maryani, A., & Wibawa, B. M. (2019). Determinants of halal-food consumption in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*.
- Wan Ismail, W. R., Ramli, R. A., Mohd Zain, Z., Abdullah, H., Zulkifli, A. H., & Azahar, H. (2020). Halal issues in pastry and bakery products: The halal gatekeepers of bakery ingredients. *ESTEEM Journal of Social Sciences and Humanities*, 4, 160–170.
- Yusuf, E., & Yajid, M. S. A. (2016). Halal pharmaceuticals and cosmeceuticals from the perspective of higher education. *Asian Journal of Pharmaceutical Sciences*, 11(1), 18–19.

